

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Open Access Refereed e-Journal & Indexed
International Refereed Journal

2019 Aralık / December
Cilt / Vol: 3
Sayı / Issue: 3



ISSN
2687-5640

PREMIUM SOSYAL BİLİMLER E-DERGİSİ

Açık Erişim ve Dizinli e-Dergi

Uluslararası Hakemli Dergi

Bilim dünyasının değerli insanları,

(PEJOSS) Dergisi, 2017 yılında yayın hayatına başlamış uluslararası, hakemli e-dergidir. Ayrıca akademik yazı ve düşünce ile meşgul olan herkesin söz söyleyebileceği bir sosyal bilim platformudur. Sizlerin özverili çalışmaları ve desteği ile PEJOSS Dergisi'nin üçüncü sayısı ile huzurlarınızdayız. Göstermiş olduğunuz ilgi, değerli katılım ve katkılarınızdan dolayı minnettarız.

Akademik hayata bir nebze katkı sunmak üzere çıkmış olduğumuz bu yolculukta, PEJOSS ailesi olarak sizinle birlikte çalışmanın gurunu yaşamaktayız. Bu bağlamda bilim dünyasının siz değerli insanlarını yayın kurulu, danışma kurulu, hakem kurulu ve yazar olarak yanımızda görmek; ayrıca görüş ve önerilerinizle bizleri en mükemmele ulaştırma noktasında yönlendirmeniz bizlere daha da güç katmaktadır. Bu bağlamda;

Kuruluş aşamasından bu yana PEJOSS ailesi mensubu olarak emek veren dergi yönetim kurulundaki değerli hocalarımıza,

Gerek yurt içi, gerekse yurtdışından bizleri kırmayarak, danışma, yayın ve hakem kurulunda yer alan ve uzmanlık alanları ile bizlere katkı sağlayan kıymetli hocalarımıza, talep ve önerileri ile sosyal bilimlerin farklı disiplinlerde görev yapan akademik camia mensubu tüm mesai arkadaşlarıma en içten teşekkürlerimi bir borç bilirim.

PEJOSS Dergisi olarak vereceğiniz her türlü destekten dolayı teşekkür eder, saygılar sunarım.

Prof. Dr. İhsan KALENEROĞLU
Editör

JENERİK / GENERIC PAGE

PREMIUM E-JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES (PEJOSS) uluslararası hakemli bir dergi olup yılda 1 kez yayınlanır.

PEJOSS Dergisi, sosyal bilimlerin her alanından yazı yayınlayan bir dergidir. Bu çerçevede özgün bilimsel makaleler, çeviriler, çeviri-yazılar, röportajlar, kitap, makale, sempozyum, panel ve bilimsel etkinlik tanıtma çalışmaları ile nekroloji metinleri yayınlar. Ayrıca, sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirileri de yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir. Yayınlanması için PEJOSS Dergisi'ne gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

PEJOSS Dergisi, yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayınlatabilir. PEJOSS Dergisi'ne gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez.

PEJOSS Dergisi'nin yayın dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce, Almanca, Fransızca, Arapça, Farsça vb. dillerden gelen yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğü takdirde yayınlanır.

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES
Prof. Dr. Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Prof. Dr. İsmail BAKAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA	Gazi Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi / TÜRKİYE

YAYIN KURULU / PUBLICATION BOARD

Prof. Dr. Adnan ÇELİK	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Haluk DUMAN	Aksaray Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Prof. Dr. Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw / POLAND
Prof. Dr. Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Prof. Dr. Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Prof. Dr. Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Prof. Dr. Muhsin KAR	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Mustafa TASLIYAN	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi / TÜRKİYE
Prof. Dr. Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Prof. Dr. Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Prof. Dr. Tahir AKGEMCI	Selçuk Üniversitesi / TÜRKİYE
Doç. Dr. Morsheda HASSAN	Grambling State University / USA
Doç. Dr. Mücahit KAĞAN	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Abuzer KALYON	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Fethi KAYALAR	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Hasan LÖK	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi / TÜRKİYE
Dr. Öğr. Üyesi Özgül UYAN	İstanbul Aydın Üniversitesi / TÜRKİYE

İNDEKSLER / INDEXED & IN LISTED



Received / Makale Geliş: 12.07.2019
Published /Yayınlanma: 15.12.2019

Araştırma Makalesi / Research Article

Citation: Karakız, Ç. (2019). Kiç ve anti elitist yaklaşımlar. *Premium e-Journal of Social Sciences (PEJOSS)*, 3(3),01-09.

