

T.C
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ
SERAMİK ANASANAT DALI
SANATTA YETERLİK TEZİ

POPÜLER KÜLTÜRDE KİTSCH OLGUSU VE SERAMİK
SANATINA YANSIMALARI

Hazırlayan:

Buket ACARTÜRK

Danışman:

Prof. Sevim ÇİZER

İZMİR/2009

YEMİN METNİ

Sanatta Yeterlik Tezi olarak sunduğum “ Popüler Kùltürde Kitsch Olgusu ve Seramik Sanatına Yansımaları .” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı dűřecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin bibliyografyada gűsterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih

12.03.2009

Adı SOYADI

Buket ACARTÜRK

İmza

TUTANAK

Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü' nün/...../..... tarih vesayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisanüstü Öğretim Yönetmeliği'ninmaddesine göre Seramik Anasanat Dalı Sanatta Yeterlik öğrencisi .Buket Acartürk'ün, "Popüler Kültürde Kitsch Olgusu ve Seramik Sanatına Yansımaları" konulu tezi/projesi incelenmiş ve aday/...../..... tarihinde, saat ' da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini/projesini savunmasından sonra dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından jüri üyelerine sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin/projeninolduğuna oy.....ile karar verildi.

BAŞKAN

ÜYE

(ÜYE)

(ÜYE)

ÜYE

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ

TEZ/PROJE VERİ FORMU

Tez/Proje No:

Konu Kodu:

Üniv. Kodu:

• Not: Bu bölüm merkezimiz tarafından doldurulacaktır.

Tez/Proje Yazarının

Soyadı: ACARTÜRK

Adı: BUKET

Tezin/Projenin Türkçe Adı: Popüler Kültürde Kitsch Olgusu ve Seramik Sanatına Yansımaları

Tezin/Projenin Yabancı Dildeki Adı: The Phenomenon of Kitsch in Popüler Culture and its Reflections on the Ceramic Art

Tezin/Projenin Yapıldığı

Üniversitesi: D.E.Ü.

Enstitü: G.S.E.

Yıl: 2009

Diğer Kuruluşlar:

Tezin/Projenin Türü:

Yüksek Lisans:

Dili: Türkçe

Doktora:

Sayfa Sayısı: 175

Tıpta Uzmanlık:

Referans Sayısı: 86

Sanatta Yeterlilik:

Tez/Proje Danışmanlarının

Ünvanı: Prof.

Adı: SEVİM

Soyadı: ÇİZER

Türkçe Anahtar Kelimeler:

- 1- Kitsch
- 2- Seramik
- 3- Popüler
- 4- Modernizm
- 5- Postmodernizm

İngilizce Anahtar Kelimeler:

- 1- Kitsch
- 2- Ceramic
- 3- Popular
- 4- Modernism
- 5- Postmodernism

Tarih: 12/ 03 / 2009

İmza:

Tezimin Erişim Sayfasında Yayınlanmasını İstiyorum

Evet

Hayır

ÖZET

Popüler kültürün, dolayısıyla popüler sanatın yayılma eğilimi gösterdiği 18. yüzyıl sonu ve 19.yüzyıl başlarında Avrupa’da sosyal yapı içindeki farklılıklar, toplumsal alanda da sınıfsal ayrışmaları keskinleştirmiştir. Bu durum sosyal yaşamı köklü değişikliklere taşırken, kültürel düzeyde de sanata yansımaya neden olmuştur. 19. yüzyıl başlarında teknolojinin de gelişmesi ile birlikte sanatın popülerleşmesi, sanat ürününün konularında, buna bağlı olarak biçimlerinde ve üretim/tüketim ilişkilerinde tüm yönelimini salt toplum beğenisine yönelttiği bir tarihsel dönemdir.

20. yüzyıla gelindiğinde, postmodern süreçteki endüstriyel gelişmeler sanatsal alana yansarak, kültürel nitelikli gelişmelere neden olmuş ve tüm bu gelişmeler sanat ürünlerinin de meta olarak kullanıldığı kültürel ticarileşmeye yol açmıştır. Ticarileşme, sanat ve kültürel tüm ürünlerin kitlesel üretimi ve tüketimini olanaklı hale getirmiştir. Böylesi değişimler kitsch’in nesnel koşullarını hazırlamış ve kitsch, tarihte hiçbir sanat akımının ulaşamadığı bir hız ve etki alanıyla, hayatı ve sanatı egemenliği altına almıştır.

Kitsch terimi ifade ettiği kavram gibi oldukça yenidir. 1860-1870’lerde Münih’deki sanat çevrelerinde ve ressamların jargonunda kullanıma girmiş ve ucuz sanatsal eşyaları tarif etmek için kullanılmıştır. Kitsch’in uluslararası terim olarak kullanılması 20.yy ilk yarısına denk gelir. Sözcük anlamı olarak vasathğı, kötü zevki ya da sanatsal çöpu tarif eden kitsch, estetik yetersizliğin belirlenmesi çabasında, irdelenmesi gereken bir kavramdır. Farklı sanat disiplinlerinde kendini var edebilen ve hızla yayılan kitsch, seramik sanatında da malzemenin kendine özgü nitelikleriyle birlikte geniş bir kullanım alanı bulmuştur. Seramik çamurunun kullanıldığı, süslemeye yönelik, gerçek işlevini aşan her tür seramik ürün, seramik sanatında kitsch kavramıyla yakından ilişki içindedir. Kavramsal olarak kitsch olgusunu irdeleme amacı taşıyan bu tez, pratik olarak ise seramik alanında kitsch’ in var oluşunu kavramaya yönelmiştir.

ABSTRACT

The differences in the social structure of Europe at the end of the 18th century and the beginning of the 19th century when the popular culture and therefore the popular art tended to be extended, has also created clear-cut class differences. While this transformed the society dramatically, it was reflected to arts in the cultural level. The beginning of the 19th century when the technological developments and popularization of arts emerged is a historical period in which the products of art and therefore its production/consumption relationship moved towards the societal appreciation.

With the 20th century, industrial developments in the postmodern process were reflected to the domain of arts, creating developments of cultural character and these developments created cultural commercialization in which the art products were used as commodities. Commercialization enabled mass production and consumption of arts and all other cultural products. Such transformations prepared the objective conditions of kitsch and kitsch has taken over the life and arts with a momentum and zone of influence unattained by any other artistic movement in the history.

The term kitsch is as new as the meaning it connotes. It started to be used in the jargon of art circles and painters of Munich in 1860s and 70s and used to define cheap artistic products. The usage of kitsch as an international term corresponds to the first half of 20th century. Kitsch, which literally stands for banality, bad taste or artistic waste, should be analyzed in an effort to define aesthetic inadequacy. Kitsch, which was able to exist in different art disciplines and spread rapidly, has found itself an extensive area of use with the help of peculiar characteristics of the material. Every decorative ceramic product in which the ceramic clay was used and exceeded its original function is in close relationship with the term kitsch in the ceramic art. This thesis aims to analyze the kitsch phenomenon conceptually, and apprehend the existence of kitsch in the area of ceramic practically.

ÖNSÖZ

Bu tez, kötü, vasat, çirkin, rüküş, zevksiz gibi sözcülerle tarif edilen kitsch'i, bir olgu olarak anlamayı ve anlamlandırmayı amaçlamıştır. Kitsch'i anlama çabası onu sosyal, ekonomik ve kültürel koşulları ile birlikte ele almayı şart koşmaktadır. Bu amaçla, kitsch'in nesnel zeminini oluşturan popüler kültür kavramını ve bu kavramın modernizm ve postmodernizm'de ki görüngülerini incelemek gerekmiştir.

Kitsch olgusunu anlamayı sağlayan ilk temel yargı, onun modern döneme özgü bir gerçek olduğu doğrudur. Kitsch ilk olarak 18. yüzyılın sonlarına doğru Batı Avrupa'da beliren önemli toplumsal, kültürel, bilimsel ve teknolojik dönüşüm ve değişimlerle birlikte ortaya çıkmıştır. Bu değişimler, tarihsel olarak kökleşmiş ve sanata özgü birçok estetik normu yıkmış ve "zevksizlik" olarak tanımlanabilen yeni bir normu, yani kitsch ortamını yaratmıştır. Bu kitsch ortamı, sanayi ve kentleşmeye koşut olarak, gelişimini günümüze kadar sürdürmüştür. Batıda gerçekleşen endüstri tasarımı ve yeni teknolojilerin yarattığı ürünler, Türkiye'de de modernleşme süreci ile birlikte gelişmiş, çabuk ve ucuz üretim amacıyla toplumsal alanda hızla yayılmıştır.

Kitsch'in yaşamın her alanındaki etkin varlığı, sanatsal alana doğrudan nüfus etmiştir. Kapsamlı bir olgu olarak, kitsch'i anlama, sanatsal alandaki var oluşunu irdeleme, özelinde de seramik sanatındaki kitsch ürünleri örnekleme çabası içinde olan bu çalışma, konuyla ilgilenenlere yararlı olabilirse, amacına ulaşmış sayılacaktır.

Bu tezin hazırlanma sürecindeki desteklerinden dolayı hocam, sayın Prof. Sevim Çizer'e, kaynaklara ulaşma konusunda yardımlarından dolayı Boğaziçi Üniversitesi Güzel Sanatlar Bölümü, Öğr. Gör. Sakine Çil'e teşekkürlerimi sunarım. Çeviriler konusundaki desteklerinden dolayı Meltem Demirçeken'e, Burcu Sezen'e, tezi hazırlama sürecindeki yardımlarından dolayı Nalân Sınay'a ve Dicle Öney'e ve de tüm teşvikleri, destekleri için aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

BUKET ACARTÜRK

İÇİNDEKİLER

POPÜLER KÜLTÜRDE KİTSCH OLGUSU VE SERAMİK SANATINA YANSIMALARI

| | Sayfa |
|--|-------|
| YEMİN METNİ..... | ii |
| TUTANAK..... | iii |
| Y.Ö.K DÖKÜMANTASYON MERKEZİ TEZ VERİ FORMU..... | iv |
| ÖZET..... | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| ÖNSÖZ..... | vii |
| İÇİNDEKİLER..... | viii |
| FOTOĞRAF LİSTESİ..... | x |
| GİRİŞ..... | xiv |
| | |
| 1. BÖLÜM | |
| 1.1. MODERNİZM DE POPÜLER KÜLTÜRÜ OLUŞTURAN ETMENLER..... | 1 |
| 1.2.POPÜLER KÜLTÜR VE POPÜLER SANAT İLİŞKİSİ..... | 5 |
| 1.3.POSTMODERN DÖNEMDE KİTLE KÜLTÜRÜ VE POPÜLER KÜLTÜR..... | 8 |
| 1.4.POPÜLER KÜLTÜRDE KİTSCH OLGUSU..... | 14 |
| | |
| 2.BÖLÜM | |
| 2.1 KİTSCH KAVRAMININ TARİHSEL GEÇMİŞİ..... | 23 |
| 2.2. SANATIN ESTETİK DEĞERİ VE KİTSCH'İN ESTETİK YETERSİZLİĞİ..... | 29 |
| 2.2.1 Kitsch'in "Estetik Yetersizlik Kanunu" Açısından Değerlendirilmesi..... | 38 |
| 2.3. KİTSCH'İN ETİMOLOJİK KULLANIM İÇERİĞİ..... | 46 |
| 2.3.1. Kitsch'in Tanım Sorunu..... | 49 |
| 2.3.2. Kitsch ve Nesnesi..... | 50 |
| 2.3.3. Kitsch, Camp ve Avangard ilişkisi..... | 53 |
| 2.3.4. Kitsch ve Propaganda İlişkisi..... | 56 |

| | |
|--|-----|
| 2.4. KİTSCH'İN ESTETİK DEĞER YARGILARININ MANTIKSAL YAPISI..... | 58 |
| 3.BÖLÜM | |
| 3.1.TÜRKİYE'DE POPÜLER KÜLTÜR OLGUSU..... | 61 |
| 3.2.TÜRKİYE'DE KİTSCH'İN TARİHSEL GEÇMİŞİ..... | 64 |
| 3.3.TÜRKİYE'DE POPÜLER BİR FORM OLARAK ARABESK KÜLTÜR..... | 69 |
| 3.3.1.Arabesk ve Kitsch İlişkisi..... | 70 |
| 3.3.2.Gelenek ve Kitsch İlişkisi..... | 73 |
| 4.BÖLÜM | |
| 4.1.FARKLI SANAT DİSİPLİNLERİNDE KİTSCH OLGUSU..... | 78 |
| 4.1.1.Magazin, Televizyon Kültürü ve Kitsch İlişkisi..... | 79 |
| 4.1.2.Edebiyatta Kitsch | 84 |
| 4.1.3.Fotoğraf sanatında Kitsch..... | 89 |
| 4.1.4.Mimaride Kitsch | 93 |
| 4.1.5.Resim Sanatında Kitsch..... | 100 |
| 5.BÖLÜM | |
| 5.1.SERAMİK SANATINDA KİTSCH OLGUSU..... | 106 |
| 5.1. Sanatsal Üretimlerde Kitsch Ürünler..... | 115 |
| 5.2. Kitsch Kapsamında Seramik Süs Eşyası Örnekleri..... | 129 |
| 5.3. Türkiye'de Çini Üretimde Kitsch Örnekler..... | 142 |
| SONUÇ..... | 148 |
| EKLER: SERGİ FOTOĞRAFLARI..... | 158 |
| KAYNAKÇA..... | 167 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 175 |

FOTOĞRAF LİSTESİ

| | |
|--|-----|
| Resim1: Mona Lisa Silikon Reklâmı..... | 21 |
| Resim 2: ÉDOUARD MANET, 'A Bar at the Folies-Bergère', 1882, Yağlıboya, 96x130cm..... | 37 |
| Resim 3: Gün Batımı Resmi..... | 91 |
| Resim 4: Mozaik desenli apartman..... | 94 |
| Resim 5: İzmir Egekent Cami | 95 |
| Resim 6: İstanbul Aksa Cami..... | 95 |
| Resim 7: Eskişehir Meydan Heykelleri..... | 96 |
| Resim 8: Eskişehir Meydan Heykelleri..... | 96 |
| Resim 9: JOHN NASH, Royal Pavillon Binası,1822, Brighton, İngiltere..... | 97 |
| Resim 10: FRANK GEHRY, Dürbün Bina | 98 |
| Resim 11: 'The Long Island Duckling',1930, Newyork | 98 |
| Resim 12: JONATHAN BOROFKY, Ballerina Clown, Venice | 99 |
| Resim13: DAVE LONGABERGER, 'The Longaberger Company', 1919, Ohio | 99 |
| Resim14: JOSEPH VERNET, 'Deniz Kazası', 1759, Yağlıboya, 96 x 134,5 cm | 102 |
| Resim:15 BRUNO AMADIO, ' Ağlayan Çocuk', 1950, Yağlıboya | 104 |
| Resim16: DAVID BIERK, ' Yeryüzü için Ölü Ayini, Hudson Nehri Akşamı', 2000, Yağlıboya, 162.56x 223.52cm | 104 |
| Resim17: ODD NEDRUM, 'Bebek Olarak Kendi Portresi', 2000, Yağlıboya, 83.82x 58.42cm | 105 |
| Resim18: ODD NEDRUM, 'Güneşe Dönüş', 1988, Yağlıboya | 105 |
| Resim19: MARCEL DUCHAMP, 'Fountain', 1917/1964, Seramik, 63x36x50cm | 107 |
| Resim 20: Porselen Biblo, 1830, 13x13x10cm | 108 |
| Resim 21: OBADIAH SHERRATT,'Munro'nun Ölümü', 1825,32x36x15cm . | 109 |
| Resim 22: ALFRED EVANS, ' Toby Sürahi', 1895, Porselen 15x10x10cm ... | 109 |
| Resim 23: RICHARD SLEE, 'Asit Toby', Earthenware, 1994, 48x15x15cm .. | 110 |
| Resim 24: Toby Kulplu Bardaklar..... | 110 |
| Resim 25: ROSE M. L. MISANCHUK, 'Pembe Kız ile Mavi Oğlan', 1999, Earthenware, 38x56cm..... | 111 |

| | |
|--|-----|
| Resim 26: DEAN ADAMS (USA), Covboylar ve Horozları, Seramik, 2000, 31x33x10 cm..... | 112 |
| Resim 27: PETER VOULKOS, Çılgın At..... | 113 |
| Resim 28: VICTOR SCHRECKENGOST, 'Apocalypse 42', 1942, 41x51x20cm | 114 |
| Resim 29: JOHN DE FAZIO (USA), Dada Tahtı, 1994, Porselen, 122x81x91cm | 115 |
| Resim 30: JEFF KOONS, 'Michael Jackson ve Bubbles', 1988, Porselen, 107x178x81cm | 117 |
| Resim 31: JEFF KOONS, 'Pink Panther', 1988, Porselen, 104.1 x 52.1 x 48.2 cm | 117 |
| Resim 32: LES LOWRENCE, Çaydanlık, 2003, Porselen, 23x8x41cm | 118 |
| Resim 33: RICHARD SHAW, 'Umutlar ve Felaketler Serisinden, Bölünme', 2002, Porselen, 20x18x18cm..... | 119 |
| Resim 34: JANIS MARS WUNDERLICH, 'Sporu Destekleyen Anne', 2004, Earthenware, 56x61x18cm | 119 |
| Resim 35: NUALA CREED, 'Bebeğin Kolları', 2005, 25x31x43cm | 120 |
| Resim 36: TONY NATSOULAS, 'Maria da Carmo Mirandan da Cunha', 2001, Seramik-Cam- Mermer, 117x56x46cm..... | 120 |
| Resim 37: BERTOZZI & CASONI, 'Albino Al Bar', 2001, Porselen, Mayolika, 152x80x93cm..... | 121 |
| Resim 38: LINDA S. FITZ GIBBON, 'Tropy Çifti', 2000, Seramik-Sıraltı- Metalik Lüster, 64x38x28cm..... | 121 |
| Resim 39: BEVERLY MAYERI, 'The Toddler', 2004, Seramik, 53x28x33cm | 122 |
| Resim 40: BEVERLY MAYERI, 'Emerging', 2001, Seramik, 64x33x41cm | 122 |
| Resim: 41 LAURA Wilensky, Summer 1958, 2002, Porselen, 22x10x18cm | 122 |
| Resim 42: ANTHONY NATSOULAS, 'Lady Donna', 2002, Seramik, 135x112x51cm | 123 |
| Resim 43: RED WELDON SANDLIN, 'Ne Kadar Büyük Emziğin Var', | |

| | |
|--|-----|
| 2003, Porselen, 31x61x15cm | 123 |
| Resim 44: MICHELLE ERICKSON, 'Lüks Hayatın Tadı', 2003, Porselen, 56x23x20cm | 124 |
| Resim 45: IRINA S. ZAYTCEVA, ' Kırmızı Çoraplı Kadın', 2001, Porselen, 48x20cm | 124 |
| Resim 46: ROBERT ARNESON, Seramik Daktilo, 1966..... | 124 |
| Resim 46: JOAN N. WATKINS, ' Müzik Aşığı', 2003, Earthenware, 18x18x16cm | 125 |
| Resim 47: PAUL MATHIEU, 'Abu Ghraib Vazoları', 2004, Porselen, 45x20x20cm | 125 |
| Resim 48: TOBY Buonagurio, Poodle Puff Gun Shoes, 1993, Porselen, 45x29x19cm | 126 |
| Resim 49: KATHY KING, 'Yeniden Üretim', 2002, Seramik-Ağaç-Ayna, 244x183x305cm | 127 |
| Resim 50: RON LANG, ' Epiphany', 1991, Earthenware, 122x79x38cm..... | 128 |
| Resim 51: GARTH JOHNSON, 'Sıkıntı Her Zaman Karşı Devrimcidir', 2000, Porselen, 3x23x23cm | 129 |
| Resim 52 : Porselen Votka Şişesi | 131 |
| Resim 53: KATHRYN MCBRIDE, ' Baharatçı Kız Çaydanlığı', 1997, Porselen, 25x38x15cm | 131 |
| Resim 54: LAURA WILENSKY, ' Geçmiş ve Gelecek Çaydanlık', 2003, Porselen, 23x25x23cm | 132 |
| Resim 55: Çaydanlıklar | 133 |
| Resim 56: Porselen Mücevher Kutusu | 134 |
| Resim 57: Kuş Figürlü Sürahiler | 135 |
| Resim 58: Porselen Servis Takımı | 136 |
| Resim 59: Çini Tabak | 137 |
| Resim 60: Porselen Biblolar | 137 |
| Resim 61: Porselen Duvar Süsleri | 138 |
| Resim 62: Porselen Biblolar | 138 |
| Resim 63: Porselen Süs | 139 |
| Resim 64: Porselen Biblolar | 139 |
| Resim 65: Porselen Biblo | 140 |

| | |
|--|-----|
| Resim 66: Porselen Biblo | 141 |
| Resim 67: Porselen Biblo | 141 |
| Resim 68: Porselen Biblo | 142 |
| Resim 69 : KAENDLER, Servis Takımı, 1741 | 143 |
| Resim 70: Çini Takım | 144 |
| Resim 71: Çini Tabak | 144 |
| Resim 72: Çini Tabak | 144 |
| Resim 73: Çini Tabak | 144 |
| Resim 74: Çini Tabak | 145 |
| Resim 75: Çini Tabak | 145 |
| Resim 76: Çini Tabak | 145 |
| Resim 77: Çini Tabak | 145 |
| Resim 78: Çini Tabak | 146 |
| Resim 79: | 146 |
| Resim 80: | 146 |
| Resim 81: | 146 |
| Resim 82: | 147 |
| Resim 83: | 147 |
| Resim 84: | |

GİRİŞ

Kitsch kavramı genel anlamda imitasyon, sahtekârlık ve taklit gibi sorular ve sorunlar etrafında şekillenir. Kitsch özel bir alan olarak, estetik bir yalan söyleme şekli olarak tanımlanabilir. Bu sıfatla güzelliğin alınıp-satılabileceği modern yanılmasıyla da açıkça ilişkilidir. Çeşitli formlardaki güzelliğin arz ve talep kanununa maruz kalan diğer herhangi bir mal gibi sosyal olarak dağıtılabileceği anda ortaya çıkmaktadır. Güzellik, eşsizlik iddiasını bir kez kaybetti mi ve dağılımı parasal standartlarla düzenlendi mi, onun üretilmesi çok kolay bir şey olarak ortaya çıkar. Bu gerçek, doğanın bile ucuz sanata benzetilmesiyle sonlanan, günümüz dünyasındaki sahte güzelliğin bu kadar yaygınlaşmasının da nedenini açıklayabilir.

Kitsch, tarihsel olarak modernizmle birlikte gelişmiş ve günümüzde kapitalist kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir. Kapitalist üretim sisteminde, yeniden üretilebilen veya çoğaltılabilen sanatsal üretimler, teknoloji alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak, seri üretim olanaklarının da artmasıyla doğrudan ilişkilidir. Kitsch, seri üretim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte daha önce olmadığı kadar da yaygınlaşmıştır. Tüm bu gelişmelerle birlikte kitsch'i her yerde görmek mümkün hale gelmiştir.

Kitsch'in sahip olduğu değerler, birçok sosyal olguya gönderme ile birlikte, ağırlıklı olarak biçime özgü, güzel/çirkin biçiminde beğeni yargılarını taşıyan saptamaları barındırır. Bir yönüyle, kitsch özellik gösteren sanatsal nesnelere, diğer başka yönleriyle ise geniş kitlelere hitap edebilme niteliklerine sahiptir. Bu yönüyle kitsch, tarihte hiçbir sanatsal ekolün sahip olamadığı bir izleyici ve alıcı kitlesine ulaşmıştır. Kolay anlaşılabilirlik ve ulaşılabilirlik özellikleri kitsch'in günümüzde yaşamlarımızı bu kadar kuşatmasının da temel özellikleridir. Sosyolojik arka planı oldukça karmaşık ve güçlü olan kitsch kavramı, bu çalışmada sosyal kökleri ile birlikte sanatsal alandaki var oluşunu irdelemeyi amaçlamıştır.

1. BÖLÜM

1.1. MODERNİZM DE POPÜLER KÜLTÜRÜ OLUŞTURAN ETMENLER

Ortaçağ'ın sonlarında Avrupa'da başlayan ve hızla gelişme gösteren sosyal değişim süreci 18.yüzyıla gelindiğinde özellikle sosyal ve kültürel alanda kendini göstermiştir. Bu tarihsel süreç 1789 Fransız İhtilali ile birlikte yaşanan sınıfsal değişimler ve sonucunda yaşanan hızlı sanayileşme ve hızlı kentleşme toplumda sosyal, kültürel değişimlere neden olmuştur. Devrimden sonraki yüzyıl boyunca söz konusu hızlı endüstrileşme ve onunla bağlantılı kentleşme durmaksızın büyümüştür. Kapitalizmin gelişimi ve teknolojinin bu hızlı yükselişi sanatsal üretim ve tüketim koşullarını da köklü bir biçimde değiştirmiştir. Tüm bu radikal değişimler bir olgu olarak sanatsal ortamda modernizmi işaret etmektedir. Modernizm bütün sonuçları ile birlikte endüstri toplumunun damgasını taşımaktadır. Modern sanat ve modern sanata özgü estetik anlayış klasik estetik anlayıştan köklü bir kopuş olarak kendini göstermiştir.

Bu tavrıyla modernist sanat, klasiği sıradanlaştırır, basitleştirir, adeta aşağılar. Sanatın bu yeni, yabancı hakikati, onun kendine özgü gerçekliğini, dokunulmazlığını vurgular. Bu hakikatini yücelterek, bilim, ahlak, siyaset, iktisat vb. karşısında kendi alanının meşruiyetini savunur. Popüler sanatla da sınırlarını çizer: Baudelaire'in şiiri, Manet'in resmi, popüler kültür ürünleri gibi ya da istisnai herhangi bir meta gibi, kolayca tüketilemez, eskitilemez. Okurunu/ izleyicisini her defasında yeniden uğraştırır, onu bırakmaz; böylelikle yıpratıcı zamana göğüs gerer.¹

¹ Charles Baudelaire, Modern Hayatın Ressamı, Çeviren: Ali Berktaş, İletişim Yayınları, 4. baskı, İstanbul, 2007, s. 58

19. yüzyılın son çeyreğinde sanat anlayışına ve çevrelerine egemen olan modernist estetik anlayışı, o zamana kadar geçerli olan sanat anlayışının da reddine dayanmaktadır. Modernist sanatın estetik anlayışı, klasik sanatın yansımacı estetiğini yadsımıştır. Sanat ürünlerini bir anlamda ‘ayağa düşürmüştür’, sanat saraydan, kiliseden, evin içine girmiştir. Burjuvazi, evini sanatsallaştırarak, kültürü bireyselleştirmiş, sanatı, kişisel zenginliğini göstermesi için araç olarak kullanmıştır.

Bu sürecin sonucunda biçimlenen sanat piyasası bir yanıyla sanatı himayeden kurtarır ve bunun ekonomik özerkleşmesinin zeminin hazırlar, fakat diğer yandan ise sanat ticarileşir ve popüler beğeniye yaklaşır. Bu dönüşüm ilk olarak o zamana kadar akademinin disiplinde olan sanatı 1700’lü yılların başlarından itibaren salon sergilerinde kendisini kamuya açar ve eleştiri dönemi başlamış olur.

Modernizm, kentsel ve endüstri içerikli olma yanıyla geleneğin parçalanışını ifade eder. Bu aynı zamanda esas olarak kır kökenli ve yeni oluşmakta olan kent bireyinin estetik değerlerini taşıyan, halka ait sanat ile büyük ölçüde kentin yerleşik kültürü içinde üretilen ve tüketilen ‘yüksek’ kültürü doğurmuş ve popüler kültür ilişkisi içinde, sanatla bütünleşmiştir.

Avrupa’da kültür 18. ve 19. yüzyıllarda burjuvazinin kendini aristokrat kesimle özdeşleştirmesi için kullandığı bir kavramdır. 1900’lü yıllara kadar kültür kavramı ihtiyacın tatmini olarak kullanılırken bu tarihten sonra ise bu anlamı giderek daralmıştır. Kültür kavramı bu tarihten sonra toplumun tüm kesimleri için demokratik bir dağılım göstermiş fakat statüko belirleyici bir yan anlam daha üstlenmiştir. 19. yüzyılın sonuna kadar müzeler, konser salonları ve diğer sanat kurumları hâla aristokrasinin elindedir. Diğer yanda ise Avrupa’da köylüler, kentlerdeki işçiler ve etnik gruplar, seçkinlerin elindeki mevcut değerleri benimsememiş ve kendilerini ifade eden değerlere sahip çıkmışlardır. O süreçte gelişen bu değerlere ait ürünler folk ve popüler olarak isimlendi ve daha sonrada popüler müzik, popüler edebiyat olarak tanındı. Bu yönüyle popüler sanat, popüler kültür anlamını da içermektedir.

Popüler kültürün dolayısıyla popüler sanatın yaygınlaştığı 18. yüzyıl sonlarında ve özellikle 19.yüzyıl içinde Avrupa’da sosyal yapı içindeki farklılıkları etkileme ve yönlendirme özelliği gösteren gelişmelerde kültür ve ideoloji kavramları öne çıkmaktadır. Biri kültürel gerçeklik diğeri gerçekliği tanımlama olan ortak kökenli bu iki olgu birey ve toplum yaşamını, bu yaşamın içindeki tüm kültürel alanları etkilemektedir. Avrupa’nın sözü edilen zamanlarına, toplumsal kesimlerin karşılıklı ilişkileri tanımlanarak bakılması durumunda onunla bağlantılı bulunan kültürel, ideolojik içerikli olguları kavramak mümkün olmaktadır. Popüler kültür bu olguların başta gelenlerinden biridir.

Popüler kültürün ve bu kültür içinde üreyen sanatların yaygınlaşma içine girdiği 19. yüzyıla geçildiğinde büyük ölçüde sanayileşme ve buna bağlı olarak gelişen kentleşmeyle ilişkili temel bazı kültürel/ideolojik değişiklikler dikkat çekmektedir. Bunları genel kategori içinde tanımladığımızda görünüm aşağıdaki gibidir:

- A) *Burjuva kültürü meşruluğunu kazanırken orta sınıf (küçük burjuvazi) kültürü de varlığını hissettirmektedir. Bu kültürün değerleri birçok alanda yayılma gösterir.*
- B) *Kentleşmeyle ilgili birçok yeni kültürel gelişim yaygınlık kazanmaktadır. Bunların arasında en dikkat çekici gelişme, feodal yaşam biçimi ve onun temsil edildiği kültürel değerler çöküşe geçerken gelenek kavramının da yerini yeni olana terk etmek zorunda kalmasıdır.*
- C) *Gündelik hayata ait birçok olgu gibi halkın günlük yaşamına ilişkin veriler de sanata-edebiyata fazlaca girmeye başlamıştır.*
- D) *Teknolojik gelişmeler baş döndürücü bir hızla yayılmış, hemen tüm alanlar üzerinde etkili olmaya başlamıştır.²*

² Server Tanilli, *Yüzyılların Gerçeği ve Mirası: İnsanlık Tarihine Giriş*, IV. Cilt, Say Yayınları, 1992, s. 47–48

Popüler kültüre ait sanat, içinde kültürel kimlik (popüler) ve ideolojik değer(estetik) bulundurma yanıyla toplumsal oluşum dinamikleri kavranarak tanımlanabilme özelliği göstermektedir. Çünkü gerek kültür gerekse ideoloji popüler sanatı oluşturan temel olgulardır. Biri insana ait etkinlikler bütünü diğeri ise bu etkinliklerin şekillendiği alan olarak bu iki olgu günlük yaşamın işleyişini oluşturan koşullar ile doğrudan ilişkilidir. Toplumsal alt üst oluşların kültürel olgu olma yanıyla sanata yansması, ‘yüksek’ sanatın ayrıcalıklı ve erişilemez özelliklerinde yitmeye başlaması olarak ta görülmektedir.

19. yüzyıl başlarında teknolojinin de gelişmesi ile birlikte sanatın popülerleşmesi, sanat ürününün konularında, buna bağlı olarak biçimlerinde ve üretim, tüketim ilişkilerinde tüm yönelimini salt toplum beğenisine yönelttiği bir tarihsel dönemdir. Böyle bir yöneliş içinde ulus, toplum, birey vb. kavramlara yaslanan duyarlılıkların etkisi ve kilise ile girmiş olduğu ilişkinin de katkısıyla (eskiden beri seçkin ve ayrıksı konumda görüle gelen) ‘yüksek’ sanatının yanı sıra, halk sanatına ait değerler ve üretim ölçütlerini yansıtan halk beğenisi gelişmiştir. Bu gelişme ile birlikte halka ait sanatsal üretim toplumsal yaşamda giderek değer kazanmıştır. Popüler kültüre ait özellikleri taşıyan ve onun sanatını oluşturan farklı halk kültürlerinin değerlerini bu kültürlere ait tüm sanatsal ürünlerde görmek mümkün olmuştur.

Popüler kültür ürünlerinde, ‘yüksek’ sanatın ürünlerine kıyasla basitlik ve kolay ulaşılabilirlik en dikkat çekici özelliğini oluşturur. Popüler kültür ürünlerin başlıca özellikleri arasında tüketiciye dönük olarak üretilmesi, teknolojik gelişmeye bağlı olarak seri üretiminin kolay ve çok sayıda yapılabilmesi ve sanatsal ürünlere kıyasla oldukça ucuz ve kolay ulaşılabilir olması vardır. Popüler kültür ürünlerinde görülen tüm bu özellikler, kültürel değerlerde yaşanan ideolojik içerikli bir farklılaşmaya da tekabül etmektedir. Bu ideolojik farklılık toplumun sınıfsal farklılaşmasının da bir diğer göstergesidir. Bir tarafta kırsalın kültürel tahakkümünden tam olarak kurtulamamış ancak kentsel değerleri de henüz sindirememiş, kırdan göçmüş işçi sınıfı, henüz oluşma sancıları yaşayan küçük burjuvazi ve endüstriyel yaşamın nimetlerinde yararlanma olanağına sahip tek sınıf olan burjuvazi arasında yaşanmaktadır.

Popüler kültür anlayışı içinde sanat iki farklı yönüyle var olmaktadır. Bunlardan ilki sanatsal değeri içinde alımlanması, diğeri ise eğlencedir. Sanat ve eğlencenin iç içe geçtiği, bir sanayi olarak organize bir sektör olarak görülmeye başladığı tarihsel dönem ortaçağ sonrasıdır. Sanat tarihçilerine göre eğlence sanayinin ilk tohumları 1750'lerde atılmıştır. Kentsel gelişim bu sektörün büyümesinde yine olmazsa olmaz koşul olarak öne çıkmaktadır. Sanat ürünlerinin kâr getirici niteliğe bürünmesi onların aynı zamanda genel beğeniye hitap eder hale gelmesini de gerektirmiştir. Sanat ürünleri kolay ulaşılabilirlik, taşınabilirlik gibi fiziki koşullar gereği nitelik değiştirmiştir.

Bu değişimlerin yanı sıra kapitalizmin gelişmesine bağlı olarak sanatın ve alıcısının beğeni ölçütlerinde ciddi farklılaşma yaşanmaya başlamıştır. Bu farklılaşma kendisini en bariz şekilde burjuvazi dışında kalan toplumsal kesimin beğeni ölçütlerinde göstermiştir. Beğeni ölçütleri zamanla sıradanlaşmış ve popüler kültürün oluşmasında önemli bir zemin oluşturmuştur.

1.2. POPÜLER KÜLTÜR VE POPÜLER SANAT İLİŞKİSİ

19.yüzyılda kapitalizmin gelişmesi ile birlikte, üretim araçlarında yaşanan teknolojik gelişmeler toplumun bütün kesimlerin yaşamları üzerinde köklü değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. Kapitalist gelişme, feodalizmin ilişkilerini tasfiye ederken, üretim de, kırsal bölgelerden, gelişmekte olan kentlere kaymıştır. Kapitalist sistemde bir diğer önemli gelişme de seri üretim teknolojilerinin gelişmesidir. Fordist üretim tarzının bant sistemi işleyişi, üretimi artırıcı ve kitlesel üretimi geliştirici bir üretim mantığına sahiptir. Bant sistemi üretim biçiminde, üretim eskiye oranla fiziksel yönden kolaylaşmış, çalışma süresi kısalmış, 'boş' olarak kullanıma hazır bir zaman yaratılmıştır. Fakat çalışma süresinin azalmasına karşın, iş koşullarının ağırlığı ve baskısı, iş yeri dışındaki boş zamanı oyalama, eğlenme vb. yollarla boşalma eğilimi belirlemiştir. 19. yüzyılla birlikte üretimde görülen bu kitlesel artış toplumdaki sınıfların ayrışmasında da önemli bir rol oynamıştır. Bir yanda üretim araçlarının mülkiyetine sahip, toplumun nicelik olarak

azınlığını oluşturan burjuva sınıf, diğer yanda ise gelir düzeyi düşük, çalışan geniş 'kitleler'. Bu gelişmeler karşısında kitlelerin eskiye ait geleneksel kültür anlayışları bugünün ihtiyaçlarına cevap veremediği oranda, kültürde değişim ve dönüşüm başlamıştır. Kitleye yönelik gelişen bu arayışın içinden popüler kültür üremiş ve kendisi için pazar oluşturmuştur. Kitleler sanatsal beğeniden, yeme-içme alışkanlıklarına; insan ilişkilerinden, tüm yaşamsal ilişkilerine kadar yeni bir kültürel durum içerisine girmişler ve bu yeni oluşan kültür popüler kültür olarak şekillenmiştir.

Kültürel üretim, bir bütün olarak kapitalist ekonominin ayrılmaz bir parçasıdır. Kapitalist dönüşümün ilk aşamalarında sanat ürünleri bir meta olarak üretim ilişkilerinin içinde var olmaz. Kapitalizmin gelişme sürecinde ise sanat yapıtları sistemin metalaşma sürecinin kapsam ve niteliklerinin büyümesi olarak tanımlanabilir.

*Kapitalizmin gelişmesi ve özellikle sanayi devrimi olarak tanımlanan dönüşüm ile ortaya yeni bir süreç, kültürel ürünlerin metalaşması çıkmıştır. Kültürün metalaşması, doğal olarak soylular ve zengin burjuvalar için bir prestij kaynağı olan patronajın marjinalleşmesine yol açmıştır. Kültür ürünlerinin metalaşması, sanatçının yarattığı sanatsal kültür ürünü için pazara girmesi ve pazarda yarışmaya başlaması demektir. Bu süreci yani kapitalizmin gelişmesi ile beraber sanatın metalaşmasının, modernist sanat ve estetik anlayışını etkilediği söylenebilmektedir.*³

“ Sanat eserlerinin meta ya dönüşmesi ve bu şekilde alımlanması gibi, tüketim toplumunda metanın kendisi de imgeye, temsile ve gösteriye dönüşmüştür. Kullanım değerinin yerini ambalaj ve tanıtım almıştır. Sanatın metalaşmasının sonu, metanın estetize edilmesidir.”⁴

³ Gencay Şaylan, Postmodernizm, İmge Kitabevi Yayınları, İstanbul, 1999, s. 74–75.

⁴ Theodor W. Adorno, Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, Çevirenler: Nihat Ülner- Mustafa Tüzel-Elçin Gen, İletişim Yayınları, 3. Baskı, 2008, s. 38.

Popüler kültür kavramını oluşturan temel toplumsal dinamiklerde kapitalizmin gelişme sürecinde, tarihsel olarak değişim yaşanmaktadır. Bu değişimlerle birlikte popüler kültür geçmişindeki özelliklere göre artık daha karmaşık bir görünüme sahiptir. Tarihsel süreç içinde popüler kültürün ona ait sanatın kimliğini irdelemek bugünü daha iyi anlamak açısından oldukça önemlidir.

Eskiden zengin, aristokrat ya da seçkin kesim için üretim yapan sanatçı, sonraları giderek büyüyen bir kitlenin taleplerini karşılamak için üretim yapmaktadır. Bu süreçten sonra sanatçı artık birey olarak efendilerden, patronlardan kurtulmuştu ama şimdi de kurumsal bir efendinin veya bir sistemin boyunduruğu altına girmişti.

“Var olabilmesi için sanatının gerçek tüketicilerine muhtaç olan sanatçı zengin ve güçlü bir patrona artık ağız eğmek zorunda kalmayarak, gittikçe artan daha popüler bir izleyici kitlesinin talepleri için endişelenmiştir. 18. yüzyılın ortalarında bu genişleyen izleyici kitlesinin ihtiyaçlarını sağlamaya önem veren sanatçılar oluştu.”⁵

18.yüzyılın sonlarında Avrupa’da popüler sanat ürünleri sayılabilecek üretimde artış görülmeye başlanmıştır. 19. yüzyılda, sanat alanında yaşanan değişim benzer şekillerde ve sürecin doğal bir parçası olarak sanatçıda da değişimlere tanıklık etmiştir. 19. yüzyıla gelene kadar sanatçılar, tüketim endeksli bir işleyişin parçası değillerdi. Çünkü 19. yüzyıldan önce sanatçının hitap ettiği tüketici kesim, toplumun elit kesimi olduğundan, sanatçı ile ürün alıcısının beğeni ölçütleri arasında çok büyük farklar yoktu.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, sanatçı toplum adına üstlendiği geleneksel rollerinden sıyrılmış ve kendi doğasına yönelmek üzere serbest kalmıştır. Böylelikle sanatçı, yerleşmiş ve alışılmış olanı tasvir ve ifade etme rolünü terk etmiştir. Bu değişim sanata yeni ufuklar kazandırarak, özgürleşmesini, daha kendiliğinden, daha bağımsız ve daha az uyumlu olma özelliğini kazanmasına yol

⁵ Leo Lowenthal, An Historical Preface to the Popüler Culture Debate, Prentice Hall, England, 1992, s. 71.

açmıştır. Bilgi çağında, bilimsel gelişmeler sanatçıya yeni esin kaynakları sunmuş, iletişim teknolojisinin kazandırdığı malzeme zenginliği ve farklı toplumların sanat kültürüne ilişkin gittikçe artan farkındalık, birçok izm ve akıma neden olarak form stil açısından geniş bir çeşitliliğe yol açmıştır. Form, stil ve ifade araçlarındaki çeşitlilik sürekli gelişen ve karmaşıklaşan teknolojinin getirisidir.

1.3. POSTMODERN DÖNEMDE KİTLE KÜLTÜRÜ VE POPÜLER KÜLTÜR

Postmodernizmin başlangıcı olarak kabul edilen 1960 yıllar aynı zamanda modernizmin reddi temeline oturan topyekûn bir felsefi görüşe işaret etmektedir. Postmodernist söylem 20. yüzyılın toplumsal kuramlarını ciddi ölçekte belirlemektedir, bu aynı zamanda son üç yüz yıllık tarihin ciddi bir sorgulanması anlamına da gelmektedir. Postmodern kuram sanat ve estetik alanındaki tartışmaları giderek felsefi temele taşımış böylece söylem, kuram ve ideolojiyi kapsayan bir dil türü ortaya çıkmıştır. Genel anlamda postmodernist düşünür ya da kuramcılar, postmodernitenin her hangi bir akımın devamı olmadığını, tarihsel süreç içinde yeni ve geçmişten kopuk farklı bir aşama sayılması gerektiğini ileri sürmektedirler. Bu yeni ve farklı aşamada ortaya çıkan yeni sosyokültürel biçimlenmeyi anlamak için yeni kuram ve kavramlara ihtiyaç duyulmaktadır. Postmodern düşünürlerin bir bölümü postmoderniteyi, belirleyen ana eksenin, ileri teknoloji kullanan medya ve toplumsal ilişkilerde ortaya çıkan dönüşüm olduğunu savunurlar. Bu savların oturduğu ana eksene göre, bilişim ve iletişim alanlarında ortaya çıkan teknolojik atılımlar, yeni bilgi formları ve sosyoekonomik sistemdeki değişmeye bağlı olarak postmodern toplumu oluşturur. Örneğin Baudrillard ve Lyotard gibi postmodern kuramcılar sözü edilen dönüşümü, yeni ve farklı bir bilgi anlayışına, enformasyon teknolojilerindeki sıçramayla ilişkili olarak açıklarlar. "... Jameson, Harvey gibi kendilerini neo-Marksist olarak tanımlayan düşünürler, postmodernizmi kapitalizmin daha ileri ve yüksek bir aşaması olarak yorumlamaktadırlar. Yani postmodernite, neo-marksist bakış tarafından yoğunlaşan ve dünyanın her tarafına giren sermayenin oluşturduğu dünya ölçeğindeki homojenize olarak açıklanmaktadır."⁶

⁶ Şaylan, a.g.y, s. 127.

20. yüzyılın son çeyreğinde mimarlık, resim, heykel ve edebiyat gibi sanat alanlarında, özellikle de felsefe ve sosyolojide modernizmin kurduğu egemenliğe karşı ciddi bir tartışma başlamıştır. Modernizmin gelişiminde katkısı olan başlıca yenilikler arasında 1900'lü yıllarda ortaya çıkan teknolojiye gelişmeler, kitle iletişim alanındaki dönüşümler ve farklı bilim dallarındaki radikal gelişmeler sayılabilir.

