



ANKARA

HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KİTSCH SANAT ÜZERİNE DENEMELER

Rıdvan IŞIK

**Tez Danışmanı
Doç. Dr. Naile ÇEVİK**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
HEYKEL ANASANAT DALI**

EYLÜL - 2019



KİTSCH SANAT ÜZERİNE DENEMELER

Rıdvan IŞIK

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
HEYKEL ANASANAT DALI**

**ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

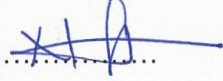
EYLÜL 2019

Rıdvan Işık tarafından hazırlanan “Kitsch Sanat Üzerine Denemeler” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Heykel Ana Sanat Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman : Doç. Dr. Naile ÇEVİK

Temel Sanat Bilimleri Bölümü, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

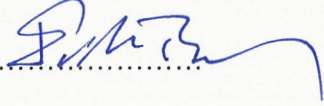
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Başkan : Prof. Dr. Fulya Bayraktar

Heykel Ana Sanat Dalı Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Üye : Doç. Dr. İbrahim Gökhan Ceylan

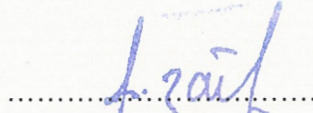
Sinop Üniversitesi Tasarım Bölümü

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Tez Savunma Tarihi: 06/09/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.



Prof. Dr. Eigen ZALF

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,

Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Rıdvan IŞIK

09.2019

KİTSCH SANAT ÜZERİNE DENEMELER

(Yüksek Lisans)

Rıdvan IŞIK

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Eylül 2019

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, özellikle 1980'lerden sonra yaygınlaşan popüler sanat içinde kentleşme, endüstrileşme ve gelişen teknolojik yaşam etkisiyle ortaya çıkan Kitsch olgusunun, estetik, beğeni, haz ve beraberinde gelişen tüketim taleplerini nasıl etkileyip, farklılaştırdığının belirlenmesidir. Araştırmanın kapsamını, estetik olgusu ile ilgili düşünür görüşleri ve Kitsch kavramının ortaya çıkma nedenleri, toplumun yaşam koşullarında nasıl yer edinip, zevklerini ve tüketimlerini etkilediğine dair uzman görüşleri oluşturmaktadır. Özellikle 20. Yüzyıl içinde üretilmiş çeşitli ürünlerin geniş kitlelere ulaştırılmaya çalışılmasıyla ortaya çıkan Kitsch ve Kitsch Ürünler, kitle iletişim araçlarının da etkisiyle, büyük sermayeleri yöneten güçler tarafından toplumun geneline empoze edilen bir yaşam şekli olmuştur. Zengin ve ünlü kişilerin yaşam tarzlarına özenen bu kitlenin benzerine sahip olma isteği hızlı, ucuz ve niteliksiz üretimin artmasına neden olmuştur. Arz-talep ilişkisi sanatın içine sokularak, hem sanat eseri hem de sanatçı kitsch nesnesine dönüştürülmüştür. Sanatlarından ziyade isimleri ile gündemde olmaya çalışan sanatçılar da markalaşıp kitsch kültürünün gölgesinde kalmıştır. Elde edilen bilgiler ışığında görüyoruz ki Kitsch kavramının sanat olup olmadığı konusunda farklı görüşler vardır. Kitsch'in sanat olmadığı yönündeki görüşlerin yaygınlığı bir gerçekken, hayatın monotonluğu ve baskısı karşısında halkın gündelik hayatına bazı geçici de olsa zevkler ve hazlar katan Kitsch için halkın sanatı olabilir mi sorusu zihinleri daha uzun süre meşgul edeceğe benziyor.

Bilim kodu : 40406

Anahtar kelimeler : Kitsch, Estetik, Sanat, Popüler Kültür, (Post) Modernizm

Sayfa adedi : 71

Danışman : Doç. Dr. Naile Çevik

ESSAYS ABOUT KITSCH ART

(M.Sc. Thesis)

Rıdvan IŞIK

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL FOR ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY

September 2019

ABSTRACT

The aim of this study is to determine how *Kitsch* phenomenon, which has emerged with the influence of urbanization, industrialization and technological development in popular art, which has become widespread especially after 1980s, affects and differentiates the demands of aesthetics, taste, pleasure and the evolving consumption. The scope of the research, the thinker's views on the aesthetic phenomenon and the reasons for the emergence of the concept of, *Kitsch* in constitute the expert opinions on how the society affects the tastes and consumption of living conditions. *Kitsch* and 'Kitsch Products', which emerged especially by trying to reach the wide masses of various products produced in the 20th century, have been a life style imposed on the whole society by the forces that govern the big capitals by the influence of mass media. The desire to have a similarity of this mass to the rich and famous people's lifestyles led to an increase in fast, cheap and unqualified production. The relationship between supply and demand has been transformed into art and transformed into a work of art and artist kitsch. The artists who are trying to be on the agenda with their names rather than their arts have also been branded and shadowed by the kitsch culture. In the light of the information obtained, we see that there are different opinions about whether the *Kitsch* concept is an art. While the prevalence of the views that *Kitsch* is not art is a reality, the question of whether *Kitsch* can be the art of the people, which adds some pleasures and joy to the daily life of the people in the face of the monotony and oppression of life, seems to keep minds longer.

Science Code :40406
Key Words :*Kitsch*, Aesthetics, Art, Popular Culture, (Post) Modernism
Page Number :71
Supervisor :Doç. Dr. Naile Çevik

TEŞEKKÜR

Bu tezin yazımında akademik/sanatsal anlamda bilgi birikimini benimle paylaşan danışman hocam Doç. Dr. Naile evik'e; eğitim hayatım boyunca desteğini esirgemeyen aileme ve her konuda bana yardımcı olup g veren sevgili eőime sonsuz teőekkürlerimi sunarım...



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
RESİMLERİN LİSTESİ	ix
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	1
1.2. Amaç	1
1.3. Önem	2
1.4. Varsayımlar	2
1.5. Sınırlılıklar	2
1.5. Tanımlar	2
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	5
2.1. Estetik Kavramı ve Tarihi	5
2.2. Estetik ve Güzel	7
2.3. Estetikle İlgili Görüşler	9
2.4. Estetik ve Kuramlar.....	11
2.4.1 Yansıtmacı Estetik Kuramı	11
2.4.2 İşlevselci Estetik Kuramı	12
2.4.3 Anlatımcı Estetik Kuramı	13
2.4.4 Biçimci Estetik Kuramı.....	13
2.5. Beğeni Yargısı.....	14
2.5.1. Beğenin Özerkliği ve Genelliği.....	15
2.5.2. Estetik ve Duyum	16
2.5.3. Beğeni, Güzel, Haz Üzerine.....	16
2.6. Kitsch	18
2.6.1. Kitsch Kavramının Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi	18
2.6.2. Kitsch ve Sanat Ayrımı Üzerine	31
2.6.3. Kitsch'in Özellikleri ve Bir Ürünü Kitsch Yapan Kriterler	32
2.6.4. Beğeni ve Kültürel Oluşumların Kitsch İle İlişkisi.....	34
2.6.5. Modernizm ve Postmodernizm Bağlamında Kitsch	36

2.6.6. Kitsch Sanat Üzerine Çalışma Yapan Sanatçılar	40
2.6.6.1. Jeef Koons	41
2.6.6.2. Richard Hamilton	44
2.6.6.3. David Hockney.....	45
2.6.6.4. Andy Warhol.....	47
2.6.6.5. Roy Lichtenstein	48
2.6.7. Popüler Kültür ve Kitsch.....	49
3. KİTSCH ÜZERİNE BİREYSEL DENEMELER.....	55
4.SONUÇ.....	63
KAYNAKLAR	65
ÖZGEÇMİŞ.....	71

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 2.1. Ağlayan çocuk portresi, Giovanni Bragolin (URL 1).....	18
Resim 2.2. Nerdrum Odd şafak, 1990 (URL 2)	19
Resim 2.3. Nerdrum Odd "Twilight"(from the Transformations Series) 1981 (URL 3)..	20
Resim 2.4. ‘pisuvar’ Marcel Duchamp, Porselen, 1917 (URL 4).....	21
Resim 2.5. Thomas Kinkade, "Sessiz Bir Akşam" (URL 5).....	23
Resim 2.6. Michelangelo, Ademin Yaratılması, 280x570cm, Fresco, 1512. (URL6).....	25
Resim 2.7. Nokia, Connection People, Reklam. (URL 7)	25
Resim 2.8. Ressam Bob Rose (URL 8).....	25
Resim 2.9.10. Tibaldi Dolmakalem Reklamı (Soldaki), Pfizer İlaç Reklamı (Sağdaki) (URL 9)	26
Resim 2.11. Auguste Rodin, Düşünen Adam, Bronz, 1904, Paris Rodin Müzesi (URL 10)	28
Resim 2.12. Rodin, Düşünen Adam biblosu, (seri üretim ticari biblo). (URL 11).....	28
Resim 2.13. Jeef Joons Balon Köpek şeffaf renkli kaplamalı ayna cilalı paslanmaz çelik (URL 12)	42
Resim 2.14. Jeff Koons, Made in Heaven, Litografi, 317x690cm, 1989. (URL 13).....	42
Resim 2.15. Jeff Koons, ‘Yavru Köpek’ Guggenheim Müzesi, Bilbao (URL 14).....	42
Resim 2.16. Jeff, Koons, Michael Jackson ve Bubbles, 1988 (URL 15).....	43
Resim 2.17. JEFF KOONS, “Pink Panther”, 1988, Porselen, (URL 16).....	43
Resim 2.18. Jeff Koons, Fil, Karışık Teknik, 96,5x76,2x50,80cm 2003 (URL 17).....	44
Resim 2.19. Richard Hamilton 1956 "Günümüz Evlerini Bu Denli Farklı, Çekici Kılan Tam Olarak Nedir? (URL 18).....	45
Resim 2.20. Richard Hamilton. Interior. 1964, published 1965 (URL 19)	45
Resim 2.21. David Hockney, Portrait of an Artist (Pool with Two Figures), 1972 (URL 20)	46
Resim 2.22. David Hockney May Blossom on the Roman Road, 2009 (URL 21)	46
Resim 2.23. Andy Warhol, 1964, Brillo Soap Pads Boxes (URL 22)	47
Resim 2.24. Andy Warhol, 1962, Çorba Konservesi Campbell’s Soup Cans, (URL 23)	47
Resim 2.25. Roy Lichtenstein, 1963, boğulan kız (URL 24).....	49
Resim 3.1. Rıdvan IŞIK, “Çelik Görünümlü Dekorlar” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018	56

Resim 3.2. Rıdvan IŞIK, “Çiçekli Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018.....	57
Resim 3.3. Rıdvan IŞIK, “Çiçekli oval Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2017.....	57
Resim 3.4. Rıdvan IŞIK, “Kelebek Desenli Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018.....	58
Resim 3.5. Rıdvan IŞIK, “Melek Kanatlı Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2017	58
Resim 3.6. Rıdvan IŞIK, “Çiçekli Ağaçlar ve Ev” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018	60
Resim 3.7. Rıdvan IŞIK, “Ellerin Arasında Küre” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018	60
Resim 3.8. Rıdvan IŞIK, “motifli tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018.....	61
Resim 3.9. Rıdvan IŞIK, “gece görünüm” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018.....	62
Resim 3.10. Rıdvan IŞIK, “gece görünüm” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018.....	62



1. GİRİŞ

Baumgarten Aesthetika estetiği; özgür sanatlar teorisi, aşağı bilgi teorisi, güzel üzerine düşünme ve akla benzer bir yeti bilimi yani ‘duyusal bilginin bilimi’ olarak tanımlar. Bir varolanın estetik olabilmesi için, öncelikle iki görevi gerçekleştirmesi gerekir: Birincisi, estetik obje ile karşılaşıldığında, kişide estetik bir kaygı uyandırması, ikincisi ise o kişiye katkı sağlayabilecek bir iletide bulunmasıdır.

Her çağda, iyi ve kötü sanat birlikte var olmuştur. Toplum değişen zaman ile birlikte daha iyi sanatı bulmaya ve kötünün, toplum tarafından kabul edilen beğenisi gerçekleştirilen sanat dinamiklerinin dışında kalanlar, sanat kapsamından dışlanmasına yönelmiştir. Oysa 20. yüzyılda durum böyle değildir. Terk edilmek yerine, yaratılan yeni beğeni ve tüketim eğilimleri ile arz-talep ilişkisiyle yeniden tanımlanıp sanat içine sokulmuştur. İşte belki de ‘*Kitsch*’ bu yeni sanat alanının kendidir.

Bu yeni olgunun tarihsel süreci, kendini var ettiği toplumsal yapı, varlığını sürdürme biçimi ve klasik sanatsal estetik anlayışı ile çelişkileri bu tez çalışmasının temelini oluşturmaktadır.

1.1. Problem

Popüler kültür ürünü olan *kitsch*, genellikle toplumsal değişim ve dönüşümlerin yaşandığı dönemlerde ortaya çıkmıştır. Özellikle 20. Yüzyılda geniş kitlelere ulaşım, yaygınlaşmış, estetik değer taşımayan, niteliksiz, bayağı, yapay, duygu sömürüsü yapmak üzere tasarlanmış ürünler hayatımızın içine girmiştir. Kapitalizmin üret ve tüket anlayışı ile yayılan *kitsch* olgusu, artık kötü ve niteliksiz sanat olmaktan öteye geçip kendi varlığına özgü bir sanatsal kategori mi yaratmıştır?

1.2. Amaç

19. yüzyılda başlayıp, özellikle ülkemizde 1980’lerden sonra yaygınlaşan popüler kültür ve onunla kendini yaratan *kitsch* olgusunun sanatta, beğenide ve tüketim eğilimlerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Aslışen’in ‘Postmodern süreçte *Kitsch* Olgusu’ adlı 2006 tarihli yüksek lisans tezinde; modernizm-postmodernizm süreçlerinde, *Kitsch*’i yaratan etkenler, endüstriyel üretim ile

yayılması, kapitalizmin bu yeni anlayışa yön vermesi ve *kitsch*'in sanat alanındaki uygulamalarına bakılmıştır.

Konuyla ilişkili kavram ve kuram incelemeleriyle, yazar, araştırmacı, eleştirmen görüşlerini kişisel görüşlerle destekleyerek özgün bir çalışma oluşturmak amaçlanmıştır.

1.3. Önem

Günümüzde çabuk tüketime, kitleye ve popüler kültüre yönelik üretilen kitsch ürünlerin toplumun geniş yığınlarının beğeni ve estetik anlayışında yarattığı değişikliklerle, sanat, sanat eseri ve sanatçı kavramlarına etkisini incelemek adına önemlidir. Kapitalist ideolojinin dur durak bilmez üretim-tüketim ağında, yakın gelecekte sanat üzerine başka nasıl etkilerinin olacağına dair düşündürücüdür.

1.4. Varsayımlar

Alan uzmanlarının görüşlerinin gerçeği yansıttığı varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

Araştırma, mevcut yazılı ve görsel kaynaklarla sınırlandırılmıştır. Sanat ve estetik kavramlarının geniş yelpazesinde, konuya yönelik temel ve ön bilgiler özet niteliğindedir. Konu kapsamında tarihten bugüne düşünürlerin kuramları ve günümüzden yazar, eleştirmen ve araştırmacı çalışmalarıyla, farklı görüş alanlarından incelemelere yer verilmiştir.

1.5. Tanımlar

Kitsch; günümüzde çabuk tüketime, kitleye ve popüler kültüre yönelik üretilen, kalitesiz, ucuz, orijinal olmayan, klişe sloganlara ve söylemlere dayanan basit ve anlaşılabilir, estetik yönü zayıf, endüstri, medya, reklam ürünlerine verilen addır (Yılmaz, 2011, s.1).

Estetik; “Estetik sözcüğü Grekçe ‘aisthesis’ ya da ‘aisthanesthai’ sözünden gelir. ‘aisthesis’ sözcüğü, duyum, duyulur algı anlamına geldiği gibi, ‘aisthanesthai’ sözcüğü de, duyu ile algılamak anlamına gelir” (Tunalı, 2002, s. 13).