Güzel Sanatlar Uzmanı Çağlar KARAKIZ  0000-0003-0990-1094
Kahramanmaraş / TÜRKİYE

KİÇ ve ANTI ELİTİST YAKLAŞIMLAR

ÖZET

Sanat, ortaya çıktığı zamandan itibaren her dönemde insanlara bir duygunun, bir olayın ya da içselleşen isteklerin ifadesi, sanatçının bunları iç dünyasında özümseyerek hayal gücüyle sunması olarak kendini göstermiştir. Özellikle sosyal ve kültürel yapının da sanatın en önemli yönlendirici, belirleyici özelliklerine değinerek konuyu ele aldığımızda son yüzyılda sanatın karşımıza farklı bir yapıyla geldiğini görebiliriz. Bu düşünceden hareketle bir değerlendirmenin amaçlandığı araştırmada: 20. yüzyıldan sonra çoğalan hızlı tüketim ve toplumun ihtiyaçlarını kaygı ederek oluşturulan eserler ya da ürünlerin, sanatı evrimleştirdiği görülür. Bu çalışmada; sanatın her alanında, sanatçıların ve sanatseverlerin özellikle Greenberg'in Avant Garde denemesinde ortaya attığı "kiç sanat" incelenmiştir. Bu doğrultusunda "kiç sanat nedir? Popüler sanat yaklaşımları sanatı yozlaştırdı mı? ve sanat antielitistleştiriliyor mu?" gibi sorular cevaplanmaya çalışılacaktır.

Ayrıca araştırmada, "sanat için sanat" ve "sanat toplum içindir" yargıları değerlendirilecek ve anti elitist yaklaşımlar çerçevesinde kuramsal olarak "Kiçi" "Bilmek" kavramı incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Kiç, 20. Yüzyıl Sanatı, Anti Elitist, Avant Garde.

KIC AND ANTI-ELITIST APPROACHES

ABSTRACT

Art has been manifested as an expression of an emotion, an event, or internalized desires to people in every period since its emergence, and presenting them with imagination by assimilating them in their inner world. Especially when we talk about the most important guiding and defining features of art in social and cultural structure, we can see that art has come up with a different structure in the last century. It is seen that the works or products created by worrying about the rapid consumption and the needs of the society that increased after the 20th century evolved the art. In this study; In all fields of art, the "Kiç art" that artists and art lovers put forward especially in Greenberg's Avant Garde essay was examined. In this line, "What is Kiç art? Did popular art approaches corrupt art? and "did art is being anti-elitized?" questions will be tried to be answered.

In addition, in the research, "art for art" and "art is for society" judgments will be evaluated and theoretically the concept of "Kiçi" "Knowing" will be examined within the framework of anti-elitist approaches.

Keywords: Kiç, 20th Century Art, Anti-Eliteist, Avant Garde.

1. GİRİŞ

Günümüz modern sanat anlayışında yapılan eserler çoğunlukla ürün olarak ortaya çıkmakta ve dolayısıyla sanat eseri niteliğini yitirerek tüketim aracı olmaktadır. Bu noktada belki 'sanat eseri' ve 'sanat ürünü' tartışması ele alınabilir çünkü bir meta haline dönüşen sanat birçok kavramı da beraberinde getirmiştir. Sanat bilimcileri tarafından "kiç" olarak nitelenen bu ürünler aslında sadece bir tüketim kirliliğini değil üretim kirliliğini de ortaya çıkarmıştır. Hatta sanatla zanaat iç içe geçmiş ve kelime anlamında sanatçının değeri özelliğini kaybeden bir hal almıştır. Burada birçok kavram karmaşasının da ortaya çıktığını görebilmekteyiz. Fakat asıl önemli olan araştırmaya konu olan sanat

eserleri ve kiç hakkında ne kadar derine gidebileceğimizdir. Tabii ki bu konuda uçsuz bucaksız bir fazlalık olduğu aşikâr ancak en azından bu gittikçe artan, tüketilen, estetik değerler ve beğeniye öldüren kalabalığı/kabalığı, kavramları da açığa çıkararak incelenecektir.

“Dünya eski anlaşılabilir görünümünü yitirmiş, iyiden iyiye karmaşıklaşmıştır, karmaşıklaşmakla kalmamış tam anlamıyla bir bütünleşmeye doğru gitmiştir, buna göre bir ulusun kendi tekliği içinde kendi dileklerine göre yaşaması olanaksızlaşmıştır. Kapitalist düzenin egemen sınıfı olan burjuva sınıfı, hemen tüm değerlerin yerine ticareti koymuştur, insanın bütün özgürlüklerini yok ederek yalnızca ticaret özgürlüğünün geçerli olmasını istemiş ve bunu sağlamıştır” (İlbeyi Demir, 2009: 12). Yazarında belirttiği gibi sanat artık ticari kaygılarla oluşturulan ve toplumsal, kültürel, ekonomik ve psikolojik değişimlerle birlikte sanatçıyı da farklı kaygılara yönelten bir sistem haline almıştır. Bugün sanata değer veren elit kesim de burjuvazinin bu tutumuna sizce çanak tutuyor olabilir mi? Belki de kiç olarak adlandırdığımız birçok “eserde(!)” bu tutuma karşı anti elitist bir yaklaşımla oluşturulmuştur. Tıpkı Jeff Koons’un bariz bir şekilde tepkisini açığa çıkararak ortaya koyduğu eserler gibi. Peki, sanatı neden bu kadar tüketir bir hale geldik sorusunu da aslında bu noktada sorarken Rönesans sanatına tepkiyle meydana çıkan pek çok sanat türü ve ürününün de sanayileşmeyle birlikte endüstriyel düşünen bir sanat mantığını da dikte ettiğini görmek gerekiyor.