Bu bağlamda modernist sanatlarda üç gelişim evresi saptayabiliriz, bunlar:

- 1) *Gerçekliğin yansıtılmasının krizi (Cezanne, Kübizm, Dadaizm, Gerçeküstücülük)*
- 2) *Sunulamayanın sunulması olarak soyutlama (Süprematizm, De Stijl, Konstrüktivizm, Soyut Dışavurumculuk, Minimalizm)*
- 3) *Sunuşun yadsınması ya da estetik sürecin terki (Kavramsalcılık).*
- 4) *Bütün bu değişim süreci Modernizmden Postmodernizme geçişin aşamaları olarak düşünülebilir.⁷*

20. yüzyıla gelindiğinde, postmodern süreçteki endüstriyel gelişmeler sanatsal alana yansıyor, kültürel nitelikli gelişmelere neden olmuştur. Bu gelişmeler sanat ürünlerini de meta olarak kullanan daha genel bir kültürel ticarileşmeye yol açmış, ticarileşme, sanat ve kültürel tüm ürünlerin kitlesel üretimi ve tüketimini olanaklı hale getirmiştir. Yığınsal üretim ve kolay ulaşılabilirlik sanat ve kültürel ürünlerin kitlelere ulaşımı diğer metaların dağılımı ile aynı mekanizma içinde yapılmaktadır. Gelenen süreçte tüm kültür ürünleri kapitalist üretim ve tüketim ağı içerisinde, diğer mallardan bir farkı olmaksızın tüketim dolaşımı içinde yerini almıştır. Ayrıca bilimsel ve teknolojik gelişmeler dünya çapında üretim ve tüketim zincirinin büyümesine önemli katkılar sağlamaktadır. Ve tüm bu gelişmeler bireylerin günlük yaşamını büyük ölçüde değiştirirken, kültürel değerlerinde de hızlı dönüşümlere neden olmaktadır.

⁷ Nejat Bozkurt, Sanat ve Estetik Kuramları, Asa Kitabevi, 4. basım, Bursa, 2004, s. 73.

*Yeni kitle toplumunda, kültürün ve sanatın kitleselleşmesi doğal ve beklenen bir sonuçtur. Ama bu gelişme, modern sanatın seçkinliği özelliğini ortadan kaldırmamış ve böylece ortaya modern sanat/popüler sanat ayrımı çıkmıştır. Kitle beğenisini öne çıkaran sanat anlayışı popüler ya da kitlesel sanat olarak nitelenmiş ve açıkça ifade edilmese de bunun, modern sanata göre geride kaldığı varsayılmıştır. Popüler sanat için ciddi estetik değerlendirmenin söz konusu olamayacağı gibi ciddi mesaj ya da yorum yansıtmasının aranamayacağı görüşü kabul edilmiştir.*⁸

Bunlarla birlikte kitle kültürünün oluşumunun ancak gelişmiş sanayi toplumlarında geçerli olduğundan söz edilebilir. Kitle kültürü, gelişmiş teknolojiler ile işleyen kitlesel iletişim araçlarının toplumsal yapıyı büyük oranda ‘aynılaştırıcı’ etkisi içinde oluşmaktadır. Kitle kültürü kitleyi oluşturan tüm bireyleri özgünlüklerinden arındırırken, toplumlar arasındaki farklılıkları da silerek, tüm kültürel değerleri tek-tip’leştirir. Popüler kültür ise farklı toplumsal kesimlere ait ortak kültürel işleyişe karşılık geldiğinden, hem kitle kültürü içinde yer alır hem de ondan bağımsız bir şekilde kendi sistematığı içinde işler. Kitle kültüründe tüm toplumsal kesimler arasında ortak bir algılama, değerlendirme ve katılma özelliği varken, popüler kültürde bireyin kendi özgün işleyişini koruduğu iddiası vardır.

*Kitle kültürü popüler kültüre göre yazılı olmayan bir kültürdür... Kendisi bir gelenek oluşturmaz... Halk kültürü diye bilinen modelin bir dönüştürümüdür. Kentlerde üretilse ve kent kültüründen, sanayile iç içe geçmiş tüketim kültüründen izler taşırsa, onlarla yoğrulmuş bir sentez oluştursa bile ‘otantik’ ve ‘anonim’ bir biçimde gelişir. O nedenle de amorf ve eklektiktir. Yeni bir şey tanımlamaz, sistematik olmaktan uzaktır... Hepsinden önemlisi, bu kültür artık sanayi tarafından üretilmektedir. Yani, kültür endüstrisinin ürettiği, planlı, programlı ve geniş kitleleri büyülemeyi, esir almayı öngören bir özelliğe, kapsam ve içeriğe sahiptir.*⁹

⁸ a.g.y, s.86

⁹ Hasan Bülent Kahraman, Kültür Tarihi Affetmez, Agora Kitaplığı, 2. basım, İstanbul, 2007, s. 308.

Hasan Bülent Kahraman'a göre kitle kültürü, popüler kültürün aksine tekrara, biçimselliğe ve yanılısamaya dayanan bir kültürdür. Bu özellikleri ile kitle kültürü, tam olarak bir 'kültürsüzleşme' olarak tanımlanabilir. O'na göre kitle kültürü, popüler kültürün bir hayli gerisindedir. Popüler kültürün işleyişinde birçok araştırmacıya göre, bireylerin bu kültür içinde kendilerini özgün yanlarıyla var edebildikleri sanısı vardır. Bu fikre göre popüler kültür, yapısında, belli özgünlükleri barındırabilir.

Kitle kültüründe bütün toplumsal yapı 'türdeş' kimlik içine girmekte, popüler kültürde bu, belli toplumsal kesimler için düşünülmektedir. Ancak popüler kültürde yer alan bu türdeşlikte kitle kültürüyle karşılaştırıldığında görece bağımsız bir tutum ve işleyiş söz konusudur. Popüler kültürde kitle iletişim araçlarını aşan bir yön vardır. Oysa kitle kültürü her yönüyle kitlesel kültür oluşturan bu araçlar tarafından belirlenmektedir.¹⁰

Gelişmiş sanayi toplumlarında kitle iletişim araçlarının belirlediği ve yapılandığı bir kitle kültüründen söz edilebileceği gibi aynı toplumlarda bu 'kuşatılmışlık' karşısında başka bir işleyiş içinde süren popüler kültürden de söz edilebilir. Özellikle kitle iletişim araçları aracılığıyla 'her yerde aynı' kültürel değerlendirme ve yönelim içindeki bireyler, iletişim araçlarının işleyişi ile kuşatılmış olmalarına karşın ondan bağımsız kalabilen, en azından bireylerin kendilerinin bundan kurtulduğunu var saydığı ve böylece ifade edildiklerini düşündükleri kültürel işleyiş, popüler kültür olarak görülmektedir. Fakat gelinen süreçte gelişmiş sanayi ülkelerinde sanatsal ürünlerin üretimi ve tüketimini belirleyen kitle kültürü ve popüler kültür iç içe geçmiştir ve birbirlerini etkileyerek işlemektedirler. Günümüzde popüler sanatı ve ona ait kültürü, kitle kültürü ürünü sanatsal üretimlerden ayırt etmek çok mümkün olmamaktadır.

Popüler kültür ve popüler sanatta iki önemli özellik olan sanat ve eğlence bir kültür endüstrisi tarafından yönetilmekte, organize bir sektör olarak günümüzde var olmaktadır. Sanayinin gelişmesi ile büyüyen burjuva sınıf, kendi kültürel tercihleri içinde seçici beğeni ile özgün sanatı tüketirken, bir sanayi kolu olarak gelişen

¹⁰ Meral Özbek, Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991, s. 95.

eğlence alanına sanatı metalaştırıp sunmuştur. Popüler kültür ise, ‘yüksek’ kültürün karşısında eğlenme, oyalanma gibi işlevlerle yüklü olarak kendini var etmiş, popüler sanatta tüm bu işlevlerin yüklenici konumu ile ‘yüksek’ sanatın karşısında konumlanmıştır. Kültür endüstrisinin temel amaçlarından biri de, hafif sanat (eğlence) ile yüksek sanatı uzlaştırmak, iç içe geçirmek ve nihayet birbirine dönüştürmektir.

Yüksek sanata, alt sınıfların dışlanmasıyla ulaşılabılır –sanat bu sınıfın davasına, yani doğru evrenselliğe sadık kaldığını, yanlış evrenselliğin amaçlarından uzak durarak gösterir-. Aldatıcı evrensellik, kültür endüstrisi sanatının, homojen aynının evrenselliğidir; artık çalışma karşısında rahatlama için mutluluğu bile vaat etmeyen, sadece kolay eğlence sağlayan bir sanatın evrenselliği. Eğlence geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzantısıdır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir... Yüksek sanat ile düşük sanatın diyalektik birliği vardır. Yalnızca yüksek sanatın ‘ilerlemeci’ boyutları değil, yüksek sanat ile düşük sanatın kopmuş birliği, kitle sanatının aldatıcı evrenselliği ile özerk sanatın soyut, kısıtlanmış tikelliğidir. Hafif sanat, ciddi sanatın toplumsal vicdan azabıdır. Dayandığı toplumsal önkoşullar nedeniyle ciddi sanatın gözden kaçırdığı hakikat, hafif sanata nesnel bir hak görüntüsü kazandırır.¹¹

Böylece tüketicinin gereksinimi karşılanırken, bir yanda da eğlenmesi sağlanmaktadır. Eğlence Adorno’ya göre geç kapitalizmde çalışmanın uzantısıdır. Bu anlamda çalışma zamanının dışındaki vakit, kültür endüstrisi tarafından doldurulur. Başka bir ifadeyle saf eğlence, tamda kişinin rahatladığı ama tüm çağrışımlara açık olduğu bir zamanda, kültür endüstrisinin eğlence anlayışınca kullanılır hale gelmiştir. Buradaki temel anlayış hazzın kamçılanmasıdır. Arzu nesnelere yaratılarak, tüketici onlara yönlendirilir. Bu anlamda kültür endüstrisi, “yüceltmeden çok, baskı kuran” bir niteliğe bürünür. İnsan denetim altına alınırken yaşamdan kaçırılır da; Bugün sistem içinde belirleyici olan şey, tüketicinin kontrolünü elden bırakmamak ve farkında lığının yaratılmasını engellemektir. Endüstriyel kültürün ilkesi, bir

¹¹ Theodor W. Adorno, Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi, Çevirenler: Nihat Ülner- Mustafa Tüzel- Elçin Gen, İletişim Yayınları, 3. Baskı, 2008, s. 16–17.

yandan tüm tüketici gereksinimlerinin kültür endüstrisi tarafından giderileceğini göstermek, öte yandan da bu gereksinimleri insanın hep bir tüketici, sadece kültür endüstrisinin bir nesnesi olarak yaşamasını sağlayacak biçimde düzenlemektir. Kültür endüstrisi ve onun tüm dalları gündelik yaşamdan kaçışı vaat eder.

Hannah Arent, 1961 yılında popüler kültüre dair kültür ve sanat eleştirisinde sanayileşmenin kesin ve doğrudan sonuçları üzerinde durmuştur. Arent göre popüler kültür, toplumsal değişimlerin ürünüdür; sanayileşmiş ve kentleşmiş bir topluma özgü yaşamı, duyguları ve düşünceleri yansıtmaktadır. Tüm bu değişimlerle birlikte, sanatında metalaştığı sanayi toplumunda sanatsal ürünler, saklanmak yerine tüketilip atılmak durumundadır. Bu, varlığı yadsınamaz bir gelişmedir. Peki, bu gelişmenin sonucu ne olmaktadır? Artık sanat üretiminde, kitlesel üretim ve buna bağlı olarak teknoloji ön plana çıkmakta, yaratıcılık, karmaşıklığın yansıtılması vb. olgular daha geride kalmaktadır. Arent'in belirttiği gibi, özellikle eğlence endüstrisinin de hızla gelişmesine bağlı olarak sanatsal ürünler kitle tarafından diğer ürünler gibi tüketilmeye başlamış bulunmaktadır.

Sanatın gerek metalaşma süreci, gerekse eğlenceye dönük ticari işlevi ile üretime yönelmesi popüler sanatı oluşturan temel olgulardır. Popüler kültürü oluşturan süreç kentsel üretim süreçleri, burjuva sınıf ve kitleler ilişkisi içinde gelişmektedir. Kırsaldan kentlere göçmüş kitleler buralarda kendilerinden ayrı olarak belirlenen kültürel form biçimlerine yönelirken kendileri de geldikleri yerle bağlantılı beğenilerini de katarak popüler beğeni şekillenmiştir. Sonradan şekillenen bu beğeni türü popüler kültüre ait sanatın ölçütlerini de oluşturmuştur.

1.4. POPÜLER KÜLTÜRDE KİTSCH OLGUSU

19. yüzyılda gelişmeye başlayan endüstri ve ona bağlı olarak değişen toplumsal yaşam, kitlelerin tüketim alışkanlıklarında da radikal değişikliklere neden olmuştur. Bu değişimler kitlelerin sanat ürünlerinin tüketimindeki yaygınlığı da beraberinde getirmiştir.

“Orta sınıf, 19. yüzyılda, kısa zamanda güç kazanmak üzere ortaya çıktı. Kitsch konsepti 19.yüzyılın icadıdır. Burjuva kültürünün tepetaklak geldiği bir dönemde kullanılmaya başlanmıştır.”¹²

Sanayinin gelişimi kırdan kente kitlesel göçlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Kente göç çoğaldıkça sanatla ilgilenen insan sayısında da artış olmuştur. Kitlelerin sanata yönelmeleri diyalektik bir ilişki sonucu sanatı da biçim-öz ve tema açılarından etkilemiş ve değişime neden olmuştur çünkü kentlere göçenler beraberlerinde kendi beğeni ölçütlerini de getirmiştir. Bu karşılıklı etkileşim estetik alanda popüler sanat türünün belirginleşmesini sağlamıştır. Kapitalist sistemim sınıflı toplumlarında kente dair ‘yüksek’, ‘özgün’ olarak tanımlanan sanat ile halka ait geleneksel sanatın birleşiminden popüler sanat olarak anlaşılan melez bir beğenin ölçütleri doğmuştur. Kendi yerel ölçütleri içindeki geleneksel halk kültürü ürünleri kente göçtüğünde sahip olduğu özgün formları bozulurken bir yandan da kentli kesimin yoğun ilgisi ile karşılaşmıştır. Popüler sanatı oluşturan bileşenin içinde yer alan halk kültürü ürünleri başkalaşıma ve eski kimliğindeki özelliklerin yapısal değişikliğine maruz kalmıştır. Kente göçmüş kültürün, kentteki kültürle buluşması burjuvazinin koruculuğundaki ‘yüksek’ sanatında kimliğinde önemli değişikliklere yol açmıştır.

Kente dair beğeniler ve sanatsal ilgiler kendi aralarında ilişki içine girmiş ve birbirlerinin sanatsal ölçütlerini belirler hale getirmiştir. Popüler estetiğin oluşumundaki bu birleşim ve etkileşim, popüler sanatın doğasını oluşturur, popüler kültüre ait beğenin yapıtaşlarının meydana getirir.

¹² Gert Sella and Peter Nelles, There Is No Kitsch, There Is Only Design, <http://www.jstor.org/stable/1511542>

“Popüler kültür taraftarlarınca önerilen yüksek ve düşük, avangard ve kitsch, yaratıcı ve ticari, kişisel ve mekanik, huzur verici ve sorgulayıcı, seçkin ve kitle, canlandırıcı ve sakinleştirici, ciddi ve popüler arasındaki bölünmeler genelde düşüncenin ilk ortaya çıkışında yok olmaktadır.”¹³

Popüler kültürün oluşmasına zemin hazırlayan ekonomik sistemler olarak aslında feodalizmin parçalanması ve kapitalist ilişki biçimine evrilmesi olarak da tanımlanabilir. Hasan Bülent Kahraman, kitsch kavramının sosyolojik temelini irdelerken, bu tanımın eksik olduğuna işaret eder. Ve kitsch’in kapitalizmin egemen olduğu kent yaşamında geçerli olduğunu fakat kapitalizmle ilişkisine rağmen kitsch’in aslında kapitalizmin değil, ara dönemlerin, geçiş süreçlerinin ve çatışmaların uzantısı olduğu saptamasını yapar.

Popüler kültürü oluşturan gelişmelerin belirli bir aşamasından sonra kültürleri benzeşir hale sokması sonucu asıl işlevi ticari değiş tokuş merkezli sanat ürünleri ortaya çıkmaya başlamış ve tüm bu ürünler bir sanayi kolunun ürünleri haline dönüşmüştür. Kültürel ürünlerde kitlesel bir tüketim, kitlesel beğeniye seslenen bir standartlaşmayı beraberinde getirir. Beğenilen malzemenin çok sayıda üretimi ve dağılımının getirdiği bu standartlaştırmanın sanatsal ürünler üzerindeki etkisi estetik değer kaybı olarak yorumlanabilir.

“Kültür sanayi, standartlaşmış üretime dayanan ve böylece sanatsal değer yerine ticari değeri öne çıkaran kültürel üretim koşulları olmaktadır. İletişim araçlarındaki yoğun tek tipleştirici özellik ise kültür sanayisine ait ürünlerin benzer beğeni ölçütleri içinde tüketilmesini getirmektedir.”¹⁴

Kapitalizmin endüstriyel teknik yapısı kaçınılmaz bir şekilde her şeyi tek tipleştirici özelliğe sahipken benzer bir biçimde bireyleri ve onların estetik beğenilerini de benzeştirmektedir. 20. yüzyılın başlarına kadar yaşanan bu

¹³ David Grimsted, The Purple Rose of Popular Culture Theory; An Exploration of Intellectual Kitsch, www.jstor.org/stable

¹⁴ Ali Taygun, Adam Sanat Dergisi, 1986, syf 23

endüstriyel gelişme, 20. yüzyıla gelindiğinde sanayi tekniklerinin üretim ve dağıtım ağına sahip olduğu, popüler ve kitle kültürü kavramlarının iç içe geçtiği bir dönemi ifade eder duruma gelir. Ancak tüm bu kavramlara üretim ilişkileri açısından baktığımızda ise Adorno'nun kültür endüstrisi kavramıyla karşılaşıyoruz.

1944'te Theodor W. Adorno tarafından kaleme alınmış "Kültür Endüstrisi" isimli makaleyi Ali Bulunmaz şu şekilde yorumlar; "Hakikatin yalan, yalanın da hakikat gibi görüldüğü bir dönemeçteyiz şimdi. (...) Her düşünce, daha önce kültür endüstrisinin merkezlerinde biçimlendirilmiş olarak geliyor bize. Böyle bir ön biçimlendirmenin izini taşımayan şeylerse inandırıcılıktan yoksun bulunuyor". Adorno'nun "kültür endüstrisi" kavramlaştırmasını anlamak için, öncelikle zeminde yer alan "araşsal akıl" belirlemesini anlamak gerekir. Modern Batı dünyasında aklın araçsallaşması, kişinin aklıyla doğa üzerinde hâkimiyet kurması, onu dönüştürmesi biçiminde açıklanabilir. Kapitalist üretim şeklinin (kâr ve tüketim amaçlı üretimin) yaygınlaşması, bireye de bu gözlükle bakılmasını sağlamış ve yararlılık ilkesi, bireyin değerlendirilmesinde önemli rol oynamıştır. Bu da bir kölelik şeklidir, ancak söz konusu kölelik dolaylı bir niteliğe sahiptir. Sanatçı açısından ise bu değişimlerin tümü, sistemle kurduğu yeni bir ilişki biçimine işaret etmektedir.

"Kapitalizm, kamuyla sanatçı arasındaki bu dolaysız bağı koparır. Sözüm ona, keyfine göre yazmakta ve resmetmekte özgür olduğunu bildiren sanatçı, gerçekte, 'Pazar' için yazmaya ve resmetmeye başlar. Yarattığı eser, zorunlu mallardan daha güç satılabilen bir meta haline gelir."¹⁵

"Üstelik sanatçı, toplumda egemen ideolojinin üretilmesinin aracı olan bir popüler kültürle de (kitsch) rekabet etmeye zorlanıyor, yaratıcı dürtüleri körleşiyordu. Bu iktidarlık duygusunun etkisiyle, birçok sanatçı, sadece konusunu değil, kullandığı araçları ve iletişim kurma yöntemlerini de sorgulamaya başladı."¹⁶

¹⁵ Georgi V. Plehanov, Sosyalist Açından Toplum, Sanat, Eleştiri, Çeviren: Asım Bezirci, Evrensel Basım Yayın, İstanbul, 1999, s. 66.

¹⁶ Ergin Yıldızoğlu, Yaşasın Modernist Refleks, Telos Yayıncılık, İstanbul, 1997, s. 91.

Kültür endüstrisi tüketici olan, tüketmek için üreten, tüketmek adına yaşayan ve kısıtlı serbest zamana sahip 'bireyleri', ürünleriyle bütünleştiren ve mekanik-karmaşık hayatı çekilir kılan bir 'alan' sunar. Bir diğer deyişle adı geçen endüstri ve ürünleri, tüketicileri bir-örnekleştiren ve tek boyutluluğu hızlandıran bir yapıdadır. Buradaki temel amaç ise, estetikten yoksun seri olarak üretilen kötü kopya olarak tanımlanan yani kitsch ürünler aracılığıyla tatmin sağlamaktır. Bir sektöre dönüşen 'kültür' ve ürünleri, belirli çizelge ve müşteri kimliğine uygun şekilde piyasaya sürülür. Bunun dışındakiler, "yabancı" veya "işlevsiz" (getirisi olmayan) biçiminde nitelenir. Böylelikle kültür endüstrisi, tek tipleştirme harekâtı başlatır ve kitle toplumunun yaratılmasına kapı aralanır. Kitle toplumu denen şey, nesne (salt tüketici) durumundaki ve davranışları önceden belirlenmiş bireylerden oluşur.

Adorno bunu şu şekilde tanımlar; Herkes kendiliğinden, önceden birtakım göstergelere göre belirlenmiş düzeyine uygun davranmalı ve belli başlı tüketici tipleri için üretilmiş kitlesel üretim kategorilerinden kendine denk düşene yönelmelidir. Tüketiciler, araştırma kuruluşları tarafından çizilen ve propaganda amacıyla kullanılanlardan ayırt edilemeyen haritalarda kırmızı, yeşil ve mavi alanlarla değişik gelir gruplarına göre ayrılarak birer istatistik malzemesine dönüşür.

Bir başka deyişle tüketici, her an endüstrinin ürettiklerine bağımlı olan/olması beklenen sahte nesnelere biçiminde konumlanır. Tüketici de tüketilecekleri de ve bunun zamanı da zaten bellidir. Kültür endüstrisinin ürünleri insanlar perişan halde olsalar bile canlı bir biçimde tüketilecektir. Bu ürünlerin her biri, ister iş saatlerinde ister onun benzeri dinlenme saatlerinde herkesi ayakta tutan dev ekonomi çarkının bir modelidir. Taklit olanı, mutlak olanın yerine koyan" kültür endüstrisi, daha da ileri giderek, taklidin çoğaltılması ve pazarlanmasını üstlenir.

Kiçi Baudrillard'ın neokapitalist tüketim ilişkileri içinde nasıl irdelediğini görebilmek için ilkin onun bu toplumları nasıl ve hangi kavramları kullanarak çözümlendiğini izlememiz gerekiyor. Baudrillard'ın bu yolda attığı ilk adım, geliştirdiği ilk kavram "yüksek gerçek" (hyperreal) kavramı. Yüksek gerçek gerçek olmayan değil, gerçekten daha fazla olandır...

Doğada yer alan bir şeye “benzetilerek” oluşturulmuştur. Gönderileni (referansı) doğal(lık) dır. Oysa yüksek gerçekte özgün kaynak aradan çıkarılmıştır. Nesne daha önce üretilmiş nesneye bakılarak yapılır... Bu, Baudrillard’ın kitsch olgusunu açıklarken yaptığı ilk saptama: Yüksek gerçek; yani modellerin modeller aracılığıyla üretimi ve o modelin de bir başka modele modellik etmesi. Dolayısıyla gerçeğin yok olması; yitmesi ve gerçek olmayanın gerçeğin yerine ikame edilmesi... Baudrillard kişi tanımlama yolunda ikinci önemli kavramı koyar: Yeniden çevrim...¹⁷

Baudrillard, toplumsal alana ait olan her şeyin çevrimle yüz yüze olduğu vurgusunu yapar. Eğitimden sağlığa, bilimden sanata kadar her şey bu gerçek tarafından çevrelenmiştir. Her şey moda gibi sürekli değişmek zorundadır ve bu değişim ilkesi, kitle kültürünü egemenliği altına alan temel ilkedir. Televizyon aracılığıyla “kültürlüleştirilmiş” olan halk gerçek kültürü değil, ancak yeniden çevrilmiş kültürü edinmektedirler; ama “kültürlü” olanlarda nihayetinde bu toplumda yaşadıklarından onlarda paylarına düşeni almaktadırlar.

Endüstriyi oluşturan tekeller, sunup pazarladıklarıyla ilintili olarak bedeni özgür bırakıp ruha saldırmaktadır. Bireye tercihlerinde “özgür” olduğu söylenir fakat gerçekte uyum sağlayamayan toplumdan dışlanır ya da topluluğun nimetlerinden yoksun bırakılır. Buradaki temel kural çarkın dönmesidir. Kültür tekelleri, hem üretimi hem tüketimi belirler; denenmemiş, piyasanın çerçevesinin dışındaki her şeye şüpheyle yaklaşır. Her şey, piyasanın kuralları içinde, izin verildiği ölçüde, sürekli değişmeli ve üretim-tüketim dengesi devam etmelidir. Ancak bu şekilde kültür tekellerince çizilen sınırın dışına çıkılmayacağına güvencesi elde edilmiş olur.

Kültürün kitsch’leştirilmesindeki temel faktörler- konu üzerinde yazılmış hemen tüm belgeler- radyo, TV, büyük miktarlarda yeniden üretilen kayıt cihazları, ucuz magazinler ve süpermarketlerde satılan evrak çantaları vs gibi farklı medya araçları sayesinde sanatın geniş yayılımıdır. Kullanılan bu ilk unsurlar kitsch olmadığında bile böyledir. Psikolojik olarak kitle

¹⁷ Hasan Bülent Kahraman, Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri, Everest Yayınları, 2. basım, İstanbul, 2002, s.245–246.

iletişimi tipik bir seyirci üzerinde bir pasiflik durumuna yol açar; basit bir şekilde TV açılır, teknik olarak basitleştirilmiş çok sayıda imge izlenir. Bu imgelerin anlaşılması için kişinin herhangi bir çaba sarfetmesi gerekmez. Yüzeysellik bir araya gelen pasiflik, kitsch'e teşvik eden ruh halinin önemli bir önkoşuludur.¹⁸

Gillo Dorfles kitle iletişiminin, boş zamanın akılsızca ve hızla kullanılması için seçkin bir şekilde tasarlanmış olduğu yaygın bir tartışmayı şöyle özetlemektedir: Kitle iletişimiyle kültürel ve estetik beslenmenin dağıtımındaki bir ayının tüm izleri yok olmuştur. Ve bu dinsel öğenin eksikliği, farklı türdeki iletim ve görüntülerle karşılaştığında seyircide bir ilgisizliğe yol açmıştır. Mac. Donald'ın söylediği gibi medya direkt olarak işlenmiş ve hatta ' homojenize edilmiş kültürün' ortaya çıkışına katkıda bulunmaktadır. Bu homojenizasyon yaş, entelektüel birikim ve sosyal statü farklılıklarının konu dışı olmaya meyilli olduğu bir fenomende yansıtılmaktadır. Her açıdan birbirine benzerleştirilmiş bir seyirci kitlesi ortaya çıkmıştır. Bu kitlenin beğenileri ve duygusal gereksinimleri kitle kültürünün ustaları tarafından başarılı bir şekilde idare edildi.

Medya ile sağlanan sanatsal deneyimin tipi günümüzün şartlandırılmış tüketicisinin gözünde tüm artistik deneyim için bir kural haline gelir. Edebiyatta, tüm tanınmış yazarlar okuyucularını kaybetmemek için en iyi teknikleri kullansınlar ve kitapları en iyi satan yazarlar olsunlar diye bu kurala uygun bir hale gelmesi gerekmektedir. Elitist olmayan bir bakış açısından bu neşeli bir şeydir. Bu kitaplar; olası tüm okuyucuları, çocuklarla yetişkinleri, kadınlarla erkekleri, bilgililerle cahilleri bir araya getiren kitap türleridir. Sınıf yapılı toplumla herhangi bir ilişkisi olmayan rahat ve bir hayli duygusal bir pop kültür dünyasını düşünmek basitliktir ve ne pop'un kitsch dünyasını değiştirir, ne de pop'un çağdaş tüketici üzerindeki yoğun bağımlılığını azaltır. Bu uzmanlaşmış sektör yalnızca kendisini bu değişen taleplere adapte etmekle kalmaz aynı zamanda yeni modaları öğrenebilir ve bir dereceye kadar da yaratabilir. Bu bakış açısında radikalleşme ve topluma ayak uydurmazlık kolay bir

¹⁸ Matei Calinescu, Five Faces Of Modernity, Duke University Press, Durham, 1987, s. 256–257.

şekilde pazarlanabilir, tüketim mallarına dönüştürülebilir. Karşıt kültürün yaşam tarzı kasetlerden, kot pantolonlardan, posterlere kadar büyük iş alanları oluşturmuştur.

Kitleselleşmeğe olan eğilim tüm sanat dallarını etkilemektedir ama görsel sanatları daha doğrudan etkilemektedir. Resim ve heykel alanlarındaki tüm mekanik reproduksiyonlar kitsch'i oluşturur. Ama kitsch reproduksiyon sürecinin otomatik bir sonucu değildir.

Bir objenin kitsch olup olmadığına karar vermek her zaman için amaç ve bağlamsal düşünceleri içermektedir. Teoride Mona Lisa'nın reproduksiyonunun kullanımında hiçbir kitsch durum yoktur. Ama bir tabak, masa örtüsü, bir havlu ya da gözlük üzerinde oluşturulan aynı imge kesinlikle bir kitsch olacaktır. Bir mağaza vitrininde birbirinin yanına konulan aynı resmin mükemmel yapılmış bazı reproduksiyonları bir kitsch etkisi oluşturur çünkü bunlar ticari amaçla çok sayıda üretilmişlerdir. Sadece ticari amaçlarla bir sanat objesinin sanayi çoğaltım bilinci onun imajını kitsch'leştirebilir. Kitsch'in çağımızda sanatın bir dalı olduğu saptamasını kabul edersek, herhangi bir estetik deneyimin zaruri bir başlangıç noktası olduğunu da kabul etmemiz gerekir.¹⁹

Mona Lisa tablosu belkide en çok reproduksiyonu yapılan resim olduğundan kitsch'i tarif ederken ikonlaşmış bir görüngüdür. Bu eserin kopyaları, peynir reklâmlarından, banyo havlularındaki baskılarına kadar yüzlerce tüketim nesnesinde kullanılmıştır. Sanat eserini olduğundan başka bir duruma sokan, bir tüketim nesnesini simgeleyen ve böylelikle eseri bir nesne derekesine getiren her türlü müdahale, kitsch'e kucağını açmaktadır.(Bakınız Resim 1)

¹⁹ a.g.y, s. 256–257.



Resim 1: Mona Lisa silikon reklâmı
Kaynak: www.nuveforum.net/.../

Heidegger teknolojinin büyük oranda sanatın yerine geçtiği yönünde değerlendirmesini yapar ve bu gelişme *kitsch*'in yaygınlaşmasıyla koşut gitmektedir. Ama Heidegger asıl konumuzla ilgili çok ilginç bir teşhisi 1936–41 döneminde kaleme aldığı ama ancak yakın geçmişte gün ışığına çıkan notlarında dile getirmektedir. “Modernliğin Tamamlanış Çağında Sanat” başlığını taşıyan bölümde insanın artık saldırgan egemenliğine uygun dev çaplı örgütlenmelere başvurduğu bir zamanda sanat *çalışmasının* yok oluşuna tanık olduğuna, buna karşın ‘sanat’ın yok olmayarak nitelik değiştirip bu örgütlenişlerin kendini tamamlayış tarzına, kipine dönüştüğüne dikkatleri çeker. Bu durumda örneğin ‘doğa’ şimdi kendini ancak barajlar kurulan, dikilen, yerleştirilen insan yapıtları yoluyla kendini ifade edebilirken, ‘güzellik’ de insanın gücünü okşayıp, hoşuna giderek aynı gücü pekiştirip artıran bir şeyden ibarettir artık. Sanat alan ve türleri eriyip giderken varlıklarını sadece kitaplarda okunan, derslerde anlatılan “yalıtık, işlerlikten yoksun alan” adları olarak sürdürmektedirler. O alanlar ki, Heidegger’in çok yerinde bir sıfatlandırmasıyla, bir geleceği olmayan sonradan görme romantiklerin beslendiği yerlerdir. Deklarasyona dönüşmüş şimdinin şiir sanatı yanında ‘fotoğraf’ ve ‘sinema’ düşünüldüğünde günümüz sanatının artık “var-olanların örgütleniş biçimleri” olarak

görülmesi gereken yerleştirmeleri kolaylaştırıcı rol üstlenmek zorunda kaldığı görülmektedir.

Heidegger'e göre, kitsch sanatın taklidi olarak ortaya çıkıp, güç gösteriminin zorlaması altında eskiden sanat çalışmalarını [niteleyen] özgeleğin yok olmasıyla, kitsch [tek] dayanağını da yitirmiş ve özerklik kazanmıştır. Böylelikle zaman içinde artık kitsch olarak deneyimlenemez olmuştur. Ona göre kitsch, kötü sanat değildir; tam tersine, temelden, özden olmayan boş şeylere adanmış en üst düzey beceridir. Kendinin önemsenmesini temin amacıyla da simgesel niteliğinin apaçık propagandasını, reklâmını yapmaktan hiç geri durmaz.

Leo Lowenthal, *Popular Culture, Literature and Society* isimli kitabında popüler sanat tarihinin, insanlığın tarihi kadar eski olduğunu iddia eder. Yazara göre, popüler kültür içinde sanat bir çeşit eğlence işlevi görmekte ve bu şekilde alınıp satılarak tüketilmektedir. Popüler kültür modern bir fenomen olmakla birlikte, modernizme kadar etkili olmamıştır. Modernizmle birlikte sanat ürünlerinin hitap ettiği kesim de değişmiştir.

“ Kitsch üreticileri, tüketicisinin kültürel önyargılarının farkındadır ve bunları kasıtlı olarak da sömürür. Duygularla oynar ve zekâyı kasıtlı olarak göz ardı eder ki bu sıfatla kültürel bir anestezi şeklindedir. Kültürel mitleri oluşturup sömürebilmesi iç içe geçmiş tarihi kolaylıkla manipüle edebilmesi kitsch'i güçlü politik bir yapı haline getirir.”²⁰

²⁰Catherine Lugg, *Kitsch: From Education to Public Policy*, <http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/10054947>

2. BÖLÜM

2.1. KITSCH KAVRAMININ TARİHSEL GEÇMİŞİ

Avrupa’da 1860, 1870’lerden sonra kullanılmaya başlayan kitsch terimi, ilk anlam olarak turistler için yapılmış hediyelik eşyalarla ilintili olarak kullanılmıştır.

Yirminci yüzyılın ilk yarısından itibaren yayılmaya başlayan, Anglo-sakson alt kültürleri çıkışlı kitsch sanatı yeni bir akım olarak İkinci Dünya Savaşı sonrasında, özellikle New York’ta bazı sanatçıların yapıtlarıyla kendi sistemini oluşturmaya başladı. En büyük desteği postmodernizm’den sağlayan kitsch, makyajdan moda, iskemleden fırırlı tül perdeye, mermer kaplı salonlardan, grafik uygulamalara, hatta endüstri tasarımından kent mimarlığına kadar uzayan geniş alanda, köksüz bir estetik düzey düşüklüğü içinde rüküşlükle kültürümüze girmiş ve bizi kuşatmaya başlamıştır.²¹

19. yüzyılın sonlarında popüler kültürü kuşatan ve onun çehresini belirleyen endüstriyel yaşamla bağlantılı koşulların içinde olgunlaşmış, yaygın hale gelmiş ve sanatta metalaşma, sanatsal ürünlerin geçmişe göre çok daha yaygın bir şekilde alım-satım nesnesi olmaya geçişiyle birlikte belirginleşmiştir. Bu gelişmeler eşliğinde popüler kültürün yayılmasıyla birlikte, kitsch kavramı farklı toplumsal kesimlerin kendilerine ait kültürünün oluşumu ile ilişkilidir. Kentleşme sürecinde hızla içine girilen değişik sınıf ve yaşam farklılaşmalarının kültürel yansımalarında özellikle 19. yüzyılın sonlarındaki gelişmelerin etkisi görülmektedir. “ Bu yüzyılın sonunda kitsch’i belirginleştiren gelişmeler ise söz konusu tarihin başlarında yapılmış ve giderek (19. yüzyılın sonlarına doğru) kültürel gelişmelere daha çok yansımıştır. Örneğin sanatsal ürünlerdeki pazar nesnesi haline dönüşüm 19. yüzyılın sonunda artık belirgin hale gelmiş, kitsch’in belirginleşmesi bu koşullar içinde gerçekleşmiştir”.²²

²¹ Pakize Barışta, ‘Kitsch’ Üzerine ‘Kitsch’ Bir Yazı, www.tumgazeteler.org

²² Lain Chambers, Populer Culture-The Metropolitan Experience, Methuen and Go, New York, 1986, s. 107.

Tomas Kulka ‘Art and Kitsch’ isimli kitabında kitsch’in tarihine ilişkin “kitsch 50–100 yıllık bir tarihi geçmişi var mıdır, yoksa tarihin kendisi kadar eski midir?” biçiminde bir soru ile başlar. Batılı birçok yazar ve eleştirmen bu kavramın oldukça yeni olduğunu ileri sürmektedir. Kitsch’in fenomenik, sosyolojik ve sosyo-kültürel yönlerine odaklanan batılı araştırmacılar kitsch’in üretimi ve tüketimi ile ilgili uygun koşulların modern çağdan önce bulunmadığını vurgulamaktadırlar. Modern çağla birlikte orta sınıfın ortaya çıkışı, köylü halkın şehirlere göçü ve kentleşme, aristokrasinin çöküşü, halk sanat ve kültürünün bozulması, işçi sınıfının ortaya çıkışı, kitlesel üretim ve teknolojik gelişmeler kitsch olgusunun nesnel zeminini oluşturan parametrelerin başlıcalarıdır.

Sanat tarihi ve estetikle ilgilenenler, kitsch’in romantik hareketle birlikte ortaya çıktığına inanmaktadır. Bu iki perspektifte birbirini desteklemektedir. Yani kitsch’in ortaya çıkışı her iki bakış açısından da aynı döneme denk gelmektedir. O yüzden kitsch, hiçbir yerde 19.yüzyılın ikinci yarısından önce kayda geçmemiştir.

Bildiğimiz gibi kitsch, bu fenomeni sanayi devriminin bir ürünü olarak görenler tarafından tarif edilen sosyo-ekonomik koşullardan ayrılamaz. Tüm sanatsal hareketler arasında, kitsch için en verimli zemini hazırlayan Romantik hareket olmuştur. Romantik akımın, kitsch ile bariz bir benzeşme gösterdiğini kimse kolay kolay inkâr edemez. Sorun, bizim eski zamanlarda bugün kitsch diyebileceğimiz bir şeyler bulup, bulamayacağımız değil, ortaya çıkarıldıkları dönemde kitsch olarak algıladığımız sanat eserlerinin olup olmadığıdır.²³

Kitsch pek çok farklı bağlamda ortaya çıkabilmesine rağmen, kavram olarak çok eski bir tarihe ait değildir. 18.yy’ın sonlarından ya da 19.yy başlarından öncesine kadar hiçbir şeyle ilgili olarak kullanılmamıştır. Bu kitsch’in sadece terim olarak değil aynı zamanda kavram olarak da aslında modern olduğunu söylemenin farklı bir yoludur.

²³ Tomas Kulka, Kitsch and Art, The Pennsylvania State Univeristy Press, 2002, s. 14.

Hermann Broch, 1950 de yayınlanan, Kitsch Sorunsalı Üzerine Notlar isimli makalesinde kitsch kavramının Romantik hareketle ilişkisini ayrıntılı bir biçimde irdelenmiştir. Broch'a göre, 19. yüzyılı Romantizm yüzyılı yerine kitsch yüzyılı olarak düşünmek için her türlü kanıtla sahibiz. kitsch 19. yüzyıldaki etkisi ne kadar derin olursa olsun, kitsch'in aslında Romantizm olarak tanımladığımız ruhsal tavra üstün gelerek türediğini söyleyebiliriz... Ona göre geçmişte saray geleneği çoğunlukla estetik bir gelenektir. Ahlaki tarafı akılcı şüphecilikle gelen aydınlanmadan hiç etkilenmemiş, Tanrının iradesiyle oluşmuş mistik hiyerarşinin tasviri ile sınırlıydı. İnsanlar avutulmuş ve sabırlı davranış biçimine uygun hareket etmek zorundaydı. Buna karşılık, hayatlarını sanatsal bir çalmaya çevirmekten ve kendilerini sanat da dâhil olası tüm zevklerden, ruhun ve aklın ahlaksız başıboşluklarından korumakla görevlendirilmişlerdi. Başka bir deyişle egemen sınıf yaşamını en şaşaalı dekorasyonla bolca süsleme hakkına sahipti -bu egemen sınıfın ayrıcalığıydı- ve süslemeler çok sayıda olmak zorundaydı çünkü Barok dönemin en belirgin özelliği buydu. Diğer taraftan burjuva geleneği kökten bir etik anlayışa sahipti.

*Orta sınıf kendi katı geleneğine tam anlamıyla sadık kalmalıdır, çünkü bu sayede kendisi ve feodal aristokrasi arasındaki ayrımı koruyabilir ve kendini aristokrasinin yerini alacak güç olarak görebilir. O halde neden bu sindirme kanunlarını kabul ettiler ve onlarınkiyle taban tabana zıt yöne gittiği halde aristokrasinin geleneklerini kendilerine mâl ettiler. Sanat tutkuları mıydı onları buna iten? Yoksa yalnızca taklit ruhu muydu? Ya da hâla, dünya nimetlerinden uzak durmak gibi daha basit bir sebep yüzünden miydi?*²⁴

Sonra Aydınlanma zamanı geldiğinde bu sebeplerin hepsinin bir işlevi olmuştur. Aydınlanma dünya nimetlerinden uzaklaşma fikrine sıcak bakmaz... Diğer taraftan, aydınlanma ruhu, sanayileşme çağında sindirilmedi ya da 'estetik'i özendirmek için eski sadakati yeniden canlandırmak mümkün değildi. Buna rağmen, özgürlük mantığından vazgeçmeyerek estetik ruhu korumak; burjuvazinin çözmeye çalıştığı, fakat hiçbir zamanda çözülemediği bir problemdi. Eğer burjuvazi ta

²⁴ Hermann Broch, Kış, 1950-1951, Yale Üniversitesi, Yayınlanmamış Ders Notları, s. 2.

Rönesans ‘tan bu yana, bu problemi beraberinde taşımamış olsaydı, problem hâla çözülememiş olurdu. Romantizmi üreten bu eğilimler reform eğilimleriydi. Reformlar biraz mistik, biraz tanrıbilimsel ve akılcı bir keşif yapmak üzereydiler: bu eksiksiz mükemmelliğin, sonsuzluğun, insan aklının ilahi vicdanının farkında lığının keşfidir.

Bu itiraf etme fikrini tek tek her insanın aklına soktu. Böylece önceden Kilise'nin taşıdığı tanrıya iman sorumluluğu yüklendi. Akıl, küstah ve övüngen olarak sahneye çıktı. Küstahtı çünkü evrensel ve ilahi bir görevi vardı; övüngendi çünkü becerilerini aşan sorumluluklar yüklenmişti ve çok fazla itibar görüyordu. Romantizm böyle doğdu; bir tarafta yeryüzünde günlük hayattaki sefaleti kusursuz ya da neredeyse kusursuz ortama çıkarmaya çalışan ruhsal (ve sanatsal) enerjiyle dolu insanı yüceltme, diğer taraftaysa tehlikeyi hisseden insanın duyduğu dehşet.²⁵

Romantizm ve kitsch arasındaki ilişki estetik bir üstünlük açısından da tartışılabilir. Örneğin Hermann Broch, modern kitsch'in doğuşunu, romantizmin estetik fikir kavramındaki değişikliğe bağlamıştır. Romantizm öncesinde estetik fikir, bütün sanat eserleri açısından üstün olarak düşünölmekteydi. Güzellik, mutlak ve pratik olarak asla ulaşılamaz bir değer kriteri olarak görölmekteydi. Ama romantik çağ boyunca estetik ideal önceki tüm üstünlük izlerini kaybetti ve özellikle sınırlı sanat eserleri için yalnızca kendi yapısında bulunan içkinlik açısından algılanmaya başlandı.