Popüler kültür; Kapitalizmle birlikte değişen toplumsal, politik, ekonomik yapı, üst kültür, alt kültür, milli-gayri milli kültür, yerel-evrensel kültür gibi ayrımların iyice belirginleşmesi, uzlaşma görünen bu uçları, kendilerine yakın buldukları sanatsal ve kültürel alanlar oluşturmaya götürmüştür. Söz gelimi üst kültür, var olan, sadece kendine ait bulduğu kültürünü şiddetle koruma çabası içindeyken, kültürel bir ikilem yaşayan ya da diğer bir deyişle var olan kültürel erişilemeyen, var olan kültür ve uzlaşma yolu bulamayan kesim, kendine ait yeni bir kültürel oluşum yaratma gereğini ortaya koyar. Popüler kültür, bir anlamda, 'popüler olmayan', diğer bir deyişle 'çoğunluğa/halka' ulaşmamış kültürel hâkimiyete tepkidir, başkaldırıdır (Demir, 2009, s.42).

Modernizm: Modernizm kavramını çağdaşlaşma anlamıyla değerlendirerek akla hep yeni, yeni olan, eskiden uzaklaşmış anlamına geldiğini ve kavramın yakın zamanın eş anlamlısı olarak kullanıldığını söylemek mümkündür (Kızılcılık, 1999, s.9).

Post-Modernizm: Önüne gelen post ön eki sonra, sonrası, ötesi anlamlarını taşıdığından modernizm sonrası anlamına gelen, modernizme ait olguların 1. Dünya Savaşı ile patlak verdiği yerde doğan postmodernizm; küreselleşme, tüketim, devlet kademelerinde merkezîyetçi anlayışın değişmesi, bilginin metalaşması, yaşam tarzında yaşanan deformasyon gibi durumlara tekabül etmektedir (Kızılcılık, 1999, s.41).



2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Estetik Kavramı ve Tarihi

Estetik kavramının geçmişi 18.yüzyıla kadar uzanmaktadır. İlk kez 1735 yılında Alman Düşünür Baumgarten tarafından bir doktora tez çalışmasında kullanılan bu kavram, daha sonraki yıllarda yapılan diğer çalışmalar tamamen yerleşmiş hale gelmiştir. Estetik kavramının başka kavramlardan farklı kullanımı ilk Baumgarten tarafından olmuştur (Cömert, 2008, s. 23).

Estetik kavramı ile ilgili tartışmalı konular ve varsayımlar üzerinden değerlendirmelere bakıldığında ise bir kaç varsayım ve tartışma bulunduğu görülmektedir. Cömert (2008)'e göre estetik, “duyusal algının sistemleştirilmesine yönelik bir disiplin olarak düşünüldüğünde, bu alanda sınırları çizmek mümkün olmayacaktır. Sanatsal üretim ve insan ilişkileri yanında doğal güzelliklerde estetiğin incelemesi ve değerlendirmesi gereken konular olarak ortaya çıkacaktır. Ancak nihayetinde sanatın ortaya çıkardığı güzellikler, doğadaki güzellikleri aşabilecektir” (Cömert, 2008, s. 18).

“Estetik ile ilgili kuramsal çalışmalar incelendiğinde özellikle “klasik estetik kuramlar” değerlendirmeler yaparken ilgili çağın anlayışına uygun hareket etmişler ve çoğunlukla “güzele” odaklanmışlardır. Ancak estetik kavramını sadece güzeli araştıran bir bilim dalı olarak görmek çok da doğru olmayacaktır. “Güzel” in yanında “yüce” kavramı da estetik açısından önemli bir kavramdır. “Yüce, özellikle doğanın yarattığı sarsıcı görünüşler karşısında insanın yaşadığı ve onu numenal dünyaya daha fazla yaklaştıran estetik bir kategoridir” (Cömert, 2008, s. 18).

Yüce'nin estetik değerlendirmelerde ve tartışmalarda önemli bir konu olabilmesi daha çok görünmez olana odaklanıldığında mümkün olabilecektir. Görünene bakıldığında ve görünenin ortaya çıkardığı uyum dikkate alındığında ve önemsendiğinde yüce kavramı değil sadece güzel kavramından bahsetmek mümkün olacaktır. Son yıllardaki değerlendirmelere bakıldığında bu yönde bir evrilme yaşandığı görülmektedir. Estetik kavramının tarihsel gelişimi ve ortaya çıkış zamanı düşünüldüğünde estetiği, güncel bir kavram olarak değerlendirmek yanlış olmayacaktır. “Materyalist veya metafizik bakış açıları ile felsefi bir akıl yürütme yapılmakta ve sanat anlamlandırılmaya çalışılmaktadır”

Timuçin (2014) de estetiğe “bir bakış biçimi” olarak bakmaktadır”. Bu bakış biçimi, aynı zamanda bir tahmin ve sistematik bir beğenidir. Bu sitemin özgün bir tasarım ve birleştirme biçimidir. Bu özgün sistem, sanatçının ustalığını ve alışkanlıklarını da ortaya koymaktadır. Ortaya çıkan eserler, sanatçının alışkanlıklarının bir yansımasıdır (Timuçin, 2014, s. 16).

Estetik olan her şeye güzel diyebiliriz fakat güzel olan her şeye estetik diyemeyiz. Örneğin; saçlarım güzel olmuş diyebiliriz fakat saçlarım estetik olmuş diyemeyiz. Estetik sadece sanattaki duyusal güzeli tanımlar. Duyusal ve akılsal bilgi farklı şekilde yorumlanır estetik duyusal bilgiyi yorumlamamızı sağlar ve tam olmayan bilgidir.

Estetik kavramını farklılıklar üzerinden açıklamaya çalışan araştırmacıların estetik ile kıyaslama ve karşılaştırma yaptıkları kavramlardan biri de mantıktır. Her iki kavramın özelliklerini ortaya koyarak aradaki farklılıklar üzerinde estetik kavramını açıklamaya çalışan Tunalı (2002)’ya göre, mantığın yukarı bilgi araştırmasına karşılık, estetik aşağı bilgi alanını araştırır: *aestetica est scientia cognitionis sensitivae*. Bu tanım, bizi, kolaylıkla estetik’in öbür temel belirleyicisine götürür, *gnoseologia inferior* kavramına. Çünkü bu tanım, aslında, *gnoseologia inferior* kavramını belirlemektedir (Tunalı, 2002, s. 14).

Bazı araştırmacılar, 17. ve 18. yy dönemini estetik açısından bilginin yetersiz olduğu bir dönem olarak değerlendirmektedirler. Estetiğin öznel bir yargı içermesi, bazı araştırmacıların estetiğe ölçülebilir normlar getirmeye çalışmasına neden olmuştur. Bu normların “estetik kalite” kavramını ortaya koymak için oneli olduğunu düşünen Başçelen (2015) gibi araştırmacılar, “estetik değer ile estetik kalite “arasında önemli bir ilişki olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yazara göre “sanatsal, güzel, değerli, faydalı, derin, trajik ve etik gibi birçok nitelik”, estetik kavramının kapsama alanı içindedir (Başçelen, 2015, s. 27). “Estetik değer ve estetik kalite yanında estetik ile sanat eleştirisi arasında da yakın bir ilişki bulunmaktadır”. Estetik ile ilgili değerlendirme yapanlar ile eleştirmenlerin çalışma yöntemlerinin benzer olduğu görülmektedir. Bu benzerlik her ne kadar ilişki anlamında değerlendirilemese de kavramların birbirine yakınlığını ortaya koyması bakımından anlamlıdır. İki meslek grubu arasındaki temel fark, sonuca ulaşmada temel dayanak yapılan hususların farklılığıdır. Estetik değerlendirme yapılırken kurama yakın durularak bir sonuç

çıkarılmaya çalışıldığı, sanat eleştirisi açısından ise özgünlük bağlamında değerlendirme yapıldığı görülmektedir (Korkmaz, 2013, s. 10).

2.2. Estetik ve Güzel

Estetik ve güzel kavramları birbirleri ile yakın ilişkili kavramlar olarak birçok araştırmada ele alınmıştır. Bu nedenle de “güzel” kavramını tüm boyutları ile ortaya koymak ve estetik kavramı ile ilişkisini açıklamak yerinde olacaktır.

“Öznel bir yargının yansıması olan güzel kavramı, genellikle beğenilen şeyleri ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Bireyin çeşitli durumlar karşısında memnun olup doyum sağladığı durumlarda mevcut halin ifadesi güzel kavramı ile ifade edilmektedir. “Aynı anlama gelen zarif, hoş nefes, harika, muhteşem gibi kelimeler kullanılsa da güzel bu kelimelerin hepsini içine alan kapsayıcı bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Güzelin en temel ve basit tanımı; hoş giden şey olması ya da haz duygusu yaratan olmasıdır”. Güzel kelimesi, bireylerin doğumlarından itibaren temel gereksinimlerini (barınma, beslenme ve güvenlik) de içine alan ve hayatın her anında ortaya çıkabilen bir kavramdır. Temel gereksinimler olan konularda bile birey, süsleme anlayışını bu temel gereksinimler için de söz konusu edebilmektedir. Kişisel kıyafet, yemek ve eğlence gibi alanlarda birey çoğunlukla bu alanlara bir süs ögesi katmakta ve yaşam alanını güzelleştirecek eylemlerde bulunmaktadır. Bu durum insanoğlu ile güzellik arasındaki yakın ilişkinin bir göstergesidir” (Özel, 2014, ss. 11-12).

Gözümüze hoş görünen ilgimizi çeken bizi tatmin eden her tutum ve davranışı güzel diye nitelendirebiliriz. İnsanoğlu yaradılışından beri güvenli ortam hazırlama beslenme sığınma ve üreme gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak için çaba sarf etmiştir. Temel ihtiyaçlarının yanı sıra her alanda güzellik algısını da önemsemiştir. Antik dönem kalıntılarında yola çıkılarak insanoğlunun temel ihtiyaçlarının dışında güzele yöneldiği görülmüştür.

Güzel kavramı herkesin hayatında önemli bir yere sahiptir; ama güzellik herkes için aynı şeyi ifade etmeyebilir. Güzel kimilerinin vazgeçilmezi iken kimileri için sıradan bir değerdir. Sonuç olarak hepimiz güzele ilgi duyarız. Tabi ki güzellik vazgeçilmez değildir ama günlük ihtiyaçlarımızı karşılarken buna birde güzel olgusunu dâhil etmek bizi doyuma ulaştırır.

Estetik ve güzel arasındaki ilişkiyi ortaya koyan bir başka bakış açısı, sanatçı ve estetikçi arasındaki ilişkilerin niteliğidir. Şüphesiz güzelin arkasındaki temel

unsur sanatçıdır. Estetiğin yaratıcısının da sanatçı olduğunu söylemek mümkündür (Timuçin, 2014, ss. 17).

Güzelin bulma telaşında olan ve onu yaratan sanatçının kendisidir. Gerçek güzel kendini sanatta var eder ve sanatta görünür. Derin anlamlarla yoğrulmuş güzel sadece sanattaki güzeldir. Güzeli arayanlar ve gerçekleştirenler elbette yalnızca güzelin yaratıcıları ve baş sorumluları olan sanatçılar değildir. Güzeli düşleyen herkes, hem sanat izleyicileri hem de estetikçiler güzeli arayan kimselerdir. Belki de güzeli izleyenlerin en bilinçlisi estetikçidir diyebiliriz.

“Güzel göreceli bir tanım olduğu için, sürekli bir tartışma yaratmış ve sorun olmuştur. ‘Güzel nedir?’, ‘Kime göre güzel, güzeldir?’, ‘Güzelle ilişki kaçınılmaz mıdır?’, ‘Güzelin eksikliği nasıl bir ruhsal durum yaratır?’ Bu ve buna benzer sorular daha çok arttırılabilir. Bu soruların yanıtını ararken insan, ister istemez güzelin kaynağına yönelmiştir: ‘Doğanın sunduğu güzel’ ve ‘insanın yarısı olan güzel’. İnsan yarattığı güzel üzerine düşünmek, güzel aşar ve tanım daha çok estetik ifadesiyle gündeme gelir. Bu nedenle de estetik, belli bir güzel türünün hem bilgisi hem de eleştirisi durumuna geçer” (Özel, 2014, s. 31).

Estetiğin en temel kavramlarından olan güzel kavramı, estetik alanının belirleyicisi olmuş, hatta bazen eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Estetikte bahsedilen ve sanatta karşılığını bulan güzel, insanda, doğada, insanın yarattığında ve sanatta karşımıza çıkmaktadır.

Bir yapıtın estetik kavramlarının doğru yorumlanabilmesi için, o yapıtın dâhil olduğu sanat türünün özellikleri ve o türe ait diğer örneklerin karşılaştırma yapılabilmesi için bilinmesi gerekir. Herhangi bir sanat yapıtını güzel olmasının ötesinde, estetik kavramlar açısından anlamak ve yorumlamak ancak eğitim ve deneyim ile mümkün olmaktadır. Yeni estetik kavramları ile birlikte sanatın bütünsel güzel olması zorunluluğu, güzel kavramının klasik önemi işlevini kaybetmiştir.

Platon’un idea dünyasından pay alan güzelin salt duyu ile kavranabilmesi olanaksızdır. Duyusal dünyadaki maddeye ait olan her şeyden, arzu ve duyulardan arınan güzel akıldan gelen “iyi” olur ve her ruhun da ulaşmak istediği iyidir.

Niteliklere bağlı olan değerden yola çıkarak estetikte güzel olan değerli olandır ve çirkin olanın da değeri yoktur, değersizdir. Çağdaş estetik anlayışta çirkinlik başarısızlık ile ilişkilendirilmiştir. Derinlikten uzak, kendini anlatmakta eksik ve salt yararlarla sınırlanmış olandır.

“Theophile Gautier şöyle der: “Gerçekten güzel olan şey hiçbir işe yaramayan şeydir: yararlı olan her şey çirkindir, Çünkü o herhangi bir gereksinimin anlatımıdır, kendi Zavallı ve sakat doğasında olduğu gibi iğrenç ve bayağı adamlarla ilgilidir. “Çirkin özelliksizdir sıradandır. Auguste Rodin Sanatta çirkinin özellik sizden başka bir şey olmadığını bildirir. Çirkin bu çerçevede fikirsizliktir ya da oluşmamış açılmamış bir fikirdir, patlamamış bir mısır tanesi gibi bir şeydir, geleceğe açılmadığı gibi kendi olarak da insani bir amacı, bir sevinç ya da bir heyecan duymaz. Buna göre değersiz çirkindir, çirkin de değersizdir” (Timuçin, 2014, s. 57).

2.3. Estetikle İlgili Görüşler

18. yüzyıl düşünürlerinden Immanuel Kant, güzeli hoş ve yararlı kavramlarından ayrı tutarak, sanat eserinin ontik yapısına önem vererek, insanların estetik obje karşısında hiçbir yarar gözetmeden salt hoşlanma duygusuyla estetik bir zevk aldıklarını savunur (Özel, 2014, s. 17).

“Plotinos, iki tür güzellikten bahsediyor ve bunları ayırıyor: Biri öz ve anlam açısından güzel olmamasına karşın, güzel görünen şeyler. Öteki ise öz, içerik açısından güzel olan. Plotinos’un düalitesi, Platon’da gördüğümüz, “pros ti kalon” (görelî güzel) ve “auto to kalon” (güzel’in kendisi) düalitesi ile özdeştir. Plotinos, görülür ve duyulur şeylerde, simetrisinin ve proporsiyonunun güzelliğın belirleyicisi olmadığını düşünür. Ona göre bu, hem akıl hem de ruh için geçerlidir. Doğal güzellikte, güzeli tanımlayan yeni bir olgudan bahseder; “morphe” (salt form) Morphe, nesne ile ona bakını ilişkilendirir ve güzelliğın ölçütünü belirler. Plotinos’taki estetik ve güzellik evrensel-şekilsel bir anlayışa dayanır. Nesnelere de güzel kılan bu ruh ile benzerlik kuran prensiptir” (Tunalı, 2002, s. 145-146).

Dostoyevski şöyle der: “güzel korkunç bir şeydir, onda tüm çelişkiler bir araya gelir. Onda şeytan Tanrı’yla kavga eder.” Bu nedendir ki estetik duygu her zaman bir nevi tamamlanmamışlık duygusunu andıran hatta belki de yarı yolda kalmışlık duygusudur. Güzel eksikliği duyumun doyumsuzluğudur, duyumsuzluğın doyumudur. Bu yüzden Jean-Paul Weber “Estetik duygu arı olmayan aralıktır, Yetkin olmayan etkinliktir” der (Timuçin, 2014, s. 23).