“Sanat metalaşarak bir endüstri kolu haline gelmiştir ve kültür sanayileşerek yeni boyutuyla ortaya çıkmıştır. Diğer bir deyişle kültür, yoğun bir piyasa mekanizması içinde ‘yeni tüketim alışkanlıkları’ oluşturmuştur. ‘Bu kültür, gerçek kültürel değerlerin yerini ister istemez ‘sahte’ kültürel değerlerle ikame etmekle kalmaz; ama kitlelerde yaratılan ideolojik boşluğu burjuvazinin dayattığı görüşlerle de ikame eder’ ” (İlbeyi Demir, 2009: 13). Fisher (İlbeyi Demir, 2009: 12)’a göre, “Kapitalist çağda kendini oldukça garip bir durumda buldu sanatçı, Kral Midas dokunduğu her şeyi ‘meta’ ya çevirdi. Üretimde ve verimde o güne değin görülmemiş bir artışla, yeni düzeni, dünyanın ve insan yaşantısının her kesimine hızla yayarak eski dünyayı bir toz bulutuna döndürdü, üretenle tüketen arasındaki her türlü doğrudan doğruya ilişkiyi ortadan kaldırdı ve bütün ürünleri alınmak ve satılmak üzere belirsiz bir pazara sürdü... Böyle bir dünyada sanat meta, sanatçı da bir meta üreticisi olmuştu.” Bu bağlamda kültürel yapıyla oynanan, insanları daha çok tüketmeye yönelten ve sanatçı yoluyla sermayenin kölesi edilmeye çalışılan, tüm bunların ekseninde ise toplum gittikçe avamlaşırken sanatçıyı da mekanikleştiren bir düzenle karşılaşmaktayız. Kültürel ürünlerin değişim değerine sahip birer endüstriyel ürün haline dönüşmesi, sanat nesnesinin içeriğinin erimesine ve piyasanın egemen dilinin üzerinde hakim olduğu bir mal’a benzemesine neden olmuştur. “Kültür endüstrisi, standartlaşmış üretime dayanan ve böylece sanatsal değer yerine ticari değeri öne çıkaran kültürel üretim koşulları olmaktadır. İletişim araçlarındaki yoğun tek tipleştirici özellik ise kültür endüstrisine ait ürünlerin benzer beğeni ölçütleri içinde tüketilmesini gerektirmektedir” (İlbeyi Demir, 2009: 13).

Nitekim bu tek tipleşme insanlar üzerinde de uygulanarak estetik beğeni ve algıda seçiciliğin çok yönlülüğünü kısırlaştırma eğilimidir. Ekonomik kaygılarla meydana gelen ve sanatı meta haline dönüştürerek bu psikolojik etkileşimi sağlamayı amaç edinen güç, Greenberg’in de yoğun eleştirisine maruz kalan Pop-art akımıyla başlayan ve günümüze kadar gelen ciddi bir yol kat edebilmiş, artık sanatın sadece toplum için olduğu olgusunu yerleştirme konusunda sadece iletişim araçları değil, moda, süs eşyaları, endüstriyel ürünler gibi birçok alanda başarılı olmuşlardır. Öyleyse asıl incelememiz gereken nokta; sanatçının sosyokültürel, sosyoekonomik ve psikolojik olaylara kendi dünyasında verdiği tepkileri ortaya çıkaran eserler yerine tüm bu etkenleri endüstriyel düşünerek ‘toplu üretim’ ve ‘tüketim’ gibi kısır bir döngü içine kendini sokma nedenleri olursa araştırma açısından daha faydalı olacaktır.