Hermann Broch 1950' de yazdığı bir makalede şunları dile getirir; bilim ve sanatın yapıları söz konusu olduğunda amaç ulaşılmaz da olsa, yine de bir keşiften diğerine bazı içsel mantıklar sonucu merhametsizce ilerler. Bu da amacın sistemin dışında kalacağı ve açık olarak tanımlanacağı ve tanımlanması gerektiği anlamına gelir. Romantizm tamamıyla ters bir yöne sapar. Sanatın Plâtoncu ideasını –güzellik- herhangi bir sanat eseri için açık

²⁵ a.g.y, s. 4.

ve hissedilebilir bir amaca dönüştürmeyi diler. Bu şekilde en azından, bir parça sistematik sanat görünüşüne kavuşur. Sanat bir sistem olarak kaldığı sürece, sistem kapalı hale gelir. Sonsuz sistem sonlu olur. Güzellik için değişmez kurallar arayan, tüm sanatsal çalışmaları o kurallara uymaya zorlayan akademik sanat da şeyleri benzer bir şekilde sonlu hale getirir. Biz tabii ki Romantizmi akademik sanatla tanımlayamayız. Ne kitsch ve akademik sanat benzerdir (bununla beraber kitsch'in etkileri bakımından en verimli olan alanlardan biridir) ne de sistemi sonlu olarak gösterme eğilimindeki bu fenomende altı çizilen benzer faydalara bakılmalıdır. Bu süreç, kitsch'in tüm formlarının temel koşullarını oluştururken, aynı zamanda varlığını Romantizmin kendine has yapısına borçludur (yani dünyevi olanın sonsuz seviyesine yükselme sürecine). Diyebiliriz ki, Romantizmin kendisi kitsch olmadan da, kitsch'in anasıydı ve çocuğun annesine benzediği anlar vardır, hiç kimse aralarında bir fark göremez.²⁶

Broch, kitsch ve romantizmin temeldeki yaygın nostaljik niteliğinden bahseder. Sık sık sanatın kırsallığa duyulan özleme bir kaçıştan başka bir şey olmadığını söyler. Kitsch bu özlemi yatıştırmanın en basit en direkt yoludur. Kitsch genellikle tarihsel ve çağdaş realiteyi klişeyle yer değiştirerek, romantik dünya görüşüyle ilişkili olan bazı duygusal ihtiyaçlar üzerinde açık bir şekilde gelişmektedir. O, kitsch'i büyük ölçüde romantizmin klişe bir hali olarak görmektedir.

Kitsch ve manneist (yapmacık davranışlar gösterme) ya da barok sanat arasında birkaç resmi ilişki bulabilirsek de, kitsch tarihsel olarak romantizmin bir sonucu olarak görünmektedir. Bir yandan romantik devrim zevk standartlarının hemen hemen eksiksiz bir bağıntısına yol açtı; diğer yandan da pek çok romantik, duygusallığa dayalı bir sanat kavramını teşvik etti ve bu sırasıyla çeşitli estetik gerçeklerden kaçışın yolunu açtı. Ters ya da saçma bir gerçeklikten kaçma arzusu belki de kitsch'in büyük çekiciliğinin ana sebebidir. En genel anlamda romantizm ilk önemli ve popüler edebi ve sanat hareketidir. Demokrasilerde insanlar fikir zevklerinin, yaşamlarının

²⁶ Gillo Dorfles, *Kitsch: The World of Bad Taste*, London; Studio Vista, 1969, s. 49.

*esas çekiciliğini oluşturduğunu düşünmüyorlardı; bunlar ciddi yaşam uğraşları arasındaki geçici ve gerekli duraklar olarak düşünülmekteydi.*²⁷

Kitsch çoğu kere zevksizlik olarak tanımlansa da bu tanım yinede yeni bir fenomendir. Bazı eleştiriler kitsch'in evrenselliğinden bahsetmelerine rağmen, Barok'tan önceki süreçle çok fazla ilişkilendirmezler. Bunun sebebi belki de zevksizliğin eski çağlarda nasıl bir şey olduğu hakkında spekülasyon yapmanın son derece afaki olmasıdır. Diğer bir neden ise, zevksizliğin ilk dönemlerde olmayışı ya da olsaydı bile sahte sanatın çok sayıdaki alıcı adaylarına ulaşmak için kurallarını sistematize etme ve aktivitelerini kurumsallaştırma yollarına sahip olmayışıdır. Bu zevksizlik ve modern teknoloji arasındaki ilişki sorusunu doğurur. İlk, modern çağlardaki kötü zevkin ideolojik olarak manipule edilmiş bir zevk illüzyonundan oluştuğu düşünülebilir. Bu yüzden de kitle kültürü ve ideoloji ilişkisi gayet yeterli bir şekilde tanımlanabilmektedir.

*Alman dramaturg ve şair Frank Wedekind'in yazdığı bir oyunda kitsch ile ilgili bir notta, kitsch'in Gotik, Rokoko ve Barok'un çağdaş bir şekli olduğunu belirtti. Belki de ilk kez moderliğin özü bu oyunda kitsch olarak tanımlandı ve kitsch kapsamlı tarihi bir tarz olarak görüldü. Wedekin ifadesinin ironik olarak mı yoksa gerçek olarak mı dikkate alınmasını söylediği tartışmalı bir sorudur. 1918 Mart'ında ölmeden önce yazmış olduğu kitsch'den alınan gerçek sahneler ve diğer notlar, hem ironik hem de gerçek yorumunu desteklemektedir. Ama tartışmayı devam ettiren şey, Wedekind'in modernlik ve kitsch arasında entellektüel olarak rahatsızlık veren bir uyum olduğunu kabul etmesidir. 1. ve 2. dünya savaşlarından sonraki dönemlerdeki çarpıcı ve karamsar gelişmeler Wedekind'in gözlemlerini onaylamıştır.*²⁸

Kitsch, modernizmle birlikte gelişmiş ve bugün kapitalist kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir. Kitsch, kapitalist üretim sisteminde, seri üretim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte daha önce olmadığı kadar da yaygınlaşmıştır. Tüm bu gelişmelerle birlikte kitsch'i her yerde görmek mümkün hale gelmiştir.

²⁷ Calmescu, a.g.y, s. 237.

²⁸ a.g.y, s. 225.

Kitsch'i artık herhangi bir restoranda, bir bankada karşılayabilir, ya da bir reklâm panosunda veya bir diş hekiminin bekleme salonunun duvarlarında görebilirsiniz.

Kitsch, birkaç kategori ya da örnekle sınırlı değildir' der Jacques Stenberg. Kitsch genellikle estetik bir kategori olarak kabul edilir. Çok şaşırtıcıdır ki tarihçilerin, roman yazarlarının, kültür sosyologlarının ve sanat eleştirmenlerinin çok dikkatini çekmektedir. Farklı yazarların hepsi kitsch'in 'estetik açıdan kötü' anlamı üzerinde dururken, bu kötünün ne olduğuna değinmezler. Hatta kitsch'in doğasını estetik açıdan açıklamazlar bile. Elimizde kitsch ile ilgili sosyolojik açıklamalar vardır ancak kitsch'in estetik bir teorisi yoktur. Peki, bu neden böyledir? Kitsch neden estetikçiler tarafından dikkate alınmamıştır? Estetikçiler genelde 'çirkinlik nedir' sorusundan çok, 'güzellik nedir' sorusu ile ilgilenmişlerdir. Bir sanat eserini neyin kötü yaptığınıla ilgili değil, neyin onu değerli/ya da güzel kıldığınıla ilgilenmişlerdir. Kitsch'in estetikçiler tarafından dikkate alınmamasının en önemli nedeni budur.²⁹

2.2.SANATIN ESTETİK DEĞERİ VE KİTSCH'İN ESTETİK YETERSİZLİĞİ

Kitsch'in değersizliğini neyin oluşturduğunu belirlemek kolay bir iş değildir. Kitsch'in estetik doğasına ek olarak, kitsch ve sanat arasındaki ilişkinin de araştırılması gerekir. Kitsch'in ne kadar kötü olabileceği de akla gelebilecek bir diğer sorudur. Ne tip bir kötülükten bahsedilebilir. Kitsch kötü sanatın bir uzantısı olarak görülebilir mi? Kitsch sanatla birlikte mi devam eder yoksa tek başına yeterli bir etki alanı yaratabilir mi? Bu ve benzeri sorular kitsch'in estetik değersizliğinin belirlenmesi çabasında çoğaltılabilir.

Kitsch satın alanlar onu kitsch oldukları için değil, güzel oldukları için alırlar. Çoğu kişiye odalarının duvarlarındaki resimlerin kitsch olduğu söylense kendilerini aşağılanmış hissederler. Genelde kitsch'in sanatsal bir sahtekârlık olduğu söylenmektedir. Kitsch'in bu aldatıcı yapısı bazı yazarlarca fark edilmiştir. Mesela

²⁹ Kulka, a.g.y, s. 18.

Gillo Dorfles kitsch'in, sanatın dışsal özellikleriyle ilgili olduğunu ama bunun aslında sanat sahtekârlığı olduğunu söylemektedir. Mateı Calinescu kitsch'in genel kavramının açıkçası imitasyon, sahtekârlık ve taklit gibi sorular etrafında toplandığını iddia etmektedir. Sorun sadece kitsch'in değil aynı zamanda seçkin sanat eserlerinin de arz ve talep kanunlarına her zaman maruz kalmış olmasdır. Güzellik eski çağlardan beri satın alınmıştır ve satılmıştır. Kitsch ile yaratılan güzellik, daha doğrusu güzellik illzyonunun oluşturulması oldukça kolay olmuştur. Ama bu illüzyon nasıl yaratılmaktadır. Kitsch'in alıcı üzerinde ne tip bir hile oluşturduğunu anlamak için ilk önce değersizliğini tam olarak neyin oluşturduğu sorusunu yanıtlanamız gerekmektedir. Bu yanıt, ortaya çıkan diğer sorulara da ışık tutacaktır. şimdiki sanat değerlendirme kavramlarında bazı yenilenmeler ya da değişimler olmadan kitsch'in seçkin bazı sanat eserlerinden daha aşağı seviyede olduğu gösterilememektedir. Bu yaygın anlayışın düzeltilmeye ihtiyaı vardır.

Bir sanat eserinin sanatsal değerini ölçmek için estetik ayrımcılık ve duyarlılık kapasitesine sahip olmak yeterli değildir. İlgili sanat tarihi bilgisine de sahip olunmalıdır. Yeniliğin artistik öneminin tam anlamıyla kıymetini bilebilmek için kişinin sonraki gelişmelere de aşına olması gerekir. Sanat eleştirmenleri, yeni artistik olasılıkları daha yeni oluşturulmuş eserdeki estetik istismara açık olarak görmektedir. Artistik ve estetik değerlerin, minimum ölümü bir eserin sanat eseri olarak kolayca kabul edilmesi için n bir gereklilikmiş gibi görünmektedir.

Söz konusu estetik ayrımcılık ve duyarlılık kapasitesini geliştirmek için gerekli koşullardan yoksun olan halk kitlelerinin gerçek sanatı anlayamayacakları anlamına kesinlikle gelmemektedir. Buradaki temel sorun, yüzyıllara dayanan deneyim ve birikim sonucu ortaya çıkmış halk sanatı ile "yüksek" sanat eserlerinin karşı karşıya getirilmesi sonucunda oluşan durumdur. Bu durumda "yüksek sanatın" halk kitleleri tarafından anlaşılamadığı, onların üstün sanat yapıtlarını değerlendirebilecek beğeniden yoksun olduğu savı ortaya atılır ki, bu temelsiz bir savdır. Gerçek bir sanat yapıtını toplumun hangi kesimine ait olursa olsun herkes anlayabilir.

Çinli'nin ağlaması ya da gülmesi tıpkı Rus'un ağlaması gülmesi gibi etkiler beni; resimde de böyledir bu, müzik de de... Çin romanı eğer beni fazla etkilemiyorsa, bunun nedeni benim bu yapıtlardan anlamamam değil, bundan daha üstün sanat yapıtlarını izlemiş, onlara alışmış olmamdadır. Yüce sanat yapıtlarının yücelikleri bu yapıtları herkesin alılmayabilmesinden, anlayabilmesinden gelir... Bizi derinden etkileyen yapıtlar, resimler, yontular, müzikler vardır... Eğer sanat insanı ürpertmiyor, etkilemiyorsa bu durum kesinlikle izleyicinin o sanatı anlamamış olmasından değil, izlenilen bu şeyin ya kötü sanat olmasından ya da hiç sanat olmamasındandır... Esasen sanatı insanın akli etkinliklerinden ayıran şey, sanatın insanları onların eğitim ve gelişmişlik düzeylerinden bağımsız olarak etkilemesi: yani bir resmin, sesin, imgenin güzelliği kişinin eğitimi, gelişmişliği hangi düzeyde olursa olsun her insanı etkiler.³⁰

Sanat ürününü sanat nesnesi olarak görüp değerlendirdiğimizde, onun estetik değerinin çok sıradan olması ya da hiç olmaması bir estetik tavır sorununa işaret eder. Estetik tavrın öznesinin dışındaki etkene bağlı olarak ortaya çıkan bu durum, belki de en büyük sorundur. Sanat olanla olmayanın ayırımında kesin yargılara varılamayışının en önemli nedeni estetik algının müspet bilimlere kadar katı ve kesin kurallarının olmamasıdır.

O yüzden de “zevkler ve renkler tartışılmaz”, “şiirin formülü mü var”, bu kasetin kaç sattığını biliyor musun”, “bu postmodern bir anlatı” gibi yargılara sığınarak estetik değerden yoksun nesnelere, sanat nesnesi adı altında piyasayı doldurabilmektedir... Estetik değerler alanında göreceliliğin farkında olunmalıdır. Estetik değerlerdeki bu “göreceliliğin” popüler olanla, kolay olanla bir değersizleştirme “kesinliğine” varabildiğini görmek gerekir.³¹

³⁰ L.N. Tolstoy, Sanat Nedir?, Çeviren: Mazlum Beyhan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2007, syf 110-111

³¹ Vefa Önal, Estetik, Artshop Kuramsal Dizi, İstanbul 2007, s. 12.

Sanat olan ile olmayan ayırımında taraflı bir tanımlama olduğunu iddia eden Raymond Williams, popüler kültür ürünlerinin de pekâlâ sanat olabileceğini ileri sürmektedir. Williams'a göre geleneksel olarak yapılan kategorileştirmenin yarattığı sorun sosyolojik bir öneme sahiptir. Popüler kültür çerçevesinde gruplanan ürünlerin sanatsal değeri veya değersizliğini belirleme çabaları doğallığında sınırlılıklar taşımaktadır.

Hele ki bu kategori bir sanata ilişkin olarak 'sanat değildir' ya da 'gerçek bir sanat sayılmaz' gibi yargılarla özelleşmiş bir pratik içinde yer alan bazı çalışmalara aitse, bu iş epeyce zor olacaktır. Halen bütün sosyo-kültür kuramları bu tür bir sav üzerine inşa edilmiş durumdadır. Buradan hareketle olguya bakıldığında bazı romanlar 'sanat ürünüdür' ama diğer bazıları 'civik kurgu', 'ticari saçmalık', 'düşük edebiyat' ya da 'edebiyat dışı' ve bu kutuplar arasında kalmış olanlar varsa onlarda 'basmakalıp', 'vasat' ya da 'kitaplıktan ödünç alınmış bir sanat'tırlar. Bütün bunları, söz konusu tanımlara uydurabildiğimiz ve nedenlerini araştırdığımız örneklerle düşünebiliriz. Bu terimler, bu eğilimin bütün katmanlarda ortaya çıkmasına karşılık, popüler sanatlarda daha serttirler... Böylelikle genel tanımlama düzeyinde 'kötü bir romanda' 'roman' kategorisinde gösterilen her şey vardır ama buna bağlı olarak hem 'estetik süreç' çerçevesinde hem de romanın 'ciddiyeti' veya 'gerçeklikle ilişkisi' başkaca bir şey yapılamaz. Dahası bu temel karışıklığı birinci düzeydeki bir tarihsel gözleme dayandırırsak- ki bu 'sanat' ve 'alt sanat' ya da 'sanat olmayan' gibi varsayımsal kategorilere doğru bir kayma eğilimidir... Kesin olarak 'sosyolojik kategorileri' bir yana bırakmaya çalışan bir aldatmacayı geri çevirmek zorunda kalırız ve 'sanat ürünlerinin kendisine' yönelmeye başlarız. Bununla ötesinde, bu kuşkulu konular içinde çoğu zaman retorik olarak desteklenmesi gereken bir ölçütle, gayet sert bir entelektüel tavırla ve katı bir ölçüt kullanarak bu kaymayı reddetmek zorundayız.³²

³² Raymond Williams, *Kültür, Çev; Suavi Aydın, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 1993, s. 123-124.*

Popüler kültüre ait popüler sanat kavramı, bu kültürün üretim ve tüketim ilişkilerini de ifade etmektedir. ‘Yüksek’ kültüre ait sanatın niteliklerine sahip olmayan ve çoğunlukla ‘düşük’ sanat olarak ifade edilen kültürel durumlar çoğunlukla ‘popüler kültür’ olarak tanımlanmaktadır. Popüler kültür ve yüksek kültür tanımlamalarında ‘yüksek’ sanat ve endüstrileşmiş sıradan, vasat sanat terimleri de çeşitli yazarlar tarafından kullanılan kavramlardır. Böylelikle, modern çağda ‘yüksek’ sanat ile endüstrileşmiş sanat, aynı kavramsal bütünün karşıt parçaları olarak tanımlanabilir. Bir kültürel olgunun popüler (onunla iç içe geçmiş anlamıyla ticari) olması durumunda sanatı var eden ‘yüksek’ olma özelliğinden söz edilemez ve bu popüler sanatın temelini oluşturur. Sosyolojik olarak kavramlara bu bakış açısı ile yaklaşıldığında sanat olan ile sanat olmayan ayrımı ortaya çıkmaktadır. Ticari içerik taşımaları yönüyle kültür endüstrisi ürünleri yani popüler kültür ürünleri, sanat olmayan kategorisi içinde ele alındığında bir ölçüt sorunu ortaya çıkmaktadır.

Tek başına sanatsal değersizlik kitsch olarak değerlendirilmemelidir. Estetik değersizlik de olmalıdır. Kitsch'in hem artistik hem de estetik değersizliği iddiasını doğrulamak istiyorsak, onun sadece dramatik olarak diğer sanatlardan farklı olduğunu değil, aynı zamanda kötü ve sıradan eserlerden de (estetik açıdan) farklı olduğunu göstermemiz gerekmektedir. Samimi artistik niyetlerle oluşturulmuş birçok eser, sıradanlıktan kötüye kadar uzanmaktadır. Ama yine de sanat olarak düşünülmektedir. Bu yüzden de sadece, kitsch'in ciddi estetik eksikliklerden muzdarip olduğunu değil, aynı zamanda bu kusurların yeterince çarpıcı olduğunu göstermek zorundayız.³³

Aslında bir sanat yapıtını kitsch unsurlar taşıdığı gerekçesiyle sanat dışı görmek tüm sanat dallarında aynı temele dayanır. İster roman, ister sinema filmi, ister resim ya da mimari olsun kitsch'in onlardaki yansıması ortak noktalara işaret eder.

³³ Kulka, a.g.y, s. 64.

Bazı yenilikçi ressamlarca yaratılmış olan eserlerin bazılarında, sanatsal değeri hakkında huzursuzluk hissetmelerinin nedeni, onların estetik boyuttan eksik olmalarıdır. Buna karşın imitasyonların sanat eseri olarak kabul edilmemesinin sebebi ise onların artistik değerinin olmamasıdır. Artistik ve estetik değer arasındaki kavram farkının ikisinin arasında ilişki olmadığını göstermediğinin de farkına varılması gerekmektedir. Etkileyici sanatsal yenilikler (kübizm gibi) estetik perspektifimizi etkileyebilir. Ve estetik düşünceler artistik bütünlüğü belirlememizde net bir rol oynamaktadır.

Sanat eserinin yapı taşlarını kapsamlı bir bütüne entegre edememe estetik bir kusur oluşturmaktadır. Ama kitsch'de bu durumdan belirgin bir şekilde bahsedilemez. Önce bütünlük kavramını ele almak gerekir. Bir sanat eserinin iyi kombine edilip edilmediği ne anlama gelir?

Kitsch'in estetik eksikliğini göstermek istediğimiz için sanat eserlerini genel olarak değerli kılan estetik özellikleri ayırt etmemiz ve ondan sonrada kitsch'in bunları yeterli derecede sergileyemediğini göstermemiz gerekmektedir. Peki, bu özellikler nelerdir? Sanat eserlerini değerli kılan özellikler nelerdir? Mesela pastel renkleri kullanmak sanat eserlerini güzel yapar, hâlbuki canlı ve parlak renkler kötü yapar diyebilir miyiz? Zarif mat renkler ifadesinin resimleri övmek için kullanıldığını biliyoruz. Bu doğru bile olsa böyle spesifik özellikler amacımıza hizmet edemez. Standart değil, genel anlamda yeterli de değildir. Pastel renkler romantik bir manzara resminin estetik değerini arttırabilir ama favoist portre için son derece kötü olabilir. Buna karşılık favoist resim, renklerin kompozisyonundan yararlanabilir. Dahası bütün artistik objeler pastellik ya da canlı renkler diye derecelendirilemeyebilir. Aradığımız özellikler, bütün sanatsal özelliklerin bir derece kadar bunlara sahip olması bakımından standart olmasıdır.³⁴

³⁴ a.g.y, s. 45–54.

Sanat eserlerinin artistik değeri, geleneksel olarak karmaşıklık, yoğunluk ve bütünlük açısından analiz edilmektedir. Eser ne kadar yoğun olursa, ne kadar kompleks ve farklı öğeler bir araya getirilirse o kadar iyi olduğu varsayılmaktadır.

Heidegger'e göre nesne, araç ve eser ayrımını yapmak, sınırlarını belirlemek, kavramsal açıdan tartışarak çözülecek türden sorunlardır. Yani nesne, araç ve eser varlığın farklı biçimlerinde ortaya çıkan üç var olan durumdur. "Gerçi sanat eseri üretilmiş bir nesnedir, fakat o nesnede başka bir şeydir. Eser bizi başka olan ile karşı karşıya getirir, o "allegori"yi açığa çıkarır. "sanat eserinde üretilen nesne ile başka bir şey ortaya konur. Eser simgedir."³⁵

Kitsch olgusu estetik yetersizlik gösterdiği için, kitsch'in bu özellikler açısından yetersiz olması makul gibi görünmektedir. Dahası kitsch, istenilen amacı bir şekilde elde edememiş bir sanat olarak düşünülmediği, fakat sanatsal çöp olarak kabul edildiği için bu yetersizliklerin ortaya çıkmasını onaylamak için yeterince çarpıcı olması beklenmektedir. Kitsch için bir diğer gereklilik ise, ön koşul olarak (bu koşul olmadan kitsch imkânsız olacaktır) tam anlamıyla olgunlaşmış bir kültürel geleneğin var oluşudur. Dolayısıyla, Adorno'nun yerinde gözlemiyle, kitsch öyle basitce kültürlülük savunucularının sandıklarının tersine, 'gerçek' sanata düşman cepheye teslim olmanın doğurduğu, sanatın da kusup bünyesinden atıverdiği bir şey olmayıp, daha fazlasıdır. Bir başka deyişle, sanatın bağrında kuluçkada yatan ve dışarı fırlayacağı anı sinsice kollayan, bu nedenle öyle hafife alınamayacak bir olgudur kitsch. Ucuz ve pazarlanabilir duygulara teslim olma eğilimi zaten çağdaş insanda iyice yuvalandığından, o anın gelmesi de fazla gecikmez. Özellikle yarı-okumuş bilince özgü, romantizmden bozma "Sevdim bu eseri!" tarzı giydirilmiş-özel tüketici beğenisi sürdükçe kitsch denen kültür çöplüğünün değişik düzlem/düzeylerdeki sultanı da sürer gider.³⁶

³⁵ Martin Heidegger, Sanat Eserinin Kökeni, Çev. Fatih Tepebaşılı, De Ki Basım Yayın, Ankara, 2007, s. 99.

³⁶ Hasan Ünal Nalbantoğlu, Âlem Kitsch Olmuş Biz N'apalım, www.birikimdergisi.com

Gadamer'e göre bir sanat eseri 'var olmada bir yükselişe' yol açar. Sanat eseri bizi yenedünyaya yönlendirir ve böyle bir sanat tecrübesinden sonra aynı yerde kalamayız. Fakat biz kitsch'le zorlanmadığımız için bu dönüşüm hiç olmaz. Kitsch tasvir edilmiş objeler ve temalara ilişkin ilişkimizi (ilgimizi) güçlendirmez. Bu aynı zamanda çok sayıda soyut kitsch resmin ya da heykelin olmayışının da sebebidir.

Kitsch yorumlanmak istemez veya tek bir şekilde yorumlanmak ister ki bu da Gadamer'e göre tek ve aynı şeydir. Sanat eseri ile diyalog sınırsız bir diyalog olmasına rağmen, kitsch bir işte diyalog yalnızca sonsuzmuş gibi görünür.

...Kiç denen ürünün, sanatın en önemli bileşenlerinden olan 'sorun yaratma' (sorun çözme değil) kapasitesine ve potansiyeline sırtını dönmeydi. Gerçek sanat yapıtı bize hayatı kolaylaştırmaz. Aksine soru sormaya, düşünmeye, sorgulamaya iterek daha da güç hale getirir. İşleri karmaşıklaştırır. Bildiğimiz gerçeğin tek olmadığını bize hatırlatır. Oysa kiç, tekrara dayalı olması nedeniyle, hazır kalıpların içinden üretilir. O nedenle de biz, kiç ürünlerde, hayatın ve bildiklerimizin, doğrularımızın tekrarından başka bir şey bulmayız. Hayatı kolaylaştırır ama o nedenle hem kendileri sıkıcı olur, hem de hayatı sıkıcı hale getirirler. Tekrar edilen şeyden başka bir şey beklemek de abestir!³⁷

Nelson Goodman şöyle der: “ önemli bir sanatçının eserlerinin sergisine gittiğimizde, içine girdiğimiz dünya, dışarıda baktığımız dünya değildir. Her şeyi bu eserlerin açısından görürüz.” Eserle kurduğumuz ilişkinin dönüşümü ve zenginleştirilmesi birçok farklı şekilde sağlanabilir. Sanat eseri var olmamızda bir üst duruma taşırken insanı standart tüm bağlarımızı çözer, zenginleştirir ve nihayetinde dönüştürür.

³⁷ Hasan Bülent Kahraman, Kitle Kültürü Kitlelerin Afyonu, Agora Kitaplığı, 2. Basım, İstanbul, 2007, s. 23.

Edouard Manet'in " The Bar at the Folies-Bergere" isimli resminde güzel bir kadını bir kabare barında servis yaparken resmetmiştir. Bu resimle ilgili olarak James Ackerman "resmin anlattığı şey, bir bar, bir bar kızı ya da bu işin Folies Bergere'de nasıl yapıldığı değildir. Resim sanatçı ile paylaşılabilinen canlandırıcı bir deneyimin özünü çıkarıyor" der. Ki burada bardaki objeler, gaz lambaları, hatta bardaki kız ve aynaya yansıyanlar olağan özelliklerini yitirip, algıya yönelik insan zekâsı ile büyüülü bir imaja yönelir. Yani dönüşümün bir ürünü haline gelir. Bu tıpkı bizim sıradan dünyanın aniden değiştiğini görerek yaşadığımız deneyim gibidir. Manet'in imajının değeri çevre ile ilgili bir deneyimin izolasyonunda yatıyor, yani resme bakan çoğu insanın ressam ile paylaştığı bir deneyimdir.³⁸ (Bakınız Resim 2)



Resim 2 : ÉDOUARD MANET, 'A Bar at the Folies-Bergère', 1882, Yağlıboya, 96x130cm
Kaynak: <http://en.wikipedia.org>

Sanat eseri ile kitsch nesnesinin karşılaştırılmasında önemli bir diğer hususta, izleyicide uyandırdığı duygu sorunudur. Sanat eseri izleyicisinde doğrudan bir duygu uyandırmaz, var olan duyguları bir üst aşamaya taşır ve bu duygu alımlanması sürecinde bir sorgulama yaşanmasına yol açar. Kitsch nesnesi ise birbirinin aynı duyguların tekrarından ibarettir, o kendini o kadar tekrar eder ki sonuçta duyguların kalıplaşmasına yol açar.

³⁸ Kulka, a.g.y, s. 25–28.

*Kitsch, sınıflandırılmış duyguların anlatımına yönelik nihai formülü daima esas kabul eder. Dondurulmuş gösterge ise, hayal gücünün standart hale getirilmesiyle yapılan tek elden yönlendirme için kusursuz bir silah olup, her an karşısındakini esir almaya hazırdır artık-masumane başlangıç, giderek totaliter rejimlerin vazgeçemediği bir baskı aracına dönüşmüştür böylelikle. Kitsch, kendisiyle alışverişe giren insanı, her karşılaşmada bir kez daha üreterek, bulunduğu yerin sınırlarına mahkûm eder onu- sistemleştirilmiş duygu, yanlış bilincin önsözüdür.*³⁹

Paket olarak sunulan duygular, paketlenmiş olarak kendini teşhir etmektedir ve en üst düzeyde katharsisi hedefler. Onun hedeflediği duygusal mesaj, belli bir iletiye dönüşüncüye kadar, anlamda hiçbir kaymaya yol açmaz. İçerik olarak günlük ve sıradan olayları betimlerken, biçimsel olarak sahte veya kabuktur. Kitsch üretiminde gösterilmek istenenle, gösterilen arsındaki ilişki her koşulda mutlak ve değişmezdir. Bu özellikleri gereği de kitsch ürününün belli bir hedef kitlesi yoktur, onun hedefinde tüketime hazır tüm kitle bulunur. Bu açıdan kitsch, günümüz kitle kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır.

2.2.1. Kitsch'in “Estetik Yetersizlik Kanunu” Açısından Değerlendirilmesi

Kitsch spesifik olarak estetik bir yalan söyleme şekli olarak tanımlanabilir. Bu sıfatla güzelliğin alınıp-satılabileceği modern illüzyonuyla da açıkça ilişkilidir. Çeşitli formlardaki güzelliğin arz ve talep kanununa maruz kalan diğer herhangi bir mal gibi sosyal olarak dağıtılabileceği anda ortaya çıkmaktadır. Güzellik, eşsizlik iddiasını bir kez kaybetti mi ve dağılımı parasal standartlarla düzenlendi mi (ya da politik standartlarla) onun üretilmesi çok kolay bir şey olarak ortaya çıkâr. Bu gerçek, doğanın bile ucuz sanata benzetilmesiyle sonlanan, günümüz dünyasındaki sahte güzelliğin her yerde olmasının nedenini açıklayabilir. Yüz yıldan daha kısa bir süre önce, Oscar Wilde'nin, meşhur ‘Yalan Söyleme Bozukluğu’ ‘Decay of Lying’ de belirttiği gibi geçmişte sanat doğayı taklit ederdi. Günümüzde sanatın bir

³⁹ Mehmet Ergüven, Görmece, Metis Yayınları, 2. basım, İstanbul, 2007, s. 20–21.

kartpostal kadar güzel olmak için seri üretim renk reproduksiyonlarını taklit etmektedir. Yeniden üretilen veya çoğaltılan sanatsal üretimler, teknoloji alanında yaşanan gelişmelere bağlı olarak, seri üretim olanaklarının da artmasıyla doğrudan ilişkilidir.

Kitsch kendisini sanatın en risksiz, önceden denenmiş ve başarısı sabitlenmiş alanları üzerinde var eder. Kitsch, stilistik yenilikleri asla riske atmaz. Kitsch en konservatif, denenmiş ve test edilmiş stilistik uygulamaları kullanır. Bu gerekçe kitsch'in artistik statüsünü inkâr etmek için tek başına yeterli değil midir? Tamamen değildir, çünkü bütün yenilikler stilistik olmak zorunda değildir. Sanat eserleri başka şekillerde de ilham verici olabilir.

“Dönemlerinin stilistik uygulamaları sayesinde çok başarılı çalışmalar yapmış olan tanınmış bir çok sanatçı vardır. Sanat eseri fazla stilistik değer taşımasa da yine de değerli olabilir. Artistik değersizlikleri estetik değerleriyle telafi edilebilir. Uygun konu maddeli akademik çalışmalar ancak estetik açıdan yetersiz ise kitsch çerçevesinde yer alabilir.”⁴⁰

Bu stilistik yeniliklerin bir diğer kullanım alanı da sembol'ün kullanımınıdır. Sembol'ün sanat eseri ve kitsch açısından kullanımını karşılaştırdığımızda birkaç önemli sonuca ulaşabiliriz. Sanat eseri ne sunduğunu vurgular, sembol ise vurgulamaz. Ama sembolü bizim anlamamız bize yakın gelen şeyle olur hâlbuki sanat işi bu konuda bize tanıdık gelmez. Bunlarla ilgili olarak, kitsch işin sembolün bir çeşidi olduğunu söyleyebiliriz. Bir sanat eserinde, sıradan bir sembolde olduğundan çok daha fazla şey vardır. Kitsch işte bu yoktur ve bize tanıdık gelmeyen hiçbir şeyi olamayacaktır. Hatta bilakis, o bize o kadar aşınadır ki, onu ilk bakışta anlayabiliriz. Bazen kitsch, tamamen tanıdık görünmeyebilir fakat onun detaylarında çalışılırsa, onun tanıdık parçalardan oluştuğu görülebilir ki, bu da bize, kitsch'i iyi ya da kötü kitsch olarak ayırmamızın olanağını tanır. Kitsch iş her zaman başka şeylere işaret eder; daha önce olan bazı şeylere, yeni ve devrimci olan bazı şeylere fakat sıradan olan şeylere sahiptir. Böylece aslında o, daha çok işaretlere benzer (onun bir

⁴⁰ Kulka, a.g.y, s. 60.

sembol olduğuna bizi inandırmaya çalışır). Fakat bu işaretlerin aksine, kitsch iş bir diğer alana vurgu yaparken durmaz. Bir kitsch iş, işaret ettiği şeye verilen anlamla kendisini doldurur ve fiyata vurgu yapar; bu anlamıyla da içi boştur. Kundera, Varolmanın Dayanılmaz Hafifliği isimli kitabında şöyle der: “ kitsch hızlı başarıda iki damla gözyaşının akmasına neden olur. Birinci yaş şunu söyler; çocukları çimenlerde yürürken görmek ne güzel... İkinci yaş şunu der; çimenlerde koşan çocuklarla, tüm insanlıkla birlikte hareket etmek ne güzel... İşte kitsch’i kitsch yapan bu ikinci yaştır.”

Genel olarak kitsch özgün olmaksızın sanatsal olmayı dener, şeylerin kalitesinin sunumu veya iddialarını görmezden gelir. O mimari, peyzaj, iç dekorasyon, resim, heykel, müzik, sinema, televizyon programları ve hemen hemen tüm sanat dallarına küçültücü bir amaçla uygulanabilir. Eğer kitsch’i estetik aldatma ve kendini aldatma açısından düşünürsek sanatın işaretlerini taklit etme ya da yanlış kullanma kadar farklı kitsch türleri vardır

Modern kültürün bir başka sosyologu olan Dwight Macdonald’ın değerlendirmesine bakacak olursak, 19. yüzyılın başlangıcından beri kitsch’in büyümesinin ana nedenlerinden biri ‘iş alanındaki girişimciliğin, yeni uyanan kitlelerin kültürel taleplerinde kârlı bir pazar bulmaları ve modern teknolojinin yeterli miktarlarda kitap, resim, müzik ve mobilyaların ucuz üretimini, piyasayı tatmin etmesini sağlamasıdır. Kitsch ile ucuz maliyet arasındaki bağlantı genelde kaçınılmaz olsa bile piyasayı tatmin etmesi açısından da ilişkilidir ancak bu konu tek başına ele alındığında bir kıstas olması açısından yeterli verilere sahip değildir. Kitsch bir objenin maliyeti pahalı olmasa bile kitsch genellikle zenginliği ve lüksü çağırır. İmitasyon altın veya gümüş objeler ve renkli cam mücevherlerin şüphesiz kitsch ile bağlantısı vardır. “ Gerçek kitsch’e yani üst sınıf kitsch’e çok sayıda örnek verilebilir. Örneğin lüks içinde yaşayan Bavaria kralı Ludwig II ve o dönemde hüküm süren krallar kitsch’e yönelmişlerdir. Abraham A. Moles gibi bazı yazarlara göre gerçek kitsch, neo-kitsch stiline oluşumuyla karakterize edilerek ele alınmalıdır”.⁴¹

⁴¹ a.g.y, s. 255–256.

Kitsch'in düşük şekilleriyle tatmin edilen zevk türünün popüler zevk ile karıştırılmaması gerekir. Yüzyıllar boyunca popüler zevk anlamını ve doğal memnuniyetini halk kültürü ve şiirinde bulmuştur ki bunlar hiçbir şekilde estetik açıdan yüksek kültüre ait eserlerden daha aşağıda değildir. Uzun ve yaratıcı bir süreçten sonra halk kültürü büyük ölçüde işlenmiştir. Önemli olan tıpkı Macdonald'ın da dediği gibi "halk sanatı alttan gelir. Hâlbuki kitle kültürü yukarıdan doğmuştur."

Ucuz veya pahalı kitsch sosyolojik ve psikolojik açıdan bir yaşam tarzının ifadesidir. Bu belirleme onun burjuva veya orta sınıfa ait bir yaşam tarzını ifade eder. Bu tarz, bir toplumun hem üst hem alt sınıf üyelerine hitap edebilir. Hatta tüm toplumun ideal yaşam stili haline gelebilir. Abraham Moles bu açıdan bakılacak olursa yedi farklı biçimde davranış modları ortaya koymuştur. '1-ascetic (dünya nimetlerinden kendini çekmiş), 2-hedonist (hazcılık, tüketim için tüketim), 3-aggressive (savaşçı, saldırgan), 4-acquisitive (açgözlü), 5-surrealist, 6-functionalist (fonksiyonelci) veya cybernetic (güdü bilim), 7- kitsch.'

Kitsch modu diğerleriyle bağlantılı olmakla birlikte ascetic modu ile taban tabana zıttır. Kitsch'in doğasını anlamak için orta sınıf düşüncesinin hedonizm özelliğinin iyi kavranması gerekir. Aktif bir sınıf olan orta sınıfın hedonizmi boş zamanın kullanılmasıyla ilişkilidir. Bu bir rahatlama hazcılığıdır ve bu yüzden doğada giderilebilir. Bu noktada kitsch kendisini günlük gerçeklikten uzaklaşan sistematik bir girişim açısından tanımlamaya yöneltir. Ki bu da zaman ve yerdir. Orta sınıf hazcılığı prensipte yeni deneyimlere açıktır, bu açıklık hiçbir eleştiri tarafından engellenemez. Bu hazcılığın yüzeyselliği onun 'güzel' hurda elde etmek için sonsuz kapasitesi tarafından evrensellik ve bütünlüklü olarak evrilebilir.⁴²

⁴² a.g.y, s. 255–256.

Modern orta sınıf hazcılığının bu temel özelliği tüketimin bir çeşit düzenleyici sosyal ideal noktasına gelmeyi teşvik etmesidir. Açıkçası üretim ve tüketim birbirini her zaman karşılar fakat karşılıklı konsept ve aktivitelere bağlı ahlaki önem geniş çapta değişiklik gösterir. Çalışmaya yüksek bir değer yüklemeyen toplumlarda dahi –gelenekçi toplumlar- tutumluluk, tasarruf, biriktirme erdemlerine çeşitli nedenlerden ötürü eğilimlidir ve sonuç itibariyle ölçsüz tüketimle ilgili tehlikelere karşı önlemini alacaktır. Her ne kadar modernite büyük ölçüde meşhur Protestan iş ahlakının (ki Max Weber bunu kapitalizmin temel nedeni olarak görür) bir ürünü olsa da günümüz ekonomisinin dinamikleri ve sosyal faaliyetlerin gerçekleştirildiği geçici çevre, gelenekçi bakışa köklü bir değişiklik getirir. Tüketim tam anlamıyla kendi haklarını talep eder. Hâlbuki eski tasarruf alışkanlıkları artık demode olmuş geçmişin büyük kalıntıları gibi görünür. Belli temel ihtiyaçların yerine getirilmesi açısından tüketim nedense bir görev haline gelmiştir yani ekonomik refahı ölçmenin ötesinde tüketim dünyayı anlama ve kavrama şeklidir.

Geleneksel toplumlarda kendisini dolaylı bir hareket içinde sürekli yenileyen homojen bir zaman, yarının aslında dünden veya bugünden farklı olmayacağını garantisini verir. Kişisel endişe ve trajediler tabii ki de mümkündür ve uyumlu bir evren çatısı içerisinde kazalar ve düzensizlikler kişisel ve kolektif felaketleri harekete geçirebilir. kitsch'in en büyük gücü, sanatsal kültürle direkt veya dolaylı olarak bağlantılı olan her şeyin ani bir tüketime dönüşebileceği gerçeğinde yatar. Sıradan bir tüketicinin aksine, sanat tüketicisinin hoşlandığı şeyi tüketmediği doğrudur. Ama kitsch tüketicisi, sıradan bir tüketici gibi davranacaktır.

Günümüz tüketicisinin estetik taleplerine karşılık vermek için kültür endüstrisi, tüketicinin hoşlanabileceği şeyleri taklit etmek, kopyalamak, yeniden üretmek ve standart şekle sokmak için beslemektedir. Kitsch bu yüzden 'etkin' sanattır; yani günümüz toplumunun genişletilebilen kültürel yönü ve tüketiciliğin estetik ve etiklerinin en direkt göstergesidir.

Bir ideoloji biçimi olarak kitsch aslında oldukça spontone bir biçimde ortaya çıktı ve üst sınıf tarafınca işçi sınıfını ya da kitleleri devrimsel boşluktan saptırmak için kasıtlı olarak oluşturulan yaygın Marksist görüş

temelde doğru değildir. Bu yanlışlık bazı Marksist ya da para-Marksist eleştirmenlerin kitsch dünyası ve kitsch'in içsel diyalektiği hakkında son derece kavramsal gözlemler yapmasını engellemez. Temelde hatalı olan bir yaklaşımın entelektüel olarak heyecan verici ve hatta da verimli oluşu ilk kez olan bir şey değildir. Çağdaş 'kitle kültürü'nün bu kadar çok öğrencisi kitsch'in orta sınıf kökünü ve doğasını görmezden gelseydi bu aynı zamanda kitsch'in en açık özelliği olurdu.⁴³

Kitsch aslında günümüzde toplumumuzun büyük çoğunluğunun tarzı olan orta sınıfını beğenidir. Kitsch orta sınıfın zaman farkındalığının sorumlusu olan önemli bir etik değişimin direkt sanatsal sonucudur. Genel olarak kitsch gerçek olmayan geçmişten aynı şekilde gerçek olmayan bir geleceğe doğru giden kronolojik zamanın anlamsızlığı ve değişim terörüne karşı bir tepki olarak görülebilir. Böylesi koşullar altında niceliği sosyal olarak gitgide artmakta olan boş zaman garip bir yük, boşluğun yükü olarak hissedilmektedir. Kitsch boş zamanı öldürmenin kolay bir yolu olarak gerek iş, gerekse eğlencenin banallığından zevk verici bir kaçış olarak ortaya çıkmaktadır. Kitsch eğlencesi ya da kitsch zevki korkunç ve anlaşılmasız sıkıcılığın (sıkıntının) sadece bir başka yanıdır.

Gillo Dorfles için kitsch'i, artistik ve doğal bir fenomenle karşılaştığında kişinin gösterdiği davranış olarak değerlendirir. Kitsch, sanatın değer sisteminde kötü bir unsurdur. Bu kötü unsur kitsch'in temel özelliğinde tanımlanabilir. Bir yalan olarak görülen kitsch eseri, kitsch sanatçısı ve kitsch tüketicisi arasında yakın bir ilişki, hatta bir nevi ortaklık göstermektedir. Kitsch'i bir nesne olarak incelemek, onu tek başına bir olgu olarak anlamak için yeterli değildir. Kitsch kavramını tam olarak anlamak için kavramın ayrılmaz bir parçası olan kitsch-man (kitsch insan) olarak isimlendirilen kişiyi yani kitsch üreticisi ve tüketicisini de incelemek gerekmektedir.

Hermann Broch, kitsch insanına ilişkin; kitsch'i seven, bir sanat üreticisi olarak onu yaratmak isteyen ve sanatın tüketicisi olarak da yüksek miktarlarda para vererek onu satın almaya hazır kitsch insanı olmasaydı, kitsch denen olgunun olmayacağı saptamasını yapmıştır. "Broch'u izleyen Lukacs, kiç insanın özelliklerini

⁴³ a.g.y, s. 255–256.