Kant sonrası dönemde Friedrich Schiller, Fichte, Schelling ve Hegel gibi düşünürlerin Kant estetik anlayışını fikirleriyle Alman idealizmi diyebileceğimiz bir metafizik anlayışa taşıdıklarını görebiliriz.

Friedrich Schiller tıpkı Kant'ın estetik anlayışını tanımlarcasına hoş ve iyi kavramları üzerinden tanımlamıştır güzellik anlayışını. Ona göre hoş ve iyi, duyular aracılığı ile aklın bir çıkarımıdır. Hoş duyular ile duyulurken, iyi zihinde canlanır, güzel ise seyredilir. Schiller için güzel, Kant'taki gibi teorik bir kavram olmaktan öte insanın gelişimi ve özgürleşmesi adına önemli bir rol üstlenir. Güzellik, insanın maddeyle ilişkili duyusal yanı ile biçimle ilişkili akıl yanının sentezinden meydana gelir. Schiller Kant'ın öznelciliğine karşılık güzelliğin objektifliği konusunda ısrar eder. Bunu güzelliği özgürlüğe bağlayarak yapar. Schiller'e göre güzellik, “görünüşte özgürlük” dür. Güzelliği üreten doğanın kendisi zaten özgürlük özelliklerini içerir. Doğanın ortasında insan özgürlüğünün gerçekleşmesi hiç sorun değil; aksine, özgürlük dünya ile insanlar arasındaki sürekli bir faktörü temsil eder (Schiller, 1793, s. 410). Schiller “İnsanın Estetik Eğitimi Üzerine Mektuplar” adlı eserinde insanın içinde bulunduğu durumu bölünmüş ve parçalanmış olarak analiz eder. Maddeye bağlanarak parçalanan insanı yeniden bütünleyebilmek, onu estetik biri yapmakla mümkün olabilir. Bu da tamamen tanımladığı özgürlük anlayışı ile gerçekleşir (Albayrak, 2012, s. 263). Bölünüp parçalanmış olan insan dengesini yitirerek özgürlüğünü kaybetmiştir. Bu bölünmüşlüğü ancak insanı özgürleştiren sanat aracılığıyla giderilebileceğini söyleyen Schiller için güzellik “görünüş âleminde kendini var eden özgürlüktür”.

Johann Gottlieb Fichte, Alman İdealizminin en önemli temsilcilerindedir. Fichte, Kant'ın salt zevk olarak tanımladığı estetik hazdan, insana yaratıcı ve ahlaki roller yükleyerek ayrılır. Fichte'nin güzelliği iyilik ile tanımlaması ve adeta mabette dönüştürülen kutsallaştırılmış insan bedeni fikrinin dönemin Romantik sanatçılarınca benimsenmesine ve içselleştirilmesine sebep olmuştur. Fichte'nin özgürlük ve ahlakın bir sentezini sanatta bulmuş ve ahlaka yönelten sanat fikrinin temellerini atmıştır. Duygu ve akıldaki çelişkileri sanatın sorumluluğuna yükleyip, onun ahlaki yapısıyla iyiye yöneltebileceğini düşünmüştür (Rockmore, Breazeale, 2010, s.75).

“Hegel'in estetiğine gelince, özellikle filozofun ölümünden sonra yayımlanmış olan Vorleusgen über die Asthetik (estetik dersleri) adlı yapıtında açıklanır. Hegel gibi Tam anlamında dizgece bir filozofun estetiği doğal olarak sıkı sıkıya bilgi kuramıyla koşullanmış olacaktır. Hegel felsefesinin temelindeki ilkeyi açıklayalım: “Her gerçek ussaldır her ussal gerçektir.” Bu ilke özneye nesnenin özdeş olduğunu, düşünülmüş olanın duyulurla bulunduğunu ortaya koyar. Sanatta da düşünülmüş olanın İdea'nın varlığında olduğunu düşünürsek, Platon'cu bu yaklaşım ile

Hegel bize çağdaş Platon’u hatırlatır. Hegel’e göre estetik Güzel’in bilimidir. Güzel doğada ve sanatta bulunmakla beraber doğada bulunan güzel sanattaki güzelden aşağıdadır, bu yüzden gerçek güzellik doğadan ziyade sanattadır. Gerçek güzel insan ürünüdür. Hegel’e göre insanla ilgili olan doğa ile ilgili olandan her zaman çok daha yüksek değerdedir. “sanattaki güzel ruhtan doğmuş güzeldir” der Hegel. Ona göre gerçek güzel ancak ve ancak özgürlükle var olabilir. Doğaya güzeli getiren de insandır. Hegel bunu şöyle formüller: “Güzel İdea’nın görünümü ya da duyulur yansıması olarak belirlenir” (Timuçin, 2014, s. 79).

2.4. Estetik ve Kuramlar

Mevcut sanat kuramları kendi yöntemlerini yaratarak amaçlarına ulaşmaya çalışmışlardır, yani kendi yöntemlerini icat etmişlerdir. Bir sanat yapıtının izlerken, eleştirel bir analiz yapılır. Eleştirmen eleştiri sürecinde, Estetik ve sanat felsefesindeki başlıca dört kuramdan yola çıkar (Atalay, 2013, s. 41).

Evrensel olarak sanat ile sanat yapıtı incelendiğinde, kuramları analiz etmek ve yorumlamak ve onları yeniden ortaya koyma işi estetikçilerindir. Sanat kuramları, yapıtın biçimini, içeriğini ve nesnelere ilgisini sınıflandırmaya dair temel yönelimleri incelemekte onların sanat eseri olması-olmaması konusunda yargıda bulunmaktadır (Atalay, 2013, s. 41).

2.4.1. Yansıtmacı Estetik Kuramı

Yansıtma kuramı sanat olgusunu ve sanat yapıtının açıklanmasında izlenen bir kuram olarak, Sokrates’ten günümüze kadar sıklıkla incelenmiştir. Sokrates’in değerlendirmesinde doğa tasviri vardır ki bu tasvirlerin içinde insanın doğa içinde varoluşunu bulması yatar (Atalay, 2013, s. 42).

Yansıtma yani mimesis teorisi, sanat felsefesinin en eski teorilerindedir. Nesnelere dünyasının ve doğa biçimlerinin sanat için model olduğu yansıtmacı anlayışta sanatın görevi, doğa biçimlerini ve nesnelere dünyasını tanıyarak onları sanatta, edebiyatta ve diğer sanatlarda yansıtmasıdır (Tunalı, 2002, s. 176).

Yansıtma (mimesis) kavramı ile ilk Grek felsefesinde, Sokrates, Platon ve Aristoteles’in sanat felsefelerinde karşılaşırız. Xenophon’un ‘Sokrates anılarında Sokrates, sanatçının insanın fiziksel ve ruhsal yanını sanatında yansıttığını söyler. Platon ise, yansıtma (mimesis) kavramını estetik kadar felsefesinin de temel kavramı olarak kullanır. Platon’un şeylerin gerçek dünyası olarak tanımladığı idea

felsefesinden sanatta nasibini alır ve sanatın asıl gerçeklikten yani ideadan uzaklaşıp, kopyası olan nesnelere, duyuşal dünyayı yansıttığını savunur (Tunalı, 2002, s. 176).

Platon'un savıyla başlayan ve on sekizinci yüzyıla kadar da etkisini sürdüren yansıtma kuramına göre gerçeklik olarak nitelendirilen doğayı ve insanı yansıtan yansıtma kuramı, taklitçilik ve temsilcilik kuramı ya da mimetik sanat kuramı olarak isimlendirilir.

Yansıtma kuramı felsefesinde sanatın yansıttığı görünen dünya, doğada görülen her şey bir kopyadan (mimesis) ibarettir. Bu kopyalar ideaların kopyasıdır. Duyularla algılananların ötesinde zihinle kavranabilen gerçekliklerin kopyası. Platon'un bu yaklaşımına göre sanatçının kopyanın kopyasını üretmektir. Bu bağlamda, yansıtma kuramı içerisinde sanat ancak gerçekçi değil, olabilir olanı ifade edebilmektedir. Aristoteles, görünürün yansıdığı bir sanat anlayışının yerine anlatılmak istenilenin özünün belirlenmesi gerektiğini söyler. Böylece kurulan örgünün hayatın özünü yansıtacağını söylemektedir. 'Aristoteles' in ruhun yıkıcı tutkularından arındırılması anlamında kullandığı 'katharsis' kavramına göre sanatın asli işlevi, estetik bir beğeni ve haz yaratmaktan daha çok ahlaki bir arınma sağlamasıdır (Korkmaz, 2013, s. 72).

Aristoteles'e göre mimesis (taklit), gerçekliği, yüz yüze görüldüğü gibi, tek boyutlu ifade etmek değildir, mimesis'i gerçekleştiren kişi, yani şair, dış gerçeklikle birlikte insanların ruhsal dünyasını da yansıtır (Cömert, 2008, s. 78).

2.4.2. İşlevselci Estetik Kuramı

Sanatı yaşamla birleştiren, onun faydalı yapısını işlevleştiren bütünleştiren kuramdır. Politika, din ve tasarım eşyaları bu kuramla betimlenen yapıtları kendi amaçları için değerlendirerek bu düşüncelere kendi lehlerinde ifade edebilecek yapıtların oluşturulmasını desteklemiştir (Atalay, 2013, s. 43).

Nesneye karşısında geliştirilen davranış ona olan yaklaşımdaki amaçta belirir. Bir tablonun ebatları, kullanılan malzemelerin niteliğini merak eden kişi esere bilişsel bir tutum ile yaklaşmaktadır. Ancak tablo kişide kendine, yaşantısına dair bir takım şeyleri hatırlatıyor ve bu nedenle beğeniyorsa buradaki yaklaşım kişiseldir. Yine aynı tabloya sahip olmak istemenin temel nedeni evin dekorasyonuna

uygunluğunun düşünülmesi ise işlevsel yaklaşılmakta ve pratik bir tutum sergilemektedir. Estetik tutum ise tüm bunlardan farklıdır. Salt estetik hazza yönelik olarak gösterilen bir tutumdur.

2.4.3. Anlatımcı Estetik Kuramı

Sanatçının iç dünyasının sanat yapıtında doğrudan gösterildiği sanat yapıtlarının dâhil olduğu bir kuramdır. Daha çok sanatçının duygusal simgesel özelliğini yapıta yansıttığı, alımlayıcıların da bu doğrultuda sanat eserindeki uyarıcılardan etkileşerek sanat yapıtını eleştirirler (Atalay, 2013, s. 44).

Toplumun tarihsel geçmişinden elde edilmiş ve başkalarıyla da paylaşılan duyguları içeren anlatımcı kuramda, “kişiye özgü” duyguların ifadesi, bu kuramın geniş kapsamını daraltarak bireyci bir görüşe dönüştürmektedir. Örneğin, Türk şiirin derinliklerin var olan hüznün duygusu, yüzlerce yılın tarihsel birikimiyle ortaya çıkmış bir duygudur (Korkmaz, 2013, s. 76).

2.4.4. Biçimci Estetik Kuramı

Biçimcilik görüşünde, estetik deneyim nesnelere salt duyulur özellikleriyle kazanılmaktadır. Örneğin; estetik nesnenin dâhil olduğu sanat türüne uyumu, kendi içerisindeki biçimsel özelliklerinin dengesi ve özgünlüğü gibi şeylere bağlı olarak bir estetik deneyim yaşanmaktadır. Bu görüşte herhangi bir düşünsel faaliyet deneyimi yaşayan kişiden beklenmemektedir. Bağlamcılık görüşünde ise biçimsel özellikler deneyim için tek ölçüt olmamaktadır. Estetik deneyim ancak kişinin zihinsel olarak katıldığı bir sürecin sonunda elde edilebilir. Bu noktada bağlamcılık görüşünde içerik kimi zaman biçimden önemlidir.

“Biçimcilik kuramı yansıtma kuramının karşısında algılanan bir kuramdır. Bu kurama göre sanat yapıtı yalnızca kendi özgül hali için tasarlanır. Sembollere ile yeryüzü gerçekliğine önem verilmez. Bu anlayışlar ironi olarak sanat yapıtlarında eleştirilmiştir. Geometrik formlar, biçimi renge, dokuya, şekle ve saltlaşmış hale indirme bu kuramda görülen tasarım özelliklerindedir. Sanat yapıtı yalnızca kendisini araştırır ve sergiler. Biçimci anlayışın ana fikri; gerçeği oluşturanlarla sanat eserini birbirine karıştırmamaktır. Sanat yapıtını yapana, kendinden başka her şeye ve izleyenlere karşı özgür bir yapıttan bahsedilebilir” (Atalay, 2013, s.46-47).

Özellikle resim, heykel ve müzikte ortaya çıkmış olan ve taklit kuramına karşıtlığı ile de yirminci yüzyılın tartışılan kuramlarından birisi olmuştur. Nesnenin biçimsel özelliklerine göre ifade bulan sanat, biçimselliği kavramak olarak tanımlanan estetik deneyim, biçimcilik kuramının temel anlayışıdır. Salt biçim yönünden değer kazanan sanat eseri, bu eseri yaratanın yansıttığı niyetleri veya tarihsel bağlamın önemini yadsır.

Biçimcilik kuramına göre sanat ve sanatın dışındaki yaşam arasında bağ bulunmamaktadır. Ona göre, sanatın kendisine ait olan dünyası, gerçek yaşamdan ayrıdır ve yaşam sanat içinde yansıtılmamaktadır (Korkmaz, 2013, s. 74).

2.5. Beğeni Yargısı

Bir sanat yapıtı ile ilgili bulunan bütün değerlendirmeler estetik yargılardır. Estetik yargılar, sanat yapıtı ya da bir nesne için güzel, çirkin ve ortada bulunan diğer yargıları tanımlar. Estetik yargının bir boyutu veya kendisi beğeni yargısıdır. Beğeni yargısı, ahlak yargılarından tamamıyla farklı olan bir yargıdır (Atalay, 2013, s. 48).

“Estetik beğeni, zamana, insana ve toplumların değer yargılarına göre değişebilir. Güzel olan ya da estetik olan her zaman, her yerde, her insan için veya her toplum için aynı olmamıştır. Bizim dışımızda gelişen estetik ölçütler farkında olmadan bizi etkiler. Osmanlı’da veya Ortaçağ’da beğenilen minyatür resim bugünkü beğenilerimize ters düşebilir. Günümüzde primitif özellikler gösteren toplumdaki beğeniler, Uygur toplumlarında ki beğenilerle çelişebilir. Bu dönemde beğenilen, geçerli olan güzel olgusu, başka bir dönemde farklılaşabilir” (Özel, 2014, s. 31).

Estetik sanat yapıtı nesnelerdeki beğenilerin şekli ve anlamıyla ilgilenir. Sanat felsefesi ise estetiğin bir bölümüdür. Estetiğin güzellik olarak değerlendirilmesi, kabul görmesi, güzelliği de kapsamına alması farklı tartışmalara yol açmıştır. Beğenin değerlendirilmesinde güzelle iç içe geçmiş ama aynı olmayan bir ön kabulden bahsedebiliriz. Beğeni yargısı, sanat yapıtı ve alımlayıcının etkileşimi ya da iletişiminden ortaya çıkan bir sonuç eylemliliği olduğuna göre, o beğeni aynı zamanda kişinin daha başlangıçta yargılamaya tabi tutulduğu nesnenin ya da sanat yapıtının kişide uyandırdığı izlenimdir (Atalay, 2013, s. 49).

2.5.1. Beğenin Özerkliği ve Genelliği

İnsanların çoğu yargısından ortaklık bulunmaz. Uzlaşma, sana çok daha fazla artar. Sanat yapıtının özellikle anlık olması yani sanatçıdan hemen gelip sonuçlanması ilham dolayısıyla sanat yapılarında genelleme güzel olmayacaktır (Atalay, 2013, s. 52).

Görelilik kavramı, herhangi bir yargının, bilginin veya olgunun doğruluğu ve geçerliğinin onu etkileyen kişi, durum, zaman ve kültür gibi parametreler nedeniyle değişebilecek olmasıdır. Bu kavram beğeni için de geçerlidir. Beğenilerin kişiye özgü olduğu ve kişiler arasında farklılık göstereceği düşünülürse, beğeni kavramının nesnellik taşınamamasında dolayı tartışılmayacağı sonucunu çıkarabiliriz.