2. KİÇ EĞİLİMİ

Anlam olarak bakıldığında kiç; sanatsal değerlerden yoksun, sıradanlaşmış, estetikten yoksun, rüküş denilebilen veyahut bir tarzı yansıtmayan, içsel ifadelerden uzak, temel amacı sanatsal bir değer görüntüsü verilerek tüketime yönelik oluşturulmuş ürünlerdir. Lukacs (İlbeyi Demir, 2009: 18)'ın tanımına göre "İngilizce 'sketch' (taslak) sözcüğünün bozulmuşudur kiç. Münih'te İngiliz ve Amerikalı alıcılar için piyasaya sürülen ucuz resimleri gösterirdi. Genel olarak sanatsal değeri olmayan, ucuza satın alınabilen genel beğeni düzeyine uydurulmuş nesnelere dile getirir." Lukacs'ın bu değerlendirmesinden belki de şunu çıkarabiliriz; elit kesimin sanat anlayışı ve bununla beraber yaşam tarzını algılayamayan, ekonomik sınıflandırmalar çerçevesinde de entelektüel yaklaşıma özenen alt sınıfın bu hevesine yönelik ticari kaygı, zaman içinde sınıfsal öykümlerle beraber elit kesimi model haline getirmiştir. Kendini bu ticari tezgâha oturtan entelektüeller, burjuvanın piyonu olmuş ve sanatın avamlaşmasına zemin hazırlamışlardır. Böylelikle sanat, sermaye piyasasının yönlendirebildiği ve genel beğeni düzeyine indirilerek ucuza alınabilen, bununla beraber görsel doyumunu sağlayan ve de elit kesimle aynı potada hissetme unsuru olan bir meta halini almıştır.

Bir başka çıkarım da şu olabilir ki asıl antielitistleşme hareketi bizce bu noktada başlıyor. Tüm bu vitrin görünümüne bürünen entelektüel çevre de aslında bu kolaycılığın birer parçası haline gelmiş ve artık sanatsal beğeni hafzalarını yitirerek, belki yine ucuz olmayan ama genel beğeni düzeyinde kiç eserlere yönelmişlerdir. "Genel olarak sanat ürünlerini nitelikleme için kullanılan kiç, sözcük anlamı olarak pislik, süprüntü, çerçöp sözcüklerini karşılamaktadır. Kiç, tekelci kapitalizm çağında isyan kabiliyeti yitirilmiş-vulgarize edilmiş insanın kültürel ihtiyaçlarını giderdiği yanılması ile bu yanılmanın yeniden üretimi için üretilen ve piyasaya sürülen sanat ürününün estetik görünüsüdür..." (İlbeyi Demir, 2009: 22). Aslında bu yaklaşıma göre kolayı şatafatlı sunarak lüks görünümü sağlayan ve sanatçıya sadece isim değil para da kazandıran bir sektör oluşmuştur. Popüler sanatın çıkışını da buna dayandırabiliriz.

Pop Sanat terimini ilk kez 1958 de İngiliz eleştirmen Lawrens Alloway "Architectural Design" dergisine yazdığı bir makalede popüler ürünleri tanımlamak için kullandı. 1962'den itibaren güzel sanatlar alanında popüler kültür öğelerini kullanan sanatçıları da bu şekilde değerlendirmiş.

İngiltere'de popun çıkışı 1952-55'de Çağdaş Sanat Enstitüsü'nde etkinlik gösteren Bağımsızlar Topluluğuna dayanır. Richard Hamilton, Eduarda Paolozzi gibi sanatçılar bu toplulukta görülmektedir. ABD'de 1950'li yıllarda Robert Rauschenberg'in gündelik bir nesneyle geleneksel resmi buluşturan "yatak" ile Jasper Johns'un bayrak, atış tahtası gibi nesnelere yola çıkan resimleri örneklendirilebilir.

Pop Art 2. Dünya Savaşı sonrası gelişen ekonominin etkisiyle tüketim kültürü ve zihniyetini gözler önüne seren ve bu anlamda son derece "Amerikalı" bir içeriğe sahiptir. İzleyicinin gündelik hayatının parçası olan nesnelere iki boyutlu yüzeylere aktarmışlardır. 1970'lerde etkisi giderek azalmış fakat 1990'larda Neo-Pop adı altında J. Koons ile yeniden canlanmıştır.

Kiç hakkında önemli söz sahibi olan Greenberg, Pop art konusunda ciddi eleştiriler yapmış ve özellikle yoğun tüketim anlayışını protesto etmiştir. Görsel yapıdaki her olgunun sanat adı altında sunulması kesinlikle kabul edilebilir bir şey değildir. Ancak yapısını düzenlemeyen, eserler oluşturma konusunda kısırlaşan sanat camiası kendini popüler kültür olarak tanımlanan pop-art akımına teslim etmiştir. Bütün bunlar olurken sanat da yön değiştirmiş ve reklamlar, afişler, çizgi romanlar, filmlerle ve Hollywood endüstrisiyle yakından ilgilenmişlerdir.