şöyle özetliyor: Kiç insanı, yalanı temel alır: insanın toplumsal gerçeklikle olan bağlantısına, sınıfı karşısındaki tutumuna, bu sınıf içerisindeki yazgısına, buna bağlı olarak da kendi kişiliğinin yapısına ve bu yapıya uygun düşen yazgıya ilişkin tasarım, çoğunlukla bilincine pek varılmamış, çarpıtılmış, yanılsamalara dayanan bir tasarımdır.⁴⁴

Kitsch olgusunda önemli olan şey gerçekliğin yansıtılması ve yansıtmaya ilişkin biçimlenişine yaklaşımın nesnel açıdan çarpıtılmış bir biçimde gerçekleşmesidir. Kitsch'i yaratmanın amacı, gerçekliği doğru biçimde yansıtarak insanın özünde bir yükselişe değil, tam tersine, bu yansıtmayı her hangi bir gerekçeden yoksun olarak, biçime çarpık bir şekilde yansıtmaktır. Biçimin özü veya belli bir içeriğin biçimi olması yanı sıra kitsch, öz itibarıyla yalan temeline oturur ve çarpıktır. Bu özelliği nedeniyle kitsch üreticisinin teknik becerisi veya biçimsel buluşlarını üretimde kullanmasının bir önemi yoktur.

Kitsch'in sonsuza uzanan somut değişebilirliği, bayağı ya da ustaca, "sağlıklı" ya da bir çürüme biçiminde, biçimsel olarak iyi ya da kötü, yetenek ürünü olarak ya da olmayarak ortaya çıkarılışı, yalandan kaynaklanan yapısının hangi sınıfsal yapıya oturduğu konularına burada değinmemiz bile olanaksızdır... Gerçekliğin estetik yansıtılmasına ilişkin anlayışımız açısından bir Rönesans ya da Barok sarayı görünümüyle maskelenmiş bir apartmanla, Courths-Mahler'in romanları ya da milyonerin oğluyla sekreter kızın evlendikleri bir film arasında ilke bakımından hiçbir ayırım yoktur.⁴⁵

Kitsch'de anlatılan duygunun yapay, dahası yalan üzerinde temellenmiş olması ondan algılanan izlenimin biçimsel dış görünüşleri bakımından gerçek estetiği ne kadar benzediği ile ölçülebilir. Burada söz konusu olan şey, biçimsel olarak gerçek estetiğe çok benzerse iyi, az benzerse kötü kitsch'dir demekle aynı şeydir

⁴⁴ Ahmet Oktay, Kiç Toplum ve İnsanı, Radikal İki, 2 Haziran 2002

⁴⁵ Georg Lukacs, Estetik III, Çeviren: Ahmet Cemal, Payel Yayınları, 2. basım, İstanbul, 2001, s. 38.

Kitsch fenomeninin taklit sanat alıcı rolü görmezden gelinirse tam olarak anlaşılabilir. Bu bizim 'kitsch man' adı verilen karmaşık bir problemi tartışmamız gerektiği anlamına gelir. Hermann Broch, Ludwig Giesz, Gillo Dorfles, Richard Egenter ve diğerleri gibi farklı altyapıları olan yazarlar kitsch man konseptine çok dikkat etmişlerdir. Açıkça söylemek gerekirse kitsch man, kitsch'i, kitsch olmayan eser ya da durumlar olarak gören ve gönülsüz bir şekilde estetik bir tepki paradisi yapmaya meyilli olan kişidir. Kitsch-man'ı tanımlayan şey onu artistik ya da güzel olan şeyle ilgili hazcılık düşüncesinin yetersizliğidir. Tarihsel, sosyolojik ve kültürel terimlerle analiz edilebilen nedenlerle kitsch-man boş zamanını minimum çaba yerine, maksimum heyecanla doldurmak ister. Onun için en mükemmel olan şey çabasız bir eğlencedir. Kitsch-man kavramı onu sadece estetik olarak değil, etik terimlerle düşünürsek net bir hale gelir. Hermann Broch geçerli olan bir noktaya dikkat çekmiştir; "kitsch sistemi, kitsch'i izleyenlerin mükemmel çalışmasını gerektirir, hâlbuki sanat sistemi ahlaki bir emir verir: iyi çalış."⁴⁶

Kitsch güzel olduğu önceden tescillenmiş her şeyi içine alırken kitsch alıcısı ise sadece tüketir veya başka bir söylemle ona sadece sahip olur. Anlamaya yönelik hiçbir çaba sarfetmez, alma eyleminin özündeki temel duygular açgözlülük tembellikle örülmüştür. Kitsch insan, Raffel'i kartpostal ressamı olarak yargılar, Wagner ya da Verdi'yi müziklerinin kalitesinden çok oratoryolarının romantik içeriğine göre algılar. Antonello De Mesina ya da Morandi'yi gerçek resimsel açıdan ziyade resimlerini hoş ya da dekoratif açılarıyla yargırlar. Kitsch insan en net olarak müzik dinleme şekliyle belirgindir. Kitsch insan sahip olmayı şu ana kadar hayal bile edemediği bazı duygusal eğilimlerini kendi şiddetli hatta eğitimli kompozisyonlarla birleştirerek bir kitsch haline dönüştürür. Bu, diyalogun çöküşüdür. Kitsch insan sanat eserini hiç dinlemez, o, kitsch'in görüntüsüyle ilgilidir. Kitsch insan kendisinin duymak istediği sözleri kitsch'in söylemesini sağlar. Bu durumda sessizliğe bürünmüş daha doğrusu sessiz olması için zorlanmış olan sanat, kitsch'e dönüşür.

⁴⁶ Kulka, a.g.y, s.262.

2.3. KITSCH'İN ETİMOLOJİK KULLANIM İÇERİĞİ

Etimolojinin iddia ettiği üzere kitsch gerçekten kötü sanat, artistik veya gerçek çöp olarak tanımlanabilir mi? Ya da kitsch kavramını hatalı sanat olarak görüp, sahte veya yalan kategorisi içinde mi değerlendirmeliyiz? Eğer kitsch ve sahte arasındaki ilişki kabul ediliyorsa bu ilişki kitsch'in sadece 'kötü zevk'in bir eşanlamlısı olduğu yaygın görüşünü nasıl açıklayabilir? 'Kötü zevk' olarak adlandırılan kitsch, estetik açıdan mı değerlendirilmeli yoksa ideolojik farklılığın bir türü olarak sosyolojik açıdan mı algılanması gerekir? Sahtelik veya yanlışlık olarak bakıldığında kitsch'in aynı zamanda etik açıdan değerlendirilmesi de gerekmez mi? Kitsch ile ilgili bu ve benzer sorular sorulmaktadır ve sorun, tüm bu soruların belli ölçüye kadar iyi seçilmiş sorular olmasıdır. Bu soruları cevaplamadan önce kitsch'in çeşitli modern dillerdeki 'kötü zevk' terimlerini incelemeliyiz.

Bazıları kitsch kelimesinin İngilizce kökenli olduğunu ve 'skeç' kelimesinden türediğini söylerken, bazılarıda almanca kelime olan 'verkitschen' (ucuzlatma) dan türediğini ileri sürmektedir. Fransızca kelime 'chic' den türediğine ilişkin görüşlerde vardır. Standart sözlüklerde bu kelimenin anlamı şu şekilde yer almaktadır: değersiz sanat, sanatsal çöp, kötü sanat. Kitsch her ne kadar 'kötü' ise de, tüm kötü sanat kitsch değildir. Kitsch sadece sanatsal bir başarısızlık değil, aynı zamanda hatalı bir çalışmadır da. Kitsch estetik bir algılamalıdır ve bu şekilde yorumlanmalıdır. Kitsch bazı insanlar tarafından kötü zevk olarak algılanmaktadır. 'kötü zevk' tabiri, kitsch'in baştan çıkarıcı güçlerini açıklamak için ne gerekli ne de yeterli bir durumdur. Eugene Goodgeart şöyle der: ' hepimizin içinde kitsch'i isteyen, ona ihtiyaç duyan bir şeyler olmalı. Kitsch herkezin paylaştığı bir arzudur.' Öncelikle şu soruyu cevaplamamız gerekiyor. Ne tür objeler kitsch olarak doğru bir şekilde sınıflandırılır? Ya da daha basiti kitsch nedir? Kitsch'in sınıfsal bir tanımı bazı normatif sorulara cevap verebilir.⁴⁷

⁴⁷ a.g.y, s. 18.

Kelimenin türediği Almanda kitsch'in bir takım eşanımları veya yakın anlamlarını taşıyan kelimeler vardır. Örneğin 'schund' veya 'trivial' gibi, bu kelimeler gerçek kitsch'i açıklamak için kullanılır. Fransızca'da 'canelote' kelimesi pek çok kitsch objesinin ucuzluğunu ve kötü kalitesini ifade eder ancak estetik bir kavram olarak kullanılamaz.

Ayrıca Fransızca'da 'syle pompier' kavramı resimde kötü zevk anlamında kullanılır ancak bu kitsch'in karşıladığı kavramsal esneklikten yoksundur. Alman İbranicesi (Yiddish)'de ve Amerikan İngilizcesinde 'schlock' (düşük kalite veya değerde madde) veya 'schmaltz' (duygu yüklü ve fazla gösterişli sanat) gibi kelimeler kitsch'le yakın anlamlar taşır. İspanyolca kelime 'cursi' kitsch'de kastedilen kötü zevkin yanıltıcı yönlerini öne süren tek kelimedir. 'Cursi' kelimesindeki estetik ikilemler (paradoxlar) kitsch'in kilere çok benzerdir.⁴⁸

Ama gene bir Latin dili olan İspanyolca'da 'gösterişçilik,' 'bayağılık' anlamlarını da veren yarı argo *cursilería* sözcüğü ile aynı kökten *cursí* (gösterişçi, aslında bayağı ama sözde ince kişi) ve *cursilón, cursilona* (aşırı gösterişçi, gülünç kişi) gibi sıfatlar da kitsch'in anlamına karşılık gelmektedir. Bu konuda 19. ve yirminci yüzyıl İspanyol kültüründeki 'nostalji' ögesini, hepsinden de önemlisi, bütün bunların İspanya'daki sınıflar, özellikle egemen sınıflarla ilişkisini inceleyen çalışmalar vardır. Dilimizde ise 'rüküş,' 'ucuz zevk' ve benzeri sözcükler de anlamca *Kitsch* sözcüğüyle kısmen örtüşse de, Almanca da ki kitsch sözcüğünün tüm ana ve yan anlamlarını karşılamamaktadır.

Kitsch terimi ifade ettiği kavram gibi oldukça yenidir. 1860-1870'lerde Münih'deki sanat çevrelerinde ve ressamların jargonunda kullanıma girmiş ve ucuz sanatsal eşyaları tarif etmek için kullanılmıştır. Kitsch'in uluslararası terim olarak kullanılması 20.yy ilk yarısına denk gelir.

⁴⁸ Calinescu,a.g.y, s. 236.

Bazı yazarlar bu Almanca kelimenin bilhassa Anglo-Amerikan turistlerce hediyelik eşya olarak satın aldıkları, aşağılamak için kullanılan aynı zamanda Münih'deki ressamlarca da yanlış telaffuz edilen İngilizce 'skeç' kelimesinden türediğine inanmaktadır. Diğerlerine göre ise kelimenin bir başka olası kökü ise Mecklenburg lehçesinde ucuz yapım anlamındaki Verkitschen fiilinde aranmalıdır. Ludwig Giestz, 'Phanomenologie des Kitsches'de kitsch için ayrıca 'sokaktan çöp toplamak' anlamına gelen, Almanca kelime olan 'kitschen' la ilişkili olduğu hipotezini de ileri sürer. Kitsch'in gerçektende Almanya'nın güney batısında özel bir anlamı vardır ve aynı zamanda 'eski olandan yeni mobilya yapmak' anlamında da kullanılır.

Kitsch'in İngilizceden veya Almancadan türetmiş olanlara ek olarak daha az kabul gören görüşleri destekleyen yazarlarda vardır. Gilbert Highet'e göre: kitsch Rusça bir kelime olan 'keetcheetya'dan gelir, anlamı mağrur, kibirli ve burnu büyük demektir. Bundan dolayı ona göre kitsch, büyük oranda kaba olanın gösteriş yapması ya da bayağı'nın caka satmasıdır ve onun uygulandığı her şey büyük oranda sıkıntılıdır.

Charles Baudelaire ise kitsch anlamına gelen iki farklı terimi literatüre sokmuştur. Bu terimler chic ve poncif'dir. Chic, ezbere, el alışkanlığına dayalı bir hüner anlamındadır. Poncif, chic'in anlamını paylaşmakla birlikte, daha çok dramatik resmin bir takım bayağı klişelerine göndermeler yapar. Baudelaire'e göre geleneksel ve uzlaşmacı olan her şey chic ve poncif alanına girer. Bu iki kavram ağırlıklı olarak zafer ve kahramanlık tablolarının, trajik manzaraların ideal havası verilmiş hallerinin tanımı için kullanılır.

Böylesi türemeler sadece kelimenin kökenine ilişkin temel belirsizlikleri vurgulamak değil, aynı zamanda onun bugünkü anlamında gerçek esnekliği ileri sürmek meziyetine de sahiptir.

Bu etimolojik hipotezler kitsch'in bazı temel özelliklerini verir.

1. Kitsch fazlasıyla duygu yüklü ve gösterişlidir.

2. Kitsch'in nispeten ucuz olması ve kolay anlaşılır olması gerekir.
3. Estetik düzeyde kitsch çöp, döküntü veya değersizlikle ilgili olarak düşünülmektedir.

Kökene ne olursa olsun, kitsch hâla güçlü ve aşağılayıcı bir kelimedir ve öznel kullanımını büyük oranda kendisi verir. Ona doğrudan hoş olmayan, iğrenç hatta berbat demek birçok durumda ona karşı çıkmanın en direk ve en basit yoludur. Bununla birlikte kitsch, estetik üretim ya da estetik kabulün geniş etki alanıyla son derece ilişkisiz olan objelere veya durumlara uygulanamaz.

2.3.1. Kitsch'in Tanım Sorunu

Kitsch'e dair tüm bu dilsel kökenler araştırıldıktan sonra kitsch'i tek bir tanıma sokmanın zorluğu açığa çıkmaktadır. Konsepti analiz etmeye çalışan yazarlar sonunda kitsch'in, sıra dışı karmaşıklığı ve anlaşılmasının zorluğu üzerine yorumlar yapmışlardır. Örneğin Hermann Broch 'kitsch sorunu üzerine notlar' dersine şu uyarıyla başlıyor: 'açık ve katı tanımlar beklemeyin... Aksi halde bu dersin sonunda korkarım birçok sorunun cevapsız kaldığını göreceksiniz ki, ben bu sorulara sadece üç ciltlik bir kitsch çalışmasında cevap verebilirim.'

Kitsch'le ilgili tatmin edici bir tanımlama olmamasının nedeni belki de bu kavramın anlaşılması zor olduğu içindir. Hermann Broch'un uyarısını dikkate alacak olursak, bu uyarı sanatın kategorilerini ve estetik kavramları tanımlamak mantıken imkânsızlığını göstermek için yapılmış gibidir. Estetik sınıflandırmalarla ilgili genellemeler önermek bir hata olur.

Sonuç olarak kitsch'in maalesef tamamıyla tatmin edici bir tanımı yoktur ama bu kavramı şunları kombine ederek anlayabiliriz.

- 1) *Kitsch, tipik olarak modern olduğu ve bu sıfatla da kültürel sanayileşme, ticarileşme ve toplumda artış gösteren bir eğlence anlayışı ile yakından ilişkili olduğu tarihsel, sosyolojik bir yaklaşımdır.*

2) *Estetik-ahlaki yaklaşım (bu yaklaşımda kitsch bir sahte sanattır, küçük ya da büyük çapta çeşitli türlerde 'estetik yalanların' üretimidir).*

Kitsch halkın en yüzeysel estetik gereksinimlerinin anında giderilmesine fırsat tanır. Temelde kitsch dünyası estetik inandırma ve kendini kandırma dünyasıdır. Kitsch'in tehlikelerinin abartılmaması gerekir. Hemen hemen her türlü sanat eserinin kopyalanmasını sağlayan kitsch, orijinalliğe doğru bir yol açmaktadır. Günümüz dünyasında hiç kimse kitsch'den uzaklaşamaz. Kitsch'in başarısızlığı, aldatılan kişinin, aptallığını fark eden ve akli başına gelen kişinin komik motiflerini umulmadık bir şekilde gösterir.⁴⁹

Kitsch'in tarihsel bir tanıma sığmamasının bir nedeni, ona ille de tanım getirmenin hem olanaksız hem de gereksiz olmasının bir nedeni de 'kitsch' örneklerin çok yaygın olmasından dolayıdır. Sözcüğün gerekli gereksiz, uluorta kullanımı da onun temsil ettiği nesnelere, görüngüler yelpazesini bulanıklaştırmaktadır. Tek bir tanıma sığmamakla birlikte, kitsch'in inatla sürdürdüğü çok belirgin bir niteliği var ki, o da insandaki gerçek duygu ve tutkuları etkisizleştirerek, yerine hiç birimizde bulunmayan, hiç kimsenin olmayan sahte duyguları yaymasıdır. Bu durumun meta dolaşımının renksiz (ya da sadece gri) değişim değerlerine bire bir uyduğunu da eklemiş olalım. Adorno bu nedenle "estetik kurmaca ile kitsch'in duyguları yağmalayışı arasında soyut sınırlar çekmeye çalışmanın boş olduğunu öne sürmüştür.

2.3.2. Kitsch ve Nesnesi

Tomas Kulka, *Kitsch and Art* isimli kitabında, kitsch'in nesnesini tanımlarken hayali bir örnek üzerinden yola çıkıyor.

Bu durumu farazi bir örnek üzerinden açıklayalım: yetenekli bir sanatçı olan arkadaşımız bir nedenle ticari açıdan başarılı bir kitsch eser yaratmak istiyor. Yine de kitsch'in gerçekte ne olduğu hakkında bir fikri yoktur ve fikrimize ihtiyacı vardır. Ona ikna edici bir kitsch yaratması için ne

⁴⁹ Calinescu, s. 242.

gibi önerilerde bulunabiliriz? Ne tür yollar gösterebiliriz ki, başarılı bir kitsch tablo yapabilsin? Başka bir deyişle, kitsch'e konu olabilecek en uygun objeler nelerdir? Açıkçası, figüratif bir resim yapmaktansa, ticari olarak başarılı bir kitsch resmi yapmak çok daha zor olacaktır. Tüm objeler ve temalar kitsch'e konu olmak için uygun mudur, değil midir? Açıkçası bazıları, diğerlerinden daha uygundur. Örneğin küçük kedi yavruları ya da ağlayan çocuklar kesinlikle, sıradan bir sandalye veya bir bulaşık makinesinden daha uygundur. Bu örnekleri çoğaltulabilir.⁵⁰

Kitsch resimlerine konu olan temalar arasında, her türlü hayvan yavrusu, gözü yaşlı insanlar, özelliklede çocuklar, bebekli anneler, uzun bacaklı kadınlar, palmye ağaçlı sahiller, ormanda bir geyik, ay ışığında birbirine sarılmış çiftler, deniz kenarında rüzgârda koşan atlar, üzgün palyoçalar... yer alır. Bu temaların ortak noktası, bunların hepsininde son derece yoğun duygusallık yüklü olmasıdır. Ressama, sıradan görünen bir çocuktansa, ağlamaklı görünen bir çocuk çizmesi önerilmelidir. Fakat dikkat edilmesi gereken ve önemli olan bir diğer nokta da çocuğun ağlama şeklidir. Ağlama şekli asla insanı rahatsız edici ya da histerik boyutta olmamalıdır, daha sakin olmalıdır ki, çocuk sevgi ve acıma belirten bir ifade de görünsün. Ressam, gerçeğin hoş olmayan veya rahatsız edici tüm özelliklerinden uzak durmalı ve sadece kolay anlaşılıp, tanımlayabilecek öğeleri kullanmalıdır. Böylece kitsch, izleyicisinin temel sezgi ve inançlarını desteklemeye başlar, onları rahatsız etmez ve sorgulamaz. Kitsch'in başarısı aynı zamanda, verdiği duyguların evrenselliğine de bağlıdır.

Kulka, kitsch kavramının uygulanması açısından bir dizi koşulun uygulanmasını önermektedir.

Koşul 1) Tanımlanabilirlik: insanlar kitsch'i neden severler? İnsanlar kitsch'le ilgilenirler çünkü konusundan hoşlanırlar; kitsch'in duygusal yükü hazır, pozitif bir tepkiyi açığa çıkarır. Resmedilen objenin sadece neyi tanımladığı yeterli değildir, aynı zamanda nasıl tanımlandığı da önemlidir.

⁵⁰ Kulka, a.g.y, s. 25

Öncelikle teknik açıdan iyi olması gerekmektedir. Çünkü yeteneksizce yapılmış bir çizim ya da resim uygun etkiyi yaratmayacaktır. Yani sanatçımızın yeterince usta olması gerekir. Fakat yinede yetenek de tek başına yeterli değildir. Ustaca resmedilmiş her gün batımı resmi kitsch olacak diye bir şey yoktur.

Koşul 2) kitsch tarafından tanımlanan obje ve temalar bir çabaya gerek olmaksızın, hemen algılanabilir olmalıdır.

Bağlantuların şekil değiştirmesi ve zenginleştirilmesi: Kitsch kavramının uygulanmasını gerektiren iki gerekli koşulu dile getirdik. Bunların birleşmesi yeterli bir koşul oluşturur mu? Cevap, hayır. Sormamız gereken, kitsch'i hatırı sayılır bir sanat eserinden ayıran şey nedir?

Koşul 3) Kitsch resmedilen objelerle veya temalarla ilgili bağlantılarımızı önemli ölçüde zenginleştirmez.⁵¹

Bu üç koşulu açıkladıktan sonra Kulka şöyle der: üç koşulumuzu ortaklaşa düşünürsek bu koşullar kitsch'in parazitik doğasına işaret eder.

- 1) Kitsch büyük ölçüde duygu yüklü obje ve temaları resmeder.
- 2) Kitsch ile resmedilen obje ve temalar hemen anında hiç çaba sarf etmeden algılanabilir.
- 3) Kitsch resmedilen konu ve objeler kişisel bakış ve değerlendirmemize yeni hiçbir şey katmaz.

Kitsch'in oluşması için bu üç koşulun gerekliliği genel kabul görmektedir. Kulka, sanatçının bu üç koşuldan her hangi birine uymazsa kitsch'i ortaya çıkaramayacağını ileri sürer. Ona göre bu üç koşulu da yerine getiren sanatçı büyük ölçüde kitsch'i ortaya koymuş olacaktır.

Kitsch asla evrensel olarak kabul edilmeyen avangard yönelimlere veya tarz oluşturma çabasına girmez. Ki bu da kitsch'in aşırı tutucu stilistik olarak tepkisel doğasını açıklar. Yani kitsch üretmek isteyen birisine, herhangi bir stilistik yenilikten

⁵¹ Kulka, a.g.y, s. 25–28.

uzak durması ve en alışlagelmiş, anlaşılır, sunumsal basmakalıplar kullanması tavsiye edilmelidir. Bu yüzden kitsch'in heyecansız hatta sıkıcı olması sanatsal açıdan muhtemeldir.

Kitsch resmedilen konu ile ilgili bağlarımızı keskinleştirmez veya dönüştürmez. Bu nedenle ressama bir steotip için uğraşması tavsiye edilmelidir. Konu en standart ve şematik bir biçimde sunulmalıdır ve herhangi bir kişisel özellik eklenmemelidir. Resim son derece açık, tek boyutlu olmalı ve gizli hiçbir anlam içermemelidir. Sadece tek bir yorum olmalıdır, ilk bakışta ne varsa o görünmelidir. Tüm bu şartlar yerine getirildiğinde kitsch'in nesnesi tam anlamıyla ortaya çıkmış olacaktır.

2.3.3. Kitsch, Camp ve Avangard İlişkisi

Modernizmin, pompier academicisim (kitsch'in kendini en mükemmel ve üstün görme şekillerinden biri) ve diğer benzer zevk yozlaşmaları üzerindeki zaferinin kesin gibi görüldüğü bu yüzyılın başlarında sanat dünyası, hiçte tekin olmayan bir kitsch canavarı ile yüz yüzedir. Sanat dünyası kitsch'in kendi bölgelerini taciz edemeyeceğine dair bir illüzyon yaşamaktadır. 'Yüksek sanat' kendi alanında yaşadığı kısmi zafer döneminde, kitsch'in bitpazarı ya da ucuz imitasyonlar, mütevazı dini sanat objeleri, kaba hediyelik eşyalar ve kaba antikalarla sınırlı olduğuna inanmaktaydı. Ama sahte eklem oluşturmalarının çok biçimli canavarı olan kitsch, çok az modernistin sadece en kolay ve en yaygın popüler estetik nostaljileri değil, aynı zamanda hâla mevcut olan orta sınıfın, net olmayan güzellik fikrini de tatmin etme gücünün farkında olduğuna dair bir sırrı ve derin kökleri olan gücü vardı.⁵²

Kitsch'in etkili bu gücü, yüksek sanat alanında yeniden ve yeniden ve inanılmaz bir hızla ortaya çıkmasına neden olmuştur. Büyük ölçüde önemli stratejik avantajıda kitsch'in kendisini ironiye yöneltmesi olmuştur. Dada ve Sürrealizm sayesinde Rimbout'un 'şiirsel saçmalık ve aptal resimlerle' ilgili övgüsünden yola

⁵² Calinescu, a.g.y, s. 230–232.

çıkarak, isyankâr avangardlar, ironik olarak kendi yıkıcı amaçları için, doğrudan kitsch'den aldıkları farklı teknik ve unsurları kullanmışlardır. Avangard özellikle 2. dünya savaşından sonra moda olduğunda, kitsch en gelişmiş entellektüel çevrelerde bile tuhaf bir prestij ile karşılanmıştır.

Genellikle geçmişin kötü zevki, rafine bir üstünlük formu olarak Camp kötü zevk yaratır. Susan Sontag camp'ı şöyle tanımlıyor: “camp bilinçli olarak takip edilen kötü bir lezzet gibidir. Camp güzeldir, çünkü iğrençtir.”⁵³

Camp büyük oranda serttir ancak sertliği soldukça onu kitsch'den ayırmak oldukça güçtür. New York'taki entelektüel çevrede çok uzun olmayan bir zamanda doğan camp modası hızla Amerika'ya yayılmış ve yüksek sanat dünyasındaki kitsch rönesansına önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Eğer avangard ve camp modası kitsch'in çeşitleriyle açıkça bağlantılı olan teknik ve sanatsal formlara yönelebilirse, kitsch'de avangardın görüntüsünden faydalanarak, buna karşılık onu taklit edebilir... Avan-garde akımlar genelde bu tip zevklerle ilgilenmektedir ve bu onların sanat zevki olmayan (zevksiz) dürtülerini hem literatürde hem de sanatta kitsch mannerizmini (yapma tavır) uygunsuz bir şekilde kullanarak tatmin etmektedir. Clement Greenberg'in avan-gard'lığın, kitsch'in kökten karşıtı olduğu görüşünü kabul etsek de bu iki uç değerinin birbirinden son derece etkilendiğini ve bunları birbirinden ayırt eden şeyin onları birleştiren şeyden çok daha az çarpıcı olduğunu kabul etmek zorundayız.

Bunun iki sebebi vardır:

1)Avant-garde estetik olarak yıkıcı ve ironik amaçlar için kitsch'le ilgilenmektedir.

2)Kitsch, avant-garde prosedürleri estetik olarak konformist amaçlar için kullanabilir. Kitsch ve avant-garde arasındaki ilişki modernliğin merkezi ilkesinin bir karikatürü olarak düşünülebilir.⁵⁴

⁵³ a.g.y, s.254.

⁵⁴ a.g.y, s. 254–255.

Evrenselliğin değişen ölçüleri ile kitsch'in farklı türleri arasında ayırım yapabiliriz. Clement Greenberg: “ kitsch stile göre değişir ancak her zaman aynı kalır” der. O halde şu sonucu çıkarabiliriz. Kitsch çok natüralist veya realistik bir sunum modu mu kullanır? Sorunun cevabı, realistik ile ne demek istediğimize bağlıdır. Realizm, özellikle “doğaya doğru gelen” bir tanıtım modu olarak algılanmıştır. Nesne ve bunun resmedilmesi arasındaki benzerlik ölçüsünün ne olduğu realizmin derecesidir.

Kitsch'in bir diğer açıklaması yüksek sanat olarak adlandırılan baskınlık içerisindeki yenilenmiş mücadele gücünün başka bir açıklamasıdır. Kitsch sanatçısı avangardı alışılacelmedik yöntemlerin ne derece başarılı olduğu ve ne ölçüde başarılı olarak kabul edildiği veya ne ölçüde stereotiplere dönüştüğü şekilde taklit eder. Kitsch doğası gereği avangardın taşıdığı riskleri göze alamaz. Kitsch bizim 'estetik reklâm' olarak adlandırdığımız amaçlar için avangard kurallarını kullanır. Avangardın kitsch ya da kitsch'in avangard faktörlerini kullanma olasılıkları, kitsch'in ne kadar karmaşık bir kavram olduğunun göstergesidir. Tıpkı sanat gibi kitsch'de tek bir açıdan tanımlanamaz. Ve yine sanat gibi kitsch'de kendisini olumsuz bir tanıma bırakmaz.⁵⁵

Kitsch ve avangard karşıtlıktan kaynaklanan diyalektik bir ilişki içinde var olabilmektedirler. Kitsch üreticiler de avangard sanatçılarda karşıt yönlerden hareket etmekle birlikte aynı kültür kapsamında alınılanıp sanat piyasası ortamında ise bir tür alışveriş içinde olmaktadır. Kitsch geçmiş dönemlerdeki sanat yapıtlarını kendi satış mekanizması uğruna kullanırken buna karşın sanat ise, yeni değerlerin oluşum sürecinde kitsch'in bünyesinde bulunan çeşitli parçaları kullanır. Fakat bu ilişki her tarafı da geliştiren veya üretkenliklerini arttıran türden bir etkileşim değildir. Bu ilişki en ileri düzeyde avangard sanatın katkısıyla oluşan ve birçok açıdan kitsch'i olumlu etkileyen bir durumdur zira kitsch bilinçli olarak öncü sanattan yararlanacak düzeyde bile değildir.

⁵⁵ Calinescu, s. 230–232.

2.3.4. Kitsch ve Propaganda İlişkisi

Sanat eserinin piyasa koşullarında bir meta olarak işlem görmesi ya da başka bir ifadeyle eserin bir nesne olarak her hangi bir amaca hizmet etmesi kitsch'in kendini en iyi ürettiği koşullardır. Bu amaç siyasal anlamda propaganda için veya iktidarın çıkar ve olanaklarını kullanmak için veya bir dinin propagandasını yapmak için kullanılabilir. Sanat eserlerinin bu amaçlarla kullanımı biçimsel açıdan eklektik, içerik anlamda ise doğrudan mesaj taşıma özellikleri barındırır ki bu da, kitsch'in en temel özelliğidir. Kitsch'in dinsel alandaki kullanımı ise ayrı bir araştırma konusu olabilecek kapsamda değerlendirildiğinden, bu tez çalışmasının dışında tutulmuştur.

Gillo Dorfles ise siyasetin her dönemde kitsch olduğunu ama özellikle diktatörlüklerin kitsch olduğu saptamasını yapar. Greenberg gibi bazı eleştirmenler, kitsch'i siyasal amaçlarla kullanıldığında ortaya çıkan örnekler üzerinden değerlendirmiştir.

*Propaganda sanatı'nın batı'da bugünkü çağrışımları büyük oranda ABD'de Soğuk Savaş ortamında şekillenmiştir. Günümüzde ABD'nin dünya ekonomisinin merkezi olması gibi 1940'ların ortalarından itibaren de New York, modern sanatın merkezi olmuştur. 1939 yılından sonra hem Amerikan kitle kültüründe, hem de Nazi Almanyası ve Sovyetler Birliği'nin resmi popülist sanatında gördüğü ve 'kitsch' olarak adlandırdığı olgunun yozlaştırıcı etkilerine karşı uyarıda bulunan Clement Greenberg dönemin egemen sanat değerlerini en etkin şekilde dile getirenlerden birisi olmuştur.*⁵⁶

Greenberg'e göre Alman nazizminde ve Sovyet sanatında kitsch olgusu sık karşılaşılan bir durumdur. Sovyetlerde ve Almanya'da Nazi döneminde sanat, propaganda amacıyla kullanılmıştır.

⁵⁶ Toby Clark, Sanat ve Propaganda, Kitle Kültürü Çağında Politik İmge, Çeviren: Esin Hoşsucu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004, syf 13

Tarih boyunca yüksek kültürün değişmediği varsayılan değerleri, iktidar ve ayrımcılığı meşrulaştırma amacıyla kullanılmıştır. Bu işlev, kitlesel hareketler olduklarını iddia eden faşist ve komünist yönetimlerde daha da karmaşıklaşmıştır. Geleneksel sanatın yüksek kültür statüsünü kullanan propagandacılar, müzedeki yağlıboya bir tabloyu ilk bakışta elit bir ortamdaki bir obje olması nedeniyle düşmanca algılayabilecek işçi sınıfı izleyicisinin yabancılaştırma tehlikesini göze almıştır. Bu rejimler, bu tehlikeye karşı koymak için güzel sanatlar ve kitle kültürünü birleştirmiştir. Bu amaç için birbiriyle bağlantılı iki strateji kullanılmıştır. Bunlardan birincisi resim ve heykellerin sergilendiği mekânları değiştirip tablo ve heykel reproduksiyonlarının ortak mülkiyet duygusu yaratacak şekilde filmler, afişler, kartpostallar, reklâmlar ve dergilerde çoğaltılması; ikincisi ise bir tablonun bir film afişi ya da pornografik poster biçiminde yapılarak sanatın popüler kültürün görsel şifrelerine uyarlanmasıdır. Genellikle bunlara kitlesel tüketim için özel olarak tasarlanmış sanat anlamına gelen 'kitsch' adı verilmiştir.⁵⁷

Greenberg Partisan Review dergisinde, sanat tarihçisi Meyer Schapiro da Marxist Quarterly'de 1937'den başlayarak bu tezlerin sözcülüğünü yaparlar. Aynı yıl Greenberg'in dergisine yazan Troçki, Amerikan sanatındaki 'burjuva vasatlığı' yerer. Greenberg, Amerikan rönesansını başlatacak "Avangard ve Kitsch" makalesindeyse, bu vasatlığı kitsch kitle kültürüne bağlar.⁵⁸

Greenberg'e göre avangard, sanatın kitle kültürüne olan bağımlılığı karşı kendi estetik değerlerine sahip çıkmalıdır. Ona göre bu durumdan kurtulmak için sanatçılar sadece sanatla ilgili kaygılar taşımaları ve gerçek sanatı savunmalıydılar, böylelikle her tür politik baskıya karşı soyut sanatı savunmalıydılar. "Aslında Greenberg, politik avangarddan sanatsal avangarda geçerken şuna inanır: yalnızca

⁵⁷ Clark, a.g.y, syf 84

⁵⁸ Peter Bürger, Avangard Kuramı, Çeviren: Erol Özbek, İletişim Yayıncılık, 3. baskı, İstanbul, 2004, s. 18.

sanatsal avangard kültürün ilerlemesini mümkün kılabilir ve böylece kültürün kalitesini kitsch'in ezici etkisine karşı koruyabilir."⁵⁹

Nasıl ki Picasso'nun Afrika masklarından esinlenilmiş formları kullandığı için animistik olmadıysa, yüksek sanatta kitsch olmaz. Kitsch'i kendi amaçları için bir araya getiren şey avangard dır. Bu yüzden avangard ile kitsch'in arasında sirkülasyon ve sosyal iletişimle ilgili yapısal bir çelişki vardır: Avangard, kitsch formunu kullanırsa illaki "üstün bir form" olur. Çünkü avangard, itibarı dikte eder.

Estetik, politik ve dini açıdan kitsch her zaman tutucudur. Estetik olarak Mona Lisa, Son Akşam Yemeği ve Eiffel Kulesi gibi çoktan ikonlaşmış olan, geleneksel sanattan gelen imgeleri arar. Bunların kabul edilmişliklerini vurgulamaya çalışır ve tahmin edilebilir bir tepki elde etmeye de önem verir. Bu bakımdan kitsch geleneği kırmaya çalışan avangard sanatın tam zıttıdır.⁶⁰

Sanatın kitsch aracılığıyla, piyasa tarafından ele geçirilmesine, alınıp satılır bir ürüne indirgenmesine gösterilen direniş, sanatı nesneden fikre dönüştürme çabalarıdır. Bu çabalar 20. yüzyıl avangardı tarafından 'hazır nesne', performans, yerleştirme, kavramsal sanat, çevresel sanat gibi girişimlerle sağlanmaya çalışılmış ve bu çerçevede stratejiler geliştirmiştir.

2.4. KITSCH'İN ESTETİK DEĞER YARGILARININ MANTIKSAL YAPISI

Estetik değer kriterleri açısından karmaşık pek çok yanı olan kitsch kavramını bir düzene sokmak için Mateı Calinescu'nun kitsch problemine yaklaşımına bakmakta fayda vardır, bu bakış üç farklı fakat tamamlayıcı açılardan kavrama yaklaşmaktadır.

⁵⁹ Editör: Ali Artun, Sunuş: Lev Kreft, Sanat/Siyaset, Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika, İletişim Yayınları, İstanbul 2008, s. 235.

⁶⁰ John Morreall and Jessca Loy, Kitsch and Aesthetic Education, <http://www.jstor.org/stable/3333032>

Birincisi kitsch'i basmakalıp 'estetik' paketlerde çeşitli tatmin edilebilir mesajları anlatan ve belirli kurallar dizisi uygulayan 'ressamlar', 'kitsch üretkenler' ya da 'tasarımcılar' kategorisinin bir ürünü olarak düşünebiliriz. Bu görüş açısından kitsch, bir tarzdır.

İkinci olasılık, seri üretim sürecinde ve sanat yayılımında ortaya çıkan spesifik kitsch unsurlarını dikkate almaktır. Bu tip unsurlar açıkçası amaçsızdır (yani kitsch üreticileri tarafınca önceden planlanmazlar ama modern teknolojinin sanat dünyasına müdahalesinin kaçınılmaz sonuçlarıdır).

Üçüncü olasılık, en gerçek sanat eserlerini bile kitsch olarak algılayan tüketicisi ((kitsch insan) açısından dikkate almaktan oluşmaktadır.

Kitsch sanatçısının bir işe koyulduğunda aklında ne vardır? Açıkçası ilk etapta onun eserlerini alacak olan sıradan bir alıcıyı etkilemek ve memnun etmek vardır. O zaman estetik olarak kitsch sanatçısının eserlerinin olumlu bir şekilde alınacağını en iyi garantisini veren(bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak) 'orta (vasat) olma ilkesini' kullandığını söyleyebiliriz. İkinci etapta, kitsch üreticisi halkın ilgi alanları ve isteklerinin farklılığından haberdar olması gerekir. Bu bir tarz olarak kitsch'in temel seçmeciliğini oluşturmaktadır. Uzun vadede kitsch'e stilistik bir tarz kazandıran şey, muhtemelen kitsch'in heterojen elementlerinin belirli bir rahatlıkla uygunluğudur. Kitsch sıradan bir alıcının evinde sahip olma ya da sergilemeyi isteyebileceği bir sanat eseridir. Bekleme salonu, restoran gibi farklı yerlerde bile sergilendiği zaman kitsch artistik bir içtenliğe yol açar. Bu kişinin günlük hayatında görmeyi arzuladığı bir güzellik çeşidiyle doymuş bir ortamdır.⁶¹

İngiliz sanat eleştirmeni Roger Fry, 1912'de basılan 'Vision and Design' isimli makalesinde kitsch'i eklektisizm ve hominess (rahatlık) özellikleri açısından tanımlamıştır. Roger Fry kitsch terimini kullanmamıştır ama onun ele aldığı kötü

⁶¹ Calinescu, a.g.y, s. 252.

zevk türü açık bir şekilde kitsch kategorisine aittir. Kitsch spiritual boşluğun yaygın modern anlamına bir yanıtıdır; boş zamanı eğlence ve heyecanla doldurur; boş yerleri çok çeşitli ‘güzel’ görünüşlerle sanırlar (hayal görür). Kitsch’in stilistik eklektisizmi belirgin bir diğer özelliktir. Kitsch nesnesi, sadece güzel görüldüğü için değil, aynı zamanda satın almak isteyen herkesçe elde edilebileceği için caziptir. Kitsch’in en pahalı ve en zahmetli türleri bile, kendi reklâmını yapan bir yapıyı, satın alınma daveti ve hazır bir zevk içermektedir. Kitsch’in estetik çekiciliği, açık bir şekilde ticaridir. Bu özellik pek çok kitsch nesnesinin garip semiyotik belirsizliğini oluşturur. Bu tip nesnelere hem gerçek hem de ustaca taklit’e bakmaya meyillidir. Bu paradoks sahteciliğin rolünün açıklanması zor değildir. Bir yandan taklidin görünen yönleri, mükemmel bir taklidin yaratacağı bir nadirliği ya da eşsizlik izlenimini gidermek için tasarlanmaktadır. Nadir olmak, kitsch’in ticari bulunurluluk anlayışı ile çelişecektir. Diğer yandan böylesi bir taklitçilik izleyicinin dikkatini kabul edilir nitelikteki beceriye, taklit yeteneğine, çok yönlülüğe ve sevimliliğe çeker. Kitsch’in semiyotik belirsizliği kötü zevk analistlerinden çok az önem görmüştür. Kitsch’in estetik sahteciliği, sahtekârlığı ile karıştırılmamalıdır.

Sahteciliğin orijinallik olarak ele alınması gerekir. Sahtecilik, nadirlik için elitist zevki illegal olarak yararlanmasına rağmen bir kitsch nesnesi elitist olmayan kullanımda ısrarlıdır. Kitsch’in aldatıcı özelliği onun gerçek sahtecilikle de arasında bulunan ortak özellikte değil, alıcılara eşsiz ve nadir bulunan bir eserdeki gibi çeşit ve nitelikleri sağlamasının altında yatmaktadır.

Kitsch kendisinin potansiyel sahteciliğinin her birinin açık bir şekilde taklit ettiği tarzlar, eserler ve kuralların nesnel estetik değerini içermesini taklit eder. Kitsch geçici güzellik sağlar ve kendisinin güzelliği ile orijinal güzellik arasında önemli bir farkın da olmadığını iddia eder. Stilistik olarak kitsch tahmin edilebilirlik açısından da tanımlanabilir.

Nihayetinde kitsch kuralları tek başına tespit eder ve kitsch’in tahmin edilebilir bir izleyicisi, etkisi ve başarısı vardır.

3. BÖLÜM

3.1 TÜRKİYE’DE POPÜLER KÜLTÜR OLGUSU

Kapitalizmin, emperyalizm aşamasına girmesiyle birlikte, kitle kültürü de uluslar arası bir anlam kazanmıştır. Başka bir deyişle ulusal burjuva kültürlerin emperyalist kültürlere dönüşmesi sonucu uluslar arası ölçekte tinsel kültüre de egemen olmuşlar, başka ulusların kültürlerini baskı altında tuttukları gibi gelişmelerini de önleyecek ve çarpıtacak biçimde kitle kültürünü uygulamaya geçmişlerdir. Kendi maddi sömürülerini sürdürebilmek için de maddi üretim biçimlerini kendilerine bağımlı kıldıkları ülkelerin kültürlerini, dayattıkları kitle kültürü içinde tutmaya çalışmışlardır. Böylece kitle kültürü tekelci kapitalizmin uluslar arası niteliğinden ötürü hem belli bir ülke içinde, hem de bağımlı kılınan öbür ülkeler üzerinde uygulanabilme alanı bulmuştur.⁶²

Benzer durum Türkiye için de geçerlidir. Feodalizmden kapitalizme geçiş sürecinde yaşanan modernleşme ve kentleşmeyle birlikte Türkiye’de diğer azgelişmiş ülkeler gibi tekelci kapitalizmin ekonomik ve kültürel baskısı altına girmiştir. Peki, ama Osmanlının kendine özgü, kendi içinde belli bir bütünlük gösteren estetik düzeyden şimdinin uyumsuz sıradanlığına Türkiye nasıl geçti? Türkiye sadece estetik planda değil sosyal ve siyasal alanlarda da inanılmaz çarpıklıklar ve çalkantılar yaşamaktadır.