“Eğer beğeni göreceli ise, “Ağlayan Çocuk Resmi” ile Rubens’in oğlu “Nicholas’ın Portresi” ya da Picasso’nun oğlu Paul’un Portresi, arasındaki nitelik farkı nasıl açıklanır? Bob Ross’un manzaraları ile Cézanne’nin manzaralarını beğenen iki farklı kişinin beğenisi aynı derecede doğru mudur? Rembrandt’ın “Banyo Yapan Kadın”ı ile herhangi erotik bir kartpostal arasında bir nitelik farkı yok mudur? Burada farklı tercihler yapan iki kişinin, beğendiği resimden aldığı haz aynı olsa bile farkı belirleyecek olan hazzın niteliğidir. Burada beğeniler tartışılmayabilir ancak “beğenilerin niteliği” tartışılır gözükmektedir” (Başçelen, 2015, s. 46).

Beğeniden duyularımızın gerekenleri vardır: Bunlar Estetik süje, alımlayıcı ve uygun iletişim araçlarını sahip duyumlardır. Bütün bu gerekliliklerin yanında kişinin dış dünyadan o ana kadar beslediği ve yaşamın etkisinde bulunan uyarıcılardan söz edilebilir (Atalay, 2013, s. 54).

Beğeniye kültür faktöründen bağımsız olarak sadece nesneyle ilintili ve kişisel ele almak doğru olmaz. Bir sanat yapıtının değer kazanmasındaki en önemli faktörlerden biri olan kültür faktörlerini bilmek, yapıtın izleyicide bıraktığı etkiyi anlamak adına da önemlidir. İzleyicinin duyulur izlenimlerin ötesine geçmesinin yegâne yoludur.

Beğeni alanındaki göreceliliğin kişiselliği, aynı kültür yelpazesi altında bulunan tüm insanların, aynı beğeniye sahip olmamalarında da ortaya çıkar. Ayrıca aynı kültürün içinde var olup fakat dâhil olduğu kültürün sanat değerlerine dair bilgiye sahip olmayan kişi, o kültürün değerlerine sahip bir sanat yapıtına karşı beğeni geliştiremeyecektir.

Beğeni konusunda evrensel bir beğeni ölçütünün, sanatın çok boyutlu yapısı gereği geliştirilemeyeceği söylenebilir. Lakin güzelliğin evrensel olduğunu savunan düşünürler, beğeni için de evrensellikten bahsetmişlerdir.

2.5.2. Estetik ve Duyum

Duyum algıdan önceki safhada gerçekleşen, bir bilinç, biliş olgusudur. Duyum tamamen duyu organlarıyla gerçekleşen bir olgudur. Duygu ile duyum farklıdır. Buna göre üzüntü bir duygu, biber yedikten sonra ağzımızın yanması bir duyumdur (Atalay, 2013, s. 61).

Estetik nesne, gelişmiş sanat kültürü ve sanat yapıtını kavrayabilme becerisine sahip izleyicinin nesneye yüklediği değer sonucunda ortaya çıkar. Kendisinde bir bilgi bulduran estetik nesne önce sanat yapıtı haline gelir ve sonra kendi maddi varlığını ötesine geçerek bir değer kazanır. Estetik nesneye yüklenen anlam, izleyicinin nesneyle kurduğu bağ ile olur (Korkmaz, 2013, s. 19-20).

Her sanat eserinin aynı zamanda bir estetik nesne olması, bizi her estetik nesnenin de bir sanat eseri olacağı sonucuna götüreceğini söyleyemeyiz. Sanat eserlerinin içerik ve biçim açısından beğenilip duyulan ilgi ile ortaya çıkan güzel, sanatsal eser kapsamına girmeyen ancak özellikle içeriği ile duygusal etki ve doyum yaratan durumlar da insanda estetik haz olarak kendini gösterir.

2.5.3. Beğeni, Güzel, Haz Üzerine

Doğadaki güzel, insanın yarattığı güzel değildir. Doğada kendiliğinden ortaya çıkan güzeli, biz görerek, algılayarak, seçerek yakalarız. Güzellik duygusu, doğada var olandan soyutlanıp, sınıflanarak ya da karşılaştırmalar yapılarak elde edilir. Doğadaki güzel, doğanın bize sunduğu güzeldir (Özel, 2014, s. 22).

Güzellikle ilgili haz duyabilmek ve ilgili yapıtın beğenebilmek için kaçınılmaz olarak estetik yapıtı inceleyen de temel bazı gerekliliklere ihtiyaç vardır. Bunlardan en başlıcası kişinin güzel yargısındaki daha önce gerçekleşmiş olan güzel yargılarının “tümelliğidir” güzellik yargısının değerlendirilmesi Kant estetiğinin başlıca konusudur (Atalay, 2013, s. 64).

Güzel kavramı davranış biçimleriyle de ilgilidir. Güzel ve iyiyi birbirinden ayrı tutmaya özen gösteren estetikçilerle ahlakçılara rağmen, iki kavram birbiriyle sıklıkla karışır. İster güzelden isterse iyiden yola çıkalım, çıktığımız yolda her ikisiyle de karşılaşırız. Kötülükler ve ölümler çirkin imgelerle, sevinçler ve umutlar güzel imgelerle gösterilir. İnsanoğlu güzel kavramını salt güzel olarak sınırlandırmaktan ziyade, güzelin kapsamını genişletip, onu ahlakın temeli olan davranış biçimlerine de bağlamıştır (Timuçin, 2014, s. 19).

Varoluşundan bu yana insan güzeli arama çabasına düştü ve onu özel bir düşünce konusu edindi. Güzeli yaratan insan elbette güzelin hakikatini, ne olduğunu düşünüp, güzelin insan için anlamını da tartışacaktı. Tüm bu kaygıların sonucunda Estetik doğmuştur. İnsanoğlunun baştan beri sorduğu sorular hala soru niteliği taşımaktadır ki bu soruların cevaplarını bulmak kolay değildir: Güzel nedir? Güzelin özü nedir? Güzel nedir ki insan yaşamına belirli bir biçimde katılır, varlığı heyecan yokluğu sıkıntı verir? Güzel eskiden hem sanatçının kaygısı hem de metafizikçinin konusuydu. Metafizikçi için güzel bir kendinde var olandı, bir tanrısal gerçeklikti, bu dünyadaki güzelleri belirleyen duyuların yanılmasının olmadığı tek gerçeklik İdeydi, bütün güzeller onun yüzünden güzeldi (Timuçin, 2014, s. 20).

Güzel kavramının kapsamını düşünürsek, estetiğin çalışma alanı sınırsızdır diyebiliriz. Bugün bilim olma çabasındaki estetik, tıpkı diğer bilim dallarının yaptığı gibi araştırmanın temel verilerini deneysel yolla ortaya koymaya çalışmaktadır.

Güzel insan olmakla ilgilidir ve bu nedenle değerlidir. İnsanı dünya ile bütünleştirir. Buna göre insan olmanın temel koşuludur, sanat onunla insan araştırması olma amaçlarını gerçekleştirir. Estetik değer insani bir tutarlılıkla belirir, insani bir tutarsızlıkta yitip gider. Değeri değer kılan onun insanı hedefliyor ve insanı açıklıyor olmasındandır. Yapıtın değeri de, onu duyumsayıp, tasarlayan, kendini eleştirip kendini arayan insanın varlığından kaynaklanmaktadır. Bir başka deyişle insanı insan kılan ve kılacak olan koşulları arayan insan vardır. Değer niteliklerde varlığını gösterir: güzel bir şiir, güzel bir resim ya da güzel bir heykel insanın heyecanı ile dile gelmiştir (Timuçin, 2014, s. 57-58).

2.6. Kitsch

2.6.1. Kitsch Kavramının Ortaya Çıkışı ve Tarihsel Gelişimi

Demir'in (2009) *Kitsch ve Plastik Sanatlar Üzerine* adlı kitabında; özellikle 20. Yüzyıl içinde üretilmiş bazı nesnelere büyük kesimlere iletilmesiyle meydana gelen *kitsch* ve *kitsch* ürünler', alt kültür üst kültür olarak karşımıza çıkan bir takım kesimlere hitap ederek bir 'az eğitilmiş-orta sınıf kültürüdür. Bu kültür, öncelikle ekonomik olarak, ama asıl eğitimsel anlamda ulaşamadığı ve belki de hiç ulaşamayacağı "bir kendince keşke ben de..." kültürüne avangardizme, yerleşik estetik anlayışa öykündürülerek, kendi ürünlerini ortaya koymaya ve bir anlamda yarışa zorlanarak, böyle bir pazara neden oluşturulmuştur (İlbeyi Demir, 2009, s. 23). Demir'in bahsettiği üzere tüketim toplumuna yönelik üretilen ve üretme açısından zayıf olan tüketim odaklı topluluklarda etkili olmuştur. Eğitim seviyesi düşük orta sınıfa hitap eder niteliktedir. Ayrıca her zevke uygun olan ürünler kolaylıkla pazar bulmaktadır.



Resim 2.1. Ağlayan çocuk portresi, Giovanni Bragolin (URL 1)

Estetik açıdan bakıldığında herhangi bir etki yaratma gücü olmayan fakat genel olarak bakıldığında beğeni düzeyine hitap edecek niteliktedir. Kitsch'in göreceli şekilde de ele alınan çeşitli yanları olabilir. Farklılık göstermesindeki en büyük etkenler ise psikolojik, sosyolojik ve aynı zamanda kültürel yapıyla yakından alakalı olmasıdır. Üst kültür alt kültür çatışması ile ortaya çıkan disiplinler arası ayrışım bazı sebeplerdendir.

Demir (2009)'e göre; “*kitsch* içeriksel anlamdaki boşluğu, ona eklenen abartılı bir ‘albeni’ ile görüntüsel cazibenin altına gizlenmeye çalışılır. Tüm üretimlerinde, estetik değerlerden uzak ve zevksiz özellikler gösteren *kitsch*, ‘asılların ucuzlaştırılmış ‘lğımı’ taklidinden öteye geçemez. Buradaki ‘ucuz’ kavramının kriteri ona herkesin erişip satın alabileceği olması ve ‘herkese göre’lik anlamındadır. Gerçeğine sahip olmak mümkün değilse hem eğitimsel, hem de ekonomik olarak ‘gibi’ sine talep oluşturmaktadır. *Kitsch*’in ucuz olmasının amacı tüketim kaygısıdır. Her beğeni unsuru göz önüne alınarak ve alternatif yaratacak çeşitlilikle, sanatın tüm alanlarında, resimden mimarlığa, heykelden grafiğe ve endüstriyel tasarıma yeni ‘zevksiz’likler, ‘rüküş’lükler katmaktan öteye geçememektedir (İlbeyi Demir, 2009, s. 23).

Kitsch değersiz olarak nitelendirilmesine karşın oldukça güçlü bir etkiye sahiptir. Kitsch bu gücünü aslında çok geniş bir kitle tarafından kullanılmasından alır. Kitsch sürekli değişken bir yapıda değişik formlarda daha büyük ya da küçük olarak sürekli üretilerek yeniden tüketilir. Sürekli bir üret tüket mantığı hâkimdir.

Odd Nerdrum, sanat kendisi için vardır ve kamuya hitap eder; Kitsch ise yaşama hizmet eder sözleriyle kitsch ve sanatı birbirinden ayırmıştır. Kitsch’ de hiçbir zaman yeniliğin önemli olmadığını sadece insanların zihnine nüfuz ederek etkilemektir amaç gibi bir düşünceye sahiptir.



Resim 2.2. Nerdrum Odd şafak, 1990 (URL 2)

“Ebedi insan meseleleriyle biçimi ne olursa olsun acıklı olan ‘insan’ olarak adlandırdığımız şeyle ilgilidir. En üst düzeyinde kiçin görevi yaşamda gülmeyi durduracak kadar yüce bir ciddiyet yaratmaktır. Sanatın ironisi ve tutkusuzluğunun tersine, kiç yaşama hizmet eder ve bu yüzden bireyi arar. Sanatın yeni için can

atmasının tersine, kiç tarihe aşına biçimler arar... Kiç geçmiş kültürlerde yaratılan şeyin en iyisini çalar... Kiç yeni bir şey yaratırsa bu Rodin' in doymak bilmez tutkusu gibi bir istisna olacaktır” (Nerdrum, 2010, s. 12-27).



Resim 2.3. Nerdrum Odd"Twilight"(from the Transformations Series) 1981 (URL 3)

Nerdrum'un kitsch anlayışı kitsch ile çalışan diğer insanlardan farklıdır. Nerdrum resimleri ile alakalı eleştirilere karşı çıkar. Nerdruma göre kitsch keyif işidir eğlence işidir. Ona göre kitsch'in son derece güzel şekilde tablo edilmiş korkutucu bir resimdir. O kadar güzeldir ki insanlar büyük keyif alırlar. Kitsch'in öyle etkileyici bir doğası vardır ki en iğrenç hali bile kafa karıştırıcıdır (Nerdrum, 2010 s.14-16). Verilen örnekler de göz önünde bulundurulduğunda Nerdrum doğru eleştirilmediğini iddia eder. Kendi resimlerini kitsch olarak niteleyerek gerçek sanattan ayırdığını söyler. Ayrıca kitsch'i sanattan daha da üstün görerek hayatın bazı unsurlarına hizmet eden faydalı birer unsur olarak görmektedir.

Duchamp sergi için göndereceği eseri hazırlama sürecinde tuvalet malzemesi satan bir dükkâna gidip herhangi bir pisuvarı alarak imzalayıp sergi salonuna göndermiştir. Fountain adını verdiği pisuvara herhangi bir müdahale etmeden sadece imzasını atmıştır. Sergi salonuna alınmayan çalışma sanat eseri olarak değerlendirilmeyip geri çevrilmiştir. Sanat dünyasında tartışmalara yol açacak olan durum bu şekilde cereyan etmiştir. Kitsch sanat eserine örnek olarak Duchamp'ın Pisuar'ı da verilebilir.



Resim 2.4. 'pisuvar' Marcel Duchamp, Porselen, 1917 (URL 4)

Calinescu kitsch'i ister 'statü arama' teorisi isterse modernitenin yaşamın renksizliğinden zevkli bir kaçış olarak görelim, tüm kiç kavramı taklit, sahtecilik, hırsızlık, aldatma ve kendini aldatma estetiği olarak nitelendirebileceğimiz kavramların etrafında toplandığını düşünür. Ona göre kitsch, yalan söylemenin özel estetik bir formu olarak mantıklı bir şekilde tanımlanabilir. Böylece göz önünde olarak güzel olanın alınıp satılabileceği modern duruşuyla ortadadır (Calinescu 1987 s.229).

Güven (2016)'e göre; günümüz sanat algısının temel kavramları 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren oluşmaya başlamıştır. Bu süre *Kitsch* kavramının oluşumunda da etkin olan bir dönemdir. Toplum bilimsel ve estetik bir olgu olan *Kitsch*'in günümüzdeki halini alması, ortaya çıkışından itibaren yaşanan ekonomik değişim ve dönüşümün sonucudur. Hayatımızım her alanında varlık gösteren *Kitsch* kavramı modern topluma ait bir kavramdır ve sanayi devrimi ile birlikte doğduğuna dair yaygın bir görüş vardır. Bunun ortaya nasıl çıktığını ve nedenlerini anlamak, ancak Sanayi Devrimi ile oluşan yeni iktisadi düzeni, onun sanata, sanat anlayışına ve sanat alanındaki çalışmalara olan etkisini anlamakla mümkündür (Güven, 2016, s. 117).

Kitsch ürünlerin bugün bu denli yaygınlaşmasının temel nedenini neo-liberal politikaların sanat ve sanatsal yaratma üzerindeki etkisinde aramak gerekmektedir. Sanayi Devrimi'nin oluşumuna kadar geçen süreçteki koşullar; yeni keşifler ile genişleyen ticaret ağı, bu vasıta ile Avrupa'ya gelen servet ile büyüyen kapital, geniş toprakların sahibi ancak sermaye birikiminden yoksun soyluları fakirleştirirken yeni bir sınıfın da doğmasına neden olmuştur. Bu yeni sınıf kapitali ticaret yoluyla elde etmiş zengin tüccarlardan oluşan burjuva ve orta sınıftır (Güven, 2016, s. 118).