Tasarım ve hayal gücü sanatçının temel nitelik ve özelliklerinden biridir. Ancak bu özellikleri kullanarak ortaya çıkan eserlerin daha çok sanat kaygısıyla değil de endüstriyel yani sermayeye çalışan bir ürün haline dönüşmesi gün geçtikçe hem ürünün hem de sanatçının değerini yitirmesini sağlayacaktır. Buradan şu çıkarımı da yapabiliriz; bu durum zaman içinde seri olabilme kaygısıyla hem hayal gücünü hem de tasarım estetiğini öldürecek ve sanatçı da baskıyı yetiştirmeye çalışan bir matbaadan farklı olmayacaktır.



Resim 1. Robert Rauschenberg – Bed, 1955

Gerçek sanat yapıtı resim, heykel, müzik, dünyanın her yerinde az sayıda insana seslenebilmektedir, oysa küçük-resim, küçük-heykel, küçük-müzik...her yerdedir. Küçük tasarımların temeli, bir çeşit yanılzamaya dayanmakta, ilgisiz öğeler arasında yaratılmaya çalışılan ‘uyum’, düzmece bir mutluluk yanılzamasını temsil etmektedir. Amaç para kazanmak olduğu için de, aslında bu durum, ne işvereni ne de üreticiyi ilgilendirmektedir. Aslında tüketicinin beğenisine açıkça müdahale edildiği için küçük, hem doğallığı olmayan hem de –aslında- topluma yabancı bir beğeni olmaktadır (İlbeyi Demir, 2009: 33-34).

Bu değerlendirmeye aslında önemli bir noktayı daha iyi kavrayabiliriz. Küçük, çıkış amacına baktığımızda beğenilere hitap olarak değerlendirilirken piyasa ürünlerini ele geçiren bir sistem haline geldikten sonra yazarında değindiği gibi -topluma yabancı bir beğeni- yani ortaya çıkarılan kabullenme halini almıştır. Toplumun belirli kalıplar içine alma ve yönlendirme unsuru da bu şekilde kendini gösteriyor. Özellikle toplumda, PopArt’ın yakından ilgilendiği reklam, afiş, çizgi roman ve filmlerdeki subliminal mesajlar dikkat çekmiş ve tepkilere neden olmuştur. Fakat bu tepkilere rağmen alışılmışın dışına çıkamamanın buhranı da kendini göstermiştir. Öyleyse toplumun her kesim ve alanında küçük ve küçük ürünlerin hâkimiyetinden söz edebiliriz.

“Stuart Hall (İlbeyi Demir, 2009: 46)’a göre, ‘popüler’ olan ve ‘sınıf’, derin bir biçimde ilişki içindedirler, ama kesinlikle yer değiştirebilir kavramlar değildirler... Açıkça ayrı ve değişik sınıfsal-kültürel biçimler olmasına rağmen, tarihsel bir sabitlik içinde belirli sınıflara paradigmatik olarak bağlı tamamıyla ayrı ‘kültürler’ yoktur. Sınıf kültürleri aynı mücadele alanında örtüşüp, kesişme eğilimindedirler. Popüler terimi, kültürün sınıflara nazaran bir şekilde yeniden kalmış ilişkisine işaret eder. Daha doğrusu popüler sınıfları meydana getiren sınıfların ve güçlerin ittifakına işaret eder: Baskı altında olan, dışlanan sınıfların kültürü.” Bu tanımlama sözünü ettiğimiz yönlendirme ve mesaj

pejoss.editor@gmail.com

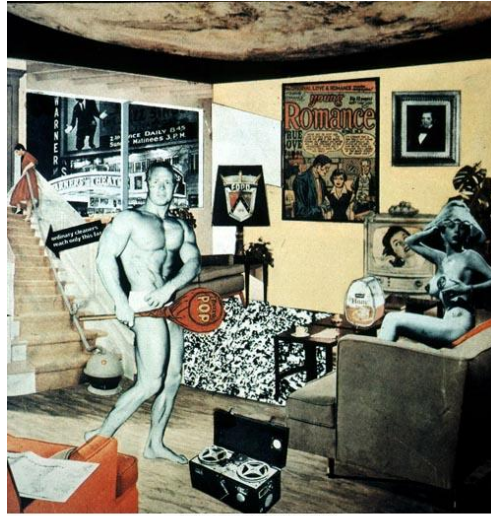
<http://www.pejoss.com/>

sistematığını güzel bir şekilde dile getirmektedir. Popüler olanı ‘popüler’ kılan ve beğeniye sunan aslında yazarın bahsettiği baskı ile dışlanmayı oluşturan kapitalist düzenin burjuva sınıfıdır. Özellikle modernizmin, yani değişimin, eskinin yerine yeniyi getirme isteğinin kamçılanarak moda sektörünün oluşturulması ve yine önemli bir tasarım unsuru olan bu alanı belirli kalıplarla sunan burjuvazi, yine sanatçıyı esir almıştır. Çünkü sanatçı toplumun beğenisine sunacağı tasarımları yine özgün bir hayal gücü yerine, düzenlenmiş beğenilerle yönlendirilmiş metalar halinde oluşturacaktır. Öyleyse ‘moda’, beğeniden çok bir kabullenilmişlik olmaktan öteye geçemeyecektir.