Bugünkü bu ters, biçimsiz ve çarpık estetik büyük ölçüde bizim toplum içinde yaşadığımız uyumsuzluğun, uyumsuzluğun bir yansıması. Böyle bir durumun ortaya çıkması geniş ölçüde Cumhuriyet döneminde yaşadığımız estetik tükenişin de bir sonucu. Erken Cumhuriyet özellikle 1848–1914

⁶² Aziz Çalışlar, “Kitle Kültürüne Bakış”, Bilim ve Sanat, sayı 23, 1982, s.36.

döneminde Almanya'da ortaya çıkmış, elbette hayali olan ama belli değerlere yaslanan bir Avrupa düşüncesinden hareket etti. O Avrupa düşüncesi antik Yunan ve Roma demektir. (Rönesans da aynı anlama geliyordu.) buna Yahudi kültürü de eklenmişti ve bu kültür anlayışı "klasik" kavramına dayalıydı. Avrupa'nın klasiği neyse bizim klasiğimiz de o olacaktı. Türkiye bu modeli eğitim sistemi aracılığıyla ve bir "yüksek estetik" yaratma kaygısıyla uzun süre uygulamaya çalıştı. Fakat 1950'lerden itibaren terk etti. 1950 sonrasında hızlı sosyolojik değişimi ve yetersiz eğitimi böyle bir kurguyu dikkate dahi almadı. O tarihten başlayarak kentsel alanın ve gerek siyasal gerekse kültürel konularda aydınların belirleyici gücü azalınca ortaya daha organik, daha etnografik bir kültürel oluşum çıktı. Bu kültür bir anlamda otantik, bir anlamda da orjinaldi.⁶³

1950'ler de Türkiye'de cumhuriyetin ilk yıllarında başlatılan sanayileşme çabaları canlılık kazanmış, çoğu yabancı sermayenin mülkiyetinde olsa bile fabrikalar, demiryolları ve diğer endüstriyel donanımlar ülkenin her yanını sarmaya başlamıştır. Sanayi alanında ki gelişmeye koşut olarak kentlerde de gecekondulaşma artmış ve zamanla oralarda kent kültüründen de köy kültüründen de farklı ama bir o kadar da karma ve kozmopolitan nitelikler taşıyan bir gecekondu kültürü oluşmuştur. Bu gecekondu kültürü toplumsal katmanların fiziki karışımından oluşmasının aynı sıra kültürel alana da etkilerini yansıtmış, arabesk kültür bu etkileşimin olmazsa olmaz bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye özgülünde yaşanan bu arabesk kültürün batıdaki "arabesque" terimi yerine, uyumsuzluğu, vasatlığı anlamında kitsch'e karşılık gelen anlamı karşılamıştır.

Tüm bu etkilerin yanı sıra Türkiye özgülünde yaşanan önemli bir diğer özellik de toplumda doğal sürecinin dışında oluşmuş bulunan, sonradan türeyen zengin bir sınıfın oluşmasıdır. Çoğunluğunu Anadolu eşrafının oluşturduğu bu kesim daha çok yoksul bir yaşamdan birdenbire zengin bir yaşam biçiminde kendilerini

⁶³ Hasan Bülent Kahraman, Estetik Sağırılık, Sabah Gazetesi, 14 Haziran 2008

bulmuş, dolayısıyla sınıf atlamaları çok hızlı olduğundan yeni yaşam biçimlerine uyum göstermeleri çok mümkün olamamıştır. Başka bir ifadeyle parayı elde etme anlamındaki burjuvalaşma, manevi anlamındaki burjuvalaşmayı beraberinde getirmemiştir, yani söz konusu zenginlik kültürel alana yansıyamamıştır.

Türk toplumunun yaşadığı garip bir para patlaması söz konusu. Para, sermaye olarak ele alındığında eğer bir süreç içinde ele alınmıyorsa, sınıfsal bilincini de oluşturamaz. Türkiye 150 yıldır burjuvazisini oluşturmaya çalışıyor ve bunu da henüz başarabilmiş değil. 1980 sonrasında bu doğrultuda yalan yanlış, çarpık çurpuk da olsa attığı önemli adımlar var. Fakat bu dönemin biriktirdiği sermaye de, işin kötüsü, bilinç ve ideoloji üretiminde son derece yetersiz; son derece kısıtlı, hatta “sakıncalı”. Feodal değer yargılarının denetlediği ve belirlediği bir burjuvazidir bugün söz konusu olan. Bu bir, bir de toplumun ideoloji olarak yaşadığı “değişim” gerçeğini bunun yanına ekleyiniz; o takdirde kiçin niye bu kadar benimsendiği anlaşılacaktır. Benimsenmesinden öte, neden kiçin günlük yaşamlarımızı egemenliği altına aldığı sorusu nesnel bir gerçek olarak yerli yerine oturtulacaktır.⁶⁴

Türkiye’de tüm bu çarpıklıklar ve çelişkiler yaşanırken diğer yandan da yurtdışına açılma politikasıyla birlikte batı teknolojisiyle gelen batı etkisi iç içe geçmiştir. Dolayısıyla ülke içindeki alt toplumsal kesimlerin kendi aralarındaki etkileşime bir de batıdan aktarılan kültürel ürünler eklenmiştir. Söz konusu ürünlerde oradaki alt ve orta düzey gelir grubuna mensup kesimin beğeni düzeylerine seslenen basit, nitelik açısından ise düşük düzeyde ürünlerdir. Bütün bu farklı kültürel etkileşimler Türkiye sanat ve kültürünün kozmopolit bir yapıda gelişmesine neden olmuştur.

⁶⁴ Kahraman, 2002, s.249.

Bu kozmopolitleşme sürecinden arabesk müzikte kendisine düşen payı almıştır. Ülke içindeki alt kültürlerin etkileşmesinden ötürü onların hepsinden çeşitli ağırlıklarda esinlenen arabesk müzik, batı etkisiyle birlikte batının popüler müzik ürünleri olan cazdan, rock müziğinden de etkilenmeye başlamıştır. Örneğin bağlamanın yanında piyano da ağırlıklı olarak kullanılan bir çalgı olmuştur. Hafif müzik adı altında batının pop müziğini, popüler şarkılarını andıran örnekler ortaya çıkarılmıştır. Böylece arabesk müzik, giderek kozmopolitan kültür yapımızın bu karmaşık yapısının estetik duyarlılığının bir ürünü hâline gelmiştir.⁶⁵

Tüm bu kültürel yapılanma 1980'lerden itibaren yerini kültür endüstrisi tarafından üretilen yeni bir oluşuma bırakmıştır. Dizi filmler, yeni bir dil, sanayi ürünü ve orijinalinden uzak sanatsal ve kültürel nesnelere bugünün unsurlarını oluşturmuştur. Batıdan aktarılan kültürel parçalar, geleneksel olan üzerine eklenerek uyumsuz, eklektik bir yığınsal kültür durumu oluşturmuştur. Homojen olmaktan bir hayli uzak olan bu kültürel ürünler birbirine neredeyse taban tabana zıt unsurları bünyesinde barındıran, sadece tüketmek amacıyla üretilmiş nesnelere yığınlarını oluşturmuştur. Bu koşullarda yerli kültürler birimler önceki geleneksel işlevlerini sürdüremedikleri gibi işlevsizleşmekte diğer yandan ise yer aldıkları yeni ortama alabildiğine iğreti bir duruş içinde var olmaktadır.

3.2 TÜRKİYE'DE KITSCH'İN TARİHSEL GEÇMİŞİ

Türkiye'de kitsch'e çok değişik örnekler verebiliriz: Resimsel alanda; ağlayan çocuk, dua eden küçük kız, içki içen yaşlı adam portreleri ve çeşitli tinsel ve duygusal görünüşler içeren, her türlü eşyanın üzerine çeşitli baskı teknikleriyle çoğaltılarak üretilen resimler. Duvara resim asma geleneğinin var olmadığı bir ülkeye söz konusu gelenek girince, yerli gelenekteki dokuma, asma alışkanlığıyla ve dinsel inançlarla birleşmiştir.

⁶⁵ Nazife Güngör, Sosyokültürel Açıldan Arabesk Müzik, Bilgi Yayınevi, İstanbul, 1993, s.100.

Sonuç iki geleneğe de tam anlamıyla ait olmayan, ama ikisinden de izler taşıyan bir kârışım yani kitsch'tir. Dekor amacıyla kullanılan her türden süs eşyası, çay tabaklarından bakır ve gümüş işlemeli süs tabaklarına, boyacı sandıklarından kârtpostallara, halıdan kilime, modadan tüm gereçlere kadar uzanan bir zincir oluşturmuştur. Hemen her yerde rastlanan malzemesi ve içeriği çarpıtılmış binlerce irili ufaklı heykelciklerde bunlara örnektir. Ayrıca gazetelerde, dergilerde ve diğer medya araçlarında kullanılan duvar afişleri ve reklamlarda sayısız kitsch ürünlerine rastlamaktayız.

Modernizm her zaman yanında var olan, geçmişten günümüze kitleler tarafından derinlemesine içselleştirilmiş kitsch bilincini ve eleştirisini de doğurdu. Ancak Türkiye'de kitsch, gerektiğinde bütün ideolojik dayatmaların görsel manzarasını oluşturan, geleneğin ve modernizmin olumlu kalıntılarını silip süpürmesine, postmodernizmin eleştirel boyutunu sindirmesine sevinç ve hoşgörüyle izin verilen ve toplumun ortak bilinçaltını uyuşturan bir değişmez olarak kaldı.⁶⁶

Kitsch'in kendisini var ettiği sosyal zemin kapitalizmin geliştiği, endüstriyel gelişimin hızlandığı tarihsel süreçler batıda yaşandığı şekliyle Türkiye'de de benzer biçimlerde yaşanmamıştır.. Kitsch, Avrupa'da modernizmin içinde şekillenen ve bu kavramla birlikte düşünülmesi gereken, büyük ölçüde endüstriyel gelişmelerle birlikte yaşamda karşılığını bulan bir kavramdır. Kapitalizmin gelişimi ve buna bağlı olarak endüstriyel alandaki gelişmeler 19. yüzyıl başlarından itibaren Avrupa'da toplumsal kesimlerinde belirgin bir şekilde yapılanmasına neden olmuştur. Teknolojik alandaki yeniliklerle birlikte sanayinin gelişmesi ve bu gelişmelerin kültürel alana yansması kitsch'in gelişmesi ve yaygınlaşmasının temel parametrelerini oluşturur. İleri endüstriyel gelişme dönemlerinde yaygınlık kazanan kitsch üretim, sosyal alanda kültürler arası ilişki biçimlerinde kendini gösterir. Türkiye'de ise söz konusu tarihsel süreç Avrupa'dan oldukça farklı olarak, kendi

⁶⁶ Beral Madra, 'Kitsch' Estetiğin Yerine Geçti, Radikal Gazetesi, 5 Şubat 2008

özgün koşullarında gelişmiştir. Endüstriyel gelişme ile yakın ilişki içinde bulunan kitsch üretimi de aynı süreç içinde Avrupa'ya göre farklı bir görünüm sergilemektedir.

Batı'da 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yüksek sanatın kopyasına dönüşen kitsch, Osmanlı İmparatorluğu gibi henüz endüstri devrimine yabancı bir ülkeye ancak ithal yoluyla girebilirdi; zira: a) Bir dinence olarak sanatsal tüketime yol açan "boş zaman"bilinci, daha çok proleterleştirilmiş yığınlar için geçerlidir. B) Kitsch'i yedeğine dönüştüren yüksek sanatın kendisi, daha ait olduğu seçkinler katında yeterince benimsenmemiştir. Böyle bir durumda kitsch, sezgiyle kendi sanatını arayan yığınların, tıpkı halk sanatında olduğu gibi üretim ve tüketim sürecini tek başına yönlendirdiği bir etkinliğin ürünü olmuştur; ancak, sosyo-ekonomik koşulların dolaylı baskısıyla, o masumane kendindeliliğin yerini hızla popülizm almaya başlamıştır artık.⁶⁷

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren endüstri alanında gelişmek için ciddi bir çaba içine girilmiş ve bu sosyal, ekonomik ve kültürel alanlara da yansımıştır. Aynı süreçte ağır bir gelişme gösteren kentleşme süreci bu dönemde büyük oranda hızlanmıştır. Kentleşme 1930 lardan sonra köyden kente göçün hızlanması ile birlikte kültürel düzlemde sorunları da beraberinde getirmiştir. Tarihsel dönem olarak 1923 ile 1930 arası toplumsal birçok alanda gelişme olanaklarının temellendirilme çabaları ile geçerken, 1950'lerden sonra ise sanayileşme alanındaki gelişmeler toplumsal yapı üzerinde geçiş süreçlerinin sancılarının izlerini taşımaktadır.

Türkiye'de 1935 yılı sonrasında alınan ekonomik kararlar doğrultusunda nüfusun çoğunluğunu oluşturan köylü kesimin yanı sıra işçi kesiminde de nicelik olarak artış görülmüştür. Fabrikaların çoğalması kentlerde yaşayan toplumsal kesim içinde orta sınıfın da gelişmesine neden olmuştur. Buna bağlı olarak orta sınıfın önemli bir bölümünü memurlar oluşturmaya başlamıştır. Tüm bu gelişmeler toplum içindeki farklı toplumsal kesimlerin kentlerde birlikte yaşamaya başladıkları bir

⁶⁷ Mehmet Ergüven, Yoruma Doğru, s.207.

süreçtir. Toplumsal alanda yaşanan bu farklılaşmalar sanatsal alana, özelinde de kitsch üretime Türkiye’de özellikle 1950’ler den sonra görülmeye başlamıştır. Cumhuriyet tarihinde modernleşme dönemi olarak da adlandırılan bu yıllarda sanatı geliştirmek için devlet desteği verilmiştir. Türkiye’de yönü büyük oranda batıya dönük olarak gerçekleştirilen bu girişimler sanatın hemen her alanında “muhasır medeniyet” seviyesine getirilmesi amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla birçok sanatçı eğitim için yurtdışına gönderilmiş, birçok sanatçı da sanatla ilintili kurumsal uygulamalara katkı sağlamak amacıyla Türkiye’ye getirilmiştir. Devlet desteği ile sürdürülen bu destek sayesinde resim, mimari, müzik ve tiyatro alanlarında belirli sınırlılıkları da olsa önemli gelişmeler yaşanmıştır. Kent yaşamı içinde özellikle zengin kesime hitap eden yüksek sanata karşılık, toplumun diğer sınıfsal katmanlarına ait sanatsal ve kültürel formlarda aynı süreçte gelişme göstermiştir. Toplumun daha yoksul kesimlerinin önemli bir bölümü ise kırsal hayata dair bir kimlik taşıırken, devlet desteğiyle güçlenen ve geliştirilen yüksek sanat ise yoksul olan geniş toplumsal kesimlerce pek anlayamamış ve dolayısıyla benimsenememiştir.

Modernleşme ve sanayileşme girişimlerinin getirileri içinde varlığı hissedilmeye başlanan popüler kültür ve işleyiş içinde 1950’li yıllar önemli bir sürecin başlangıcını işaret etmektedir. 50’li yıllarda kent yaşamı ve ona ait tüm sanatsal alanlar modernleşme sancıları yaşarken 60’lara gelindiğinde arabesk kültür kendini var etmeye başlamıştır. Kitsch olgusu da bir kültürel beğeni alanı olarak Türkiye’de arabeske ait bu tarihsel gelişim içinde belirmiştir.

Türkiye’de 1980’li yıllarla birlikte yeni bir kültürel görünüm içine girilmiş ve kültürel değerlerde ciddi değişimler yaşanmaya başlamıştır. Söz konusu yılların kendi başına 80’li yıllar olarak tanımlanmasının 12 Eylül askeri darbesiyle oluşan tarihsel kesitle doğrudan ilişkisi mevcuttur. Bu tarihsel kesit ve süreç toplumsal alanda yapısal yeni kültür oluşumlarına doğrudan etkisi olmuştur. Bu süreçte ve sonrasında toplumun sosyal yapısında önemli değişim ve farklılaşma yaşanmış, bugünün kültürel oluşumunu belirleyen bir dizi bozulmanın da nesnel zeminini oluşturmuştur. Söz konusu bozulma, popüler kültüre ait yeni beğeni eğilimleri ve

popüler sanata ait talebin artması 80’li yıllarda başlamış ve günümüze kadar çok ciddi değişimler yaşanmaksızın, genel çerçevesi aynı kalmakla birlikte sadece görünümünde yüzeysel değişimler yaşayarak gelmiştir.

Türkiye’de 80’li yıllar sona ererken 1990’lı yılların başlarında tüketim toplumu olma özelliği toplum üzerinde belirleyici olmuş ve onu kuşatmıştır. Tüketim toplumunun belirlediği ekonomik koşullar Türkiye’de sanatsal ve kültürel eğiliminde nitelik açısından derinliğini yitirmesi ve yüzeysel bir üretime yönlenmesini de beraberinde getirmiştir. Toplum olarak sanatsal üretimlerden beklenen şey, kolay anlaşılabilme, doğrudan kavranma ve sorgulayıcı olmaması yönündedir. Çünkü toplumun içinde bulunduğu sosyal ve sanatsal algı biçimi sosyal duyarlılıktan uzak ve yüzeyselleşmeyle iç içe olmuştur. Sonuç olarak da yaşanan süreçte sanatın da yüzeyselleşmesi kaçınılmaz olmuş, nitelik açısından vasatlık içine girmiş, dolayısıyla da sanatsal üretimler hızla yaygınlaşmıştır. Popüler kültürün yönettiği tüm bu toplumsal yapıda müzik açısından arabesk gelişmiş, nesne ya da görsel ürünler açısından ise kitsch üretim kendisine çok daha fazla sayıda alıcı kitlesi bulmuştur. 1980’li yılların sonlarından günümüze yaklaştıkça sosyal/kültürel yaşantıda giderek büyüme gösteren bütün sanatsal üretimlerin metalaşma sistemi içine çekilmeleri, kitsch atmosfer için dikkate değer olanak sağlamıştır. *“Özellikle resim sanatı alanında özel galerilerdeki büyük artış ile resim üretimi ve tüketimi, galerilere ait pazar içinde yürümek zorunda kalması, müzikte popüler müzik üretimleri ve tüketimlerinin o alan için oluşmuş sektörde gerçekleşmesi, sanata ait yaşantının yönelimi hakkında bilgi vermektedir. Ayrıca giderek ilerleyen teknoloji ve tüketim kültürü, özellikle reklâm sektörünün yetkin üretimlerini getirmiş ve bu alan içinde gerçekleşen afiş, slogan ve görsel ürünler çabuk bilgilendirmeyi ve kısa sürede yönlendirmeyi uygulamakla böyle bir algılama biçimini yaygınlaştırmıştır... Tüketim toplumuna ait değerler, popüler kültürü yaygınlaştıran ve o kültür içindeki sanatsal üretimleri belirleyen değerlerdir... Dolayısıyla ülkemizde kitsch, tüketim kültürü içinde üremeye başlamış ve günümüze kadar o atmosferde hızla yaygınlaşmıştır.*⁶⁸

⁶⁸ İsmail Lütfü Erol, Türkiye’de Popüler Kültür ve Kitsch, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, s.120–121.

3.3 TÜRKİYE’DE POPÜLER BİR FORM OLARAK ARABESK KÜLTÜR

Hızla gelişen çarpık kentleşme, batıdan sürekli gelen kültürel şoklar Türkiye’de karma kültürel bir tarzın yani arabeskin ortaya çıkmasına ve yayılmasına neden olmuştur. Kitsch üretim, Türkiye’de kendisini ilk olarak arabesk tarz içinde şekillendirmiştir. İlk arabesk müzik, küçük süs eşyaları, manzara resmi veya çeşitli süs eşyalarında karşılaşılan süsler şeklinde kendini gösteren kitsch ürünler günümüzde daha kompleks bir tarzda kendini var etmektedir. Tarihsel açıdan çarpık bir gelişme gösteren endüstrileşme ve modernleşme girişimleri günümüzde daha farklı sosyo-kültürel etmenlere bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Bu durum günümüzde de sanatsal ve kültürel açıdan sorunların giderek ağırlaştığı bir yapıya da bürünmüştür. Türkiye’de popüler kültürün alt yapısının da sağlam olduğu düşünüldüğünde, popüler kültüre ait bir alanda yayılmış olan kitsch, görünüm ve gelişim açısından artık çok geniş bir alanda varlığını sürdürmektedir.

Kitsch olgusu bizim gibi gelişmekte olan bir ülkelerde kapitalistleşme süreci içinde kırsal kesimlerin çözüldüğü ve çarpık kentleşme ile birlikte çarpık kültürlerin hüküm sürdüğü zeminlerde ortaya çıkmaktadır. Kitsch Türkiye özgülünde yaşanan arabesk kitle kültürü ile iç içe geçmektedir. Bizim gibi birkaç kültür düzlemi arasına sıkışmış birkaç ideoloji arasında bunalmış bir toplum, kırdan kente göç olgusunu yıllardır yaşıyorsa, bununla da kalmayıp, kent kültürü içinde sınıfsal konumunu sürekli bir biçimde değiştirme çabasındaysa, yurt dışına gönderdiği binlerce milyonlarca insanın geriye, şu ya da bu biçimde dönmesiyle, yaşadığı ve yaşattığı kültürü sorgulamaya açıyorsa, kitsch o toplumun "doğal" bir üretimi olacağı gibi, sağlamlığının da bir koşulu olacaktır. Öncelikle bunu iyi belirlemek gerekiyor.⁶⁹

⁶⁹ Ergüven, a.g.y, s.128.

3.3.1 Arabesk ve Kitsch İlişkisi

Türkiye özgülünde arabesk olarak adlandırılan beğeni, estetik tarz ve yaşama biçiminde ortaya çıkan kitsch ürünler, arabeskin büyük ölçüde müzik kolu içinde tarif edilmesi ile ilişkili olarak kitsch olarak tanımlanmamıştır. Kitsch olarak tanımlanan ve popüler kültür içinde kullanım alanları yaygınlaşan ürünlerin çoğalmaları ve toplumun her kesiminde giderek yaygınlaşması batıda da endüstrinin gelişmesi ile gerçekleşmiş, Türkiye’de ise benzer gelişmelerle kullanım alanı genişlemiş ve popüler kültür içindeki arabesk beğeniye yol açmıştır. Sanayinin gelişmesine koşut olarak Türkiye’nin sosyal yapısında yaşanan değişikliklerde arabesk ve kitsch arasındaki mesafeyi daraltmış hatta bazı yaşam ve sanat alanlarında bu iki kavram birbirinden ayırt edilemeyecek kadar girift bir hale gelmiştir. Sanayinin gelişmesi ve göç ile birlikte kentlerde gecekondu yerleşim alanları oluşmuştur.

“Zamanla oralarda kent kültüründen de, köy kültüründen de farklı olan bir gecekondu kültürü oluşmaya başlamıştır. Ancak ilk zamanlarda gecekondulularla kentliler arasında tam bir kutuplaşma olduğu için kent kültürü ile gecekondu kültürü de bir süre ayrı cephelerde yer almışlardır. Ama giderek kente yeni gelen bu yığınların kent merkezindeki çeşitli işyerlerinde çalışmaya başlamalarıyla birlikte asıl kentlilerle bunlar arasındaki etkileşimde artmıştır. Dolayısıyla bu etkileşim iki kesimin kültürel etkinliklerine yansımıştır. Bunun sonucunda da önceleri yalnızca gecekondulular arsında dinlenilmekte olan arabesk müzik, alıcı kitlesini genişleterek kentin başka toplum kesimleri içine de sızmaya başlamıştır. Takside, minibüste, berberde, lokantada, pastanede söz konusu müziği dinlemeye mecbur bırakılan kentin asıl yerlileri ya da daha üst düzeydeki toplum kesimleri zamanla bu müziğe karşı bir yakınlık duymaya başlamışlar, arabeske alışan kulaklar zamanla onu özellikle aramaya başlamıştır. Ve arabesk müzik, alt toplum kesimlerinden, aşağı sınıf gazinolarından, minibüslerden, üst sınıf eğlence yerlerine, kibar lokallere dek girmeyi başarmıştır.”⁷⁰

⁷⁰ Güngür, a.g.y, s. 97.

20. yüzyılın en sorunlu sosyal sorunlarından biri olan göç olgusu sınırlar ve sınıflar kaymalarını yaşadığından, sonuçları itibariyle kendi coğrafyasını ve kültürünü oluşturur ki, bu da arabesk kültürdür. Türkiye’de de yaşanan göç dalgalarında Anadolu’nun çeşitli yerlerinden, farklı forklorik özellikler taşıyan kültürlerinden, dolayısıyla birbirlerinden ayrı değer taşıyan gelenek ve normlarından, yaşam biçimlerinden gelmişlerdir. Fakat bu farklılıklarını kente geldiklerinde aynı şekilde koruyamazlar, yöresel kültürel değerlerini bir süre korusalar bile bunları mutlaka aşmak zorundadırlar. Karadenizlinin, Urfalının, Kayserilinin aynı mahalle ve ya kahvede yaşarken, eğlenirken, eylerken paylaşabilecekleri yeni değerlere, davranışlara, kurallara yani yeni bir ortak kültürel yapılanmaya gereksinim vardır. Her şey bu yeni ortama uyumlanmak durumundadır.

Göç süreci ile başlayan zihinsel ve belleksel kitlenme, kimliksiz kuşakların hazır kültür, şablon, kalite ve meta anlayışını körükler. Ürün ister meta olsun, ister bir fikir olsun hızla tüketilmelidir. Bu durumda ilginç olan, yüksek gelir düzeyi ile alt gelir düzeyinin aynı marka platformunda buluşmaları, fikir ve amaç birlikteliği edinmeleri ve aynı savaşımla aynı metaya uzanma, ulaşma idealidir. Aradaki tek fark orijinal ürünle, sahte üründür. Amaç aynı, logo aynı, sembol aynıdır. Arabesk kültürde bu bağımlılık öyle ileri gider ki, sahte bir tekstil markası pantolon bulabilme kolaylığını, sahte bir Picasso bulma kolaylığı izler.⁷¹

Arabesk olgusunun bir diğer önemli alanı tüketimle ilgili boyutudur. Türkiye bir sanayi sonrası toplumu olma özelliği ile 1980’li yıllarda tüketim toplumu olma yolunda hızlı bir gelişme süreci yaşamıştır.

Türkiye’de kendine ait sektör üretiminin hızı ile doğru orantılı biçimde gelişmiş olan arabesk üretimi ve tüketimi hangi koşullar içinde gelişmişse, kitsch’in de aynı şekilde yayıldığı görülmektedir. Sanayi devriminin bir yan ürünü olarak

⁷¹ Feza Özer, Resim Sanatında Yirminci Yüzyıla Yansımayan Gelenek, Kitsch Bağlamında Arabeskin Postmodern Yanılmasının diğer Kültür ve Sanat Olgularını Kuşatması, Mimar Sinan Üniversitesi, Resim Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlik Eser Metni, 2003, s. 9.

ortaya çıkan kitsch, ekonomik gelişmelere bağlı olarak, yayılabilen bir olgu olarak arabesk kültürün içinde yaşamış ve özellikle 1980'lerden sonra giderek önemli hale gelmiştir. Kitsch'e ait tarihsel gelişim süreci 1980'lerden sonra Türkiye'de sosyal yaşam içinde özellikle popüler kültürün baskın hale gelmesi şeklinde yaşanmaya başlanmıştır. 1980'lerde yayılımı artan popüler kültürel süreç 1985'e dek büyümesini sürdürmüştür ve sonrasında da etkisinden ciddi bir şey kaybetmeksizin günümüze kadar ulaşmıştır. Kitsch, tarih içinde popüler kültürün bünyesinde yeşermiş, gelişmiş ve etkili hale gelmiştir. 1980'li yılların başlarına ait kültürel gelişmelere bu yönden bakıldığı zaman kitsch'i yaygın kılan popüler kültüre ait değerlerin gelişimi de kendini göstermektedir.

Tüketime bağlı kültürel ve kimliksel süreçler 1980'lerden sonra yeni oluşumları harekete geçirmiş ve bu özelliği ile arabesk kavramı Türkiye'de köklü bir oluşum olarak kendini var etmiştir.

Arabesk bir lümpen kültürdür, bir ara kültürdür. Bununla birlikte arabeskin temelinde yer alan ana kavramın tüketim olduğunu da unutmamak gerekir. Bu tüketim, elbette bir ekonomik kavram değil, bir toplumbilimsel kavramdır. Amacı tüketimin tüketim için gerçekleştirilmesidir. Tüketimin herhangi bir değer üretme süreci içermemesidir. Arabeski ve kiçi oluşturan temel yönsemelerin hiçbirinde gündelik ve sıradan bir tüketim eğiliminin aşıldığı görülemez. Aksine, kitle üretimi, tüketimi de belirlemektedir. Biricik (unique) üretimler değil, çoğul üretimler artık esastır ve bunların tümü de kitle iletişim araçlarının geliştirdiği tüketim kavramı tarafından beslenmektedir. Gündelik yaşamda kitlenin tüketime yönlendirilmesi değildir önemli olan. Sistemi ayakta tutmak için gerekli olan yaklaşım, aslında, yeniden üretim (reproduction) boyutunun öne çıkarılması önemlidir. Esas olan yeniden üretim olunca, özgün olanın yerini de temsili (representative) olan alacaktır. Tüketimin taklitle yaşadığı karmaşık ilişkinin kesiştiği nokta budur.⁷²

⁷² Hasan Bülent Kahraman, Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye, Agora Kitaplığı, 2. basım, İstanbul, 2007, s. 76.

Sanat da bu durumun içinde önemli bir unsurdur. Her şeyin yeni ortama uygun olmasının arandığı bir durumda sanatında ortaya çıkan yeni gereksinmelere yanıt verebilecek, kolay ulaşılabilir, bu özelliği ile de kolay tüketilebilir olması gerekliydi. Bu tür geleneksel kültür değerlerinden kopmak üzere olan, ancak kent yaşamına da henüz uyum sağlayamamış bu yeni arabesk kültürü sanatsal ürün açısından ise tüm bu koşulların sonuçlarını nitelik özellikleri olarak bünyesinde barındıran kitsch nesnelere olarak ortaya çıktı.

Bu nesnelere biçimsel ve nitelik özellikleri açısından eklektik, kavramsal açıdan ise tüm bu kozmopolit sosyal koşulların sonuçlarını bünyesinde barındıran türdendir. Aynı zamanda bu sanatsal nesnelere Anadolu'nun değişik alt kültür ortamlarından, kentin kozmopolit kültür ortamına gelmiş bu insanların ortak beğeni düzeylerine seslenebilmeli onları bu beğeni haresinde toplayabilmelidir. Bu sanat ürününde ortak ve vasat estetik kriterler anlamına gelir ki tüm bu özellikleri kitsch kavramının altını dolduran estetik kriterlerdir.

3.3.2 Gelenek ve Kitsch İlişkisi

Sanayi ve kentleşmenin gelişme hızı insanların yaşamlarını bu hıza ayak uydurmasına izin vermeyecek kadar hızlıdır. Bu hıza ayak uydurup yeni ortama alışmak ve benimsemek zaman, eğitim ve birikim gerektirir.

Türkiye'de zevksizlik ortamının başlangıcı olarak 19. yüzyılın sonunda Osmanlı Devletinin geçirdiği ekonomik ve sosyal değişim dönemi gösterilebilir. Bu dönemde batıya açılma eğilimleri ile birlikte sanayileşmenin ülkeye girmesi, Osmanlı İmparatorluğunu ekonomik yönden çökertmek amacıyla, işlevsiz ama görkemli, gösterişli mimari ve iç düzenlemelerin uygulanması, klasik değerlere ulaşmış geleneksel mimari ve dekorasyonun bırakılması, kökenleri Anadolu'da ilk çağ kültürlerine değin inen geleneksel sanat ve el sanatları ürünleri yerine Avrupa tüketim mallarının piyasaya egemen olması ve bu ortamın kitlelere kısa sürede üstten baskıyla kabul ettirilmesi, geleneksel ve işlevsel bir zevkin üstüne gölge

düşürmüştür... Kitle bu yeni üretimi özümsemeden kabul etmiş ve kitsch için verimli bir temel oluşturmuştur. Avrupa kentsoylusunun evindeki örneğin dresten porseleni, Çanakkale ve İznik seramiklerinin, Yıldız porselenlerinin, Rus ve İngiliz gümüşü Osmanlı gümüşünün, Murano camları Beykoz camlarının yerini yavaş yavaş almış, sarayları, konakları doldurmuş, geniş kitleler bu görkeme ve gösterişe öykünerek, bunların kendilerine ulaşan ikinci derecedeki kopyalarıyla yetinmişlerdir.⁷³

Geçmişte halk sanatı ve saray sanatı nitelik açısından birbirinden oldukça farklı bir şekilde var olmuştur. Bu farklılık saray sanatının daha yüksek, halk sanatının ise daha düşük düzeyde olduğu anlamına gelmemektedir. Saray ve halk sanatlarının farklılığı en açık şekilde el yazmaları süsleyen minyatürlerle, popüler halk masallarının kahramanlarını tasvir eden resimlerde ve bunlar arasındaki üslup farklılıklarında kendini göstermiştir. Söz konusu farklılıklar zamanla birçok sanat alanında daha fazla keskinleşir. Örneğin mimaride kent ve kasaba mimari yapıları arasında önemli farklılıklar vardır. Ancak bu yapılar kendilerine özgü üslup değerleri taşıdığından söz konusu farklılıklar bu verilerin kendilerine özgü nitelikleri ve saygınlıklarına ilişkin sorunlu bir alan oluşturmazlar. Günümüze gelindiğinde seçkin veya popüler kavramlarıyla açıklanmaya çalışılan sanatsal etkinlikler, geçmişin estetik normlarıyla çakışma göstermemektedir. Çağdaş ve popüler kavramları ile ilişkili olmasına karşın alt ve üst kültür nitelendirmelerine dayanarak irdelenen günümüz sanatının verileri, tarihsel dönemlerin saray ve halk sanatına özgü ayrımları günümüze taşınmış değerlerdir. Bunun daha açık bir ifadesi, günümüze belirleyen sanatsal durum ve ürünler geçmişin sanatsal ürünleri ile organik bir ilişki içinde değildir, bu yönüyle de bugün bu alanda bir köksüzlük yaşandığı görülmektedir.

Sanatın seçkin ve sofistike bir düzey araştırdığı ve sadece dar ve küçük zümrelerin beğenisini amaçlar görüldüğü çağımızda, popüler kavramı önemli bir nitelik ve anlam değişikliğine uğramış ve kitle kavramıyla özdeşleşmiştir. Özellikle sinema ve müzik gibi alanlarda popüler sanat örnekleri geniş ve etkin bir yer tutmaya başlamış, ancak bu alanlarda üretilen veriler de çeşitli

⁷³ Beral Madra, Zevkin Yozlaşması (kitsch) Tanımı ve Etkileri, Sanat Çevresi, sayı 74, Aralık 1984

düzy kategorilerinde yer almaya koyulmuşlardır. 'Kitsch' adı verilen ve sanat taklidi bayağılık olarak küçümsenen ürünlerin bile çeşitli düzey katmanlarında değerlendirildikleri görülmüştür... Tarihsel sanat iradesinin çağdaş sanat üretimine yansıtılamadığı koşullarda, seçkin düzey iddiasındaki sanatın yoğun bir taklit açmazıyla karşı karşıya bulunduğu ve söz konusu iddianın ancak bir yozlaşmayı ifade ettiği rahatça düşünülebilir.⁷⁴

Sanayileşmiş batının bir ürünü ve halk kültürü ile geleneksel kültür arasındaki fark ve düşünme biçimi olarak da görülebilen kitsch, özellikle halk kültürü ile ilişkisi çerçevesinde değerlendirilmektedir. Kitsch'i hazırlayan tarihsel koşullar, en açık şekli ile sınıfsal kökenli bir kavrama işaret eder... Anonim bir duyarlılığı sergileyen halk sanatının en belirgin niteliği, üretici ile tüketici arasındaki ayırım çizgisinin ince olması, yani üretimin, ihtiyaca göre yapılmasıdır.

Öte yandan, özü gereği, doğaçlama ve gerçek bir tinsel etkinliğin ürünü olmaktan nasibini almayan halk sanatında dikkati çeken bir başka nokta ise, evrime kapalı olmanın sonucu, ardı ardıncılığın yerini yan yanılığın almasıdır; öyle ki kuşaklar boyu süren dirence teslim olan zaman, nerdeyse durma noktasına varmıştır halk sanatında. Ne var ki, bu alanda üreticiyle tüketicinin özdeşleşme olgusu, halk sanatını peşinen aklayan bir içtenliğin güvencesidir elbette... Halkçıl sanatı tehdit eden en büyük sorun, ucuz ve sadece duyguları okşayan bir tavırla, gitgide gerçek sanatın yedeğine dönüşmesidir; eleştirel bilincin körelmesine yol açan bu durum, özünde kitsch'in tohumlarını taşımaya başlamıştır artık. Nitekim teknolojik gelişmeye koşut olarak yeniden üretim olanağının gündeme gelmesi ile kitsch'in eşzamanlı ortaya çıkışı bunun en çarpıcı kanıtlarından biridir.⁷⁵

Halk sanatının giderek eğlence anlayışı ile birlikte düşünülmesi ve sanatın bir meta olarak eğlence sektörünün hizmetine sokulması teknolojik gelişmelerle ilgili olduğu kadar, kapitalist zihniyetin kâr hırsıyla da yakın ilişkisi olduğu açıktır.

⁷⁴ Sezer Tansuğ, Gelenek İşığında Çağdaş Sanat, İz Yayıncılık, İstanbul, 1997, s. 37.

⁷⁵ Ergüven, a.g.y, s. 190.

“Bugün halk eğlencesi denilen şey, varlığını gerçekte kültür endüstrisi tarafından yapay bir biçimde üretilmiş, manipule edilmiş ve bu yüzden de yoz bir gereksinime borçludur. Sanatla çok az ilgisi vardır, kendini sanat gibi gösterdiği yerde ise bu ilgi en azdır”.⁷⁶

Kitsch kentlerde üretim olanaklarının gelişmesine bağlı olarak doğup gelişirken etki alanını da kentlerden, kırsal bölgelere doğru genişletti. Bu genişleme halk sanatının da özgün ve naif doğasını etkiledi, etkilemekle kalmadı onu öz ve biçim açılarından bozdu ve yok etti. Kitsch’in etkisi coğrafi ve kültürel sınırları tanımaz, o sanayileşmenin bir oranı olarak tüm sınırları aşarak bir ülkeden diğer bir ülkeye tüm kültürleri etkilemiş ve kendi vasatlığını bir virüs gibi her yere bulaştırmıştır. “Sonuçta bugün, evrensel bir kültür olma yoluyla bilinen ilk evrensel kültür olmuştur. Günümüzde Çin halkı, en az Güney Amerika yerlileri kadar; Hindular, en az Polonezyalılar kadar, magazin kapak resimlerini, takvim kızlarını kendi yerli sanatlarının ürünlerine tercih eder olmuşlardır. Kiçin bu bulaşıcı, bu dayanılmaz çekiciliği nasıl açıklanabilir? Doğal olarak makine işi kiç, yerli el ürünü mallardan çok daha fazla satılır olmuştur; kaldı ki batının prestijinin katkısı da söz konusudur. Fakat neden kiç Rembrant’dan çok daha kârlı bir dışsatım maddesi olmuştur? Sonuç olarak biri diğeri kadar ucuza çoğaltılabilir.”⁷⁷ Kitsch sanayileşme sürecinin meydana getirdiği bir görüngüdür ve çağımıza özgüdür. 19. yüzyılda sanayinin gelişmesi ile birlikte ülkemizde de kitsch’in en çok görüldüğü yerler ev dekorasyonlarıdır. Eşyaların modern teknoloji ile üretilmeleri sayesinde zamanla ev eşyaları işlev ve biçim değiştirmiş kopyalar yığına dönüşmüştür. Ev dekorasyonunda geleneksel ev döşeme biçimlerimiz dingin bir yalınlığa ulaşmışken, ülkede yaşanan tüm bu hızlı değişim sonrasında kitsch faktörü geleneksel el sanatlarına ve ev dekoruna karşı acımasız bir savaş açmıştır. Batıya özgü dekor malzemelerinin ucuz ve basit reproduksiyonları evlerimizi kuşatma altına almıştır. Geline süreçte de gerek iç gerekse dış mimari kullanımında ülkemizi adeta bir kitsch cennetine çevirmiştir.

⁷⁶ Max Horkheimer, Geleneksel ve Eleştirel Kuram, Çeviren: Mustafa Tüzel, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005, s. 500.

⁷⁷ Clement Greenberg, Avangard and Kitsch, Hazırlayan; Mehmet Yılmaz, Sanatın Felsefesi Felsefenin Sanatı, Çeviren: Nazım Özüaydın, Ütopya Yayınları, Ankara, 2004, s. 254.

Türkiye’de kırdan kente göçün hızlanmasıyla birlikte, kentlere göçenlerin beraberlerinde getirmiş oldukları beğeni ölçütlerinde değişim olmuş fakat bu değişim karşılıklı ilişki içinde kente ait sanatsal beğeni ve alışkanlıkları da etkilemiş ve değiştirmiştir. Bu etkileşim estetik alanda popüler sanat türünün de gelişmesi açısından itici bir güç olmuştur. Kendine ait belirli özellikleri olan geleneksel halk kültürleri kentlerde hissedilmeye başlandığında bu kültür kentliler tarafından ilgiyle karşılanmış ve bu ilişki içinde boyut değiştirmiştir. Köyün geleneksel değerleri ve inançlarıyla kente gelen insanlar, kırdan tümüyle farklı olan, kente özgü değerlerle, inançlarla ve normlarla karşı karşıya kalır ve iki kültür arasındaki çelişkileri en keskin biçimiyle yaşar. İnsanlar fiziki koşullardaki değişikliklere daha hızlı uyum sağlayabilirken, yaşam boyu şekillenen kültürel değerlerin değişmesine aynı hızla uyum sağlayamamaktadır. Dolayısıyla bir yandan sahip olduğu değerleri korurken diğer yandan ise karşılaştığı başka ve yeni durum karşısında birey, anlamsızlık ve çelişkilerden oluşan yeni bir durumun unsuru haline gelir. Birey, artık köylü olmaktan çıkmıştır ancak kentli de olamamıştır. Hiçbir tarafa ait olamama duygusu ve durumu bireyi kimliksizlik veya kimlik bunalımı içine sokmaktadır.

“Proletarya ve küçük burjuva olarak kentlere yerleşen köylüler yaşamlarını kolaylaştırmak için okumayı yazmayı öğrendilerse de, kentin geleneksel kültürünün tadına varabilmek için gerekli boş zamanı ve rahatlığı elde edemediler. Bu arada, bir yanda geride, kırsal kesimde bıraktıkları halk kültürüne olan beğenilerini yitirmiş oldukları, bir yanda da can sıkıntılarını giderme arayışı içinde olduklarından, kentleri dolduran bu yeni yığınlar, kendi yaşam biçimlerine, anlayışlarına uygun bir kültür sağlaması için toplum üzerinde baskı oluşturdular. Bu yeni pazarın gereksinimini karşılamak için yeni bir mal tasarlanıp geliştirildi: yapay, taklitçi kültür ya da ucuz, bayağı (kiç) kültür: gerçek, incelikli kültürel değerlere duyarsız, kayıtsız ama yine de ancak bir tür kültürün sağlayabileceği bir dönüşümün açlığını çeken yığınlara dönük bir etkinlik.”⁷⁸

⁷⁸ Greenberg, Avangard and Kitsch, Hazırlayan; Mehmet Yılmaz, a.g.y, s. 252.

4.BÖLÜM

4.1. FARKLI SANAT DİSİPLİNLERİNDE KİTSCH OLGUSU

Kitsch kavramı geçmişte, özellikle resimle ilişkili olarak kullanılmakta idi. Ama bu ilk anlam, yavaş yavaş genişledi ve terim günümüzde, tüm sanat dalları için kullanılabilirdiği gibi sanat alanlarının dışında da yaşamın her hangi bir alanı içinde özgürce kullanılmaktadır. Dil bilimciler bu kavramın bu kadar geniş bir yelpazede kullanılmasını istisna bir durum olarak görebilirler ve kitsch teriminin, sanatın dışında kullanılmasının uygunsuz olacağına iddia edebilirler. Sanat sınırlarının içinde bile, bu kavramın müzik ve edebiyata uygulanmasının sadece uygunsuz bir şey olmadığını aynı zamanda gereksiz olduğunu da savunan dilbilimciler vardır. Restoran dekorasyonlarının, park ve bahçe tasarımlarının ya da yapma çiçekleri kitsch olarak adlandırmanın, onun anlamına bozmasına da karşı çıkmaktadırlar; bu örnekler için, onlara göre söylenebilecek şey zevksizlik ve uygunsuzluk olmalıdır.

Resim sanatından ne kadar çok uzaklaşırsak, kitsch'i zevksizliğin başka göstergelerinden ve bu kavramın daha problemlili kullanımından ayırt eden şeyle ilgili hislerimiz o kadar zayıflar. Günümüzde bile kitsch terimi, bahçeler, mobilyalar, duvar kâğıdı tasarımları ya da seçim kampanyaları için rahatlıkla kullanıldığı zaman, değerler dizisi örnekleri yine de görsel sanatın dışında araştırılmaktadır. Kitsch'in kavram olarak sanatın ve hayatın her alanındaki bu yaygın kullanımı kavramın kesin bir tanım ve tarife sığmaması ile ilgilidir. Bu bölümde farklı sanat disiplinlerinde ele alınacak kitsch kavramı, kitsch'in farklı sanat alanlarındaki var oluşunu özetleme ve anlamaya yöneliktir. Esas itibariyle her biri kendi özgülünde derinlemesine bir araştırma ve incelemeyi gerektiren bu sanat alanları, bu çalışmanın çerçevesi düşünülerek sınırlı tutulmuştur.