Türkmen (2015)'e göre; özellikle 1980'lerden sonra ortaya çıkan popüler sanat içindeki kitsch, kentleşme ve endüstriyel yaşam etkileri ile ortaya çıkmaktadır. Fabrikasyon üretim, kent kültürü ve bu kültürlerin ürünleri yeni tanışan insanlar kentte gördüğünü değerli bulmuştur ve benzerine sahip olabilmek arzusu ucuzluğa, hızlı, kolay ve niteliksiz üretime yol açmıştır (Eker Türkmen, 2015, s. 2). Türkmen'in Dönemin Moda Dergilerindeki Görsellerden Yola Çıkılarak Türkiye'de 1980'li Yıllar Modasındaki Kitsch Etkisi adlı tezinde kentleşme ve endüstriyel yaşama olan etkilerinden bahsederken seri üretimlerin halkın birçoğuna hızla yayılıp hızlı, kolay ve basit niteliksiz üretimlerin artmasına değinmiştir. Ayrıca köyden kente göçün yaygınlaşmasıyla köylülerin adaptasyon esnasında kültürler arası çakışma yaşadıklarını ve bocalama dönemlerinden bahsetmiştir.

Gerçek sanat eseri dünyada nerede olursa olsun az sayıda insana hitap etmektedir. Gerçek sanatın dışında kitsch-resim, kitsch-heykel, kitsch-müzik her an karşımıza çıkmaktadır. Yapım şekli, malzemesi ve kullanım açısından işlevselliği dünyada tüketimini alışkanlık haline getirmesi çok büyük bir kitleye hitap etmesine sebep olmuştur.



Resim 2.5. Thomas Kinkadee, "Sessiz Bir Akşam" (URL 5)

Kinkade'nin çalışmaları oldukça fazla olarak insanların evini süsleyen bir niteliktedir. Resimleri herkesin zevkine hitap edebileceği için seri üretim olarak çoğaltılmıştır. Bu sayede insanlar evlerini süslemek amacı ile Kinkade'nin resimlerinin kopyalarını satın almışlardır. Büyük bir kesime hitap etmeyi başaran sanati ağdaş sanata karşı duruşuyla resimlerini yapmıştır. Genellikle orta sınıf ve alt sınıfın tercihi durumundadır. Kitsch her ne kadar değersiz olarak kabul edilse de çok ciddi bir güce sahip olduğu su götürmez bir gerçektir. Bu g kitsch'in çok büyük kesimlerce kullanılmasından kaynaklanır.

Öyle ki, modern çağda, geniş bir orta sınıfın varlığı ve bu yığınların yaratmaya başladıkları orta sınıf değerleri, talep ettikleri kültür üretiminin de elbette ki bu değerlerle uyumlu olmasını ve dolayısıyla da ortalama olanı, vasat olanı hedeflemesini gerektirmiştir. Broch'un, "değerlerin yozlaştığı tüm dönemler, kitsch dönemlerdir" biçimindeki saptaması da anımsanarak söylenecek olursa (Broch: 1969 s.76). Kitsch, bu ihtiyaçların, ortalama ve kötü olanları kapsayan yaşamsal ihtiyaçlarının sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Broch da, kitsch'in tüketicisinin orta sınıf olduğu düşüncesindedir. Ona göre, orta sınıf, çok yakın bir gelecekte g kazanacak olan bir sınıf olarak, 19. yüzyılda ortaya çıkmıştır.

Türkmen (2015)'e göre; 1980'li yıllarda büyük ve hızlı gle beraber başlayan dışa dönük sanayileşme ardından kapıların açılmasıyla adeta pompalanan ürünler, ülkemize gelen birçok markalar, TV ve video teknolojisinin hızla gelişmesi ve kitle

iletişim araçlarıyla kitsch kültürü ve tüketim kültürünü besleyerek popüler olana yaratmıştır (Eker Türkmen, 2015, s. 2-3).

Kitsch; iktisadi değişimlerden bütünüyle etkilenip günümüzdeki haline evrilmiştir. Sanayi Devriminin bir sonucu olarak ortaya çıkan kapital sahibi zengin burjuva sınıfının zaman içerisinde tüketim ilişkileri üzerine etkisi olmuştur. Bu etki ile kitsch de üretim biçiminin kendini sürekli yenileyen bir kavramı olarak varlığını devam ettirmektedir.

Şahin'e göre; ne kadar karşı çıkarsak çikalım, bir olgu haline dönüşmüş olan kitsch gerçeği sanatı da içine alan genel kültür bağlamında vardır. Sanatsal gerçeklikler ve nitelikler konusunda tartışmalar devam ede dursun günümüz ve geleceğin sanatına dair tüm kavramların henüz yerini bulamadığını düşünürsek; Sanatın kendisini yeniden var etme gücünü belli kriterler ve prensipler çerçevesinde sınırlandırmak, sanata çeşitlilik, yeni anlayış, yeni yönler belirlemek adına gerekli olan fikir ayrılıklarını, eleştirel yanını da sınırlandırmak olacaktır (Şahin, 2016, s. 24). Bu yönüyle, her ne kadar nitelikten yoksun, değeri olmayan olarak tanımlasakta, yaşamın her alanında karşımızda olan ve özellikle siyasal ve ekonomik anlamda varlığını sürdürecektir olan kitsch'in de sanatsal bir çerçeve içerisinde olduğunu söyleyebiliriz.

Kahraman'a göre de; Kitsch, toplumların içerisinde güçlenerek varlığını sürdürürken onların zevklerini etkileyerek amacı olan faydayı da sağlamaya başladı. Kitsch nesnesine dönüştürdüğü sadece sanat eseri değil aynı zamanda sanatçının kendisidir de. Dokunduğu her şeyi metalaştıran kitsch sanatçıları da tüketim kültürün gölgesinde metalaştırdı. Markalaşarak metalaşmak metodu sanatçılara da yön vermiş ve yapıp yarattıklarından ziyade markaları yani isimleriyle gündemde olmaya başlamışlardı (Kahraman, 2015, s. 70). Kitsch toplumun yaşam koşullarını etkileyerek toplumun zevklerinden faydalanmıştır. Çeşitli sanat eserleri Kitsch haline dönüşürken bazı ünlü firmaların reklam araçları haline gelmiştir. Sanat eserlerinde bazı değişiklikler yaparak halkın ilgisini çekmek ve bu durumda Kitsch'in halkın üzerinde ne kadar etkili olduğunu göstermektedir.



Resim 2.6. Michelangelo, Ademin Yarattılması, 280x570cm, Fresco, 1512. (URL6)



Resim 2.7. Nokia, Connection People, Reklam. (URL 7)



Resim 2.8. Ressam Bob Rose (URL 8)

Leonardo Da Vinci'nin yazısı kullanılarak kalem reklamının tasarlanması, hava yolları markasının Mona Lisa'yla özdeşleşmesi, Pfizer'in şizofreni ilacı için Van Gogh'u, ya da İş Bankası'nın Tema ile ortak projesinin reklamında Bob Ross'u ele alması Michalengelo'nun ademin yaratılması tablosu örnek alınarak Nokia firmasının reklam kampanyası örnek gösterilebilir.

Kahraman Popüler Kültür'ün Sanat ve Tasarım Ürünlerini Kitsch'leştirilmesi isimli makalesinin sonuç bölümünde; Reklamlarda uygulanan kitsch kültürün – Sanatsal açılımı- şaşırtmamaktadır. Kapitalizmin her şeyi metalaştırma prensibinden

nasibini alan sanatın da özellikle reklam ile tanışarak, sanatçının markalaşması, pazarlanabilir metaya dönüştürülen sanat anlayışı, sanat sponsorluklarının etkili marka silahı olduğunu keşfeden şirketlerin yatırımları ve sanatı kapitale giden yol olarak belirlemeleri ve sanata yön vermeleri, reklamın sanatın etkili görsel anlatım dilini reklam malzemesine dönüştürülmesi, sanatın sipariş üzerine yaratılması ve sanatsal değer biçilmesi söz konusudur. Sanatçıların kendisini veya sanatçılara ait özellikleri kullanan reklam şirketleri elde ettikleri sonuçlardan memnun oldukları yapılan reklamların ve izleyiciye sunulma şekliinden belli olmaktadır.

- Sanata ve sanatçıya ait özellikler pazarlama stratejilerinin önemli bir parçası olarak reklam sektöründe ciddi kazançlar sağlayan işlere çevrilmiştir.

- Popüler kültürle doğru orantılı ile ilerleyen ikon nesnelere, kaynağı olduğu pop kültüründen farklı olmaksızın sürekli ve hızla değişip, unutulmaktadır. Yerine yenisinin geldiği bir süreklilik döngüsünün parçası olmaktadır.

- Her ortaya çıkarılan ikon, ortamın bir üyesi olarak gelişerek ve ihtiyaca göre değerlendirilmektedir.

- Görevini tamamlayan her kitsch ikonun ardından ihtiyaca yönelik yeni ikonlar yaratılacaktır (Kahraman, 2015, s. 73). Kahraman'ın bahsettiği üzere reklam sektöründe Kitsch'in insanlar üzerindeki etkisi kesinlikle ortadadır. Tüketim mallarının sanat eserleriyle bağdaştırılarak halkın ilgisini çekecek hale getirmesi Kitsch'in etkisini göstermektedir. Ayrıca hızla kendini yenileyebilme ve değiştirme yapısının olması konu ve malzeme konusunda sınırın olmadığını ispatlamaktadır.



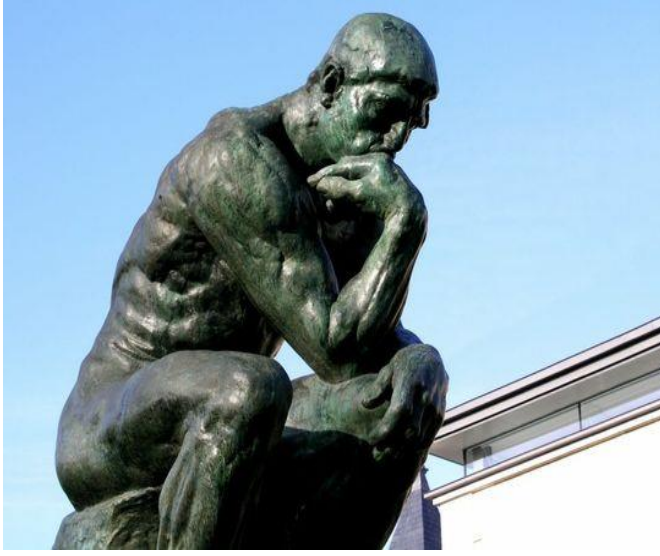
Resim 2.9,10. Tibaldi Dolmakalem Reklamı (Soldaki), Pfizer İlaç Reklamı (Sağdaki) (URL 9)

Kitsch, toplumların yaşam şartlarında yer alırken zevk aldığı durumları kullanarak bu durumdan fayda sağlama yönünde bazı çalışmalar yapmaya başladı.

Sanatsal bir objeyi görseli kitsch nesnesine dönüştürürken sanatçısını da kitsch haline getirdi. Aynı zamanda sanatçıda kitsch kültürü karşısında kitschleşti. Bu durumdan fayda sağlayan reklam sektörü sanatçıları kullanarak ilgi çekmenin yollarını aradılar (Kahraman, 2015 s.74).

Scruton *Kitsch*'i anlatırken; Ne yaparsan yap *kitsch*'ten uzak dur der. Hangi alanda çalıştığının önemi olmaksızın, her modernist sanatçının ilk kuralı *kitsch*'ten uzak durmaktır. Ünlü sanat eleştirmeni Clement Greenberg, 1939 yılında yayınlanan bir makalesinde okurlarına, sanatçının önünde sadece iki yol olduğunu söylüyordu: Ya avangardın yolundan gidip figüratif resim gibi eski biçimlere, formlara başkaldıracak, ya da *kitsch* eserler üretmekten öteye geçemeyecekti (Scruton, 2015, s. 1). Sanatçı eserini üretirken ya yüksek sanat üretecekti ya da halka indirgenen *Kitsch* sanat üretecekti. Yine Scruton'a göre; Ne var ki, kitsch'ten kaçınma duygusu ne kadar yüksek olursa olsun tamamiyle uzaklaşmak çok ta kolay değildir. *Kitsch* olmama arzusu ile zorlanan sınırlar, fazla avangard olma çabası, *kitsch* ile arasındaki mesafeyi açmak adına yapılan bazen kutsallaştırılan idealleri ve dini duyguları ayaklar altına alan akıl almaz çalışmalar, sanatı özgünleştirmez (Scruton, 2015, s. 2). Scruton'un bahsettiği üzere bir sanatçının *Kitsch*'ten uzak durması hiçte kolay değildir. Modernleşmeyle birlikte sanatçı avangard olmaya çalışabileceğini savunurken yapmacıklığa varan tavırlara ve yapay bir hale bürüneceğini savunur.

Tüketim ilkesinin, beğeni ve hazla buluşması ayrıca kolay ulaşılabilir olması *kitsch*'i cazip hale getirdiği gibi gündelik yaşamın çoğu zaman bir parçası halini almıştır. Özellikle Sanayi Devrimi'nin ardından seri imalatlar üretim potansiyelleri *Kitsch*'in yayılmasına sebep olan en büyük etkenlerdendir.



Resim 2.11. Auguste Rodin, Düşünen Adam, Bronz, 1904, Paris Rodin Müzesi (URL 10)



Resim 2.12. Rodin, Düşünen Adam biblosu, (seri üretim ticari biblo). (URL 11)

Bazı sanat eserlerinin birebir kopyaları üretilebilir. Fakat kopyalanırken boyutları birebir aynı ölçüde olmaz aynı zamanda biblo boyutunda da çoğaltmalarla karşılaşabiliriz. Resim 11-12 de görüldüğü gibi Rodin'in düşünen adam heykeli ve çoğaltma kalıplarla çoğaltılmış kopyası görülmekte. Çok farklı renklerde ve oranlarda üretilen bu kopyalar insanların kolaylıkla satın alabileceği şekilde her yerde satılmaktadırlar.

Kitsch'i romantik hareketin bir sonucu ve ürünü olarak gören yazarlar, *Kitsch*'in daha çok tarzı ve estetik yönleri ile ilgilenmektedirler. Örneğin Hermann Broch şöyle diyor: “*Kitsch*'in her biçimi varlığını romantizmin spesifik yapısına borçludur. Konuyu anne çocuk arasındaki benzerlik ilişkisinden irdeler ve der ki: Romantizm, kendisi *Kitsch* olmadan, *Kitsch*'in annesi olmuştur ve çocuk annesine o kadar benzer ki ikisini birbirinden ayırmanız mümkün olmaz. Bu iki perspektif birbirini destekler konumda çünkü *Kitsch*'in ortaya çıkışı için aynı başlangıç noktasına işaret ediyorlar. Bu bakış açılarını güçlendiren bir diğer noktada *Kitsch* teriminin on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısına kadar herhangi bir yerde karşımıza çıkmıyor olması (Kulka, 2014, s. 26).

Üstün sanat tarafından sıkça yargılanan ve saldırıya uğrayan *kitsch* zevksizlik ve rüküşlükten başka bir şey değildir. Kimi görüşlere göre *kitsch* bir köprüdür. Estetik kaygı gütmeyen *kitsch* akımı, pop-art ile postmodernizm arasında geçişin kaynağıdır. *Kitsch* için bütünüyle sanatın zıttı demek doğru olmaz. *Kitsch* sanattan bağımsız olarak ortaya çıkmaz, onunla birlikte vardır. Limon’unda bahsettiği gibi plastik sanatlardan mimariye yaşamın her alanında oluşan bu akım halk sanatı niteliğindedir.

Kitsch akımları I. Dünya Savaşı'ndan günümüz dönemine kadar arkasında önemli eserler bırakmıştır. Sanatın her alanında varlık gösterip, yaşantımızın bir parçası olan bu akım; tarihsel gelişim ve dönüşümleri dikkate aldığımızda, toplumların politik, iktisadi ve sosyal değişimlerini gösteren adeta bir ‘belge’ bir ‘kanıt’ niteliği taşımaktadır. Kitsch sadece sanatın aşağı bir kopyasını anlatmak için değil, aynı zamanda ucuz, bayağı ve salt ticari kaygılarla üretilen, gelip geçici, banal ürünlere gönderme yaparken de sıklıkla kullanılır. Ancak şu da unutulmamalıdır ki: kültürel değişimlerin ve kar güdüsüyle işleyen sistemin etkisiyle zamanında sanat olarak nitelendirilen yapıtlar sonrasında kitsch olarak anılabilir. Bu bağlamda kitsch'in karşısına her zaman ilk olarak yüksek sanat yapıtı çıkar (Limon, 2012, s. 113). Üstün sanat tarafından sıkça yargılanan ve saldırıya uğrayan kitsch zevksizlik ve rüküşlükten başka bir şey değildir. Kimi görüşlere göre kitsch bir köprüdür. Estetik kaygı gütmeyen kitsch akımı, pop-art ile postmodernizm arasında geçişin kaynağıdır. Kitsch için bütünüyle sanatın zıttı demek doğru olmaz. Kitsch sanattan bağımsız olarak ortaya çıkmaz, onunla birlikte vardır. Limon’unda bahsettiği gibi

plastik sanatlardan mimariye yaşamın her alanında oluşan bu akım halk sanatı niteliğindedir.