Resim 2. Zengin Bir Adamın Oyunağıyım – 1917

Bütün bu sanatsal öğeler olarak karşımıza çıkan ve tam bir tüketim çöplüğüne dönmüş küçük ürünlerin tekil beğenilerle moda olanın kabullenilmişliği postmodernizmin topluma yayma hareketiyle güç kazanmıştır. Araştırmamızın temel unsuru olan anti-elitisleşme de işte bu hareketle kendini tamamen gerçekleştirmeyi başarmış görünüyor.



Richard Hamilton (b. 1922)
"Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?"

Resim 3. "Günümüz Evlerini Bu Denli Farklı, Çekici Kılan Tam Olarak Nedir?" 1956

“Sanatsal anlamda postmodernizm, ‘kitle kültürü’nü üstün kılarak, elitizmi tahtından indirmiştir. Belli bir kültür birikimi gerektiren sanatsal alanlarda, bu gerekliliği ortadan kaldırarak ‘herkese’ uzanan, ‘herkeşçe’ anlaşılabilen, ‘herkesin’ zevk alabileceği yeni bir sanat dili oluşturur, diğer bir anlatımla ‘kitle kültürü’nü ve uzantısında ‘kiç’i... Bunun sonucunda ise değerler aşınır, değişir ve geçmişte ulaşılamaz bulunan sanat, bu kez de metalaşır, ‘tüketilebilir’ bir kavrama dönüşür” (İlbeyi Demir, 2009: 60). Geniş bir değerlendirme yapacak olursak postmodernizm, dejenere olan bir sanatsal yapıyı ve bununla birlikte aydın kesimin de artık entelektüel bakıştan çok avama hitap etme/kendini beğendirebilme kaygısı taşıması kaçınılmaz olmuştur. Bu durumda hem sanatçı, hem de entelektüeller, kendilerini elitizmden uzaklaştırmışlardır aslında...



Resim 4. Şişirilebilir Tavşan ve Çiçek – 1979

Postmodernizmle, Yılmaz (İlbeyi Demir, 2009: 63)’a göre “...hem yaşam ve sanat, hem seçkin ve popüler sanat arasındaki sınırlar bir bir silinmiş; hem de her nesnenin sanat yapıtı ve her insanın sanatçı olduğu düşüncesine ulaşılmıştır.”

Hamilton (Antmen, 2012: 164)’a göre; “Popüler kültür güzel sanatların mit yaratma potansiyelini elinden almıştır. Bu durum, fotoğrafın keşfinde olduğu gibi, sanatın önkoşullarından biri olarak görsel olguları resimsel anlamda kaydetmek işlevinin elinden alınmasına benzer. Kendine özgü bir işlevin bu anlamda sınırlandırılmasının sanatçı tarafından hevesle karşılanması, sanatın geri kalan birkaç işlevinden biri olan dekorasyonun gereğinden fazla önem kazanmasına neden olmuştur. (...) Resim sanatındaki odalık temasının bugünkü en yakın eşdeğeri, Playboy’un dağıttığı ‘ayın güzeli’ afişleridir. Otomobil tasarımcıları, uzay çağına simgelerini herhangi bir sanatçıdan çok daha başarıyla içselleştirmişlerdir. Toplumsal meselelerse, televizyona ve karikatür bantlarına kalmıştır. Bugün epik dediğimizde aklımıza belli bir tür film gelmekte, kahraman arketipi ise sinema dünyasının derinliklerinde yatmaktadır. Eğer sanatçı, geçmişteki amaçlarını korumak istiyorsa, kendi meşru mirasının imgelerini yeniden ele geçirebilmek için popüler sanatları talan etmelidir.” Popüler sanatın önemli bir ismi olan Hamilton sanattaki bu yer değişmeyi aslında çok güzel ifade etmiştir. Özellikle sanatçının kendine sınırlar çizilmesi konusundaki yaklaşımını heveslilik olarak belirtmesi de çok manidardır. Çünkü bu tavır sanatta bir ötekileşme başlatmış ve elitist yaklaşımlar dışlanarak burjuvazinin öne sürdüğü ‘vitrin sanatçıları’ ortaya çıkmıştır. Bu ötekileştirme, beğeni düzeyinde her kesimi eşit standartlara getirme sloganıyla yapılsa da temelindeki tüketim amacından dolayı lüks yaşam ve önem kazanan dekorasyon yani görsel uyum endişesi uçurum derecesinde bir ayrışmayı da