4.1.1. Magazin, Televizyon Kültürü ve Kitsch İlişkisi

Kapitalizmin fordist üretim biçiminden, post fordist üretim biçimlerine geçişi en sade anlamıyla sadece üretim sürecinin mekânsal düzenlenmesi değil aynı zamanda o üretim sürecine özgü birikim biçiminin de bir ifadesidir. Fordist üretim biçiminin, postfordist üretim ve birikim sürecine dönüşmesini sağlayan en önemli parametreler bilişim ve iletişim alanında yaşanan teknolojik devrimlerdir.

Teknolojik devrim sadece üretim sistemini ve toplumsal ilişki kalıplarını etkilemekle kalmamış; özellikle iletişim devrimi politik düzen başta olmak üzere toplumsal yaşamın birçok alanında deyim yerindeyse depremlere neden olmuştur. İnsanoğlu tarihinde ilk kez, 20. yüzyılın son çeyreğinde yazılı, sözlü ve görüntülü iletişim modaliteleri aynı sistem içinde bütünleşmişlerdir. Bu, hiç kuşkusuz bir iletişim devrimidir ve doğal olarak böyle bir devrimin kültürel yaşamı alt üst etmesi kaçınılmazdır. İletişim devriminin ilk büyük etkisi, olağan üstü bir toplumsal etkinlik kazanması ve adeta tam bir denetim kurmasıdır. Artık insan için gerçek, dokunduğu, gördüğü bir şey değildir; gerçeklik insana medya tarafından bir dil süreci içinde yansıtılmaktadır. İletişim araçları ya da bir başka deyişle medya, kendine özgü sembol ya da metaforlarla insanın kültürel çerçevesini yeniden üretmektedir.(N.Postman, 1985,s 15)...elektronik devrimin iletişim alanına yansımaları, medyayı evrensel ölçekte güçlü ve etkin bir konuma getirmiştir. Aslında elektronik devrimin, toplumsal açıdan yeni kültürel etkileşimin altyapısını hazırladığı söylenebilmektedir.⁷⁹

Kitle haberleşme araçlarının tam anlamıyla geçen yüzyılda gazete ve dergilerin yaygınlaşması, baskı tekniklerinin gelişmesiyle ortaya çıkmıştır. Geline süreçte ise toplum için kitle iletişim araçları çok yönlü etkilerin ve vazgeçilmez alışkanlıkların merkezi durumundadır. Kitle iletişim araçlarının üretimi ve kullanımı doğrudan kültürel bir olgudur.

⁷⁹ Şaylan, a.g.y, s.152–153.

“Hepsinin temelinde yer alan yazılı metin unsuru, sesli yayınlarda konuşma unsuru ve görüntülü vasıtalarındaki davranış unsuru ve görüntülü vasıtalarındaki davranış unsuru toplum fertlerinin nasıl çok yönlü bir değerlendirme ve tesirle karşı karşıya olduğunu gösterebilir.”⁸⁰

Kitle haberleşmesi veya iletişim çağı tanımını 20. yüzyılı en iyi ifade eden simgelerdendir. Kitle iletişim araçlarının en önemli özelliği ise toplumu yönlendirmedeki ustaca kullanımınıdır. Modern toplumda bireyin, kitle iletişim araçlarının etkisinden kurtulması mümkün değildir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve elektronik alanında yaşanan devrimsel gelişmelerle birlikte toplumsal açıdan da yeni bir kültürel altyapı oluşmaya başlamıştır. İnsan için kültürel ve sanatsal etkinlikler sinema, tiyatro veya sanat galerilerinden büyük ölçüde ev’e kaymıştır. Kültürel yaşam TV veya diğer araçlar sayesinde evin içinde şekillenir hale gelmiştir. İnsanın dünyaya dair tüm duyusu, davranış ve tutumları, kısaca tüm duygu ve davranış kodları artık evde ve TV karşısında biçimlenmektedir. Elektronik alanda inanılmaz bir hızla yaşanmakta olan gelişme ve değişimler toplumsal açıdan da yeni bir kültürel etkileşimin altyapısını oluşturmaktadır. Büyük oranda eve sıkışmış olan kültürel yaşamı televizyon önemli ölçüde belirlemeye başlamıştır. Televizyon dışında diğer elektronik aletlerin de ev yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelmesi de kültür ve sosyalleşme olgularında önemli ölçülerde değişimlerin yaşanmasına yol açmaktadır.

“ Elektronik medya yaşamın her alanına girmiş ve girmeye devam etmekte (tele alışveriş, tele bankacılık, tele check-up gibi) ve bu süreç hem bireyselleşmeyi hem de bireyin denetimini güçlendirip kolaylaştırmaktadır. Herhangi bir iletişim sistemi içinde birey açısından kendine gelen enformasyonu değerlendirmenin bir psikolojik maliyeti vardır. Örneğin yazılı iletişimde bu maliyet yüksektir, çünkü insan düşünmek zorunda kalmaktadır. Yani yazılı enformasyon şu ya da bu ölçekte ama mutlak olarak bireyi düşünmeye zorlamaktadır. Buna karşı TV enformasyonu için psikolojik maliyet sıfıra yakındır; TV programları için bilgi ve zekâ düzeyi bir koşul konumunda değildir.”⁸¹

⁸⁰ D. Mehmet Doğan, İletişim veya Dehşet Çağı, Timaş Yayınları, İstanbul, 1993, s. 23.

⁸¹ Şaylan, a.g.y, syf 153

Gelişen ve elektronikleşen iletişim araçları, iletişime sürat ve kolaylık sağlamanın ötesinde; aynı zamanda iletişimi, kitle iletişimine çevirmektedir. Günümüzde posta, telgraf, telefon, faks gibi haberleşme araçları; gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçları; uydular, bilgisayarlar (İnternet ve e-mail) birer iletişim aracı olarak iletişimin ayrılmaz parçaları haline gelmektedir. Bu elektronik iletişim araçları, günümüzde, kurduğu haberleşme ağıyla kültürü de yaygınlaştırmış, tek tipleştirilmiş kısacası dünyamızı Mc. LUHAN'ın deyişiyle "küresel bir köy"e dönüştürmüştür.

Kitle iletişim araçlarının egemen ideolojinin, kültürün ve elbette ki sermayenin taşıyıcısı olması son derece önemlidir. Bu taşıyıcılık kitle iletişim araçlarında kodlanan mesajlar ile gerçekleşmektedir. Elbette ki bu çift yönlü bir süreçtir. Kodlanan mesajlar alıcılar tarafından kod açılımlanarak hedefine ulaşmaktadır. Bu noktadan hareketle tüm kitle iletişim araçları ve onların sunuları birer metin olarak değerlendirilerek çözümlenmeleri yapılmaktadır. Bu noktada özellikle televizyon ironik bir yaklaşımla söylemek gerekirse hipnotik etkisinden dolayı farklı bir konuma sahiptir. Televizyon izleme eylemi temelinde edilgin bir durumu ifade etmektedir. Ancak insanlar neden televizyon izler? Sorusunu sorduğumuzda karşımıza “ Kullanımlar ve Doyumlar “ teorisi çıkmaktadır. Dolayısıyla konuyu işlevselci bir perspektiften ele alırsak insanlar bir takım ihtiyaçlarını tatmin etmek amacı ile televizyon izlemektedirler. Bu görüşün önde gelen isimlerinden Denis McQuail bu ihtiyaçları şu şekilde sıralamaktadır.

- “1. Oyalanma, kaçış; günlük hayatın sıkıntılarından uzaklaşma, eğlenme, katharsis sağlama.
2. Kişisel ilişkiler yani; televizyon aracılığıyla başkalarıyla ilişki kurmak, yalnızlık duygusunun hafiflemesi.
3. Kişisel kimlik; Program içeriğiyle izleyicinin kendi yaşamı arasında bağ kurması, olası sorunlarla ilgili bilgi edinme ve var olan değerlerin pekiştirilmesi.
4. Gözetim altına alma, dünya olaylarından haberdar olma, bilgilenme.”⁸²

⁸² Erol Mutlu; Televizyon ve Toplum, TRT Yayınları, Ankara, 1999, s.81–85.

Görüldüğü gibi aslında “ Kullanımlar ve Doyumlar “ teorisinin temelinde “ kaçış” zihniyeti yatmaktadır. Çünkü insanlar kaçışa yöneltilerek pasifleştirilmektedirler. Bu sayede egemen ideoloji kodlar yardımı ile kitleler üzerindeki hâkimiyetini olanaklı hale getirmektedir. Bu noktada Metron ve Lazarsfeld’in ortaya attıkları *uyuşturma etkisi* yani *narcotizing dysfunction* kavramı karşımıza çıkmaktadır. Bu sayede insanlar toplumsal sorunlara tepki vermek ye da müdahale etmek yerine uyuşmuş ve tepkisiz bir halde istenilen birey prototipine uygun hale getirilmektedir.

Bir başka kuramcı George Gebner ise televizyona farklı bir perspektiften yaklaşmaktadır. Gebner’in “ Yetiştirme (ekme) yani Cultivation teorisine göre; televizyon modern toplumları şekillendiren en önemli güçtür. Ona göre televizyonun gücü egemen zihniyetin sembolik anlatımında gizlidir. Yani Gebner’e göre televizyon toplumun hikâye anlatıcısıdır. Bundan dolayı sembolik dünyamıza hâkimdir ve bilinç ve bilinçaltı imajlarımızı televizyon belirler. Dolayısıyla görüntülerin hegemonyasında yaratılan imajlarla yaşamamız istenilen dünyayı bize dayatır. Sonuçta ideoloji görüntülerin içinden geçerek bize dayatılır. Yani kitle program mesajında ne veriliyorsa onu ister istemez elinde olmadan algılamaktadır.

Baudrillard ise televizyonu gerçeğe ulaşmayı engelleyen bir araç olarak görmektedir. İnsanlar televizyonda gerçeğin yeniden üretilmiş halini görmektedirler, gerçeği değil. “Onun amacı, dünyayı enformasyon olarak üretmek ve bu enformasyona bir anlam kazandırmaktır.”⁸³

Baudrillard’a göre ilkesi büyüleme olan televizyonlar, insanlara görüntülerden oluşmuş bir simülasyon evrenini sunmaktadır. Mesafe bilinci yok olan izleyici, gerçeği algıladığını sanırken aslında görüntüsünü algılamaktadır. “Gerçekle düşsel arasındaki farkı yok etmeye çalışan simülasyon” bu şekilde simülarkları gerçek gibi sunma olanağını yakalamaktadır:

⁸³ Jean Baudrillard, Tam Ekran, syf 139

Televizyon formatlarının içeriği sistem tarafından belirlenen kodlar çerçevesinde oluşturulmaktadır. İzleyici de görüntüleri bu kodlar doğrultusunda anlamlandırır. Dolayısıyla televizyon sistemin en önemli taşıyıcılarından biridir. “Televizyon imgesi seyirci olarak bizi her an tramın beyaz çizgilerini, derinlemesine sinetik ve dokunsal özelliğe sahip duygusal sarsıntılar şeklinde, tamamlayarak katılmaya zorlamaktadır.”⁸⁴

Var olan bütün bu yaklaşımların ve teorilerin sonucunda televizyon ve kitsch ilişkisini değerlendirirken alımlama ve dolaşım estetiğini de ele almamız gerekmektedir. Alımlama izleyicinin kimliği, kişiliği kısacası sahip olduğu tüm arka planı ile şekillenir ve izleyiciden izleyiciye değişebilir. Dolayısıyla kod bellidir ancak kod açılım değişik yorumlara sahiptir.

Günümüz medyasının genel görünümünü yansıtan ve toplumsal anlamda kamusal alanda yurttaşlığın kaybolup, yerini olup bitene seyirci kalan sinik kimselere bırakması şeklinde ciddi sonuçlar doğuran gelişmeler yaşanmaktadır. Aslında bu gelişmelerin iletişim ve enformasyon sistemlerine ilişkin kısıtlayıcı kuralların kaldırıldığı, iletişim araçlarına erişimin kolaylaştığı, bilgi edinme yollarının ve araçlarının çoğaldığı, bireysel ve kolektif açıdan ifade özgürlüğü olanaklarının genişlediğinin söylendiği bir dönemde yaşanması da ayrıca dikkat çekicidir.

Epistemolojik motifli ideoloji kavrayışına sahip medya çalışmaları bu ironik durumun medya üzerindeki ciddi müdahalelerin görünür olmasını engellediğini ifade etmektedir. Bu kapsamda medyada aslında kamusal olarak nitelendirilemeyecek, işlevini yitirmiş kamusalıklar yaratılmaktadır. Televizyon örneği ele alındığında, hem gündüz kuşağında, hem prime-time’da, hem de gece kuşağında farklı formatlara sahip konuşma ve tartışmaya dayalı programlarda izleyici katılımının söz konusu oluşu kamusal alan nosyonunun medyada yeniden canlanmakta olduğu düşüncesine neden olmuştur. Oysa bu tür programlarda söz konusu olan, “ rasyonel müzakerenin duygusal ifadeyle yer değiştirmesi”, “ duyguların ve sansasyonun makul çözümler karşısında

⁸⁴ Jean Baudrillard, Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm, Çeviren; Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2002, s. 99.

yüceltilmesi”, “ eğlence ve aydınlanma ile duygu ve toplumsal sorumluluk arasındaki dengenin ortadan kalkması”, “ toplumsal sorunların bireyselleştirilerek ve çözümleri popüler terapistlerce verilen kişisel yardım önerilerine indirgenerek aktarılması” sonuçta “yurttaşlığın neredeyse alışverişe tabi kılınmasıdır”(Murdock,2000). Dolayısıyla, bu tür medya ürünleri, medyanın yapısal sorunlarından bağımsız olarak değerlendirildiği zaman, medyada var olduğu iddia edilen kamusalılık, demokrasi vadinin gerçekleşmesine katkı sağlayacak, eleştirel nitelikli, eşitlik ilkesi temelinde yurttaşların doğrudan ve aktif katılımıyla kurulmuş kamusallıkla bir ilgisinin bulunmadığı anlaşılabilir, anlaşılmasa bile bu ciddi fark bir sorun olarak değerlendirilip önemsenmemektedir.⁸⁵

Ancak televizyonda yapılan programların bireyleri ve toplumu tek tipleştirici, estetikten yoksun ve aklın, düşünmenin eşliğinde değil de kalbin hegemonyası altında olması kitschleşmenin en önemli göstergesidir. Elbette ki bu noktadaki mesajlar, söylemler üretim ilişkileri içinde değerlendirilmektedir. Kapitalist üretim ilişkilerinin toplumu ve bireyleri aynılaştırması farklı kod açılımlara olanak tanınmaması televizyonda Kitsch’in oluşturulmasında en önemli faktördür.

4.1.2. Edebiyatta Kitsch;

Etik kategori ile estetik kategorinin karışıklığı kitsch’in temelini oluşturur; kitsch’in amacı ‘iyi’ bir eser yaratmak değil ‘güzel’ bir eser ortaya koymaktır; onun için önemli olan şey güzelliğin etkisidir.

Literatürde edebi kitsch’i, kötü olan edebi eserlerden nasıl ayırt edebiliriz? Kitsch romantik çağ ve sonrası da mı sınırlı? Yoksa bütün edebi stillerde, dönemlerde bulabilir miyiz? Kendimizi literatürle sınırlandırarak her biri sayısız tür ve alt türleri içeren çok kapsamlı iki ana kategoriye ayırabiliriz. Bunlardan biri propaganda için üretilen kitsch (politik kitsch, dini kitsch vs). İkincisi ise eğlence için üretilen kitsch (aşk hikâyeleri, yalnızca geçimini

⁸⁵ Şerife Çam, Medya Çalışmalarında İdeoloji, Epistemolojik ve Metodolojik Sorunlar, Estetik, De Ki Basım Yayın, Ankara, 2008, s. 70.

sağlamak için yapılan sanatsal işler, taşrasal işler vs). Bu iki kategori arasındaki farklılığın son derece belirsiz olabileceğini bilmemiz gerekir.⁸⁶

Sıklıkla doğal olan karaktere ve sıkça kullanılan gerçekçi terminolojiye rağmen, kitsch romanı dünyayı ‘gerçekte olduğu gibi’ değil, ‘insanların olmasını istediği gibi’ ya da ‘insanların korktuğu gibi’ gösterir. İçerik anlamında durum böyle iken edebiyatta yapısal düzlemde dilin özensiz kullanımı, sözcüklerin sıralanışı, kurgu v.b yapılar estetikten uzak, kitsch bir yapı gösterebilir. Böylesi yapıtlar içerik olarak da dinamik gibi görünmelerine rağmen aslında durağandırlar. Bir şey söylemekten çok zaten söylenmiş olanı yinelerler ve bunu yaparken de rahatsız edici, boğucu bir betimlemeye sahiptirler. Tüm bunların yanı sıra yüksek sanat ürünü olan kimi yapıtların da zaman içerisinde kitschleşmesi olasıdır. Yapıtın üzerine odaklanan çok yönlü bakışlar, onun medyatik ya da reklâmsı bir malzeme gibi kullanılması zaman içerisinde o sanat yapıtını kitschleştirebilir. Örneğin Leonardo Vinci' nin ünlü Mona Lisa'sı... Her türlü nesnenin üzerine olur olmaz eklenerek, reklâm malzemesi olarak kullanımı Mona Lisa'nın kendisini değil, fakat binlerce üretilen kopyalarını kitsch haline getirmiştir.

Aynı ‘didaktik’ eğilim görsel sanatlarda da görülebilir; müzikte kitsch yalnızca etkilerle yalan söyler (burjuva salon müziği olarak bilinen müziği düşünün ve müzik endüstrisinin bugün pek çok bakımdan onun en büyük evladı olduğunu unutmayın). Hiçbir sanatın kasıtlı bir etki kuşkusu, bir kitsch saldırısı olmadan var olamayacağı sonucundan nasıl kaçabiliriz? Kasıtlı etkileme güzel sanatlarda en temel unsurdur, estetik bir unsurdur. Operada kasıtlı etkilemeler temel ve yapısal unsurdur ama şunu da unutmamalıyız ki opera doğası gereği tarihselleştirmeye eğilimlidir. Sanat eseri ve halk arasındaki özel bağlar olduğu müddetçe etkiler deneysel ve dünyevi ortama dâhil olur. Efektleri ele geçiren anlamlar bu yüzden daima denenmiş ve test edilmiştir; aynı olası dramatik durumlar gibi onlar da çoğalamazlar.⁸⁷

⁸⁶ Kulka, a.g.y, s. 87–88.

⁸⁷ Broch Hermann, (Neue Rundschau'nun ‘Sanat Değerleri Sisteminde Kötülük’ makalesinin 5. bölümünde yayınlanmıştır.) Ağustos 1933

İşte bu yüzden daha önceden olan, daha önceden denenmiş ve test edilen bir kitsch çalışmasında yeniden ortaya çıkar. Kitsch için tipik bir özellik olan geçmişe dönüş, sanatın teknik ve biçimsel yönünü sınırlamak anlamına gelmez. Her ne kadar kitsch değerler sisteminin varlığı, ahlaki kurallar ile sınırlansa ve onun tutucu hizmetlerinden yararlı olsa da; insan, varlığını karanlığın tehdidinden korumak için onunla iletişim kurar. Bir taklit sistemi olarak kitsch her şeye rağmen tamamıyla tepkiseldir.

Didaktik bir sanatın ütopyik bir formu olarak kitsch, geleceğe bakışımızı yakınlaştırır ve dünyanın sonlu gerçekliğinin bozulmasından zevk alır; benzer bir şekilde geçmişe bakarken de çok geri gitmez. Tarihsel romanı, geçmişteki değerleri daima canlı tutmak isteyen Romantizmin tam anlamıyla resmi, yıkılmaz tutucu ruhunun bir ifadesi olarak düşünebilir ve tarihin yönünün devamlılığını sonsuzluğun bir aynası olarak görebiliriz. Tutucu ruhun yönelimi kendi içinde resmi ve kökten değişmezlikten çok kişisel güdülerle (kişisel duygusal tatmini kitsch'in en verimli kaynağıdır) yönlendirildiğinde bozulur ya da devrim zamanlarında sıklıkla olduğu gibi akıldışı olandan yerleşik geleneklerin hâla geçerli olduğu tarihe bir kaçış olarak kullanılır. Bu daha iyi ve daha güvenli dünyaya duyulan özlem, tarihsel çalışmaların ve tarihsel romanların bugün neden yeniden geliştiğini anlamamızı sağlar. Aynı zamanda şimdiden kitsch'in etki alanına ait olan bir alana (nostaljik olarak yeniden yaşanan herhangi bir tarihsel dünya 'güzel'dir) girmenin başka bir yolunu gösterir. Gerçekte kitsch, bu özlemi dindiren en basit ve en doğrudan yoldur. Romantik ihtiyaç aynı zamanda şövalyelik romanlarıyla ya da macera romanlarıyla tatmin olur. Ve hatta bugün, gerçeklikten bir kaçış olduğunda yalnızca ve daima gelenekler üzerine kurulmuş bir dünya arayışı sunar, her şeyin iyi ve adil olduğu atalarımızın dünyasını; kısacası, bu şimdiki zamanla geçmişini birleştirme teşebbüsünün onaylanması anlamına gelir.

Kitsch'in taklide dayalı ve tarife göre uygulanan tekniği ve dolayısıyla sonuçları aşırı ölçüde akıldışı hatta çok gülünç görünse bile kendi içinde mantıklıdır. Kitsch'in her durumu olduğundan çok daha fazla ciddileştirmesi, çoğu kez komik olan şeye bürünmesine yol açar. Bir taklit sistemi olarak kitsch aslında sanatı tüm özgün özellikleriyle kopyalamak zorundadır. Bu temel zorunluluğa karşın kitsch'i

sanat eserinde ayıran belki de en temel eksikliği, sanat eserini doğuran yaratıcı çalışmayı metodik olarak taklit etmenin imkânsızlığıdır.

Hayal gücü eksikliği yüzünden kitsch'in en ilkel metotlara başvurmak zorunda oluşu oldukça anlamlı ve karakteristiktir. (Bu özellikle şiirde belirgin şekilde açığa çıkar, bir dereceye kadar da müzikte): en çok da, gerçeklik terminolojisi yalnızca cinsel davranışlarla sınırlı tutulan kötü şöhretli pornografi; daima suçlulara karşı kazanılan zaferlerle sonlanan ve daha fazlasını sunmayan dedektif romanları ve her zaman iyiliğin ödüllendirildiği, kötülüğün cezalandırıldığı duygusal romanlar... (bu tekdüze gerçeklik terminolojisi düzenlemelerinin yöntemini belirleyen ilkel bir sentaktır, davulun devamlı vuruşudur).⁸⁸

Eğer bu romantik durumlar gerçekliğe dönüştürülürse hiçbir şekilde fantastik olmaz, yalnızca saçma olurlar. Bu sistemde artık hiçbir öznel ve yaratıcı özgürlük düzenlemesi ya da gerçeklik terminolojisini seçme olanağı yoktur. Taklit sistemine yön veren asıl önemli şey yaratıcı sanat çalışmasını kopyalamanın imkânsızlığıdır. Bu sahte farkındalık, dünyanın sahte içeriği, sahte politika ya da romantik romanla 'başvurulan' duygu, az ya da çok bir aldırışsızlık sorunudur. Kitsch üzerinden duyguya ya da akıl dışılığa herhangi bir başvuru rasyonel bir taklit reçetesine dönüşür.

Türkiye'de ki yazın tarihine de bakıldığında hiçbir yazınsallık iddiası güdülmeden yazılmış pek çok roman vardır. Eser açısından bakıldığında elit edebiyatın konuları neyse, popüler romanın konuları da aynı olmuştur. Aşk, macera, tarihi, polisiye, sosyal vs. Genelde kullanılan dil halkın anlayacağı seviyede olmakla beraber itinalı bir üslupla üzerinde durulmamıştır. Kurgu tekniğine dikkat edilmemiştir. Romanda anlatıcı yani yazarın durduğu yer belirsiz ve karışıktır; çok defa bugün ilahi bakış açısı dediğimiz tarzda kaleme alınmıştır. Sürekli vakalara dayandığı için tahliller de hemen hemen yoktur. En başarılı olanları, vakaları en sürükleyici olanlardır. Bu durumda genel sınıflama içinde macera romanları

⁸⁸ Broch, a.g.y, s. 7.

arasında düşünmek daha doğru olur. Dolayısıyla tematik düzlemi benzer bile olsa tekniği, biçimi, biçimiyle yazınsaldan ayrı duran popüler anlayışlı romanların farklı düzlemde değerlendirmek en doğru olanıdır.

Örneğin Kemalettin TUĞCU, nun çocuk romanları, Kerime NADİR' in aşk romanları en bilinen örnekler olarak gösterilir ve hep yazınsal değer içermedikleri gerekçesiyle popüler roman sınıflandırması içinde ele alırlar... Tematik düzlemdeki kitsch olgusu ise toplumsalın göstergesidir. Geçmiş yüzyılda popüler romanın müşterileri, daha ziyade az veya çok okur-yazar olan, öğrenim seviyesi yüksek olmayan, kenar mahalle kahve müdavimleri, kasaba memurları belki daha da önemlisi ev kadınları olmuştur. Bu noktada hemen belirtmek gerekir ki, yapıtın çok ses getirmesi ya da üzerinde çok konuşulması onun yazınsal değerinin bir göstergesi sayılamaz. Çünkü bir yapıt salt tematik farklılığıyla değil hem biçim hem de içerik düzlemindeki tutarlılığı ile yazınsal kimliğini bulur.⁸⁹

Bir yapıtı yüksek sanat yapıtı gibi görme ya da kitsch olarak değerlendirme algısal bir durum değildir. Okur ya da izleyicinin entelektüel doygunluğu ile bir nebze kadar ilgili olmakla birlikte asıl olarak bireyin zevk anlayışının oluşumu bireysel bir özellik değil aksine toplumsal nitelikte bir estetik normlar sistemidir. Seçkin bir estetizm ve ince bir beğeniye dayalı bakış açısında aslında bizi çevreleyen pek çok obje kitsch'dir. Duvarda asılı duran kaba hatlarla kol saatine benzetilmiş bir duvar saati, buzdolaplarına asılan astığı meyvemsi nesnelere, yol kenarlarında el sanatı ürünü diye satılan abartılı nesnelere, popüler kaygılarla janjanlı bir baskı tekniğinde parlak kâğıda bastırılmış gösterişli bir kitap pekâlâ kitsch olabilir. Bireyin beğeni düzeyine göre anlam kazanan kitsch daha çok estetik düzlemde kendini belli eder. Özgün bir yanı olmayan ve daha çok kopya ya da benzetilmiş bir estetik görseelliğiyle dikkati çeker. Bunun yanı sıra içerik düzleminde ısrarla bireyin acıma, efkârlanma, kahretme v.b duygularına odaklanır ve onları tetikler.

⁸⁹ Mehmet Aydın Kal, Yazınsal Metinlerde Kitsch Olgusu ve Popüler Saygınlık, [www.askinehali.com/sayı 10/ yazinsalmkops.htm](http://www.askinehali.com/sayı%2010/yazinsalmkops.htm)

4.1.3. Fotoğraf Sanatında Kitsch;

Tomas Kulka, Art and Kitsch isimli kitabında fotoğraf sanatında kitsch olgusunu açıklarken, kitsch bir ürün yapabilmek için uyguladığı üç koşulun uygulanmasını önermektedir. Kulka'ya göre, fotoğrafçılık, genellikle resmin taklit imkânlarının kusursuz hale getirilmesinden ibarettir.

1830'larda fotoğrafçılığın icadı, sanat camiasında bir rahatsızlığa sebep oldu, çünkü yaratıcı sanatın alanına yapılan bir teknolojik saldırı olarak algılanıyordu. Sanat kavramını gerçekliği yeniden üretmek olarak algılayan sanatçılar bu küstah işgal tarafından tehdit edildiklerini hissettiler. Fotoğrafçılık tekniklerinin git gide gelişmesiyle kameranın ressama yolladığı mesaj şöyleydi: ne yaparsan yap ben daha iyisini yapabilirim. Dolayısıyla görsel sanatların amaç ve yöntemleriyle ilgili iki yüzyıldan eski temel taklit varsayımlarına yapılan revizyonların fotoğrafçılığın ortaya çıkışına denk gelmesi tesadüf olmasa gerek.⁹⁰

Kulka'ya göre fotoğraf alanında ki kitsch hiçbir özel sorun içemez ve kitsch üretimi için önerdiği koşullardan biri olan tanınabilirlik ilkesi, sıradan fotoğrafların imge gücünü daha da güçlendirir. Anında tanınabilirlik, fotoğraf görüntüsünün en belirgin özelliğidir. Bu savın delili de pasaportlarda, fotoğraf kullanılmasının gerekmesi gerçeği ile açıklanmaktadır.

Kulka'nın önerdiği bir diğer şart ise, kitsch tarafından tanımlanan nesnelere hiç bir çabaya gerek olmaksızın, hemen algılanabilir olmasıdır. Ona göre bu şartı, fotoğraf diğer tüm araçlardan çok daha iyi yerine getirmektedir. Fotoğraf nesneyi olduğu gibi, normalde onu göreceğimiz gibi resmeder. Fotoğrafta görünenle, fotoğrafın çekildiği noktadaki nesne aynıdır. Fotoğrafın bu iki şartı yerine getirmesinden yola çıkarak, özne konusunda da genellikle güzel ya da aşırı duygu yüklü olması koşulunu da taşıması gerekmektedir. Bu şartlar halinde ortaya çıkacak olan fotoğraf kesinlikle kitsch olacaktır. Böyle bir fotoğraf, aynı görüntünün resmi ile

⁹⁰ Kulka, a.g.y, s. 88.

karşılaştırıldığında, fotoğraf, resim formatındaki görünümünden daha az kitsch olmayacaktır. “Aile albümlerinde sık sık karşılaşılabileceğimiz gibi sıradan ağlayan çocuk veya kucaklaşan çift fotoğraflarını düşünün. Bunları kitsch sayıyor muyuz? Veya bir güneş batışı fotoğrafını ele alın. Kitsch’ten ziyade güzel olduğunu söylemez miyiz? Oysa resmi yapılmış olsaydı kitsch demekten çekinmeyecektik.”⁹¹

Fotoğraf görüntüsüyle resmedilmiş karşılıklarının tıpa tıp aynı göründükleri durumda bile ilk bakışta resmin kitsch olduğu düşünülebilir. Aynı görünen renkli güneş batışı, kucaklaşan çift, sevimli ufak kedi yavrusu ve benzeri bir görüntüde, bir tarafta bir fotoğraf, diğer tarafta ise bir resim olduğu düşünülün; bunların hangisinin kitsch olarak değerlendirildiğini Kulka şöyle açıklamaktadır.

Farklı kişilerden aldığım yanıtlar hep aynı yönde oldu. Bazıları fotoğraf temsillerine kitsch demekten çekindi, hatta diyenler bile resimlerin fotoğraflardan daha kitsch olduklarını düşündü. Fakat durum neden böyle olmalı? Resimlerin yapılarındaki farklı olması nedeniyle mi? Dikkat edilmelidir ki, insanlara çizimlerle gravürleri ya da yağlı boyalarla akriliği karşılaştırmalarını söyleseydik bu fark oluşmayacaktı. Bu nasıl bizim fotoğraf temsillerine resimlerden daha çok kitsch demeye yatkın olduğumuzu anlamamıza yardımcı olabilir? Fotoğrafçılığın doğasıyla ilgilenen filozoflar fotoğrafların çok özel bir tür gerçekçilik ürettiğini, fotoğrafın bir açıdan doğaya özellikle yakın olduğunu ortaya koymuşlardır. Fotoğrafçılığın bizi etkileme şekli, sıradan “el yapımı” resimlerin etkilemesinden büyük ölçüde farklıdır. Varlıkların kendilerine bakıyormuş gibi hissederiz. Suç fotoğrafları mahkemede delil olarak kabul edilir. Resimler değil. Fotoğraflar “şantaj için daha çok işe yarar; Bay X’in Bayan Y ile – tam renkli bir yağlı boya tablo da olsa – yatakta olduğu bir resim pek dehşet verici değildir.” Bu fotoğrafların genellikle daha ayrıntılı, doğal ve gerçekçi olmasından kaynaklanmaz, bulanık veya kötü resmedilmiş olduklarında da bu etki sürmektedir.”⁹²

⁹¹ a.g.y, s. 89.

⁹² a.g.y, s.89–92.

Walton, güneşin batışını bir fotoğraftan görmemizin, bir resimde gördüğümüzden daha çok, pencereden görmemize benzer olduğunu söylemektedir. Walton, fotoğraf görüntülerinin temsil işlevi görmediğini iddia etmez fakat Roger Scruton'un böyle bir iddiası vardır. Scruton'a göre, fotoğrafçılık sanat sıfatını alamaz. Scuton'un "Fotoğrafçılık ve Temsil" isimli makalesindeki temel savı, fotoğrafların, fotoğrafı çekilen nesnelere temsilleri değil, vekilleri olarak görülmesi gerektiğidir. Scruton'a göre esas mesele, fotoğrafların "el yapımı" resimlerle, onları temsil olarak algılatan estetik özellikler aynı değildir. Scruton'a göre fotoğraf ve resimler arasında üç temel fark vardır: (1) Fotoğraf her neyin fotoğrafıysa, o var olmak zorundadır, (2) fotoğraftaki obje (aşağı yukarı) gerçekte olduğu gibi görünmektedir ve (3) fotoğraf ile objesi arasındaki bağlantı kasıtlıdan çok nedenseldir. Bu üç şart fotoğrafçılığın özünü, ya da Scruton'un söylediği gibi, "bir fotoğrafın mantıksal idealini" tanımlamaktadır. İlk şart kurgusallığa engel olmakta, ikincisi ayrıntıları kontrol etmeye engel olmaktadır ve üçüncüsü de, Scruton'a göre, fotoğrafları, fotoğrafı çekilen obje hakkında bir fikir ifade ediyor gibi görmemizi engellemektedir.



Resim 3 : Gün Batımı resmi
<http://www.resimresimler.com/postcard.img591.html>

Fotoğrafların bu özel nitelikleri, fotoğrafların, neden en gerçekçi resimlerden bile doğaya yakınlık hissin verdiğini açıklar. Doğanın kendisi asla kitsch olamayacağından güneşin batışının resminden çok, fotoğrafının kitsch olma olasılığı düşüktür.

Öyleyse fotoğrafçılık teknikleriyle ikna edici bir kitsch çalışma üretmenin imkânsızlığı sonucuna mı varmalıyız? Bu biraz aşırı olacaktır. Birçok fotoğraf, özellikle reklâmlarda kullanılanlar bize gerçekten kitsch gelirler. Kitschliğin derecesinin bu gibi durumlarda fotoğrafın ne kadar manipüle edildiğiyle ilgili olduğunu vurgulamak gerekir. Bir kural olarak, fotoğrafın kitschliği, “düz fotoğrafçılıktan uzaklaşmasıyla başlar. Kitsch etkisine ulaşmanın bir yolu da özneyi “sahneleme” yoludur.⁹³

Roger Scruton’ın da belirttiği gibi, temsil eylemi fotoğrafın çekilmesinden bile önce gerçekleşmektedir. Kitsch etkisinin sağlanabileceği diğer metotlar, fotomontaj, baskıyı rötuşlama yoluyla fotoğrafın sürecini etkilemek, veya diğer laboratuvar geliştirme tekniklerini kullanmak ve renkli filtreler veya özel ışıklandırma kullanarak özel efekt sağlamak dahil olabilir. Başka bir deyişle, kitsch etkileri temel olarak fotoğraf da, düz fotoğrafçılıktan uzaklaşıldığı zaman elde edilir. Manipule edilmiş fotoğraflar bile, resme göre daha az kitsch etkisi taşımaktadır

Sonuç itibari ile fotoğrafçı, açığı, mesafeyi, ışık süresini ve benzerlerini seçebilir, ancak ortaya çıkacak resimde, ressamın sahip olduğu kontrole sahip değildir.

⁹³ a.g.y, s. 93.

4.1.4.Mimaride Kitsch

Kitsch, var oluşu ile birlikte kitlelere mal olmuş bir olgu olduğu için; ürünleri de herkese hitap edebilen türdendir. Bu mimari ürün için de geçerlidir. Kitsch Mimari; ‘kitlelerin kullandığı, kamusal alana ait’ olan mekânlarda ve yapılarda kendini göstermiştir. Kitsch’ in umursamaz ve ‘hiçbir şeyi dert etmeyen’ tavrı; mimaride; formun yanı sıra, renk ve simgeye de yansımıştır.

Kitsch popüler kültür ürünü olduğu ve kitle için üretimi amaçladığından; bu durum mimariye de toplumun her kesiminin, kitlelelerin kullanacağı binalar olarak yansımıştır.

Modernizme başkaldıran bir akımın taban alan mimari ürün de; bir yönden “aykırılığı” yakalamaya çalışmıştır. Pembe bir motel binasının bahçesinde kocaman bir Rolling Stones simgesinden oluşan kaydırak, taşıyıcı sistemi pembeye boyalı ağaç gövdesine benzer olan kolonlar ya da restoran binasının tepesine kondurulmuş kocaman bir çörek.⁹⁴

Kitsch in yaratıcı bir anlatımı yoktur. Kitsch objelerinin tasarım amacı toplum tarafından beğenilen objeleri kullanmak ve popülerliktir. Kitsch üreticisinin genelde kendi tasarımlarında söyleyecek özel bir sözü yoktur ve başarı (kâr) için toplumda popüler olan değerleri herhangi bir kural olmaksızın birleştirebilir. Mimaride kitsch olgusu, yapının farklı öğelerinin söz konusu kural tanımazlıkla birleştirilmesiyle ilişkilidir. Kitsch mimari örneği tahlil edildiğinde, sadece biçimsel analoginin temel alındığı kolayca görülebilir. Bu analogiler mimari tasarımlarda ek ya da tamamlayıcı olarak kullanılmışlardır. Buna ek olarak kitsch yapılardaki bu uyumsuzluk, mimarın hayal gücünün sınırlılıkları ile ilgili olarak olağanüstü çeşitlilik göstermektedir. Kitsch unsurlar taşıyan mimari bir yapı; belirli bir sanatsal üsluba ait olmaktan çıkıp; “anonim” özellikler taşıyabilir. Kitsch mimari birçok üslubun özelliklerin taşıma iddiasıyla ortaya çıkıp, sonuç itibarıyla eklektik bir yapıya kavuşur. Selçuklu döneminden beri gelenekselleşmiş mozaik sanatının, günümüzde,

⁹⁴ Dilek Öztürk, Avan-garde ve Kitsch: Mimarlığa Etkisi, [www. Mimarizm.com/ disses/ Detay. Aspx](http://www.Mimarizm.com/disses/Detay.aspx)

yapıların yüzey kaplamalarında fütursuzca kullanılan taklitleri en çok karşılaşılan kitsch örneklerin arasında yer alır. Mimari kitsch’de ki tehlike, kâr yapmak için kurban edilen geçmiş ve bugünün mimarlık başyapıtlarının aymazlıkla sömürülmesidir. Günümüzde, böylesi yapı örnekleri ile sık sık karşılaşmaktayız. Bu durumun nedenleri arasında, diğer kültürlerle ilişkin yüzeysel bir bilgiyi ve sığ bir okumayı ya da baştan savma bir alıntı mantığı sayılabilir. Bu durumda ortaya çıkan ürünler kitsch’dir ve bu, hem kendi kültürüne, hem de diğer kültürlerle karşı cehalet ve saygısızlıktan doğan mimari ucubelerin ortaya çıkardığı bir tehlikedir.

Türkiye’de bol miktarda örneklerini görebileceğimiz türden binalardaki bu eklektik öğeler, modern olmayan, geleneğe de aksetmeyen, ne olduğu belli olmayan oluşumlardır. Bazı apartmanların üzerinde her türden motifler, kilim desenleri, bazılarında da çini süsler vardır.



Resim 4: Mozaik desenli apartman
Kaynak: cammozaik.turkfirmalari.net/detay.asp

Her bir parça değişik bir yerden alınıp, eklektik biçimde üst üste konulmuştur. Osmanlı’dan, antik dönemden gelen öğeler kemer, sütun gibi birçok öğeyle bir araya getirilmiştir ki bütün bu parçalar kitsch ve eklektik kavramlarıyla açıklanabilir. Bu yapılar herhangi bir sistemi veya tarzı takip etmemekle birlikte herhangi bir mimari özellikleri de yoktur. Bu durum Türkiye’de en çok kamusal alan anıt heykellerinde ve cami mimarilerinde çok miktarda görülebilmektedir.



Resim 5: İzmir Egekent cami
Kaynak: www.panoramio.com/photos



Resim 6: Aksa Cami, Çatalca/Tepecik/İstanbul
Kaynak: <http://www.mimdap.org>

Mimaride kitsch olgusu binaların yanı sıra kamusal alanın tasarımlarında da sık sık karşılaşılan bir durumdur. Şehirlerdeki ortak yaşam alanlarının tasarımı, park ve bahçelere yerleştirilen tuhaf ve anlamsız heykeller bir bütün olarak kitsch'in ana unsurlarıdır.

Anıtların gündelik hayattaki baskın sembolizmi kırılmadığı için, tarihteki ünlü kişileri anlatmayan konulara ait heykeller de acınası bir tasarımsızlığın tanıklığını üstleniyor... Bu da olmadığında, yalnızca araçsal nesnelere olmaktan öteye gitmiyorlar. Ama hepsinin de ortak özellikleri küçük olmaları... Sokak başlarına arabalar tramvay hattına girmesin diye, vinçle getirilip konabilen salyangoz, fil, kaplumbağa, ayı heykellerimiz mevcuttur... Sokaklar, meydanlar, gündelik yaşamımızın en alelade yerleri, güzelleştirilmenin, soylulaştırılmanın, doldurulup dondurulmanın yorulmak bilmez konusu haline getiriliyor. Kışçılık, sansürün baştan konarak tahakkümcülerin rahat nefes almasını sağlama sanatıdır.⁹⁵



Resim 7



Resim 8

Resim 7/8: Eskişehir Meydan Heykelleri
Kaynak: www.galeri.netfotograf.com/fotograf.asp?foto

⁹⁵ Levent Şentürk, Es"kitsch"ehir, rh+ sanat, sayı 47, Temmuz-Ağustos 2007, syf 27-31

Kitsch kavramından sadece kaba bir zevksizlik veya gülünç ve naif biçimler gelmemelidir, çünkü kitsch yalnızca bunlardan ibaret olmayan, çok daha kapsamlı bir olgular kümesinin genel adıdır.

“Tasarım özellikleri açısından kitsch sayılması gerektiği halde, mimarlık tarihinde önemli yer tutan yapılar bile vardır. Örneğin, her mimarlık tarihi kitabında adına rastlanan Nash’in Brighton’daki ünlü yapısı Royal Pavillion, bir kitsch olmasına karşın, aynı zamanda büyük bir tarihsel dönüm noktasına işaret ettiği için önemli bir üründür.”⁹⁶ (Bakınız resim 9)



Resim 9: JOHN NASH, Royal Pavillon Binası,1822, Brighton, İngiltere
Kaynak: <http://www.royalpavilion.org.uk/palace/architecture.asp>

⁹⁶ Uğur Tanyeli, Mimarlıkta Kitsch’in Önlenemez Yükselişi, Hürriyet Gösteri, Sanat Edebiyat Dergisi, sayı 110, Ocak 1990, syf 43

Gehry'nin Kaliforniya'daki bir reklâm bir şirketi için yaptığı tasarım, dürbünlerin kullanılması sebebi ile kitsch mimarisi sınıfına konmuştur. Benzer mimari örnekleri çoğaltmak mümkündür.



Resim 10: FRANK GEHRY, Dürbün Bina
Kaynak: www.justabovesunset.com/sitebuildercontent/si

The Long Island Duckling” tasarımı ördek formu nedeni ile kitsch mimari örneklerden biridir.



Resim 11: ‘The Long Island Duckling’,1930, Newyork
Kaynak: <http://www.usp.nus.edu.sg>



Resim 12: JONATHAN BOROFSKY, Ballerina Clown, Venice
Kaynak: www.justabovesunset.com/sitebuildercontent/si

Longaberger Basket Company, Ohio ‘ da ki bina sepet formu nedeni ile kitsch binalar arasında sınıflandırılmıştır.



Resim 13: DAVE LONGABERGER, ‘The Longaberger Company’, 1919, Ohio
Kaynak: www.offbeathomes.com/wp-content/uploads/2007/...

4.1.5. Resim Sanatında Kitsch

19. yüzyılda endüstriyel yaşamın hız kazanması üzerine, romantizm döneminde resim, heykel ve müzik alanlarında üretimde artış yaşanmıştır. Büyük bir hızla yaygınlaşan kentsel yaşam içindeki kültürel ilişkiler ve gelişmeler yaşanırken aynı zamanda sanatsal üretimlerde niceliksel artışlar söz konusu olmuştur. Bu dönem, sanat eserlerinin sergileme olanaklarında artışa ve bununla birlikte, resimde peyzaj ve portre gibi türlerin de fazlaca üretimine tanıklık etmiştir.

Romantik dönem öncesinde resim sanatında genellikle dinsel konuları işlenirken, dinsel konulu olmayan tablolar da oldukça sınırlı çeşitliliğe sahipti.