Sanayi devriminden sonra ortaya çıkmış olan bu yeni akım hiçbir zaman avantgarde kadar karmaşık ya da anlaşılması güç ya da öyle olmaya çalışan bir akım olmamıştır. Tam tersine bir şey anlatma amacı gütmemesinden dolayı anlam kargaşasından uzaktır. Bu anlamda kitsch popüler kültürü benimsemiştir (Limon, 2012, s. 114).

Sömürgecilik ve sonucu olan köleliğin hızla yayılışı büyük miktarlarda haksız kapital birikiminin oluşmasına neden olmuştur. Ucuz emek, ucuz iş gücü ile köle gibi çalıştırılan, sömürülen halklar, batının gelişimini ve zenginleşmesinin ana nedeni olmuştur. Yüksek karlar sağlanmasının ön koşulu olan merkezi üretime geçilmiş, zanaatçının elinde bulunan üretim araçları sermaye sahiplerinin elinde toplanarak bir bakıma zanaatçı da sermayecinin malı olmuştur. Artık bir işçiye dönüşen Zanaatçı, diğer işçilerle birlikte yığın üretim için çalışan köleler zincirinin bir halkası olmuştur. Kurulan tüm bu sistem sayesinde ürünler belli standartlarda, hızlı ve yüksek miktarlarda üretilebilecektir.

Calinescu'ya tarihi derinlikten uzak olan kitsch romantizm ile ortaya çıkmıştır. Kitsch ile davranışçı veya barok sanat arasında biçimsel bir bağ bulabilirsek de, tarihsel olarak kitsch romantizmin bir sonucu olarak görülmektedir (Aslışen, 2006, s. 2).

Sömürgecilik ve sonucu olan köleliğin hızla yayılışı büyük miktarlarda haksız kapital birikiminin oluşmasına neden olmuştur. Ucuz emek, ucuz iş gücü ile köle gibi çalıştırılan, sömürülen halklar, batının gelişimini ve zenginleşmesinin ana nedeni olmuştur. Yüksek karlar sağlanmasının ön koşulu olan merkezi üretime geçilmiş, zanaatçının elinde bulunan üretim araçları sermaye sahiplerinin elinde toplanarak bir bakıma zanaatçı da sermayecinin malı olmuştur. Artık bir işçiye dönüşen Zanaatçı, diğer işçilerle birlikte yığın üretim için çalışan köleler zincirinin bir halkası olmuştur. Kurulan tüm bu sistem sayesinde ürünler belli standartlarda, hızlı ve yüksek miktarlarda üretilebilecektir (Aslışen, 2006, s. 5).

2.6.2. Kitsch ve Sanat Ayrımı Üzerine

“Kitsch ürünün hem üretilme, hem de piyasaya sunulma amacı, zaten baştan hesaplandığı için, gerek ‘biçim’ gerekse ‘içerik’, ayniyet durumu veya organik bütünlük kaygısı taşımaz. Hatta aksine içerik değil, bir çeşit ‘gibi’ olma durumu, ya da diğer bir deyişle tamamen görüntüsel bir öykünme hedefine ulaşılma kaygısı ön plandadır” (İlbeyi Demir, 2009, s. 36).

Sanatsal bağlamda değersiz ve ucuz olmakla suçlanan kitsch, dayatılan genel beğeni algısı ile tetiklenen tüketim duygusunu tatmin edecek miktarlarda seri üretimin sonucudur. Kitsch bu yönüyle kapitalist sistemden bağımsız düşünülemez. Sistem içerisindeki en karlı yerini almıştır. Kitsch, sanayileşen toplumlarda, farklı kültürel, ekonomik ve sanatsal evrelerden geçtiği dönemlerde, kendisine var olmak için elverişli ortamı bulur (Şahin, 2016, s. 6-7).

Gerçek sanat yapıtının bir ölçütü de az sayıda insana seslenmesidir. Oysa kitsch ve kitsch ürünler her yerdedir. Hayatımız kitsch-resim, kitsch-heykel, kitsch-müzik ile işgal edilmiş durumdadır. Çünkü hem üretilme şekli hem de maddesi itibariyle mevcut dünyaya ve onun tüketim eğilimlerine hitap ederek toplum içinde yaygınlaşmıştır. Buna vasatın hedeflemesinin sonucu da diyebiliriz (Sebik, 2012, s. 108).

“Kitsch ürünün, daha önce de değinilen en önemli hedeflerinden biri ise çabucak tüketilip yerine yenilerinin aynı çabuklukta yerleştirilmesidir. Hedef, temel anlamda, en çok satan ve para getiren bir yüzeysel ‘beğenilen’ olduğundan, bu yüzeysellik de en çabuk bıkılıp yerine yenisinin konulması isteğini beraberinde getirmektedir. Yani sanat eserinin tüketilemezliği, kitsch ürünlerde tüketilene dönüşür. Bir başka deyişle, sanat eserini her geçen gün yeniden okuyabilme hali, kitsch üründe kısaca göz gezdirip, bıktığında da atma haline dönüşür” (İlbeyi Demir, 2009, s. 36-37).

Yapılan bütün tanımlar şunu göstermektedir ki; kitschi tek bir tanımla açıklamaya çalışmak, kitsch anlama çabasında eksikliklere neden olacaktır. Bugüne kadar yapılan kitsch tanımlamalarının ışığında, kitsch daha iyi anlamak ve özellikle görsel sanat alanındaki konumunu ortaya koymak ve bütün bu iz sürmeler sonunda da daha genel ve daha kapsamlı bir tanıma ve yargıya ortaya çıkarmaktadır (İlbeyi Demir, 2009, s. 17-18).

Uzmanların üzerinde anlaşabildiği bir şey varsa o da, terimin kullanılmaya başlandığı on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren hep olumsuz çağrışımlar taşımış olduğu. Calinescu şöyle diyor; “kullanım bağlamını nasıl sınıflandırırsak sınıflandıralım, Kitsch her zaman estetik yetersizlik nosyonuna işaret eder” (Kulka, 2014, s. 33).

Kitsch anlayış, kendini sanattan önce, yaşam biçiminde, moda da göstermiş ve kendi de moda olmuştur. Her moda gibi, gittikçe yayılarak, yapılan tüm ucuz, bayağı, değersiz kavramlarının karşısında direnerek yaklaşık iki yüz yıllık geçmişi ile hala varlığını sürdürebilmektedir. Öyledir ki gündelik hayatın her alanında içinde varlığını görebileceğimiz çeşitli ürünlerle gözümüzün önündedir. Salt sanatsal üretimde değil, giyim-kuşam, dekorasyon, hediyeleşim eşyada ve hatta davranış şekillerinden bile kitsch izlerin görmemiz mümkündür (İlbeyi Demir, 2009, s. 14-15).

Kitsch, günümüz dünyasında her şeyden haz almak adına ve bu haz alma zorunluluğu içinde, insanın, herhalde kendi zevki doğrultusunda ulaşabildiği, elinin altında bulunan ‘her şeye’, bir ‘estetik zevk’ katmaya çalışma çabasıdır (İlbeyi Demir, 2009, s. 22).

2.6.3. Kitsch’in Özellikleri ve Bir Ürünü Kitsch Yapan Kriterler

Kitsch’in etkili olabilmesi için belirlenen temanın etkili olması gerekmektedir. Kitschi yapan kişi gerçekçi bir yaklaşım ile doğal bir hava vermeli, temadan uzaklaşan dokunuşlardan kaçınmalıdır. Kitsch nesnelere, yüzeysel ve genelin talebine uygun üretilme özellikleri nedeniyle ifade ettiği temalarla verdiği mesajı zenginleştirmez.

“Kitschin genel özellikleri belirlenirken, bu olgunun da tıpkı sanat gibi hem kapsam, hem de içerik bakımından oldukça karmaşık bir yapıya sahip olduğu bilinciyle yaklaşılmalıdır. Kitschin karmaşık bir yapıya sahip olması olgunun görüngüsünden ve yayılım alanından doğan nedenlerle açıklanabilir. Genel itibariyle, düşük eğitilmiş, kökeni kente dayanmayan, ekonomik anlamda düşük gelir grubuna mensup kesimlerce kitsch biçim anlayışı ve beğeni eğilimi; hediyeleşim süs eşyaları, taşıma araçlarının çeşitli yerlerinde karşılaşılan süsleme biçimleri, röprodüksiyon poster, resim vb. ürünler, çeşitli ev eşyalarında görülen biçimsel uygulamalar, plastik ürünler... Gibi alanlarda görülmektedir. Ancak, günümüz şartlarında kitsch anlayışın yansıdığı ürünler, artık yaşam düzeyi

yönünden farklı ve kentlerin her yanında yaşam sürdüren ‘herkesçe’ de beğenilmekte, yaşam düzeyi farklılığı kitsch beğenilme yaygınlığı üzerinde etkili olmaktadır” (İlbeyi Demir, 2009, s. 30-31).

Kitsch biçim ve beğeni anlayışı salt sanatsal üretimde değil, günlük yaşamın her alanında modadan, dekorasyona, çeşitli gereçlerden, süs eşyalarına hatta davranış biçimine kadar uzanmıştır. Başka bir ifadeyle kitsch, yaşamın her alanında varlığıyla moda niteliği de taşımaktadır. Üretilip pazarlandığı dönemde yüksek talep gören tanımıyla bakıldığında moda demek yanlış olmaz. ‘Gibi olmaya’ yani benzemeye çalışmak kitsch ürünlerin moda olmalarındaki temel nedenlerdendir. Elbette uymama hali modadan ziyade rüküşlük olarak tanımlanabilir. Plastik çiçekler, üzeri resimli duvar halıları, çocuklara verilen isimler, şıkırtılı avizeler üretildikleri dönemde moda olmuş ama etkisini hemen kaybedip devamlılık sağlayamamış kitsch ürünlerdir (İlbeyi Demir, 2009, s. 30-31).

Kitsch ürünler, geniş kitlelerin farklı taleplerinin giderilmesine yönelik farklı görüngüler taşıması ve bu nedenle toplumun içerisinde yayılma alanının çok geniş olması ile bir tür karmaşıklığıdır. Çünkü kitsch ürünlerin üretim hedefleri çok ve çabuk tüketim üzerinden belirlendiğinden, ürünlerde nitelik aranmaz. Biçim kaygısı taşımayan bu ürünler, çoğunlukla kopya özelliği taşıyan, kolay beğenilebilecek ürünlerdir. Hızlıca tüketilecek bu kopya ürünlerin yerini yeni kopya ürünler olarak süreklilik sağlar (İlbeyi Demir, 2009, s. 32-33).

Kitsch herkesin anlayabileceği en yaygın dili konuşmalıdır. Anlaşılması zor alanlara (kübizm gibi) ya da kişisel yaklaşımlara bulaşmamalıdır. Kitsch sanatçıları asla resimlerine nasıl bakılması gerektiğini, hangi koşul ve kavramların resmi anlamak için gerekli olduğunu açıklamak zorunda kalmazlar (Kulka, 2014, s. 49).

Bireylerin tasarım, davranış, yaşam ve toplum karşısındaki tutumlarında gerçek olmayanı, yanılsamayı temel alarak, bir anlamda küçük dünyasının oluşumuna katkıda bulunması, kitsch olgusuna sosyolojik bir boyutta katmaktadır (İlbeyi Demir, 2009, s. 33).

Her çağda, her dönemde ve her kültürde iyi ve kötü sanat birlikte, aynı anda var olmuştur. Dönemin değişmesi ve toplumun dönüşmesi, daha iyi sanatı bulunca; kötüyü, hatta dışlamış, sanat alanında uzaklaştırmıştır. Bu durum 20. Yüzyıl’a kadar

böyle sürmüştür. Oysa 20. Yüzyıl kötüyü, arz-talep ilişkisini ölçüt alarak, yeni bir tanım ile sanat alanı içine dâhil etmiştir.

Ceylan'ın Avangard ve Kitsch adlı makalesinde; aynı toplumda sanat birden farklı özellik taşıyabilir. Kitsch ve avangard sanatı bir arada görebiliriz. Avangard'a karşı bilgisiz olan kitlelerin talep ettiği taklit kültür kitsch, bilgisizliği daha da körüklemektedir. Yerel sanat ürünlerinden daha fazla talep gören foto gravür gibi makine yapımı olan kitsch ürün ucuz fiyatı ile tercih edilenler arasında yer aldı (Ceylan, 2014, s. 1). Ceylan'ın Avangard ve Kitsch adlı makalesinde bahsettiği gibi Kitsch toplum içerisinde hem Kitsch olarak hemde sanat olarak nitelendirilebilir. Kimi kesimlere göre sanat olan bir nesne kimi kesimlere göre de Kitsch olabiliyor. Batı burjuva halkının ortaya çıkardığı Avangard 1850-60'ların entelektüel bilincin bir parçasıdır.

Yılmaz (2011)'in Sanat'a Yüzeysel Bir Tepki Kitsch adlı makalesinde; Kitsch'i popüler kültüre ve bu kültürün parçası olan kitleye yönelik üret-tüket amacıyla üretilen kalitesiz, orijinallikten uzak, ucuz, niteliksiz, estetikten uzak, medya ve reklam aracılığı ile ucuz sloganlarla pazarlanan ürünler olarak tanımlamaktadır. Seri üretim ile üretildiklerinden, üzerine düşünülme-yen yüzeysel ürünler kısa bir süre içinde tüketilmek üzere üretilirler. Gerçek sanattaki derinlik, kitsch'te yerini sığığa bırakmıştır. Zamana karşı direnebilme gücü bu sığık içinde yok olur. Ruhtan yoksun kitsch'te görünen duygu değil abartılı duygusallık uyandıran melodramdır. Taklit olan kitsch nitelik değil niceliktir (Yılmaz, 2011, s. 1). Yılmaz Sanat'a Yüzeysel Bir Tepki Kitsch adlı makalesinde Kitsch'i anlatırken Kitsch'in bir takım özelliklerinden, hitap şeklinden ve yapısından bahsetmiştir. Sanatın tam tersine estetik yönü zayıf alışılmış, bayağı, herkes tarafından anlaşılabilen ve seri üretilebilen basit nesnelere olarak değerlendirmiştir. Bu anlamda düşünüldüğünde herhangi bir sanatsal fikri olmayan biri için bile bu tür nesnelere rahatlıkla benimsenebilecek niteliktedir. Kitsch nesne izleyici tarafından düşünmeden anlamlandırılmadan benimsenen bir şeydir.

2.6.4. Beğeni ve Kültürel Oluşumların Kitsch İle İlişkisi

Demir (2009)'e göre; "kültürel yapının katmanlaşması, diğer bir anlatımla kültürel hiyerarşi durumu, kültürlerarası iletişimsizliği de beraberinde getirmiştir.

Kültürel kopmalara bağlı ilk farklılıklarının oluşumu, aynı kültür içinde yabancılaşmayı, sanatsal anlamda da sınıfsallaşmayı ortaya çıkarmıştır” (İlbeyi Demir, 2009, s. 41). Demir Kitsch ve Plastik Sanatlar Üzerine adlı kitabında, kültürel yapının oluşum sürecinde kitschi değerlendirirken kitschin oluşum sürecinde ortaya çıkan öz kültürden kopuşa dikkat çekerek sınıf farklılıklarının belirginliğinin kitsch beslediğini ve ortaya çıkardığını savunur.

Güven’e göre; “genel anlamda kültür; toplumun ya da bireyin sahip olduğu değerlerin tümü olarak tanımlanabilmekte dolayısıyla toplumdan topluma, kişiden kişiye farklılıklar gösterebilmesine karşın “kültürsüz” bir toplumdan ya da bireyden bahsetmek mümkün değildir. İnsanlığa dair ortak bir değer olan kültür; insanın olduğu her yerde mevcuttur” (Güven, 2016, s. 147). Güven kültürü tanımlarken bireyin sahip olduğu değerler olarak nitelemektedir. Bu değerler toplumlar arası farklılıklar gösterirken ortak bir değer olma özelliği taşımaktadır. İnsanın yaşadığı bölgeye özgü değerler o toplumun kültürünü yansıtır.