beraberinde getirmiştir. Entelektüllerin sade ama estetik beğeniye hitap eden geleneksel sanat anlayışındaki yaşam tarzı kendi imgelerini yitirerek sıradan kabul edilmeye başlanmıştır. Bu bakışa göre aslında temelde yatan unsur sanatçının çağın gerisinde kalması ve geçmişin sanat anlayışında sıkışıp kalmış olmasıdır. Kiç, kendini kabullendirme aşamasında sanatçının bu transını çok iyi değerlendirerek içselliğinin ölmesine de zemin hazırlamıştır. Sanatın her alanında beğenileri öncelikli tutan ve yönlendirici bir unsur olan bu teknolojik değişimler aslında tüm değerlere yansımış, bir şekilde sanatın kendisiymiş gibi algılanmaya başlanmıştır. Tıpkı Hamilton'ın da belirttiği gibi, televizyon, karikatür bantları, sinemanın ışıltılı dünyası ve bunların dışında ticaretin en önemli kaidelerinden biri olan reklamcılık 'sanatın kendisi' olmayı başardı. Belki olaya biraz da arkadan dolaşmak gerekirse, Playboy afişi benzetmesi de sanki kiç tüketiminin diğer yüzünü vurguluyor. Belki fazla derinlemesine olacak ama kiçin toplumsal yönlendirmede zaafı da kullanarak ne derece kanıksandığını örnekleme açısından bu yüzüyle de değerlendirmek yüzeysel de olsa faydalı olacaktır.



Resim 5. Jeff Coons Yağlıboya – 1985

Toplumsal meselelerin sanatçının dünya görüşüyle harmanlanarak eserlere yansıtıldığı, destanların halkı şevklendirici bir unsur olarak anlatıldığı ve arzuların sadece cinsel obje olarak verilmediği bir sanat ortamından; sinemanın, aşırı bir tüketim kaygısı güden film endüstrisinin ve yığınla dergilerin tüm bu alanlarda hâkimiyet oluşturduğu bir süreçte sanatçının kendine yer bulma kaygısını yadırgamamak gerekiyor. Özellikle resim sanatında iyice köşeye sıkıştırılan entelektüeller Hamilton'un örneğinde de olduğu gibi fotoğraf sanatına eğilim gösterdiler fakat bu eğilimde kiçe ayrı bir saha oluşturdu. Erotizmin sanattaki estetiğini kullanabilmek isterken pornografi kendini gösterdi ve artık herkes 'çıplak resim'lerle birer 'nü' sanatçısı haline geldi. Oysa erotik sanat, bir teşhiri değil, cinselliği de vurgulayan ancak gizemli yani merak uyandırıcı olan bir aşk duygusu yansıtmaktadır.



Resim 6. Fotoğraf Sanatı



Resim 7. Pembe Panter (Porselen), 1988

“Erotik sanatta, gizil bir aşk ve cinsellik çağrışımı vardır, göze batmayan, çirkin bulunmayan, ancak sanatsal yanı ağır basan. Pornografide ise hiçbir anlatım gizlilik taşımaz, aksine görüntüler son derece net ve hatta abartılı bir biçimde dile getirilir” (İlbeyi Demir, 2009: 64). Bu tanımlamaya baktığımız zaman aslında sanatı tamamen belden aşağı çekmiş ve kiç kültürünü(!) yerleştirme çabasında; Dali’den Warhol’e, Picasso’dan Bacon’a kadar birçok ünlü sanatçının yapıtlarında da var olan erotizm ve aşkı anlatan cinsel betimlemeler de örneklendirilerek özellikle film sektöründe pornografiyi ayyuka çıkarmışlardır. Tüm bu yapılanların sanat adı altında olması ise aslında elit kesimi daha çok dışlamış ve insanların kafasına işlenen sanat çıplaklıktır düşüncesiyle sanatçı ahlaksız yaftasıyla yüz yüze kalmıştır. “Erotik sanat ürünü, bu konuda eğitimi ve birikimi olanlara seslenebilirken pornografik ürün ve uzantısındaki kiç ürün, herkes için cazip bir durum oluşturmaktadır. Erotik sanat ürününde cinsellik, sanatsal bir incelik ve yorum içerirken kiçleşmiş bir pornografik üründe, ayırım noktaları yok edilmiş, indirgenmiş bir cinsellik sergilenir” (İlbeyi Demir, 2009: 67). Bütün bu çözümlerler ışığında baktığımız zaman sadece beğenilerin değil aslında insanın kendisinin duygularıyla birer meta haline dönüştürüldüğünü ve gizli dürtüler yoluyla pazarlandığını görmekteyiz. Bu konuda Mc Robbie’nin; “Aslında, pornografi bir kültürel barometre olarak da görülebilir; bu barometrenin çok amaçlı doğası, hammadde olma özelliği...” yorumu da çok yerindedir.