Örneğin arasındaki aşk ve serüvenleri ve çatışmalarla Yunan söylenceleri; değerlilik ve özveri örnekleriyle dolu Roma'nın kahramanlık öyküleri, bir de soyut kavramları kişileştiren alegorik konular. 19. yüzyılın yarısından önceki sanatçıların bu betimsel sınırların dışına çok az çıktıklarını, bir romandan bir sahneyi ortaçağ veya yeniçağ tarihinden bir olayı çok ender olarak betimlediklerini görmek ilginçtir. Bütün bu durum Fransız devrimi sırasında kökten değişikliğe uğradı. Sanatçılar birdenbire konularını seçme özgürlüğüne kavuşmuş buldular kendilerini... Sanatçının konusunu seçmedeki bu yeni özgürlükten, o zamana dek küçük bir tür olarak görülen manzara resmi çokça yararlandı. Daha çok kır evi, park veya "resim gibi"(picturesque) sahneler resimleyerek ekmeğini kazanan ressamlar sanatçı olarak pek ciddiye alınmıyordu. Bu tutum geç 18. yüzyılın romantik ruhunun etkisiyle oldukça değişti ve büyük sanatçılar, bu tür resmin yeni bir saygınlığa yükseltilmesi gibi kesin bir görevle yükümlü saydılar kendilerini.⁹⁷

Sanatta yaşanan romantizm döneminde ressamlar manzara türü resimlere ağırlık vermişlerdir. Aynı süreç resimde konu yelpazesinde büyük bir genişleme yaşanarak devam etmiştir. Sanatın popülerleşmeye başlamasıyla birlikte resim konuları da günlük yaşamın sıradan olaylarını konu edinmeye başlamış, hiçbir klasik

⁹⁷ E.H.Gombrich, Sanatın Öyküsü, Çeviren; Bedrettin Cömert, Remzi Kitabevi Yayınları, 3. Basım, İstanbul, 1986, s. 380, 388.

değer taşımayan konular resmin içeriğine girmiştir. Resim sanatının konularında yaşanan bu değişim tüm toplum kesimlerince de resmin popülerlik kazanmasına neden olmuştur. Sanatta romantik dönem, peyzaj ve manzara resimlerinin genel beğeniye seslenen yönleri popüler sanatla ilişkisinin de başlamasına böylelikle de kitsch ile ilişkisinin de belirginleşmesine tanıklık etmiştir.

Calinescu'nun saptamasıyla kitsch ve romantizm ilişkisi asıl olarak ressamların romantik dönemden önceki anlayışın terk edilmeye başlamasıyla olmuştur. Ona göre romantikler duygusal kökenli sanat anlayışını yüceltmişlerdir. Bunaltıcı gerçekten kaçma isteği, belki de kitsch'in yaygın etkisinin ana nedenidir.

Bu kaçışın sonucu olarak yaşanan resimdeki konu çeşitliliği popüler sanatın yaygınlaştığı gelişmelere paralel olarak, geniş kitlelerin beğenisine sunulmuştur. Romantizmde karşılaşılan günlük yaşamın konu edilmesi yoluyla, genel duygulara seslenme ve yoğun duygusallık taşıma özellikleri aynı zamanda kitsch için de vurgulanan özelliklerin yakın ilişki içinde olduğunu göstermektedir.

Kitsch'in bünyesini oluşturan tanıdık, bildik konular, yoğun duygusallık içeren ve bir çırpıda alımlanmasına olanak veren biçimsel özelliklerinin kökenine romantik dönemde rastlamak mümkündür. 19. yüzyılın ikinci yarısında çoğalan manzara ve peyzaj resimlerinde, popüler sanat ve kitsch ilişkisi bağlamında kullanılan tanıdık-bildik konu, algı kolaylığı gibi birçok özelliği görmek mümkündür. Dönemin karakteristik özellikleri arasında sıradanlık, günlük olanın resmedilmesi, kolay ulaşılabilir dolayısıyla sıradan olanın konu olarak seçilmesi vardır. Ayrıca tüm bunların biçimsel olarak ele alınmasında da karakteristik özellikler mevcuttur.



Resim 14: JOSEPH VERNET, 'Deniz Kazası', 1759, Yağlıboya, 96 x 134,5 cm
Kaynak: <http://en.wikipedia.org>

19. yüzyılda burjuvazi sanat eserlerinin alıcısı ve ısmarlayıcısı olarak sanat koruyucusu role bürününce resimde klasik güzellik anlayışı bozulmuş, köksüz, çoğu bayağıya kaçan bir resim türü doğmuş ve taklit işler çoğalmıştır. Bu dönemde birçok ressam doğrudan doğayı resmederken başka birçok ressam da köylülere, çalışan insanları yani günlük ve sıradan olayları resmetmiştir. Resim sanatında yaşanan bu değişim sanatta ihtilal anlamına gelebilecek türden gelişmelerdir. Çünkü önceden belirlenmiş güzellik ve ya çirkinlik algısı parçalanmış onun yerine gerçek kavramı resme girmiştir.

20. yüzyılın başlarında popüler sanatın karşısında konumlanan “yüksek” sanat ürünlerinin niteliksel özellikleri genel olarak böylesi bir çerçevede varlığını sürdürmüştür.

Teknik boyutuyla yetkin ve gelişmiş bir kimliğe sahip romantizm dönemi sanatı, içine gerdiği eğilim ve yönelimler ile dönemin sonunda (19. yüzyılın ikinci yarısından sonra) yapılacak kitsch için ipuçları göstermektedir. Kendisi uzun bir geçiş sürecinin sanatı olarak değerlendirilen romantizmin bir gerilim, çatışma ve kendisinden öncesi ile köklü bir kopuş içermesi bu yönelimleri getirmiştir.

19. yüzyılda endüstriyel alanda yaşanan gelişmeler sanatın da metalaşma sürecine ivme kazandırmıştır. Bu dönemde yaşanan sergilerdeki ani artış, daha geniş toplumsal kesimlerin ilgilenmeye başlaması, sanatın eğlence olarak işlev değiştirmesine de tanıklık etmiştir. 19. yüzyıl endüstriyel alandaki gelişmeler sanatın meta olarak piyasaya sürülmesiyle, sanat alıcısı kitleyi klasik kimliğinden çıkararak, tüketici kimliğine büründüğü bir dönem olmuştur. Bu durum birbiriyle bağıntılı olarak kitlelerin yaşamlarına ait verilerin resme girmesini de beraberinde getirmiştir.

Doğal olanın ve gündelik yaşamın resimde kullanımı bugün, Türkiye’de de toplumun geniş kitlelerinin ilgisini çekmiş ve sanatın toplumun her kesimine girmesine neden olmuştur. Sanat yaygınlaşırken, geniş bir toplumsal kesimin alıcılığına yönelmiş ve böylelikle bu alanda metalaşma gelişmiştir. Diyalektik bir bütünlük içinde gelişen bu süreç popüler sanatı özellikle de kitsch üretimi besleyen nesnel zemini oluşturmuştur.

Türkiye pasajlara çöreklenmiş “ağlayan çocuk” ressamlarından, naylon gülle dekore edilmiş pide salonlarına, köy ve kasaba meydanlarındaki Atatürk heykellerinden, kaset endüstrisinin hükmettiği işitsel duyarlığa kadar bir kitsch cennetidir... Örneğin, pasaj ressamlarının bunca rağbet ettiği Chalet’li doğa resmi, tanımadığımız bir yapıya duyulan sözde özlemi dile getirmesi bakımından, mükemmel bir ithal kitsch örneğidir; pasaj resimlerinin önemli bir bölümü, bitki dokusundan hayvan türlerine kadar Alpler’in Anadolu’da görülen rüyasıdır.⁹⁸

⁹⁸ Ergüven, a.g.y, syf 206



Resim 15: BRUNO AMADIO, ' Ağlayan Çocuk', 1950, Yağlıboya
Kaynak: <http://www.painting-palace.com>

Doğa resminde karşılaşılan kitsch olgusunun esas can alıcı noktası onun öznesiz bir resim olmasından kaynaklanır. Kitsch resimde abartılı olarak işlenmiş geçmiş özlemi, bugüne ve yarına taşınırken, bunun hiç yaşanmamış dolayısıyla özlenemez bir olgu olduğunu gözden kaçırmaktadır. Manzara resminin olmazsa olmaz koşullarından biri de doğa'nın parçalar ayrılarak ama bir bütünlük görünüşü içinde resmedilmesidir. Kitsch'in sunduğu doğa tinsel açıdan derinlik ve anlamdan yoksundur. Kitsch doğa resimlerinde görülen yoğun hassasiyetin ana hedefi düşünceyi atlayarak direkt beğeniye seslenmektir.



Resim 16: DAVID BIERK, ' Yeryüzü için Ölü Ayini, Hudson Nehri Akşamı', 2000, Yağlıboya,
162.56x 223.52cm
Kaynak: www.artnet.com



Resim 17 : ODD NEDRUM, 'Bebek Olarak Kendi Portresi', 2000, Yağlıboya, 83.82x 58.42cm
Kaynak: www.forumgallery.com



Resim 18 : ODD NEDRUM, 'Güneşe Dönüş', 1988, Yağlıboya
Kaynak: jerryandmartha.com

5. BÖLÜM

5.1. SERAMİK SANATINDA KİTSCH OLGUSU

Kitsch tüm aykırı duruşuyla resimden, heykele, mimariden müziğe, sinemaya ve seramiğe kadar tüm sanat dallarında kendisine önemli bir yer edinmiş, bu var oluşu ile de kendi iç dinamiğinde inanılmaz bir okunurluk ve izlenirlik düzeyi yakalamıştır. Kolay tüketilebilirlik özelliği nedeni ile de popüler kimlik kazanan bu çalışmalar estetik ve sanatsal yoksunluk ile suçlanıp, elitist bir bakış açısı ile görmezden gelinmiştir. Üretim süreci yaşanmaksızın, hiçbir sanatsal kaygı duymadan sadece resmetmek, betimlemek veya benzetmek çabası ile ortaya konan çalışmaların bir sanat diyalektiğinin dışavurumu olarak tanımlanması pek olası değildir. Kolay algına bilirliliği ya da biçim olarak ‘güzel’ olduğu noktasında dikkatleri üzerine çeken bir nesnenin sanatsal mükemmellik iddiası gerçekçi olamaz. Bu anlamda yapının popülerliği ile içkinliği tartışılabilir bir konudur. Popüler sanat adı altında kendine özgü normları ya da disiplini olan herhangi bir izm ya da eğilim yoktur. Dolayısıyla popüler sanat, belli bir zamansal düzlemde belli kitlelerin yoğun ilgisine maruz kalan ve yine bir süre sonra dinamizmini yitiren bir ifade tarzı olarak tanımlanabilir. Bu anlamı ile de toplumsal yanı olan her olgu için popüler olma ya da olmama hali söz konusu olabilir. Zamansal düzlemde ‘in’ ve ‘out’ ları olan tüketilebilir her olgu popüler kimlik altında tanımlanabilir.

Özellikle postmodernist anlayışlarda açılım kazanarak bilinçli olarak ortaya atılan pop art çalışmalarda vardır. Özellikle Marcel Duchamp’ın ünlü pisuarı ile ortaya konan düşünce her şeyin sanat eseri olabileceği yargısına dayanmaktadır. “Sözgelimi Marcel Duchamp toptan üretilen kitlesel üretim nesnelere imzalayarak, imzanın yapının kalitesinden daha çok bir anlam ifade ettiği toplumlarla dalga geçmiştir.”⁹⁹

⁹⁹ Madan Sarup, Postyapısalcılık ve Postmodernizm, Çeviren: Baki Güçlü, ARK Yayınları, Ankara,1997, s. 204.

Duchamp'ın 1917'de, Grand Central Galeri'ye sergilenmesi amacıyla gönderdiği, Fountain (çeşme) olarak adlandırdığı ve aslında ters çevrilmiş bir şekilde kaidesine yerleştirilmiş, beyaz renkli seramikten yapılmış sıradan bir pisuardı. Fountain sergiye kabul edilmeyince bir dizi köklü tartışmanın ve sanat tarihinin yönünü değiştirecek zihniyet değişikliğinin başlangıcı yaşanmış oldu. Seçici kurul pisuarın çalıntı olduğunu, aslında basit bir sağlık malzemesi olduğunu ayrıca bu davranışın ahlak dışı ve bayağı olduğunu söyledi. Duchamp ise esas önemli olan şeyin onu yapması değil seçmesi olduğu şeklinde yanıtladı. O, 'seçmiş'ti, günlük hayattan bir nesneyi almış, yeni bir bakış açısı ile onu bir sanat eseri şeklinde tekrar sunmuştu. Duchamp'ın bu eylemi sanat camiası tarafından yeteneğin, sanat eserinin fikrinin yanında ikinci plana atılmış olduğu şeklinde değerlendirildi ve eleştirildi. Benzer bir diğer eleştiri de seramik komisyonundan geldi, hazır kalıpların kullanılması, orijinal parçayı yapan sanatçıya saygısızlık olarak değerlendirildi. Tüm bu tartışmalar eşliğinde Duchamp'ın seramik pisuarı yüzyılın sanat anlayışını baştan sona sarsacak denli güçlü, avan-gard bir girişim olarak tescillendi.



Resim 19: MARCEL DUCHAMP, 'Fountain', 1917/1964, Seramik, 63x36x50cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.14.

Tüm bu verimli tartışma ortamı 1. dünya savaşı sırasında ve sonrasında gerçekleşmekteydi. Yıllar inanılmaz sosyal değişikliklere tanık oldu. Teknolojinin gittikçe daha çok yönlendirdiği bir dünya ortaya çıktı. Kurumlar ve derinden yerleşmiş değerler her yönden darbe almaya başladı. 30–40 yıl önce başlamış olan toplumsal çalkalanmalar devam edip, büyüdü. Günümüzde, 21. yüzyılda ise sosyal, politik ve çevresel sorunlar katlanarak büyümekte, dolayısıyla da sanat alanını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemeye devam etmektedir.

Dönemimizin türbülansı pek çok sanatçının, onları çevreleyen şiddete göğüs germesine yol açtı. Bunun bir parçası olarak seramik sanatçıları daha önce hiç yapılmamış olan, heyecan verici ve orijinal eserler üretmektedirler. Çatışmacı seramik alanı kesinlikle 50 yıldan daha kısa süredir var olan yeni bir alandır. Sanatta pek çok çatışmacı (karşılıklı meydan okuma) örnekleri olmasına rağmen, seramik sanatında bir yüzleşme aracı olarak, hicivin (yergi) açıkçası çok az bilindiği ve var olan şeyin sıklıkla çömlekçilik geleneğinin bir parçası olan mizahi popüler figürler halinde ortaya çıktığı belirlenmiştir.¹⁰⁰



Resim 20 : Porselen Biblo, 1830, 13x13x10cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.8.

¹⁰⁰ Judith S. Schwartz, Confrontational Ceramics, The Artist as Social Critic, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 2008, s. 9–15.

Bunun tipik örneği 18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl başlarında İngiltere Stafforrrshire civarındaki yerlerde süsleme amaçlarıyla yapılmış olan seramik figürlerdir. Anonim seramikçiler, hiciv temalarla popüler sanat eserleri üretmişlerdir. Munro'nun Ölümü isimli biblo bunlardan biridir. (Bakınız Resim 21)



Resim 21: OBADIAH SHERRATT, 'Munro'nun Ölümü', 1825, 32x36x15cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.9.

Bir diğer ürün ise 1890'larda Amerika'da Marris&Willmore seramik atölyesinde üretildi ve McKinley, Napolyon Bonoporto'ya benzetilerek Toby kulplu sürahiler üretildi. (Bakınız Resim 19)



Resim 22: ALFRED EVANS, 'Toby Sürahi', 1895, Porselen 15x10x10cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, syf: 10

Toby sürahiler son yüz yıldır çok sayıda üretilmiştir. Yeni üretimlerde renkler çeşitlenmiş, fakat ürün biçimsel olarak çok fazla değişikliğe uğramamıştır. (Bakınız Resim 23)



Resim 23: RICHARD SLEE, 'Asit Toby', Earthenware, 1994, 48x15x15cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.80



Resim 24: Toby Kulplu Bardaklar
Kaynak: Howard& Pat Watson, Colecting Art Deco Ceramics, s.69.

Seramik amurunun plastik özelliğinden yararlanılarak yapılan sosyal eleştirilerdeki bu sönük girişimler 20. yüzyılın ilk yarısının tipik örnekleridir. Ama sanat alanında da yaşamın diğer alanlarında olduğu gibi 2. Dünya savaşı birçok şeyi değiştirmiştir. Toplumsal alanda yaşanan birçok değişikliğe bağlı olarak sanat alanında da radikal değişimler yaşanmıştır. Soykırım, atom bombaları ve sosyal sistemdeki değişimler sanatçıları daha önce hiç yapmadıkları şekilde eserlerinde yeni konular ve içerikler kullanmaya sevk etti.¹⁰¹

Yüzyılın ikinci yarısından sonra ortaya çıkan seramik ürünler, sadece çatışmaya yönelik değil, aynı zamanda şiddet, müstehcenlik ve diğer sosyal konuları kapsayan kavramları kapsıyordu. Sanatın konusu değiştikçe, kullanılan materyallerde değişmeye başladı ve cinsellik de seramik sanatçılarının ilgi alanlarına girdi. (Bakınız Resim 25–26)



Resim 25: ROSE M. L. MISANCHUK, 'Pembe Kız ile Mavi Oğlan', 1999, Earthenware, 38x56cm
Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.264.

¹⁰¹ Schwartz, a.g.y, s. 9–15.



Resim 26: DEAN ADAMS (USA), Covboylar ve Horozları, Seramik, 2000, 31x33x10 cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.178.

Tuval üzerine resim yapmak zamanla saltanatını yitirdi. Sanatçılar düşüncelerini en iyi şekilde ifade edebilecek materyalleri kullanmaya başladılar. Balmumu, fibrin, cam vs. birçok materyal sanatçının eserini en iyi şekilde üretmesi için malzeme olarak kullanılmıştır. Sanatın sergilenme mekânları da bu değişimlere uygun olarak zamanla değişti. Sanat, galeri ve müzelerden çıkıp sokaklara ve iç mekânlara girdi. Performans sanatları, multimedya ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte tüm bu alanlarda çok sayıda değişim ve gelişme yaşandı. Fikirlerinin biçimlenmesi için en etkili yolu bulma arayışlarında, sanatçılar kil'e yöneldiler. Kil bol miktarda idi, ucuzdu ve binlerce yıllık bir mirastı. Üstüne gitmeye çalıştıkları sosyo-politik ve avan-gard konuları desteklemek için gerekli olan sezgisel, düşünsel ve biçimsel nitelikleri sağlamak adına istedikleri şekle kolayca sokulabilirdi. Bu amaçla Alexander Archipenko, Reuben Nakion, Isamu Noguchi Louise Nevelson gibi birçok sanatçı, materyali tecrübe için uygulanabilir bir alternatif olarak kullandılar. Pablo Picasso, Lucio Fontana ve Joan Miro aynı şekilde, klasik çanak çömlek yapımının fonksiyonel yönlerine bakmadan kilin etkileyici enerjisini araştırdı. Heykele olan eğilimin çamur

kullanımındaki artışına başka faktörler de katkıda bulundu. Bunlar arasında edebiyatın popüleritesinin artması, soyut dışavurumculuğun gelişimi de vardır. Tarihsel dönem bu tür atılımlar için nesnel koşullar açısından oldukça hazırdı. Çamurdaki bu atılımın, bu işlenmemiş çatışmacı yönlerini Peter Voulkos'dan daha iyi gösteren başka sanatçı olmadı. Onun malzemedeki umursamazlığı ve cesareti, aracı, değişik bir içerikle farklı bir kavrama dönüştürdü. (Bakınız Resim 27) Çömlek yapım tekniği bellidir, ancak biçimsel anlamda yenilikler kabın işlevselliğini alaşağı etmiştir...¹⁰²



Resim 27: PETER VOULKOS, Çılgın At
Kaynakça: modernsculpture.com/voulkoscrazyhorsems.jpg

1942'de Viktor Schreckengost, Apocalpyse 42 isimli bir iş yaptı. Bu işte Hitler, Stalin, Hirohito ve Mussolini, üzerinde kan lekesi olan çılgın bir atı sürerken betimlendi. Hitlerin elinde bir bıçak, Stalin'in bir bomba, Hirohito'nun elinde Japon bayrağı vardı ve Mussolini bir maymun olarak gösterilmişti...¹⁰³ (Bakınız Resim 28)

¹⁰² Schwartz,a.g.y, s. 14

¹⁰³ a.g.y, s. 14–15.



Resim 28: VICTOR SCHRECKENGOST, 'Apocalypse 42', 1942, 41x51x20cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s. 12.

Seramik sanatında kitsch olgusunu irdelerken temel kategoriler üzerinden ilerlemekte yarar vardır. Bu kategorileri sanatsal seramik işler ve seri olarak üretilen ve seramik nesnelerin önemli bölümünü oluşturan işlevsel eşyalar veya dekor amacıyla üretilmiş çeşitli biblo ya da süs eşyaları olarak sınıflandırabiliriz. Sanatsal alanda üretilen seramik işlerin kitsch'le ilişkisini değerlendirirken dikkat edilmesi gereken noktalar kitsch'in temel estetik değer-değersizlik kriterleridir. Kitsch'in diğer sanat alanlarındaki görünümü ile başka bir söylemle kitsch'in estetik normları ile seramik sanatındaki tezahürü arasında temelde bir fark yoktur. Seramik malzeme söz konusu olduğunda, kitsch'in varlığı malzemenin üç boyutlu kullanımı ile ilgili olarak heykel sanatı ile aynı düzlemde değerlendirilebilmektedir. Bu grupta değerlendirilebilecek ürünler olarak, malzeme anlamında seramik çamurunun kullanıldığı her tür heykel taklidi veya reproduksiyonunu gösterebiliriz. Diğer bir alan ise iki boyutlu seramik işlerde de yani yüzey bezemelerinde de görülen kitsch durumudur. Türkiye'de bu tür seramik işlerin en büyük bölümünü çini ürünler oluşturmaktadır.

5.1. Sanatsal Üretimlerde Kitsch Ürünler

20.yüzyıl sanatının gelişimi ile seramik sanatının gelişimi arasındaki ilişkiyi belirlemek oldukça önemlidir. Bu iki alan arasındaki bağlantı Dada, Sürrealizm, Art Nouveau, Pop ve Funk’la birlikte toplumu ve dolayısıyla sanatı ve sanatçıyı da değiştirmiştir. Örneğin Dada geleneksel inancın saçmalığını ortaya çıkarmak üzere konumlanmış ve böylelikle sanatçıyı geleneksel ve teknik üretim sınırlılıklarından kurtarma iddiasını ortaya atmıştır. (Bakınız Resim 29)



Resim 29: JOHN DE FAZIO (USA), Dada Tahtı, 1994, Porselen, 122x81x91cm
Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.236.

Dada koltuğunu yapan sanatçı Fazio işine ilişkin şu değerlendirmeyi yapıyor; “Dada Tahtı, New York’da organize edilen bir yardım kampanyası için ‘Dada Balosu’ adına yapılmıştır. Duchamp’ın çeşmesine (fountain) istinaden, servis aracı olarak mağazadan alınmış bir tuvalet kullanmayı uygun gördüm. Duchamp’ın değişmeyen beyaz, porselenine karşın, pop kültürden esinlenmiş, seramik el yapımı objelerle beraber pembe bir model

tercih ettim. Bu son derece aşırı objeler, tüketim toplumumuzun yamyamlığını yansıtıyor. Tahtın en üst kısmında hippie gibi giyinmiş bir İsa figürü üzerine yerleştirilmiş bir çizgi film görüntüsü yer alıyor. Bir Disney şapkası ve ona iliştirilmiş üç gözlü ve üç kollu sevimli hayalet casper yer alıyor. Onun solunda da gangster çağına ait Mickey Mouse, göğsünde koca bir delikle ayakta duruyor.”¹⁰⁴

Bütün bu sanatsal akımlar seramik sanatında da etkili olmuş ve seramik sanatçıları sanatsal akımların kavramlarına uygun eserler üretmişlerdir. Tüm bu üretimlerde kitsch ile olan ilişkiyi, sanatçının tavrı iki farklı şekilde belirlemiştir.

1. Grup, Kitsch'i bir anlatım dili olarak, bilinçli olarak kullanan sanatçılar eserlerinde daha çok hiciv amaçlı işler üretmişlerdir ki, bu, ilk grupta değerlendirilebilecek örnekler maalesef oldukça azdır. Ancak 60'lar ve 70'lerde, seramikte, gerçek anlamda değişimler fark edilmeye başlandı. Bu değişim çeşitli sosyal sorunlarla yakından ilişkiliydi. Özgürlük mücadeleleri, sivil haklar ve feminist hareketler, siyasi suikastlar ve Vietnam savaşı, dönemin sanat ürünlerini etkileyen konular arasındaydı. Genç kuşağın 60'lı yıllardaki özgürlük anlayışı ve hippie tarzı da, sanatçıları etkileyen bir diğer önemli etkendi. Bu sanatsal ortamda 21. yüzyıl seramik sanatçıları da eserlerinde daha özgür, daha dışavurumcu bir ifade içine girip eserler ürettiler.

¹⁰⁴ a.g.y, s. 236.

Kitsch'i bir dil olarak kullanan diğer bir sanatçı ise Jeffy Koons'dur. Koons işlerinde, çok çeşitli malzemelerden büyük boyutlu heykeller yapar. Seramik malzemeyi de heykellerinde kullanmıştır.



Resim 30: JEFF KOONS, 'Michael Jackson ve Bubbles', 1988, Porselen, 107x178x81cm
Kaynak: <http://arthistory.about.com>



Resim 31: JEFF KOONS, 'Pink Panther', 1988, Porselen, 104,1 x 52,1 x 48,2 cm
Kaynak: <http://www.moma.org>, <http://www.flickr.com>

2. Grup ise sanatçının popüler sanat kavramı içinde ürettiği işlerdir ki, bu işlerin büyük bölümü kavramsal olarak bir problemin üstüne gitmeyi amaçlasa bile, biçimsel açıdan kitsch'e kucak açan öğeleri taşımaktadır. Bu grupta değerlendirebileceğimiz seramik ürünler kitsch'in tüm sanat akımlarının üstünü kaplayabilecek kapsamdaki içeriğinin fark edilmeyerek üretilen işler olarak tanımlanabilir. Art Nouveau ya da dışavurumcu tarzda yeniden üretilmiş herhangi bir seramik eser, biçimsel açıdan fazla süs, birbirinde ilgisiz bir çok öğenin yan yana kullanılması, renk ve form sorunları gibi daha da çoğaltılabilecek bir çok sorunu aşmadığında, formel özellikleri gereği kitsch olarak tanımlanabilmektedir. Bu gruptaki işlere çok sayıda örnek vermek mümkündür.



Resim 32 : LES LOWRENCE, Çaydanlık, 2003, Porselen, 23x8x41cm
Kaynak: 500 Figures in Clay, s.386.



Resim 33: RICHARD SHAW, 'Umutlar ve Felaketler Serisinden, Bölünme', 2002, Porselen,
20x18x18cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.134.



Resim 34: JANIS MARS WUNDERLICH, 'Sporu Destekleyen Anne', 2004, Earthenware,
56x61x18cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.138.



Resim 35: NUALA CREED, ' Bebeğin Kolları', 2005, 25x31x43cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.27.



Resim 36: TONY NATSOULAS, 'Maria da Carmo Mirandan da Cunha', 2001, Seramik-Cam-
Mermer, 117x56x46cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.246.



Resim 37: BERTOZZI & CASONI, 'Albino Al Bar', 2001, Porselen, Mayolika, 152x80x93cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.222.



Resim 38: LINDA S. FITZ GIBBON, 'Tropy Çifti', 2000, Seramik-Sıraltı-Metalik Lüster,
64x38x28cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.126.



Resim 39: BEVERLY MAYERI, 'The Toddler', 2004, Seramik, 53x28x33cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.214
Resim 40: BEVERLY MAYERI, 'Emerging', 2001, Seramik, 64x33x41cm
Kaynak: 500 Figures in Clay, s.90.



Resim 41: LAURA Wilensky, Summer 1958, 2002, Porselen, 22x10x18cm
Kaynak: 500 Figures in Clay, s.138.



Resim 42: ANTHONY NATSOULAS, 'Lady Donna', 2002, Seramik, 135x112x51cm
Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.342.



Resim 43: RED WELDON SANDLIN, ' Ne Kadar Büyük Emziğın Var', 2003, Porselen, 31x61x15cm
Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.233.



Resim 44



Resim 45

Resim 44: MICHELLE ERICKSON, 'Lüks Hayatın Tadı', 2003, Porselen, 56x23x20cm

Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.105.

Resim 45: IRINA S. ZAYTCEVA, 'Kırmızı Çoraplı Kadın', 2001, Porselen, 48x20cm

Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.168.



Resim 46: ROBERT ARNESON, Seramik Daktilo, 1966

Kaynak: www.garymolitor.com



Resim 46: JOAN N. WATKINS, 'Müzik Aşığı', 2003, Earthenware, 18x18x16cm
Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.39.



Resim 47: PAUL MATHIEU, 'Abu Ghraib Vazoları', 2004, Porselen, 45x20x20cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.33.



Resim 48: TOBY Buonagurio, Poodle Puff Gun Shoes, 1993, Porselen, 45x29x19cm
Kaynak: Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.238.

Kitsch kavramı imitasyon, sahtecilik, taklit ve de taklit estetiği gibi sorular ve bunlara ilişkin verilecek cevaplarla netlik kazanmaktadır. Kullanım içeriğini nasıl sınıflandırırız sınıflandırılabilir, kitsch her zaman estetik yetersizliğin doğası demektir. Böylesi yetersizlikler biçimsel nitelikleri (malzeme, biçim, boyut vs), kültürel içerik veya amaçları açısından uygunsuz olan belirli özelliklerde görülür. Estetik yetersizlik yasasının oldukça geniş bir alanı vardır ve kitsch etkilerinden, nesnelerin kombinasyonu ya da düzenlenmesiyle ilgili olarak bahsedilebilir.

En başarılı yeniden üretimde bile bir eksiklik vardır: sanat yapıtının şimdi ve burada'lığı; yani biriciklik niteliğini taşıyan varlığı. Özgün yapıtın şimdi ve burada'lığı, o yapıtın hakikiliği(otantikliği) kavramını oluşturur. Sanat yapıtının mekanik yöntemlerle üretimi sonucunda elde edilen ürünün girebileceği konumların, yapıtın varlığını başkaca hiçbir biçimde etkilemese bile, şimdi ve buradalık niteliğinin değerinin düşüreceği kesindir. Bir nesnenin hakikiliği, maddi varlığından tarihsel tanıklığına kadar, başlangıçtan bu yana o nesnede gelenekselleşmiş olanların bütününden

oluşur. Sanat yapıtının teknik yoldan yeniden üretilebildiği çağda, gücünü yitiren şey, yapıtın özel atmosferidir (aura'sıdır). Yeniden üretim tekniği, yeniden üretilmiş olanı çoğaltarak, onun bir defaya özgü varlığı yerine, yine onun bir kez kitlesel varlığını geçirmektedir... Gelenek denilen değer kalemi insanlığın kültür mirasından tasfiye edilmektedir.¹⁰⁵

Kitsch nesnenin üretim sürecinde yaşanan temel sorun, zamanlama hatasıdır. Bir diğer söylemle esas mesele, nesneyi üretirken yaşanamayan yaratıcı süreçtir. Bu süreci kâr hırsına kurban edilmiş bir zamanlama sorunu ya da başka bir ifade ile bir zihniyet sorunu olarak değerlendirebiliriz. Bu süreçte nesnenin kendisiyle birlikte var olacağı diğer şeyleri hesaba katamama ve tasarlanma sürecinde bütün bunların göz ardı edilerek, nesneyi sadece “güzel” yapacak olan şeyin, nesnenin pratik işlevine eklenmesi, dolayısıyla kitsch'in ortaya çıkışıdır.



Resim 49: KATHY KING, 'Yeniden Üretim', 2002, Seramik-Ağaç-Ayna, 244x183x305cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.173.

¹⁰⁵ Theodor Adorno, Benjamin'e Mektup, Hazırlayan; Mehmet Yılmaz, Sanatın Felsefesi Felsefenin Sanatı, Çeviren: Nazım Özüaydın, Ütopya Yayınları, Ankara, 2004, s. 205–206.

Kitsch'in sadece pasif tepkiyi amaçlaması, kitsch'in neden bu kadar duygusal olduğunu, etkisini basit duygular yaratarak oluşturduğunu, net ve tahmin edilebilir tepkilerle açıklamaktadır. Kitsch'in hedeflediği çabası tepki, kitsch'in risk alma ve gerçek yenilikteki eksiklikleriyle ortaya çıkar. Kitsch her zaman sunumları kullanır.

Kitsch'in politik tutuculuğu, güzel ve eski günler için nostalji ve eleştirel olmayan milliyetçiliğin kutsanmasıyla ortaya çıkâr. Geçmiş anlaşılabilir, güvenli ve ahlaki olarak üstündür. İşte bu yüzden çoğu kitsch nesnesi "antik tarzdadır". Dini kitsch'de tatminkârlık hislerini ikiyüzlülükteki ahlaki olarak nefret uyandırıcı hareketlerin hissedilmesinden ziyade, geleneklerle vurgulamaya çalışır.¹⁰⁶



Resim 50: RON LANG, 'Epiphany', 1991, Earthenware, 122x79x38cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s.61.

¹⁰⁶ John Morreall and Jessca Loy, Kitsch and Aesthetic Education, <http://www.jstor.org/stable/3333032>

Kitsch tüketicisi hiçbir biçimde sosyal ya da estetik alanlardaki zorluklarla karşılaşmak istemez. Her şeyin net bir anlamının olduğu ve hemen beğenilen ya da beğenilmeyen diye karar verilebilen netlikteki eserlerle ilişkide olmak ister.



Resim 51: GARTH JOHNSON, 'Sıkıntı Her Zaman Karşı Devrimcidir', 2000, Porselen, 3x23x23cm
Kaynak: Judith S. SCHWARTZ, Confrontational Ceramics, s. 234.

5.2. Kitsch kapsamında Seramik Süs Eşyası Örnekleri

Tüm bu seramik eserleri sanat-kitsch ilişkisi içinde değerlendirmeye çalıştığımızda, malzemenin teknik olanakları ve bu olanakları işlemedeki teknik ustalık ilişkisini gözden kaçırmamalıyız. Kitsch, teknik anlamda kötü sanat olmadığını, aksine çoğu kitsch nesnenin büyük bir teknik ustalıkla yapıldığını biliyoruz. Estetik anlamda herhangi bir nesnenin kitsch'le ilişkisi ele alındığında kitsch'in en temel özelliklerini değerlendirmemiz gerekmektedir. Seramik malzemenin seri olarak üretilen, dekor amaçlı ya da işlevsel amaçlı seramik ürünleri, kitsch olgusunun temel nitelikleri ile değerlendirmek mümkündür. Seramik nesnenin üretiminde ise tüm bu özellikler göz önüne alınırken aynı zamanda malzemenin getirdiği pratik olanakların kullanımı söz konusudur. Çünkü seramik malzeme kolay

şekillendirilebilme ve renklendirilebilme özellikleri ile çok sayıda ve kolayca üretilmeye müsait bir malzemedir. Ayrıca malzemenin üretiminde renklendirme sürecinde kullanılan sının dışındaki tüm malzemeler (örneğin her türlü soğuk boyalar, vernik, cila vb.) seramik nesnenin ‘güzelleştirilmesi’ adına yapılan fakat seramiğin klasik üretim sürecini bozan müdahalelerdir. Bu durum seramik malzemedan üretilen her tür nesnenin kitsch’le ilişkisini güçlendirmektedir. Kitsch’i, genel anlamda her hangi bir nesnenin, özel olarak da seramik bir nesnenin, esas işlevini aştığı, bu işlevin dışında ona eklenen bir fazlalık olarak değerlendirmek mümkündür. Seramik malzemedan üretilmiş tüm kitsch nesnelere sınıflandırılması, onun tasarlanma sürecindeki yaşanamayan yaratıcı sürecin eksikliğinin yanı sıra, diğer teknik özellikler açısından da irdelenmesi gereken önemli yönleri vardır.

Gerçek (yüksek) sanat yapıtı ile kitsch arasında gündeme gelen temel sorun, sanatçının bir iletişim aracı olarak benimsediği gereç karşısındaki tutumudur. Dil kitsch’de şaşkına dönmüştür, çünkü gidimli veya başka bir dille ifade edilebilir olmanın muhasebesi yapılmamıştır burada. Gereç, yalnız kendisiyle ifade edilebilir olana aracılık etmediği sürece, biçim (sanat) adına yapılan her şey budanmaya hazırdır. Kitsch, salt pratik işlevle yetinmeyen insanın sanatıdır; estetik doyum sağlama düşüncesi, yapıtın oluşum sürecine baştan itibaren eşlik eden tinsel bir etkinlik olmadığı için, Kennedy’nin kahve tepsisinde yer alan portresi, tepsi bittikten sonra akla gelen bir eklentidir artık... kitsch sürekli ödünç alma üzerine kurulu bir sahicilik arayışıdır. Öyle ki bu ödünç alma eğiliminin pratik işleve bile bulaştığı söylenebilir rahatça; telefon biçimindeki şeker kutusu veya tersi gibi.¹⁰⁷

Bakınız Resim 53, kaplan biçiminde, üzerinde baharat satıcısı bir kızın oturduğu, aslında çaydanlık olan bir formdur. Resim 54 ve 55’de benzer şekillerde biçimsel olarak başka başka şeyleri anlatsa da, işlevsel olarak çaydanlık vs. olarak üretilmişlerdir. Resim de ise kırmızı ojeli bir el bir kutuyu tutmaktadır ki, tüm bu örnekler kitsch üreticinin de, tüketicisinin de pratik işlevle tatmin olmadığının kanıtı gibidir.

¹⁰⁷ Ergüven, a.g.y, s.191.



Resim 52 : Porselen Votka Şişesi
www.absolutad.com/.../pictures/?id=1148&_s=ads



Resim 53: KATHRYN MCBRIDE, 'Baharatçı Kız Çaydanlığı', 1997, Porselen, 25x38x15cm
Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.178.



Resim 54: LAURA WILENSKY, ' Geçmiş ve Gelecek Çaydanlık', 2003, Porselen, 23x25x23cm
Kaynak: Ceramic Artist Celebrate the Human Form, 500 Figures in Clay, s.289.



Resim 55: Çaydanlıklar
Kaynak: Howard& Pat Watson, Colecting Art Deco Ceramics, s. 68.



Resim 56: Porselen Mücevher Kutusu
Kaynak: www.birmax.com/nikah/porselen/lg44.jpg

Kitsch, güzelliğin yanlış bir kullanımı olarak görülebilir. Kitsch iyi bilinen ve takdir toplamış doğal ya da yapay, güzel nesnelere sömürür ve bazı sonuçlara ulaşmak içinde tüketicisini pohpohlamak için bu nesnelere etkilerini kullanır. Abartı, abartı olarak algılanmadığı sürece çok işe yarar, kitsch’de öyledir. Abartı, abartı olduğu anlaşıldığında bile çok etkilidir. Pohpohlama sözlerinin içten olduğuna inanma isteği bazen karşı konulamayacak kadar içten olur. Kitsch nesnesini güzel olarak görüp, sahip olma isteği de böyledir. Kitsch gerçek güzelliğin içten olduğunu, güzelliğin gerçek tecrübesinin sonuçlarına yönelmediğini, iyi test edilmiş etkin bir formülle oluşturulmadığını ileri sürmektedir.¹⁰⁸

Pratik işleve yönelik üretilen eşyalara eklenen ve onu “güzel” kılacağı düşünülen fazlalık, aşırılık dolayısıyla yamalı bohçaya dönüşen nesnelere seramik alanında çok miktarda üretilmektedir. Bu sebeple birbiri ile aralarında hiçbir ilgi olmayan birçok öge birbiriyle uyum içinde, fakat biçimsel olarak “güzel” yanılmasını temsil ederler.

¹⁰⁸ Ruth Lorand, Beauty and Its Opposites, <http://www.jstor.org/stable/432027>



Resim 57: Kuş Figürlü Sürahiler
Kaynak: Howard& Pat Watson, Colecting Art Deco Ceramics, s.35.

Kitsch'in estetik kategori olarak tanımlanmasının yanı sıra teknolojik olarak da en tipik modernlik ürünlerinden biri olduğunu biliyoruz. Kitsch ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişki gerçekten de o kadar yakın bir ilişkidir ki 2. ve 3. dünya ülkelerinde kitsch'in varlığı açık bir "modernleşme" işareti olarak görülebilmektedir. Kitsch, teknik olarak mümkün, ekonomik olarak kârlı olur olmaz, her şeyin ucuz ya da fazla ucuz olmayan imitasyonlarının çoğaltılması yalnızca piyasadaki arz talep ilişkisine bağlıdır.

Seri üretim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte çok sayıda üretilebilen bu nesnelerin üretim mantığını, kâr elde etmenin koşulları belirlediğinden, o nesnenin üretim sürecini oluşturan evre, daha baştan sakatlanmıştır. Bu süreç büyük oranda zaten daha önce üretilmiş başka bir nesnenin ya da tasarımın taklidine dayanmaktadır. Kitsch'in doğayı doğrudan taklit ettiğini hatırlayarak, leopar desenine baktığımızda, seramik servis takımının kitsch'le olan yakın ilişkisini görmemiz mümkün hâle gelmektedir. (Bakınız Resim 58)



Resim 58: Porselen Servis Takımı
Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk

Kulka, kiç izleyicisinin simgenin ve nesnenin içinden baktığını söylüyordu. Doğrudur. İzleyen, kiçin çağrışımlarından, kiçin soyutlamalarından etkilenmez. Kiç üretiminin de böyle bir arayışı, böyle bir çabası yoktur. O takdirde bu tavrın Türk toplumunun geleneksel yaklaşımına da bilincine de ters düşmediğini söylersek acaba çok mu ileri gideriz? Sanmıyorum; aksine, ancak buradan hareket edersek toplumun bu konudaki girişimlerini ve arayışlarını temellendirebileceğimiz kanısındayım.¹⁰⁹

Bu değerlendirme Türk toplumunun sanatsal beğenilerinde, neden soyut ve kavramsal yanıyla değil de, somut ve işlevsel yanıyla daha fazla ilgili olduğunu da açıklığa kavuşturur.

¹⁰⁹ Kahraman, Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri, Everest Yayınları, 2. basım, İstanbul, 2002, s. 250–251



Resim 59: Çini Tabak

Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk

Türkiye’de de hediyelik eşya grubuna giren seramik birçok nesne piyasada ithal ürünler ile yarışmaktadır. Rekabet ortamında özellikle Çin’den gelen biblo tarzı birçok süs eşyası karşısında Türkiye’deki seramik üretimi nitelik açısından giderek zayıflamaktadır. Yerli ürünlere göre oldukça ucuz olan bu ithal ürünler tüketici tarafından tercih edilebilmektedir. Bu durumda yerli ürünler de bu ürünlerle yarışabilmek adına geleneksel olan tüm desenleri ve biçimleri bozup, daha hızlı ve ucuz üretim yapabilmek için niteliksel özelliklerinden ciddi biçimlerde ödünler vermektedir. Bu durumda seramik üretiminde kitsch’in varlık alanını genişleten bir süreç olarak yaşanmaktadır.

Felsefi açıdan ilginç olan şey, bazı “kötü sanat” çeşitlerine kitsch denmesi ve özellikle de bir kitsch türüne bazen “şirin (tatlı) kitsch” adı verilmesidir. Şirin kitsch, daha yumuşak, daha hoş duygulara hitap eden bir sanattır. Şirin kitsch’in aşına olduğumuz örnekleri, yol kenarlarına dizilmiş, seramikten yapılmış koca gözlü köpek yavruları ya da aynı şekilde koca gözlü çocukların resimleridir. Şirin kitsch örneklerinden genelde kötü sanatın paradigma örnekleri olarak bahsedilmektedir.¹¹⁰

¹¹⁰ Robert.C Solomon, On Kitsch and Sentimentality, <http://www.jstor.org/stable/431642>

Fakat bu kötülüğün doğası, kitsch'i felsefi olarak ilginç yapan şeydir. Sorun şirin kitsch'in her zaman kötü bir şekilde yapılmış olması değildir. Gerçekten de bazı kitsch'ler oldukça profesyoneldir, bunlar hitap ettikleri sanatsal ve kültürel geleneklerin tamamen farkındadır. Şirin kitsch'deki sorun, onun yoğun duygusallığı uyandırmasıdır.