Yine Güven’e göre; “ait olunan sosyo ekonomik grup estetik düzeyin en önemli belirleyenlerindedir. Kültür grupları çoğunlukla bu sosyo ekonomik grupların benzer seçimler yapan insanlarından oluşmaktadır” (Güven, 2016, s. 151-152). Güven’in bahsettiği üzere bir kişinin ait olduğu kültür düzeyi estetik bakış açısını etkileyerek yaşam tarzını belirleyebilmektedir. Yüksek kültür diye tabir ettiği üst tabaka insanlar sanatın asıl ürünlerine sahip olurken alt kültürdeki insanlar sadece özendirici ürünlere ve ucuz parçalara sahip olurlar.

Selvi (2008)’e göre; “kitle iletişim olanaklarının giderek arttığı günümüzde yükselen kitsch, büyük sermayeleri yönlendiren güçler tarafından topluma dayatılan bir yaşam tarzı olmuştur. Temeli tüketime dayanan bu yaşam tarzı, tüketim vitrini gibi tasarlanmış magazin programlarında zengin ve ünlü insanların yaşam tarzlarına özenen büyük bir tüketim ordusu yaratmaktadır” (Selvi, 2008, s. 67). Selvi kültürel oluşumların Kitsch’le ilişkisine değinirken sermaye sahiplerinin halka dayattığı bir yaşam tarzı ve sunum olarak niteler. Temelinde üretimden ziyade tüketim olan toplumlarda özendirici bazı unsurlar bulunmaktadır. Televizyon programlarındaki lüks yaşam tarzları şaşaalı görseller insanları kültürel boşluğa iterek Kitsch’leşmeye itmektedir. Eğitim düzeyi ve yetişme tarzı bireyin sanatsal açıdan anlayışını da belirlemektedir.

“Sanat var olan düzeni onaylayan bir güç unsuru olduğu anda kamunun, önemsiz şeylerin ve yaşamın tutsağı olmuştur. Sanatta “arılık” talebi aşırılığı engeller. Veya Jose Ortega y Gasset’in ileri sürdüğü gibi “sanat insani ciddiyeti bir kenara bırakırsa, bütün aşkın önemini kaybeder”. Kamu sanatı manevi, dinsel, ahlaki ve ya sadece estetik yükümlülüklerle sahiptir” (Nerdrum, 2010, s.31).

2.6.5. Modernizm ve Postmodernizm Bağlamında Kitsch

“Modernizmde insan etkenine karşı çıkış, onu yok ediş ve Kitsch’in suçlanması önemli ve etkili bir silah olmuştur. Avangard, Kitsch terimini insanlığın geleneksel tasvirini dışlamak için sürekli olarak ve çeşitli şekillerde kullanmıştır” (Nerdrum, 2010, s. 64).

“Modernizm, değişim ile özdeşleşip, değişimi yaşamın her alanında hedeflemiştir. Ve hedeflenen, bir anlamda kendini de yadsımaya dönüşmüş, büyük bir kuşa neden olmuştur. Eskinin yıkılıp yerine bambaşka birçok yeninin amaçlanması, din, felsefe, ahlak, hukuk, tarih, ekonomi, siyaset ve sanatın eleştirisi ile başlamıştır” (Demir, 2009, s.49-50).

Halhallı (2013)’e göre; “Postmodernizmi tanımlamak kavramın çok anlamlılığının neticesinde birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. Sözcükte, belirli ve sınırları çizilmiş bir tanıma indirgenemeyecek kadar karmaşık bir yapının yanı sıra, modernizmin ‘post’ ekiyle bir çeşit karşı duruş ve sonralık da anlaşılmaktadır” (Halhallı, 2013, s.190).

Alt kültürle yüksek sanatın iç içe geçmesi neticesinde, postmodernist ifade biçimlerinden olan kitsch öne çıkmaktadır. Modernliğin hiyerarşiyle olan ilişkisini ortadan kaldırarak, yücelik ve biriciklik gibi konuların birbirleriyle olan ilişkisi bağlamında, akılcılık önemini yitirmiştir (Halhallı, 2013, s.190).

Modernizmden sonra izleyici sanat eserini ve sanatçıyı daha yakından tanıyıp iç içe girmeye başlamıştır. Galerilerde sergilenen eserlerin orta ve üst sınıfa hitap ettiğini düşünürken aynı zamanda insanların kendi iç duygularını yücelten bir durum ortaya çıkarmaktadır.

Antmen (2016)’e göre; 1960’lı yılların dönüşümünde, sanatsal pratikler kadar, sanatın izleyici ile bulunduğu mekânlar da sanatçıların baskısı karşısında yavaş yavaş

değişmiştir. 1950'lerden itibaren duymaya başladığımız, mekan düzenlemesi (environment), oluşum (happening), performans, enstalasyon gibi yeni ifade daha yakın ve karşılıklı bir hal almaya başlamıştır (Antmen, 2016, s.10). Modern sanatla birlikte sanat anlayışında ve sergileme konusunda yeni bir boyut ortaya çıkmıştır. Sanat eserleri mekânla bütünleşerek izleyiciyi içine almaya başlamış ve izleyicide sanata yön vermeye başlamıştır. Sanatçı eserinin ifadesel boyutunu derinleştirmek adına farklı enstelasyonlar denerken modern sanatı güçlendirmiştir.

Modernist sanat eserinde özgün olma çabası sanatçının, tüm yaratıcı potansiyelini özgünleşip farklılaşabilmek, öncekilerden özgün bir eser ortaya koymak adına kullanmasını zorunlu kılmıştır. Modernist anlayışın aksine, Postmodernist sanat anlayışı ve pop-art, farklılaşma çabasının gereksiz olduğu düşüncesindedir. Özgün olmak yapıta daha fazla anlam katmamaktadır. Sanat, gelebileceği son noktaya kullanılan teknikler ile zaten ulaşmıştır. Bu durumda yeni akımların dalgasına kapılmanın anlamı yoktur. İşte bu noktada eskinin taklidi (kitsch) ortaya çıkar. Kitlelerin tarafından bilinen nesnelerin taklidi olan kitsch, elbette ki özgünlük ve farklılık arayışında olan modern sanatçılar tarafından küçümsenecek değersiz bir durumdur (Şahin, 2016, s.15).

Modern çağın orta sınıf değerleri, bu değerlerle uyumlu, vasat kültür üretimlerini de beraberinde yaratmış ve talep oluşturmuştur. Hedeflenen ortalama olandan fazlası değildir.

Sanat eserinin performans boyutunu alması, insan bedeninin ve canlı varlıkların kullanılması modernizm sonrası sanat akımının yön değiştirip bedensel bilinçaltıyla algılanan bedensel bir duyum beklentisinin ortaya çıkışıdır.

Özellikle 1980'lerde, hızla yayılmaya başlayan postmodern kavramsalcılık, nesnenin sanatsal yönünden ziyade toplumsal ifadesine önem veren, toplumsal normları ve formları eleştirerek dönüştürmeye, sanatçıların pratikleriyle şekillendirmeye çalışmıştır. Toplumsal kodlara değinerek, ırkçılıktan, cinsiyetçiliğe, sanat kurumlarından medya eleştirisine kadar uzanmışlardır. Bu bağlamda, postmodern sanatçıların toplumsal alışkanlıkların ve normların yattığı alt mesajları okumak ve onları kendine mal ederek, kendinde dönüştürmenin yollarını aramışlardır (Antmen, 2017, s.277).

Oldukça farklı tanımlanabilen “kültür” kavramı, postmodernizmin de etkisiyle yeni bir şekil almıştır. Kültür sorunsalının kavramsal tanımını yapabilmek için, öncelikle tarihsel bir miras şeklinde nesilden nesile aktarılan bilgi, inanış ve duruş kavramlarını tarihi süreçler dâhilinde tanımlamak ve yeniden anlamak gerekmektedir. Kültür üzerinde en büyük etkiyi küreselleşmenin yaptığını söyleyebiliriz. Küreselleşme etkisiyle artık hiçbir topluluk bütünüyle tek bir kültür kalıbında yaşamamaktadır. Postmodernizm ise kültür kavramına farklı boyutlar getirmiş, insanların bir parçası olduğu minör yapılar bile önemli hale gelerek kültürün bir parçası olmuşlardır. Bu tanımsal farklılaşma, kültürlerin değişmeyen tek prensibinin değişim ve süreklilik olması ilkesine tamamen uygundur (Limon, 2012, s.106).

Modernleşme, bazı toplumbilimciler tarafından aydınlanma düşüncesinin bütünü olarak görülmektedir. Akılcılığın ön plana çıktığı ve gelenekten kopuşun yaşandığı bir süreci içerir. Modernleşme sürecinin içindeki bazı olaylar kırılma noktası olma özellikleri ile önemlidir. Bunlardan biri Fransız Devrimi’dir. Fransız Devrimi ile gelen özgürlük dalgası, demokratik taleplerin artmasına ve ulus devletlerin kurulmasına uzanmıştır. Bir diğeri ise Sanayi Devrimi’dir ki pek çok toplumbilimci için gerçek kırılma noktası budur. Sermaye birikimi ve üretim tekniklerini modernleştiren teknolojik gelişmeler ilerleme ve gelişme fikrini olumsuzlayan modernizmin doğuşuna da sebep olmuştur (Aslışen, 2006, s.15).

“Modernizm, kentsel endüstri içerikli olmayan aile geleneğinin parçalanışı ifade ederken, aynı zamanda esas olarak kır kökenli ve yeni oluşmakta olan (yeni) kent insanların estetik değerlerini taşıyan halka ait sanat ile büyük ölçüde kentin yerleşik kültürü içinde üretilip tüketilen yüksek sanatı buluşturmuş ve popüler kültürle ilişki içindeki sanata dönüşmüştür” (Erol, 1999, s.2).

Postmodernizm, modernizmden kopuşu, ‘modernizm sonrası’, ve tam da savaşların sonrasında ama onun bıraktığı karamsarlık etkisiyle sanat, edebiyat ve daha birçok alanda inançların ve umutların, ütopyaların yok oluşunu ifade eder. Postmodernizm, geliştirdiği yeni bir dil ve yeni kavramlarla modernizmin dikkate almadığı noktaların farkındalığını sağlamaya çalışır. Amacı yok olan ütopyaların yenisini yaratmak değil, modernizm ile hesaplaşmaktır. Postmodernizmde, ‘post’ ekinden de Anlaşılabacağı gibi bir sonralık, bir başkaldırı vardır. Modernizmin yarattığı

bürokrasi ve toplumsal ayarlardan uzaklaşıp, eşitlikçi ve bireyi dikkate alan düzenlemeler hayata sokulmuştur. Böylece modernizmin tek, evrensel ve mutlak kıldığı gerçeklik, postmodernizmde, çoğul, tikel ve göreceli bir hale dönüşür (Demir, 2009, s.57-58).

Birçok tarihçi ve düşünür için modernizm, modern dünyanın içerisinde kaçınılmaz bir hızla büyüyen sanayileşme ve sanayileşmenin sonuçlarında doğan sömürü sistemi, sınırları belirlenmemiş ilerleme düşüncesi ve toplumda meydana gelen bölünmelere karşı gerçekleşen bir kültürel eylemdi. Modernizm içindeki en önemli kırılma romantizmle gerçekleşir. Romantik dönemin tinsel yapısı, modernitenin rasyonelliğine ters düşerek duraklama etkisi yarattığı bir dönemdi. Nesnenin yerine öznenin geçtiği Romantik dönemde, ruh ve madde arasındaki denge bozulmuş, biçim anlayışı değişerek, öznenin arzu ve istekleri ile yönelmeye başlamıştır ki bu dönem ilk kitsch formlarının da görüldüğü dönemdir (Aslışen, 2006, s.17-18).

Modernizm kendi yapay estetik dünyasında var olmaya çalışırken, diğer tüm pratikleri kitsch olarak dışladı. Hâlbuki modernizm içinde doğan, hatta modernizm tarafından tanımlanan da kitsch idi. Modernizm yaratıcılık, özgünlük, farklılık ve eşsizlik kavramlarının üzerine kendini inşa ederken kiç, tam aksine; kopyalama, ticarileştirme, klişelere geri dönme, seri üretim, nicelik gibi kavramlarla birlikte vardır (Aslışen, 2006, s.21).

Postmodernizmin temel önceliklerinde biri modernizmin dikkate almadığı unsurları, modernizm lehine kullanmaktır. Modernizm tarafından kitsch olarak karşılık bulan popüler kültür ile Modernizmi yıkmaya çalışır. Nitekim yüksek kültür popüler kültür ayrımını ortadan kaldırmak, bazı sosyologlara göre, kapitalist kültürün egemenliğini yaygınlaştırmak iken, kimilerine göre ise çoğulculuk esasına dayanan demokratik bir kültüre ulaştıracak yoldur (Aslışen, 2006, s.46).

Modernizmin topluma kapalı sanat anlayışı, yerini tüm formların özgürce kullanıldığı bir ticaret alanına bırakmış, medyanın gücüyle de tüketici kitleye ulaştırılmıştır. Medyanın bu denli sınırsızlığında Postmodernizmin her şeye izin veren anlayışının da etkisi vardır. Modernizmde biçim, işleyiş, düşünce, güzel resmetme, duygusallık gibi olgular postmodern süreçte kısmen kabullenilse de pek

fazla itibar görmez. Sanat postmodern dönemle birlikte daha düşünsel bağlamlarla ve daha çok dil ile ilgilenir (Aslışen, 2006, s.105-106).

Sanatsal anlamda postmodernizm, elitizmin gözden düşmesini sağlamıştır. Kitle kültürünün herkese ulaşan, herkes tarafından anlaşılabilir, herkeste haz uyandıracak yeni bir sanat anlayışı oluşturur. Bu yeni sanat anlayışını kapitalist sistemin baskısı altında yönlendirmek, onun tuzaklarına düşmemek mümkün olmamıştır. Böylece ulaşılması zor olan ve yüksek estetik kaygılar taşıyan sanatsal değerler, yapıttan metaya dönerek üretilen ve tüketilen bir kavrama dönüşür (Demir, 2009, s.60).

Postmodernizm, bazı sanat öğelerini deformasyona uğratarak, kuralları alt üst ederek anlamlarından soyutlamış ve bu dönüştürdüğü öğeleri tüketim çarkının içine sevk etmiştir. Popüler sanatın yansıması olan kitsch ürünlerin yaygınlaşmasında Postmodernizmin katkıları olduğu açık olarak görülmektedir. Ancak, biçimsel olarak postmodern üretimleri kitsch olarak değerlendirmek de doğru bir yaklaşım değildir. Özünde düşünsellik olmayan ya da tamamen tüketim kaygısı taşıyan postmodern üretimler kitsch ürün kapsamına girebilir (Demir, 2009, s.63).

Modernizm döneminin yüce ve özgün yaratıcılığa dayanan yapısı bu isteklerin aksi yönünde oluşan şeylerle son buldu. Yüceleştirilen sanat, sanatsal değeri, metasal değere dönüştü. Modernizm kitsch'in etkisinden uzak, yüksek duvarlar arkasında olmaya çalışsa da bugün kitsch, yaşamın her alanında uygulanabilir durumdadır. Toplumsal süreçlerin zaruri görünen sonuçları karşısında, modernist sanat anlayışı direnme gücünü kaybetti. Postmodernizmin ise katı çizgilerde varlığını sürdüren modernizmin bu yaklaşımını, anti demokratik olarak adlandırarak yıkma çabası, her türlü formun çoğulculuk anlayışının bir ürünü olarak dolaşımına ve kullanıma olanak sağladı.

2.6.6. Kitsch Sanat Üzerine Çalışma Yapan Sanatçılar

Sanatsal olanla *kitsch* arasındaki ayrımı nasıl yaparız ya da neye göre *kitsch* neye göre sanat bu durumu değerlendirirken kriterler neler olmalıdır. *Kitsch* üzerine çalışma yapan sanatçılar *kitsch* olabilmek için mi *kitsch* sanat üretir yoksa yaptıkları çalışmalar zaten *kitsch* sanat özellikleri mi taşırlar. Elbette ki bu durum sanatçıdan sanatçıya da değişkenlik gösterir. Bazı kitsch sanatçıları yaptıkları çalışmaların *kitsch*

olmadığını savunurken aynı zamanda *kitsch* sanatıyla birebir yakın ilişki içindedirler. Bazı *kitsch* sanat üreten sanatçılar ise özellikle *kitsch* sanat üretme çabası içerisindedirler.