3. SONUÇ

Genel bir bakışla çok yönlü değerlendirmeye çalıştığımız sanatın kiç faktörü aslında azımsanmayacak derecede sanatçıyı aşığılamakta ve sanat eseri olgusunu yermektedir. Sanatın veyahut sanat eserinin, aslında insanların tüketebileceği ve yaşamın her alanında bir obje ya da alet olarak kullanılabilceği bir araçtan ibaret olduğu tezini savunarak metalaşmasına zemin hazırlayan zihniyet, buna çanak tutan sanat sevicileri ve entelektüel kesim, oluşan ticari sektörde de kendilerini tüketmeye zemin hazırlamışlardır. Burada üzücü olan noktalardan biri, bir dönemin çok nadide eserlerini oluştururken tükenmeyecek değerleri amaç edinen önemli sanatçıların eserlerinin de bu ticari zihniyete yem edilmiş ve sanat zevkinden yoksun ama sermayeyi elinde tutan kodamanların kara para aklama operasyonları için açılan müzayedelerde birer meta halini almalarıdır. Artık aydın, entelektüel insan kavramı da o kadar değiştirilmiş ve dönüşüme uğramıştır ki sanatın yönlendiricileri de bahsettiğimiz

vitrin sanatçıları olmaya başlamıştır. Aslında bu, sanatsal anlamda kendini gerçekleştiren antielitistleştirilmenin en önemli örneği ve kanıtıdır.

Sanatın tarihinden bugüne kadar değişen ve gelişen birçok faktör ve etkileşim süreci ne yazık ki eserlerin estetik değerlerini öldürmüş, tüketim çöplüğüne esir olmuş bir sanat camiasını da beraberinde getirmiştir. Öte yandan tüm bu değişimin başladığı dönemlerde Kandinsky'nin Köln konferansını hatırlarsak; resimde, üsluplaşmış, dekoratif ve deneysel biçim tehlikelerini detaylarıyla belirtmiş, adeta bu küçük kültürü deneyen şeyin çıkış noktalarına karşı bir uyarı niteliğinde olayı kendi üzerinden aktarmaya çalışmıştır. Bu yenedünya düzeninde Kandinsky gibi düşünüp onun gösterdiği özveri ve içselliği yansıtarak sanat eserleri çıkaran sanatçıları elbette ki gözümüz aramıyor fakat o uyanışı beklemek haklı bir duyarlılık olsa gerek. Ki belki çok daha yetenekli ve sanatın eşsiz güzelliklerini bir tuvale, bir çamura yahut enstrümana yansıtmaya çalışacak cevherler vardır ancak onları an itibarıyla ne görmemiz ne de fark etmemiz mümkün değil gibi görünüyor. Sanatı sanat için yapma kaygısıyla *bir yerlere gelemeyeceğini* anlayan sanatçı(!)larımız, toplumun zevklerini keşfedip sanatı daha çok sevdirelim kaygısına yönelerek eserlerini 'sanat toplum içindir' manifestoları yazarak oluşturmaya başladıkları andan itibaren toplumun değil 'sermayenin zevkleri'yle yüzyüze kalmış ve küçük keşfine zorlanmışlardır. Ki bu değişimi incelediğimizde de, kilise baskısının kendini gösterdiği -ki o dönemde eserlere pornografi gözüyle bakılmıştır- zamanlar dışında sanatın bu denli aşağılandığı bir dönem görülmemektedir. Her dönemde resimler ve birçok eser eleştirilere maruz kalmış hatta idari ya da toplumsal anlamda ciddi tepkiler almıştır fakat tüketilme ve sıradanlaşma kadar alçaltılmamıştır. Bütün teorileri ve kavramları dahi bir kenara bıraksak, küçük bu yüzsüzlüğünü hiçbir şekilde kapatamadığımızı ve avamın bu denli etkili olduğu sanatsal faaliyet alanı gerçeğini yok sayamayız. Eğer ki bir değişim istiyorsak, estetik beğeni ve içselliği yeniden gün yüzüne çıkartacak, sanat duyarlılığı içinde, eserlerle bu eserlerin manalarını kavrayan entelektüeller ve ticari kaygılardan çok var edilenin hazzını önemseyen sanatçıları yetiştirmek ciddi bir çaba gerektiriyor. Kandinsky (Antmen, 2012: 89)'nin dediği gibi; "...ve son olarak: duyarlılığı embriyonik evrede kalmış kişilere en iyi sözcükler bile yetmez."

KAYNAKÇA

İLBEYİ, D. & GONCA, F. (2009), *Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine* (1. Baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.

ANTMEN, A. (2012), *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar* (4. Baskı). İstanbul: Sel Yayıncılık.