Resim 60: Porselen Biblolar

Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk



Resim 61: Porselen Duvar Süsleri

Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk



Resim 62: Porselen Biblolar

Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk



Resim 63: Porselen Süs

Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk



Resim 64: Porselen Biblolar
Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk



Resim 65: Porselen Biblo
Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk

Kitsch her yerde nesnelere doğalından daha küçük ya da daha büyük olarak yeniden üretir, malzemelerin (yalancı mermer, plastik) taklidini kullanır, uyumsuz tarzda biçimleri ve planları taklit eder, yaşamadığı tarzı tekrarlar.¹¹¹

Dünyanın hemen her ülkesinden ithal edilen ve hemen her evi süsleyen porselen biblolar, kitsch'in nostalji ile olan yakınlığı açısından manidardır. Fakat burada sorun kitsch'in nostalji duygusuyla kurduğu yakınlık değildir, buradaki sorun, kitsch'in yarattığı bu nostalji özleminin sahte olmasıdır. Biblolarda sıkça karşılaşılan bu durum aslında hiç de aşına olmadığımız, hatta bilmediğimiz bir yaşam biçimine veya oradaki duruma bir öykünmedir. Bize ait olmayan bir geçmişi özlememiz gerçekte mümkün olmadığından, kitsch'le yaşanan bu duygu öykünmesi de gerçekte yalandan başka bir şey değildir. Bu nedenledir ki, bu tarz biblolar sanat eleştirmenlerince de kitsch olarak saptanır.



Resim 66: Porselen Biblo
Kaynak: hemalhemsat.msn.com.tr/.../1650910.php

¹¹¹ Jean Baudrillard, Tüketim Toplumu Söylenceleri/ Yapıları, Ayrıntı Yayınları, 2008, s. 138.



Resim 67: Porselen Biblo
Kaynak: www.altanhediyelik.com/pinfo.asp?pid=25



Resim 68: Porselen Biblo
Kaynak: www.evimdeko.com/resimler/Art.



Resim 69 : KAENDLER, Servis Takımı, 1741
Kaynak: The Book of Meissen, s.40

5.3. Türkiye’de Çini Üretimde Kitsch Örnekler

Selçuklu- Osmanlı döneminden beri Türk toplumunun seramik beğenisinin ana gövdesini işlevsel amaçla üretilmiş nesnelere oluşturur. Bu üretimlerin büyük bölümü ise seramik-çini eşyalardan meydana gelmiştir. Yüzlerce yıllık geçmişi olan çiniler form ve desen özellikleri açısından yalınlaşmış, stilize edilmiş ve gelenekselleşmiş desen özelliklerine sahiptir. Yüzlerce yıllık sürecin deneyimi sonucunda oluşmuş ve doğallığında stilize olmuş çini desenleri üzerindeki her tür müdehâle, gelenekseli deforme etmek anlamına gelmektedir ki, bu durum çini tasarımlarının kitschleşmesine de kapı aralamaktadır.

Osmanlı imparatorluğundan beri yüzlerce yıldır üretimi yapılan geleneksel Türk çiniciliği günümüzde teknolojik ve ekonomik sorunlarla birlikte form ve desen sorunları da yaşamaktadır. Son yıllarda artan çini ihtiyacını karşılamak

için sayıları giderek çoğalan çini atölyeleri, gelinen süreçte geleneksel desenler üzerinde oynamalar yaparak kendilerince orijinal buldukları yeni formları kullanmaya, bunları da başka kültürlere ait desen ve bezemeleri bilinçsizce işlemeye başlamışlar ve ticari kaygılarla estetik kaygılardan uzaklaşmışlardır.

Çini atölyeleri günümüzde "güzel" kavramını çok para getirmesi düşüncesine bağlamışlar ve daha çok kâr getirmesi amacıyla çok sayıda üretim yaparak teknik nitelik açısından da düşük düzeyde çiniler üretmektedirler.

Önceki yıllarda çok düşük düzeyde gerçekleşen kitsch üretimi son 20-30 yıl içerisinde çini üretiminde hızla ivme kazanmıştır. Çini bezeme yapan atölyeler günümüzde anlamını bilmeksizin bir kitsch üretimi gerçekleştirmektedirler. Bu durum bilinçli olarak gerçekleşmemekle birlikte, küçük ve ekonomik zorluk içinde olan atölyelerin yaşadığı bir gerçekliktir. Düşük bir emek ve giderle, yüksek gelir elde etmek ve tabii ki kitsch ürünlere talebin olması bu üretimin en önemli nedenleri arasında sayılmaktadır.



Resim 70: Çini Takım

Kaynak: Kütahya Porselen İzmir Kordon Şubesi, Fotoğraf: Buket Acartürk



Resim 71



Resim 72

Kaynak: <http://mineciniseramik.com>



Resim 73



Resim 74

Kaynak: <http://mineciniseramik.com>



Resim 75



Resim 76

Kaynak: <http://mineciniseramik.com>



Resim 77



Resim 78

Kaynak: <http://mineciniseramik.com>



Resim 79



Resim 80

Kaynak: <http://mineciniseramik.com>



Resim 81



Resim 82

Kaynak: <http://mineciniseramik.com>



Resim 83



Resim 84

Kaynak: <http://mineciniseramik.com>

Bugün Türkiye’de el emeğine dayalı üretimlerde ve daha özelinde çinilerde büyük oranda görülen kitsch gerçeği ile birlikte yüzlerce yıllık kültürel birikime de sırt çevrilmektedir. Çini sanatının yüzlerce yıllık geçmişine özgü motif ve desenler yerlerini asılsız şekillere bırakmıştır ve kitsch normlara dönüşmüştür.

Bu özellikleri ile kitsch, modayı sürekli olarak tekrar eder fakat modanın oluşum süreci ve bağlantıları ile asla ilgili değildir. O sadece sonucu kullanır. Sanatın taklidi olarak ortaya çıkıp, eskiden sanat çalışmalarını taklit eden kitsch, zamanla sanat eserinin öz niteliğini hatırlamaz bile; böylelikle tek dayanağını da yitirir ve özerklik kazanır ve artık kitsch olarak algılanamaz olur. ‘Kitsch’ ‘kötü’ sanat değildir; tam tersine, temelden, özden olmayan boş şeylere adanmış en üst düzey beceridir.

SONUÇ

Kelime anlamı kötü, vasat, düşük zevk anlamına gelen kitsch, bu özellikleri taşıyan tüm sanatsal ürünleri tarif etmek için kullanılan göreceli bir kavramdır. Bütün sanat dallarında görülmesi mümkün olan kitsch ürünler, büyük oranda günlük kullanım eşyaları veya dekor amaçlı kullanılan süs eşyalarından oluşur. Tarihin her döneminde bu tür gerekçelere dayalı olarak üretilen bu ürünlerin bir sektör olarak kendini var etmesi 19. yüzyılın sonlarından itibaren gerçekleşmiştir.

Kitsch, fenomeni, sanayi devriminin bir ürünü olarak görenler tarafından tarif edilen sosyo-ekonomik koşullardan ayrılamaz. Tüm sanatsal hareketler arasında, kitsch için en verimli zemini hazırlayan Romantik hareket olmuştur. Romantik hareketle kitsch arasında gerçekten yakın bir ilişki vardır. Romantizm içinde yer alan aşırı duygusallık yüklü biçimselliğe sahip sanat ürünleri, kitsch'e giden yolu açmıştır. Kitsch ürünlerin biçimselliğindeki duygusallık aktarımı ve günlük, sıradan duygulara seslenme özeliği vardır. Bu ürünlerin 19. yüzyılın teknolojik olanaklarıyla seri olarak üretilmesi ve yayılması, kitsch beğeniye yaygınlaştıran önemli bir gelişmedir.

19. yüzyılın son çeyreğinde, sanat anlayışına ve çevrelerine egemen olan modernist estetik anlayışı, klasik sanatın yansımacı estetiğini yadsımıştır. Sosyal sınıflandırma açısından ise sanat ürünlerini aristokrasinin tekeline kurtarmış, fakat burjuvazinin hizmetine sokmuştur. Burjuva birey evini sanatsallaştırarak, kültürü bireyselleştirmiş, sanatı, kişisel zenginliğini göstermesi için araç olarak kullanmıştır. Modernizmle birlikte sanat, saraydan, kiliseden, evin içine girmiştir.

Modernizm, kentsel ve endüstri içerikli olma yanı sıra geleneğin parçalanışını ifade eder. Bu aynı zamanda esas olarak kır kökenli ve yeni oluşmakta olan kent bireyinin estetik değerlerini taşıyan, halka ait sanat ile büyük ölçüde kentin yerleşik kültürü içinde üretilen ve tüketilen 'yüksek' kültürü doğurmuş ve popüler kültür ilişkisi içinde, sanatla bütünleşmiştir.

19. yüzyıl başlarında teknolojinin de gelişmesi ile birlikte sanatın popülerleşmesi, sanat ürününün konularında, buna bağlı olarak biçimlerinde ve üretim, tüketim ilişkilerinde tüm yönelimini salt toplum beğenisine yönelttiği bir tarihsel dönemdir. Böyle bir yöneliş içinde ulus, toplum, birey vb. kavramlara yaslanan duyarlılıkların etkisi ve kilise ile girmiş olduğu ilişkinin de katkısıyla (eskiden beri seçkin ve ayrıksı konumda görüle gelen) ‘yüksek’ sanatın yanı sıra, halk sanatına ait değerler ve üretim ölçütlerini yansıtan halk beğenisi gelişmiştir. Bu gelişme ile birlikte halka ait sanatsal üretim toplumsal yaşamda giderek değer kazanmıştır. Popüler kültüre ait özellikleri taşıyan ve onun sanatını oluşturan farklı halk kültürlerinin değerlerini bu kültürlere ait tüm sanatsal ürünlerde görmek mümkün olmuştur.

Popüler kültür ürünlerinde, ‘yüksek’ sanatın ürünlerine kıyasla basitlik ve kolay ulaşılabilirlik en dikkat çekici özelliğini oluşturur. Popüler kültür ürünlerinin başlıca özellikleri arasında tüketiciye dönük olarak üretilmesi, teknolojik gelişmeye bağlı olarak seri üretiminin kolay ve çok sayıda yapılabilmesi ve sanatsal ürünlere kıyasla oldukça ucuz ve kolay ulaşılabilir olması vardır. Popüler kültür ürünlerinde görülen tüm bu özellikler, kültürel değerlerde yaşanan ideolojik içerikli bir farklılaşmaya da neden olmuştur.

20. yüzyıla gelindiğinde, postmodern süreçteki endüstriyel gelişmeler sanatsal alana yansiyarak, kültürel nitelikli gelişmelere neden olmuştur. Bu gelişmeler sanat ürünlerini de meta olarak kullanan daha genel bir kültürel ticarileşmeye yol açmış, ticarileşme, sanat ve kültürel tüm ürünlerin kitlesel üretimi ve tüketimini olanaklı hale getirmiştir. Yığınsal üretim ve kolay ulaşılabilirlik sanat ve kültürel ürünlerin kitlelere ulaşımı, diğer metaların dağılımı ile aynı mekanizma içinde yapılmaktadır. Kültür endüstrisi, tüketici olan, tüketmek için üreten, tüketmek adına yaşayan ve kısıtlı serbest zamana sahip ‘bireyleri’, ürünleriyle bütünleştiren ve mekanik-karmaşık hayatı çekilir kılan bir ‘alan’ sunar. Buradaki temel amaç ise, estetikten yoksun seri olarak üretilen kötü kopya olarak tanımlanan yani kitsch ürünler aracılığıyla tatmin sağlamaktır. Sanatsal üretimleri kuşatan ileri endüstriyel koşulların oluşturduğu ortam, kitsch’in yaygınlaşmasına neden olmuş ve tüm sanatsal ‘izm’ lerin üzerinde etkin bir hâl almıştır.

Türkiye’de ise ilk kez Osmanlı döneminin sonlarında yurtdışından gelen Art Nouveau tarzında üretilmiş seramik ürünlerde kitsch’i görmek mümkündür. Fakat Türkiye’de kitsch’in yayılması asıl olarak 1950’lerde, modernleşme girişimleriyle koşut gitmiştir. Bu tarih aynı zamanda kırdan kente göçün hızlandığı ve durumun kültür ve sanat alanını da kökten değişikliğe uğrattığı tarihsel bir dönüm noktası olmuştur. Yine kitsch üretiminin hız kazandığı ve sanatsal üretim ve algılama içinde ağırlıklı bir yere geldiği diğer dönem ise 1980’li yıllardır. Türkiye 80’li yıllardan sonra popüler kültüre yönelim içine girmiş ve bu durum sanatsal alanda yüzeyselliğin öne çıkması, derinliğin ise anlamını yitirmesi şeklinde yansımıştır. Yine aynı yıllarda arabesk beğeni sadece müzik alanında değil tüm kültürel düzlemlerde toplumun geniş kesimleri tarafından sahiplenilmiştir. Türkiye’nin sosyal yapısında yaşanan değişiklikler de arabesk ve kitsch arasındaki mesafeyi daraltmış, hatta bazı yaşam ve sanat alanlarında bu iki kavram birbirinden ayırt edilemeyecek kadar girift bir hale gelmiştir. Türkiye’de 80’li yıllar sona ererken 1990’lı yılların başlarında tüketim toplumu olma özelliği toplum üzerinde belirleyici olmuş ve onu kuşatmıştır. Tüketim toplumunun belirlediği ekonomik koşullar Türkiye’de sanatsal ve kültürel eğilimin de nitelik açısından derinliğini yitirmesi ve yüzeysel bir üretime yönlenmesini beraberinde getirmiştir. Toplum olarak sanatsal üretimlerden beklenen şey, kolay anlaşılabilirlik, doğrudan kavranma ve sorgulayıcı olmaması yönündedir. Çünkü toplumun içinde bulunduğu sosyal ve sanatsal algı biçimi sosyal duyarlılıktan uzak ve yüzeyselleşmeyle iç içe olmuştur. Sonuç olarak da yaşanan süreçte sanatın da yüzeyselleşmesi kaçınılmaz olmuş, nitelik açısından vasatlık içine girmiş, dolayısıyla da kitsch sanatsal üretimler hızla yaygınlaşmıştır. Popüler kültürün yönettiği tüm bu toplumsal yapıda, müzik açısından arabesk gelişmiş, nesne ya da görsel ürünler açısından ise kitsch üretim kendisine çok daha fazla sayıda alıcı kitlesi bulmuştur.

Kitsch, üretim ve tüketim özellikleri gereği, kent kökenli beğeniye ters ve onun zevk anlayışına yabancı, biçimsel özelliklere sahiptir. Aşırı süsleme ve kolay algına bilirlilik, mesaj yüklü olma kaygısı, günlük hayatın içinden sıradan görünüşleri kullanması kitsch’in temel özelliklerini oluşturur. Kitsch’i var eden tüm bu sosyolojik belirlemelerin yanı sıra, kavramın estetik niteliklerini belirleme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Estetik ölçütlerini belirleme çabası kitsch’in temel özelliklerini de saptamayı gerektirir. Bir sanat eseriyle, bir kitsch ürününü karşılaştırdığımızda

nasıl bir ayrıma gidilmesi gerekir, başka bir ifadeyle kitsch ürününü nasıl tanımlayacağız?

Tomas Kulka'nın kitsch analizi bunu açıklamamıza yardımcı olacaktır. Kulka için kitsch'in üç koşulu vardır.

1) Kitsch yoğun duygularla dolu olan obje ve temaları tarif eder. Burada stock (yoğun) kelimesi çok önemlidir. Bu duygular zaten tanımlanmış ve kabul edilmiş duygulardır. kitsch bizim temel duygu ve inançlarımızı desteklemeğe başlar. Onları huzursuz etmez ve sorgulamaz. Kitsch önyargılarımızı alır, temizler, onlara canlılık kazandırır, tazeler, şekil verir ve bize tekrar daha çekici bir şekilde geri verir. Bu şekillendirme bir dönüşüm değildir, tam tersi bir durumdur. Bu deneyimden sonra önyargularımıza öncesinden daha sıkı bağlı kalırız. Sonuç olarak kitsch hiçbir zaman 'yaşantınızı değiştirmek zorundasınız' demez, bizi memnun etmeye çalışır. Bunu yapmak için en yaygın ortak paydayı bulur. Bunu yapmaya çalışmasına rağmen herkes için yaygın olan bir şeyin olması hiç de olası olmadığından dolayı kitsch'den kaçınılmaz bir şekilde etkileniriz. Kitsch bizi bir şekilde yakalar, ama nasıl? Bu soru bizi kitsch'in ikinci koşuluna götürür:

2) Kitsch'le tanımlanmış obje ya da temalar çok net tanınabilir.

Picasso'nun bir resmini tek başına anlayamayız, onunla bir diyaloga gireriz ve sonu gelmeyen bu diyalogda, eserin gerçekliği ortaya çıkar. Bunun aksine, bir kitsch ürünle girilen diyalog uzun süre almaz, iki cümle olabilir. Kitsch eser şöyle der: ben senin istediğin şeye sahibim, beni al ve tüket ve bizde şöyle cevap veririz: sana sahip olmak ve sana sahip olduğumu herkese göstermek istiyorum.

Sanat anlaşılacak, kitsch ise sahip olunacak bir şeydir.

Fark etmek ve anlamak hemen hemen aynı anda ortaya çıkar. Ama bu nasıl olur? Kitsch hepsinin içerisinde anlaşılması en yaygın olan dili kullanır. Ayrıntılara inanılmaz bir umursamazlık gösterir.

Kitsch şu ana kadar evrensel olarak kabul edilmemiş olan avangardı ya da stilleri göze alamaz. Yenilikler ancak kabul görüp yaygınlaştıktan sonra bu modayı

benimser. Sonuç olarak kitsch tutucudur; yenilik ve yenilik yanlılığı kendisi için tehlikeli olduğundan dolayı yeniliğe tahammül edemez. Şaşırtıcı olmayı kaldıramaz, bu yüzden de asla şaşırtıcı olamaz. Yani söylemeye çalıştığımız şeyi şöyle özetlersek;

Sanat sen kimsin diye sorar,

Kitsch, senin adı ne? diye sorar.

Gadamer'e göre bir sanat eseri 'var olmada bir yükselişe' yol açar. Sanat eseri bizi yenedünyaya yönlendirir ve böyle bir sanat tecrübesinden sonra aynı yerde kalamayız. Fakat biz kitsch'le zorlanmadığımız için bu dönüşüm hiç olmaz. Bu kitsch'in üçüncü koşuludur. Kitsch tasvir edilmiş objeler ve temalara ilişkin ilişkimizi (ilgimizi) güçlendirmez. Bu aynı zamanda çok sayıda soyut kitsch resmin ya da heykelin olmayışının da sebebidir. Kitsch yorumlanmak istemez veya tek bir şekilde yorumlanmak ister ki bu da Gadamer'e göre tek ve aynı şeydir.

Sanat eseri ile diyalog sınırsız bir diyalog olmasına rağmen, kitsch bir işte diyalog yalnızca sonsuzmuş gibi görünür. İki aynanın birbirine yüz yüze baktıklarını düşünelim. İkisi arasındaki mesafe aslında sınırlıdır ve çok kolaylıkla ölçülebilir. Fakat kitsch seni kandırmak, içine çekmek ve sonsuzluğa götürmek için her yolu dener. Eğer başarır ve aynalardan sadece bir tanesine bakmanı sağlarsa işte o zaman mesafe sanki sınırsızmış gibi görünür. Bu üç koşulu açıkladıktan sonra Kulka şöyle der: üç koşulumuzu ortaklaşa düşünürsek bu koşullar kitsch'in asalak doğasına işaret eder. Greenberg bu doğayı şöyle açıklar: Kitsch için ön koşul (bu koşul olmadan kitsch imkânsız olacaktır) tam anlamıyla olgunlaşmış bir kültürel geleneğin var oluşudur.

Kitsch güzellik yaratmaz ancak güzellik olarak adlandırılan şeyleri kullanır ve bu şekilde kendisinin güzel görünmesini sağlar. Aslında o, katharsis (baskı altındaki duygu ve düşüncelerin anlatılarak boşalması) dışında hiç bir şey yaratmaz. Clement Greenberg'den yararlanarak bu tanımı daha anlaşılır hale getirebiliriz; Greenberg der ki: 'eğer avand-gard sanat sürecini taklit ediyorsa, kitsch'de onun etkisini taklit eder'. Bir deneyim türü olarak kitsch ile var olmak ve gerçekliği

keşfetmek için, yaşamımızı değiştirmek zorunda kalmadan, hiçbir öz sorgulama yapmadan ve büyük bir çaba harcamaya gerek olmadan aynı noktaya ulaşabilirsiniz.

Baudrillard, kitsch'i konuşma dilindeki basmakalıbın eş anlamlısı olarak tanımlamıştır. Kitsch her yerde olabilir, bir çiçeğin benzetilmesi ya da resmin ayrıntıları gibi. Yine de sistem ve durum arasında yoğun bir bağlantı vardır. Onun görüşüne göre kitsch kültürel bir kategoridir. Bu tanımlamaya ek olarak Mehmet Ergüven, kitsch objelerindeki biçim ve işlevdeki uyumsuzluğun, anlam kaybının, en önemli neden olduğunu ifade etmiştir. Eğer kitsch de dönüşüm varsa form aşırıdır.

Kitsch sadece estetik bir sorun değildir, ayrıca ideolojik bir sorundur da. Calinescu 'kitle kültürü gerçekten ideolojik'tir der. Ona göre bugünün popüler kültürü saf bir kitsch'tir. Dwight Macdonald ise, aşağıdan gelmekte olan halk sanatının aksine, kitle kültürünün yukarıdan geldiğini savunur. O ayrıca kitsch'in, kitleleri kontrol etme amacıyla, kullanımına dikkat çeker.

Geçmişte kötü zevk yoktu diyemeyiz fakat özellikle sahte sanatın çok sayıdaki alıcısına ulaşmak için aktivitelerini kurumsallaştırmak ve geleneklerini sistematize etme olanaklarına sahip değildi. Bu yüzden 19.yy'dan beri teknolojik avantajları düşünülmesizin kitsch'i değerlendirmek çok mümkün değildir. Teknoloji kitsch'in daha çok yayılmasına, hızlanmasına ve pasif olmasına yardım eder.

Kitle iletişim araçları tipik bir seyircide bir pasiflik haline yol açar. Sadece TV açılır ve anlamak için hiçbir çaba gerektirmeyen sayısız görüntü ile boğuluruz. Yüzeysellik ile birleşmiş pasiflik, kitsch'i büyüten o pasiflik halinin önemli bir ön koşuludur. Bu eylemsizlik sürecini, sindirme süreci izler. Bu seyirci kitlesinin zevkleri, duygusal gereksinimleri, kitle kültür teknisyenleri tarafından başarılı bir şekilde işlenen, büyük oranda farklı bir seyirci kitlesi ortaya çıkar. Bu durum Macdonald tarafından çocuk ve yetişkin seyircinin bir araya gelmesi olarak tanımlanır. Bunun anlamı şudur:

1) Modern yaşamın zorlukları ve sıkıntıları ile başa çıkamayan, kitsch aracılığı ile tüm bunlardan kaçmaya çalışan yetişkin seyirci grubunun çocuksu gerilemesi.

2) Çok hızlı büyüyen çocuk seyircinin aşırı teşviki.

Medyanın oluşturduğu sanatsal deneyim türü, günümüzün koşullu müşterilerinin gözünde tüm sanatsal deneyimler için bir norm haline gelir. Leslie Fiedler ise popüler kültürü hor görmenin doğru olmadığını düşünür ki, onun açısından popüler kültür tüm izleyicilerini (çocuk, yetişkin, kadın, erkek, eğitilmiş ve eğitimsiz kişileri) bir araya getirir. Eğer bu katılım özgür bir seçim temeline dayansa idi, kesinlikle ona katılabilirdik. O kitapları okumayı ya da o TV kanalını seyretmeyi o insanların seçtikleri kesindir ancak söz konusu olan seçimin çok sınırlı olanaklara dayandığıdır ki esas sorun da buradadır.

Günümüzde kitsch'den kaçınılamaz. Onun içinde doğuyoruz, nereye gitsek o var. Derrida'nın sözünü değiştirerek 'kitsch'in dışında hiçbir şey yoktur' diyebiliriz. Kitsch sanatı emer, içine çeker. Sanat onun içindedir, onun midesindedir. Bizim önyargılarımıza meydan okumak yerine, kitsch'in kendisi bir önyargı haline gelmiştir. Yeni önyargımız ise kitsch'in artık bizim yeni geleneğimiz olduğudur. Kitsch kültürünün içinden baktığımız için onu her zaman çok iyi algılayamıyor olabiliriz. Kitsch'i satın alıp ona sahip olabiliyoruz ama onun her zaman farkına varamayabiliyoruz. Şimdi o, dünya sisteminin/ emperyalizm koşullarında kendine sağlam bir yer edinmiştir. Kitsch, kapitalist sistemin ayrılmaz bir parçası olarak, kültür endüstrisinin beslediği bir kavramdır ve bu çerçeveden bakıldığında, kitsch, yoksul halka "reva" görülendir. Böylesi bir dünyada yaşadığımız sürece kitsch gözden kaybolmayacaktır.

Tıpkı sahtekârlık gibi kitsch'de, para ve arzuların, zevk ve bilgiden daha hızla yayıldığı dünyanın kaçınılmaz bir özelliğidir. Bu yeni teknolojik sistemde de kitsch kesinlikle zarar görmeyecektir. Bu yeni dönem belki kendi kitsch'ini üretecektir. Bu teknolojik çağda kitsch o kadar güçlüdür ki, onu kullanmak istemeyen bir sistemi hayal bile etmek imkânsızdır. Fakat Calinescu, kitsch'in kapitalist sistemle ve onun sonuçlarıyla çok derinden bağları olduğunu görmez ayrıca kitsch'in yayılma tehlikesi konusunda fazla endişeli değildir. Ona göre kitsch'in tehlikelerini abartmamak gerekir, kitsch bilinen tüm sanat formlarını taklit ederek

aslında orijinallere doğru bir yol önerir ve onları beklediğimizden daha büyük bir titizlikle bu yolla çoğaltır.

Broch, bu meseleyi bizlere farklı yani ahlaki bir perspektifle bakmayı gösterdi. O, kitsch'in, sanatın değer sistemindeki şeytanın bir unsuru olduğunu düşünür. Broch'a göre, kitsch'in ruhu, estetik kategori ile ahlaki kategorinin karıştırılmasıdır; amaç, iyi değil, güzel bir iştir, önemli olan şey güzelliğin etkisidir. Kitsch bizi bir şeyleri öğrenmeye, anlamaya veya düşünmeye zorlamaz. O, özü itibari ile düşünceyi değil, duyguyu hedef alır.

Kitsch üreticisi 'kötü' sanat üretmez, o, yaratma yeteneğine de sahip olabilir ve bu yaratıcılığını teknik anlamda çok iyi kullanıyor da olabilir. Bu durumda kitsch üreticisini sadece estetik kriterlere göre değerlendirmek de tek başına yetersizdir. Kitsch üreticisi etik tabanlı bir bakışla değerlendirildiğinde, bir şekilde onda, içten içe kötücül olanı arzulayan bir taraf olduğu görülür ve portresi çizilen bu kökten kötülükte olduğu gibi kitsch, yalnızca sanat tarafından 'kötücül' olarak yargılanmaz, taklit sistemi dışındaki tüm değer sistemleri tarafından öyle yargılanır. Sadece etki aşkı için çalışan kişi, yalnızca 'güzel' görüldüğünde, başka bir deyişle radikal estetik görüldüğünde, rahatlayarak iç çektiği andaki duygusal tatminden başka bir şey aramaz. Bu tarz bir güzelliğe erişmek için kendine kayıtsız şartsız her şeyi kullanma hakkını görür ki o an, tamda kitsch'in üretildiği andır.

Broch için kitsch'in günahı gerçekte imitasyonun suçudur. Broch, imitasyon terimini kullanır, çünkü kitsch 'yaratıcı sanat'ı kopyalayamadığı için 'sanatın en basit biçimlerini' kopyalayabilir. Ve ne yaptığının farkında olmamasına karşın, kitsch, hala orijinal iş kadar değerli olduğunu iddia eder. İşte bu noktada etik bir şekilde düşünmeye başlamamız gerekir.

Kitsch'in ilk günahı yalandır. İstedığımız şeyi bize vererek, kitsch diğer günahları işler; o, kaçmamıza yol açar, yardım eder ve kışkırtır. Gerçekte kitsch, geçmiş özlemini gidermenin en doğrudan ve en basit yoludur. Fakat buradaki vurucu nokta, bu özlemin gerçekte olmamasıdır, bu noktada kitsch, olmayan/ hiç yaşanmamış olan geçmişe duyulan özlemdir. Kitsch bize tatlı rüyalar vaat eder. O,

monoton yaşamlarımızdan uzaklaşma ihtiyacımızı giderir, ama bir diğer monoton dünyada bizi kendisinin içine alır. O, entelektüel bir uyuşturucudur.

Kitsch tüm aykırı duruşuyla resimden, heykele, mimariden müziğe, sinemaya ve seramiğe kadar tüm sanat dallarında kendisine önemli bir yer edinmiş, bu var oluşu ile de kendi iç dinamiğinde inanılmaz bir okunurluk ve izlenirlik düzeyi yakalamıştır. Kolay tüketilebilirlik özelliği nedeni ile de popüler kimlik kazanan bu çalışmalar estetik ve sanatsal yoksunluk ile suçlanıp, seçkin bir bakış açısı ile görmezden gelinmiştir. Üretim süreci yaşanmaksızın, hiçbir sanatsal kaygı duymadan sadece resmetmek, betimlemek veya benzetmek çabası ile ortaya konan çalışmaların bir sanat diyalektiğinin dışavurumu olarak tanımlanması pek olası değildir. Kolay algnabilirliği ya da biçim olarak ‘güzel’ olduğu noktasında dikkatleri üzerine çeken bir nesnenin sanatsal mükemmellik iddiası gerçekçi olamaz. Bu anlamda yapının popülerliği ile içkinliği tartışılabilir bir konudur. Popüler sanat adı altında kendine özgü normları ya da disiplini olan herhangi bir izm ya da eğilim yoktur. Dolayısıyla popüler sanat, belli bir zamansal düzlemde belli kitlelerin yoğun ilgisine maruz kalan ve yine bir süre sonra dinamizmini yitiren bir ifade tarzı olarak tanımlanabilir. Bu anlamı ile de toplumsal yanı olan her olgu için popüler olma ya da olmama hali söz konusu olabilir. Zamansal düzlemde ‘in’ ve ‘out’ ları olan tüketilebilir her olgu popüler kimlik altında tanımlanabilir. Özellikle postmodernist anlayışlarda açılım kazanarak, bilinçli olarak ortaya atılan pop art çalışmalarda görülmektedir.

Farklı sanat disiplinlerinde, kitsch’in malzeme ve alan bilgisi dışında tutulan yanlarını incelediğimizde çok farklı sonuçlara ulaşmayız. Kitsch’in bünyesini oluşturan estetik ölçütler tüm sanat dallarında kendini yeniden üretebilmektedir. Kitsch’in seramik sanatına yansımaları da bu doğrultuda seramik malzemenin esnekliğine bağlı olarak çeşitlilik gösterir. Şekillendirme ve renklendirme olanakları ile düşünüldüğünde seramik ürünler, seri üretime ve sanatsal eserlerin taklidine elverişli bir malzemedir. Bu temel nitelikler ise kitsch’in kendine yer açtığı çok uygun üretim koşullarını oluşturur. . Seramik üretim alanında kitsch’i üç farklı alanda değerlendirdiğimizde; ilk olarak sanatsal üretimlerde biçimsel açıdan kitsch olan ürünler örneklenmiştir. İkinci olarak ise dekorasyon amacıyla üretilmiş çeşitli süs eşyaları ve biblolarındaki kitsch ürünlere örnekler verilmiştir. Son olarak ise

geleneksel çini ürünlerinin bugünkü yeniden üretimlerinde yaşanan desen sorunları üzerinden kitsch ile olan ilişkileri örneklenmiştir. Yukarıda estetik nitelikleri tanımlanmaya çalışılan kitsch kavramı seramik sanatı söz konusu olduğunda, tüm etkisiyle birlikte bol örnek bulunabilecek bir alandır.

Bir olgu olarak kitsch, moda içindeki eğilimlerden birisi değildir. Onun asıl eğilimi, eğilim olanın eğilimidir, yani modanın kendisi eğilimlerin değişmesi ile değişmez. O kültürümüzle çok derinden birleşmiştir. Kitsch, zamanımızın ana kodudur. Kitsch'de zaman çığırından çıkmıştır. kitsch, gayrı meşru bir yorumdur. O, kendini sürekli yeniden üretebildiği için, kitsch'in tamamen yok oluşu hayal edilemez. Kitle olduğu sürece ve bugünün kâr amaçlı kültür ürünleri üretim mantığı devam ettiği sürece, kitsch var olmaya devam edecektir.

Kişisel değil ama toplumsal bir zevk ortamı yaratarak, kişisel eğilimleri bir tarafa bırakarak, toplumu, estetik yönünden geliştirmeyi amaçlayan konularda ortak değer yargısına varmak gereklidir. Tüketim nesnelerinin, asgari de olsa tasarım denetimde üretilmeleri, işlevselliği ve estetik değeri zaman aşımına uğramamış, geleneksellik ve klasiklik değerini kazanmış eserlerin tanınması ve seçilmesi, gelenekselleşmiş sanat ürünlerinin üretiminde özgün işlevin ve hammaddelerin kaybedilmemesi, bu zevk ortamının yaratılmasına katkıda bulunacaktır.

EKLER

SERĞİ FOTOĞRAFLARI



Sanatta Yeterlik Çalışması Sergi Afışı















KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- ADORNO, Theodor W, **Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi**, Çev. Nihat Ülner- Mustafa Tüzel- Elçin Gen, İletişim Yayınları, 3. Baskı, 2008
- ARTUN, Ali,(Editör), Sunuş: Lev Kreft, **Sanat/Siyaset, Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika**, İletişim Yayınları, İstanbul 2008
- BAUDELAIRE, Charles, **Modern Hayatın Ressamı**, Çev. Ali Berktaş, İletişim Yayınları, 4. baskı, İstanbul 2007
- BAUDRILLARD, Jean, **Simgesel değiş Tokuş ve Ölüm**, Çev. Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2002
- BAUDRILLARD, Jean, **Tam Ekran**, Çev. Bahadır Gülmez, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2004
- BAUDRILLARD, Jean, **Tüketim Toplumu Söylenceleri/ Yapıları**, Ayrıntı Yayınları, 2008
- BOZKURT, Nejat, **Sanat ve Estetik Kuramları**, Asa Kitabevi, 4. basım, Bursa, 2004
- BÜRGER, Peter, **Avangard Kuramı**, Çev. Erol Özbek, İletişim Yayıncılık, 3. baskı, İstanbul, 2004

- CALINESCU, Matei, **Five Faces Of Modernity**, Duke University Press, Durham, 1987
- CHAMBERS, Lain, **Populer Culture-The Metropolitan Experience**, Methuen and Go Press, New York, 1986
- CLARK, Toby, **Sanat ve Propaganda, Kitle Kültürü Çağında Politik İmge**, Çev. Esin Hoşsucu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004
- CÖMERT, Bedrettin, **Estetik**, De Ki Basım Yayın, Ankara, 2008
- ÇAM, Şerife, **Medya Çalışmalarında İdeoloji; Epistemolojik ve Metodolojik Sorunlar**, Estetik, De Ki Basım Yayın, Ankara, 2008
- DOĞAN, D. Mehmet, **İletişim veya Dehşet Çağı**, Timaş Yayınları, İstanbul, 1993
- DORFLES, Gillo, **Kitsch, The World of Bad Taste**, London; Studio Vista, 1969
- ERGÜVEN, Mehmet, **Görmece**, Metis Yayınları, 2. basım, İstanbul, 2007
- ERGÜVEN, Mehmet, **Yoruma Doğru**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2002
- GOMBRICH, E.H, **Sanatın Öyküsü**, Çeviren; Bedrettin Cömert, Remzi Kitabevi Yayınları, 3. Basım, İstanbul, 1986
- GÜNGÖR, Nazife, **Sosyokültürel Açından Arabesk Müzik**, Bilgi Yayınevi, İstanbul, 1993

- HEIDEGGER, Martin, **Sanat Eserinin Kökeni**, Çev. Fatih Tepebaşılı, De Ki Basım Yayın, Ankara, 2007
- HORKHEIMER, Max, **Geleneksel ve Eleştirel Kuram**, Çeviren: Mustafa Tüzel, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2005
- KAHRAMAN, Hasan Bülent, **Kitle Kültürü Kitlelerin Afyonu**, Agora Kitaplığı, 2. Basım, İstanbul, 2007
- KAHRAMAN, Hasan Bülent, **Kültür Tarihi Affetmez**, Agora Kitaplığı, 2. basım, İstanbul, 2007
- KAHRAMAN, Hasan Bülent, **Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye**, Agora Kitaplığı, 2. basım, İstanbul, 2007
- KAHRAMAN, Hasan Bülent, **Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri**, Everest Yayınları, 2. basım, İstanbul, 2002
- KULKA, Tomas, **Kitsch and Art**, The Pennsylvania State Univeristy Press, 2002
- LOWENTHALL, Leo, **Popular Culture, Literature and Society**, Prentice Hall, England, 1992
- LUKACS, Georg, **Estetik III**, Çev. Ahmet Cemal, Payel Yayınları, 2. basım, İstanbul, 2001
- MUTLU, Erol, **Televizyon ve Toplum**, TRT Yayınları, Ankara, 1999
- ÖNAL, Vefa, **Estetik**, Artshop Kuramsal Dizi, İstanbul 2007

- ÖZBEK, Meral, **Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski**, İletişim Yayınları, İstanbul, 1991
- PLEHANOV, Georgi V., **Sosyalist Açıdan Toplum, Sanat, Eleştiri**, Çev. Asım Bezirci, Evrensel Basım Yayın, İstanbul, 1999
- SARUP, Madan, **Postyapısalcılık ve Postmodernizm**, Çev. Baki Güçlü, ARK Yayınları, Ankara, 1997
- SCHWARTZ, Judith S, **Confrontational Ceramics, The Artist as Social Critic**, University of Pennsylvania Press, Philadelphia, 2008
- ŞAYLAN, Gencay, **Postmodernizm**, İmge Kitabevi Yayınları, İstanbul, 1999
- TANİLLİ, Server, **Yüzyılların Gerçeği ve Mirası; İnsanlık Tarihine Giriş**, IV. Cilt, Say Yayınları, İstanbul, 1992
- TANSU, Sezer, **Gelenek Işığında Çağdaş Sanat**, İz Yayıncılık, İstanbul, 1997
- TOLSTOY, L.N, **Sanat Nedir?**, Çev. Mazlum Beyhan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2007
- WILLIAMS, Raymond, **Kültür**, Çev. Suavi Aydın, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 1993
- YILDIZOĞLU, Ergin, **Yaşasın Modernist Refleks**, Telos Yayıncılık, İstanbul, 1997
- YILMAZ, Mehmet, **Sanatın Felsefesi Felsefenin Sanatı**, Çev. Nazım Özüaydın, Ütopya Yayınları, Ankara, 2004

MAKALELER

- BROCH, Hermann, **Kitsch Sorunsalı Üzerine Notlar**, 1950–51 (Konuşmanın metni Broch tarafından Yale Üniversitesi Almanca Fakültesi’ndeki öğrencilere verilmiştir.)
- BROCH, Hermann, **Kitsch ve ‘Mesajlı’ Sanat**, (Neue Rundschau’nun ‘Sanat Değerleri Sisteminde Kötülük’ makalesinin 5. bölümünde yayınlanmıştır.) Ağustos 1933
- ÇALIŞLAR, Aziz, **Kitle Kültürüne Bakış**, Bilim ve Sanat, sayı 23, 1982
- EROL, İsmail Lütfü, **Türkiye’de Popüler Kültür ve Kitsch**, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 1999
- KAHRAMAN, Hasan Bülent, **Estetik Sağırlık**, Sabah Gazetesi, 14 Haziran 2008
- KÜÇÜK, Suat Hayri, **Devrim Ol(a)mayınca Kiç Olur**, rh+ sanart, sayı 47, Temmuz-Ağustos 2007
- MADRA, Beral, **‘Kitsch’ Estetiğin Yerine Geçti**, Radikal Gazetesi, 5 Şubat 2008
- MADRA, Beral, **Zevkin Yozlaşması (kitsch) Tanımı ve Etkileri**, Sanat Çevresi, sayı 74, Aralık 1984

- OKTAY, Ahmet, **Kiç Toplum ve İnsanı**, Radikal İki, 2 Haziran 2002
- ŞENTÜRK, Levent, **Es”kitsch”ehir**, rh+ sanart, sayı 47, Temmuz-Ağustos 2007
- TANYELİ, Uğur, **Mimarlıkta Kitsch’in Önlenebilir Yükselişi**, Hürriyet Gösteri, Sanat Edebiyat Dergisi, sayı 110, Ocak 1990
- TAYGUN, Ali, Adam Sanat Dergisi, sayı 10, 1986

TEZLER

- EROL, İsmail Lütfü, **Türkiye’de Popüler Kültür ve Kitsch**, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 1999
- ÖZER, Feza, **Resim Sanatında Yirminci Yüzyıla Yansımayan Gelenek, Kitsch Bağlamında Arabeskin Postmodern Yanılsamasının diğer Kültür ve Sanat Olgularını Kuşatması**, Mimar Sinan Üniversitesi, Resim Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlik Eser Metni, 2003

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

- BARIŞTA, Pakize, **‘Kitsch’ Üzerine ‘Kitsch’ Bir Yazı**
www.tumgazeteler.org
- GRIMSTED, David, **The Purple Rose of Popular Culture Theory; An Exploration of Intellectual Kitsch**
<http://www.jstor.org/stable/2713081>

- KAL, Mehmet Aydın, **Yazınsal Metinlerde Kitsch Olgusu ve Popüler Saygınlık**, www.askinehali.com/sayı10/yazinsalmkops.htm
- KNIGHT, Deborah, **Why We Enjoy Condemning Sentimentality: A Meta-Aesthetic Perspective**
<http://www.jstor.org/stable/432148>
- LORAND, Ruth, **Beauty and Its Opposites**
<http://www.jstor.org/stable/432027>
- LUGG, Catherine, **Kitsch: From Education to Public Policy**
<http://site.ebrary.com/lib/deulibrary/10054947&ppg>
- MORREAL, John and Loy, Jessica, **Kitsch and Aesthetic Education**
<http://www.jstor.org/stable/3333032>
- MOSQUERA, Gerardo, **Bad Taste in Good Form**
<http://www.jstor.org/stable/466492>
- NALBANTOĞLU, Hasan Ünal, **Alem Kitsch Olmuş Biz N'apalım**,
www.birikimdergisi.com
- ÖZTÜRK, Dilek. **Avan-garde ve Kitsch: Mimarlığa Etkisi**
www.Mimarizm.com/disses/Detay.aspx

SELLE, Gert ant Nelles, Peter, **There Is No Kitsch, There Is Only Design**

<http://www.jstor.org/stable/1511542>

SOLOMON, Robert, **On Kitsch and Sentimentality**

<http://www.jstor.org/stable/431644>

RESİM KAYNAKÇASI

- **500 Figures in Clay**, Ceramic Artist Celebrate the Human Form, Published by Lark Boks, A Division of Sterling Publishing Co, New York, 2004
- RÖNTGEN, Robert E., **The Book of Meissen**, Ppublished by Schiffer Publishing Ltd, America, 1996
- SCHWARTZ, S.Judith, **Contrantational Ceramics**
- WATSON, Howard & Pat, **Colecting Art Deco Ceramics**, Francis Joseph, London, 1997

ELEKRONİK RESİM KAYNAKÇASI

- www.kadinlarkulubu.com/komik-ve-ilginc-fotograflar...
- www.sanateskidji.com/statues.php
- www.galeri.netfotograf.com/fotograf.asp?foto
- www.justabovesunset.com/sitebuildercontent/si
- www.royalpavilion.org.uk/palace/architecture.asp
- www.usp.nus.edu.sg
- www.justabovesunset.com/sitebuildercontent/si
- www.offbeathomes.com/wp-content/uploads/2007/...
- www.en.wikipedia.org
- www.painting-palace.com
- www.hemalhemsat.msn.com.tr/.../1650910.php
- www.altanhediyelik.com/pinfo.asp?pid=25
- www.evimdeko.com/resimler/Art
- www.mineciniseramik.com

ÖZGEÇMİŞ

Ad, Soyad: Buket ACARTÜRK

Doğum yeri ve yılı: İzmir-1973

Yabancı Dil: İngilizce

Eğitim: Üniversite

Yüksek Lisans: 2005, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü, Seramik Anasanat dalı

Lisans: 2001, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Seramik Bölümü

Lise: 1991, Namık Kemal Lisesi

İş tecrübesi:

2007 Ege Üniversitesi MYO Sözleşmeli Öğretim Görevlisi

2006 Buca Zihinsel Engelliler Rehabilitasyon Merkezi, İzmir

2006 Endora Sanat Galerisi, İzmir

2005 Mozaik Heykel Atölyesi, İzmir

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri: Seramik Federasyonu Üyeliği

Alınan Burs ve Ödüller:

2004 8. Altın Testi Seramik Yarışması Kuruluş Ödülü

Yayınları:

Makaleler

- ‘Sanatta Kitsch Kavramı’, Akköy Kültür-Sanat-Edebiyat Dergisi, Nisan 2004, Sayı 23
- ‘Sovyetler Birliğinde 1917 Ekim Devriminin Seramik Sanatına Etkileri’, Akköy Kültür-Sanat-Edebiyat Dergisi, Ekim 2004, Sayı 26