Kitsch özellikle toplumun içinde bulunduğu zaatlardan faydalanarak yola çıkar. İnsanların duygularını harekete geçiren unsurları kullanarak ilerler. Çocuk, anne, yaşlı insanlar gibi toplumun hassas olduğu konulara hâkimdir. Her insanın rahatlıkla ulaşabileceği türden ucuz, bayağı, sıradan özellikler taşıyarak çok büyük bir kitleyi arkasına alır. *Kitsch*'in amacı herkesi etkilemektir. *Kitsch* hemen anlaşılmayı ve benimsenmeyi ister. *Kitsch* sanatsal kaygı ve estetik duygularla uzaktan yakından alakalı değildir. *Kitsch* sanatçıları bu gibi durumları göz önünde bulundurarak çalışmalar yaparlar.

Kültür ve sanat camiasında sürekli tartışma yaratan modern olan veya çağdaş kültürel hareketler sanatın çizgileri olarak sınırların kaldırılması, ayrıca bazı unsurları temel alınarak hareket edilmesidir. Son dönemlerde *kitsch* ve *kitschleşme* popüler kültürün parçası haline gelmiştir.

2.6.6.1. Jeef Koons

Jeff Koons, Pensilvanya'da 1955 yılında dünyaya gelmiştir. Baltimore'da Maryland College of Art'ta ve School of the Art Institute of Chicago'da sanat eğitimi almıştır. 1980'de ilk kişisel sergisini açtığından bu yana eserleri uluslararası büyük galeri ve kurumlarda sergilenmiştir. Koons, özellikle ikonik heykelleri olan Rabbit ve Balloon Dog ile bilinmektedir. Aynı zamanda Rockefeller Center'da sergilenmiş olan ve kalıcı olarak Guggenheim Bilbao'da yer alan çiçekten yapılmış Puppy heykeli ile de tanınmaktadır (Beyazmüzayede, T.Y.).

Çağdaş sanatta *kitsch*'i resmîleştiren Jeff Koons'tur. Çalışma hayatına borsacılıkla başlayan Koons'un ilk işleri, Warhol gibi diğer pop sanatçıları hatırlatan elektrik süpürgeleri tipinde hazır nesnelere. Daha sonra komedyen Bop Hope'un rüküş biblolarının kopyalarını yaptırır. Bunlar piyasa sembolizmine dönük diğer pop işlerden farklıdır. Koons asıl ününü, 1990 Venedik Bienali'nde sergilenen "Cennetten Çıkma" dizisiyle yapacaktır. "Cennetten Çıkma", Koons'un İtalya'nın Macar asıllı porno yıldızı ve siyaset maskarası La Cicciolina ile seks yaparken çektiği son derecede rezil porno fotoğraflardan ve bunlardan üretilmiş olan

heykellerden oluşur. 1992'de Documenta için çiçeklerden yaptırdığı kuçu-kuçu (Puppy) heykeli ise sonradan Bilbao Guggenheim Müzesi'nin önüne yerleştirilir (Artun, 2017).



Resim 2.13. Jeef Joons Balon Köpek şeffaf renkli kaplamalı ayna cilalı paslanmaz çelik (URL 12)



Resim 2.14. Jeff Koons, Made İn Heaven, Litografi, 317x690cm, 1989. (URL 13)



Resim 2.15. Jeff Koons, 'Yavru Köpek' Guggenheim Müzesi, Bilbao (URL 14)

Kitsch'in Kralı olarak bilinen Amerikalı pop art sanatçısı Jeff Koons endüstrinin hazır nesnelere dönüştürerek insanların genel zevkine hitap etmeyi

başarır. Sanat eleştirmenleri tarafından anlamsızlık barındırmakla eleştirilen, şaka gibi görülen, tartışılan tasarımlarıyla, kocaman kitsch objeleriyle sıradanlığı ve bayağılığı gösterir. İzleyiciyi şaşırtarak ün kazanır. Büyük balondan sevimli hayvan heykelleri ve neşelendiren diğer çalışmaları pek çok müzede sergilenir, ‘Balon Çiçek’ ve ‘Asma Kalp’ vb. işleri müzayedelerde yüksek fiyatlara alıcı bulur. Cesur sanatçı yaptıklarında herhangi bir ironi olmadığını belirtir. O pop sanatçıları gibi Amerikan kültürüne ayna tutar (Lebriz, 2011).



Resim 2.16. Jeff, Koons, Michael Jackson ve Bubbles, 1988 (URL 15)



Resim 2.17. JEFF KOONS, “Pink Panther”, 1988, Porselen, (URL 16)

Kitsch tüm nesnelere objeleri içine alabilir. Kitsch için bazı unsurlar daha uygunluk gösterir. Seri üretim gibi görünen şişme bir oyuncak görseli ilk bakışta halkın gözünde sevimli kolay ulaşılabilir bir unsur haline gelmektedir. İnsanların tüketim ihtiyaçlarına ve yaşam alanlarına kadar girebilen kitsch ürünler oldukça yaygındır. Kitsch olan bir çalışmanın ilk bakışta ne olduğu hemen anlaşılabilir ve herkes tarafından kolayca benimsenen bir etki yaratması da önemlidir.



Resim 2.18. Jeff Koons, Fil, Karışık Teknik, 96,5x76,2x50,80cm 2003 (URL 17)

2.6.6.2. Richard Hamilton

İngiliz Pop Art ressamı Richard Hamilton 1922'de Londra'da doğdu. Okulunu yarım bırakıp bir elektrik firmasında çırak olarak işe girdi. Burada kendisinde sanatçılığa yönelik bir yetenek keşfetti ve akşam saatlerinde Saint Martin Sanat Okulu ve Westminster Sanat okulunda resim dersi almaya başladı. 1938'de Kraliyet Sanat Akademisi'ne kaydoldu. Hamilton'un ilk çalışmalarında, D'Arcy Wentworth Thompson'ın 1917 tarihli On Growth and Form (Metni Büyüme ve Biçim) makalesinin etkileri görülür. ICA'da James Joyce ve The Wonder ile Penrose tarafından küratörlüğü yapılan insan başının korkusu gibi bir dizi serginin tasarım ve kurulumundan sorumlu oldu. Hamilton, 1950'lerde Britanya'daki Pop sanatının gelişimine katkıda bulunan Çağdaş Sanatlar Enstitüsü'nde bir grup sanatçı ve yazar tarafından kurulan Bağımsız Grup'un bir üyesiydi (İstanbulsanatevi, 2018).

Hamilton, Londra Merkez Sanat ve El Sanatları Okulu ve Newcastle upon Tyne'de öğretmenlik yaptı. Ancak, 1960'da tam zamanlı eğitim vermekten vazgeçti. Kendi anlayışına uygun bazı teknoloji türlerini benimseyen sanatçı, 1980'lerde bilgisayar tarafından üretilen eserler yaratmaya başladı. Baskı sanatçısı olarak 1983'te Dünya Basını Konseyi Ödülü'nü kazandı. 1991 yılında sanatçı Rita Donagh ile evlendi. Hamilton'un çalışmalarının retrospektif sergileri 1964 Hanover

Galerisi'nde, Tate Galerisi, 1970 ve 1992'de ve yurtdışında düzenlendi. 1993 Venedik Bienali'nde İngiltere'nin temsilcisi oldu (İstanbulsanatevi, 2018).



Resim 2.19. Richard Hamilton 1956 "Günümüz Evlerini Bu Denli Farklı, Çekici Kılan Tam Olarak Nedir? (URL 18)



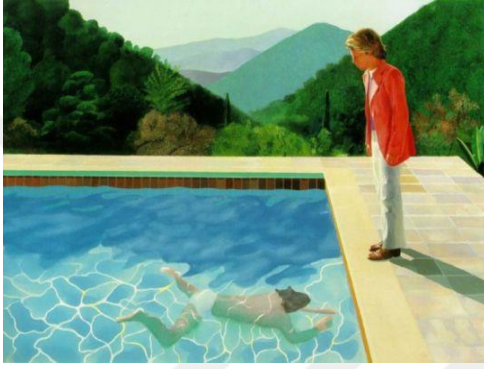
Resim 2.20. Richard Hamilton. Interior. 1964, published 1965 (URL 19)

2.6.6.3. David Hockney

David Hockney (9 Temmuz 1937 doğumlu), İngiliz ressam, baskı sanatçısı, sahne tasarımcısı ve fotoğrafçısıdır. 1960'ların pop sanat hareketine önemli bir katkıda bulunan kişi, 20. yüzyılın en etkili İngiliz sanatçılarından biri olarak kabul edilir.

Hockney, Bridlington ve Londra'da bir ev ve stüdyosun yanı sıra, 1964'ten bu yana yaşadığı ve yaşadığı Kaliforniya'da iki konutu var: biri Hollywood Tepeleri'nde, biri Malibu'da, biri de Batı Hollywood'da Santa Monica Bulvarı'nda bir ofis ve

arşivleri, California. 15 Kasım 2018'de Hockney'in 1972 tarihli çalışması New York'taki Christie'in müzayedesinde yaklaşık 90 milyon dolar gibi yüksek bir rakama (70 milyon pound) satılan bir Sanatçı Portresi (İki Figürlü Havuz), müzayedede satılan canlı bir sanatçının en pahalı eseri oldu. Bu, 2013 yılında Jeff Koons'un Balon Köpeği'nin (Turuncu) satışının 58.4 milyona ayarladığı önceki rekoru kırdı. Hockney bu rekoru 15 Mayıs 2019 tarihine kadar elinde tuttu. Jeff Koons, Tavşanının New York'taki Christie's'inde 91 milyon dolardan fazla sattığı onurunu geri aldı (Tate, T.Y).



Resim 2.21. David Hockney, Portrait of an Artist (Pool with Two Figures), 1972 (URL 20)



Resim 2.22. David Hockney May Blossom on the Roman Road, 2009 (URL 21)

Eserlerindeki renkler, formlar ve imgelerle günümüzün en sevilen pop-art sanatçılarından biri olan David Hockney'nin eserlerini mutlaka biliyorsunuz. Tablolar, portreler, baskılar, foto-kolajlar, tiyatro için set tasarımları gibi birçok farklı medyumda eserler veriyor. Önceden bildiğim ve tanıdığım birkaç eseri bir yana, benim sanatçıyla asıl tanışmam, 2017'de Tate Britain'ın yer verdiği retrospektif sergiyle oldu. Sanatçının kariyeri için büyük önem taşıyan bu sergi, geçtiğimiz yılki Londra seyahatimi renklendiren etkinliklerden biriydi. David Hockney, 70'li yaşlarında bile teknolojiyi ve popüler olanı eserlerinde kullanmayı başarabilen bir sanatçı (Themaggar, 2018).

2.6.6.4. Andy Warhol

ANDY WARHOL: (1928-1987) Pop Art akımının temsilcilerinden, ressam, yayıncı, film yapımcısı... Kendisine “Andy kimdir?” diye sorulduğunda “Andy Warhol’la ilgili bilgi almak istiyorsanız sadece resimlerimin yüzeyine bakın (...) ben oradayım” cevabını vermiştir. Çalışmalarının yüzeyinde de canlı renkler, tüketim nesnelere, kültür ikonaları vardır. Bir film yıldızı ya da Coca Cola şişesi... Onun tablolarında yer bulunca her şeyin anlamı ortadan kalkıyor. Renkli, parlak bir nesne olarak ortaya çıkıyor. Çünkü Warhol’a göre 20. yy’ın eşsiz temsilcisi makinedir ve o her zaman bir makine gibi anlamdan azade nesnelere üretmek istemiştir (Masadergi, T.Y).

BRILLO KUTULARI: Warhol’un en tartışmalı eseridir. Sanat eleştirmeni Arthur Danto, bu yapıyla ilgili 1964’te yayımladığı makalesinde, Brillo Kutularının sanatın sonunu getirdiğini söylüyordu. Bu kutular son sanat ürünü değildi ama geleneksel sanat anlatısını yıkan bir yanları vardı (Masadergi, T.Y).



Resim 2.23. Andy Warhol, 1964, Brillo Soap Pads Boxes (URL 22)



Resim 2.24. Andy Warhol, 1962, Çorba Konservesi Campbell’s Soup Cans, (URL 23)

CAMPBELL ÇORBA KONSERVESİ: 1968’de Warhol, Campbell Çorba Konservesi adlı yapıtın otuz iki farklı çeşitlemesinin yer aldığı bir serigrafi baskı sergisi açtı. Tuvaller raflara dayanmıştı ve sergi bir süpermarket gibi görünüyordu. Basit bir tüketim nesnesini yüksek sanat olarak sunan Warhol, sanatın biricikliği ile tek tip makine üretimlerini yüzleştiriyordu. Tüketim kültürünün tek faydasını, zenginlerle fakirlerin aynı şeyleri alabilmesi olarak tanımlayan Warhol sanatın da, bir Campbell Çorba Konservesi kadar herkese eşitlik sunmasını amaçlıyordu (Masadergi, T.Y).

2.6.6.5. Roy Lichtenstein

Amerikalı pop-art ressamı Roy Lichtenstein 1923’de Manhattan, New York’da doğdu. Gençliğinde önce ressam Reginald Marsh ile kısa bir dönem çalıştı. II. Dünya Savaşı sırasında orduda görev yaptıktan sonra, 1949’da yüksek lisans yaptığı Ohio Eyalet Üniversitesi’ne girdi. Sanatsal kariyerinin başlarında, Batı Amerika ile ilgili modern tarzda temalar çalıştı. 1957’den sonra Soyut Ekspresyonizme yöneldi. Çizgi roman temalarına duyduğu ilgi, muhtemelen çocukları için yaptığı Mickey Mouse ve Donald Duck resimleriyle başladı. Tekniğinden memnun olmamasına rağmen, iyi bilinen çizgi roman figürlerini resimsel form içinde sunmaktan büyük zevk aldı. Tuvallerinin boyutunu arttırdı ve çizgi romanlardaki grafik romantizm, savaş ve bilim kurgu konularıyla ilgilendi. Ana renk alanlarını kalın siyah çizgilerle çizdi ve tarama simülasyonu yapan bir teknik kullandı (gravürcüler tarafından kullanılan noktalama efekti) (İstanbulsanatevi, 2019).

Lichtenstein’in 1962’de New York’ta düzenlenen ilk kişisel sergisi büyük bir başarı sağladı ve yenilikçi çalışması uluslararası bir izleyici kitlesi buldu. Ardından, 1966’da Londra’daki Tate Gallery’de sergi düzenleyen ilk Amerikalı ünvanına sahip oldu. Kariyeri boyunca bu tarzını sürdürdü. Bununla birlikte, 1960’lı yıllardan sonra Lichtenstein’in çalışmaları yaşam kesitleri ve manzaralar girmeye başladı ve konularının yanı sıra fırça kullanımında da çarpıcı farklılıklar gözlenmeye başladı.



Resim 2.25. Roy Lichtenstein, 1963, boğulan kız (URL 24)

Lichtenstein'in tarzı, "ben-day dots" (Benday noktacıları) tekniğinden oluşuyordu. Tıpkı çizgi romanlardaki gibi resimlerine konuşma balonları ekliyor, "Grrrrrrrrrr!", "Whaam!", "Pow!" gibi ünlem ve seslerle, çizimine hareketlilik katıyordu. Bu tekniğiyle sanatçı pop art sanatının önemli isimleri arasına girmeyi başarmıştır (Masadergi, T.Y).

2.6.7. Popüler Kültür ve Kitsch

"20. Yüzyıl'ın ikinci yarısından sonra ortaya çıkan kitsch anlayışında Amerika Birleşik Devletleri'nin öncülüğü yadsınamayacak durumdadır. Adorno ve yandaşlarının özellikle Amerikan kültürüne yönelik 'kültür Endüstrisi' tanımında da söz ettikleri, kültürü üreten aslında kitleler değil, onlara dilediğini yaptıрма gücünü elinde bulunduran 'Yüce sermaye Sınıfı'dır" (Demir, 2009, s.43).

Popüler kültürün ürün yelpazesi gerçek olmayan ancak tüketici tarafında cazip algılanan şeylerden oluşur. Yoğun duygusallık ve hatta melodramların konusu yapılan şiddet, nefret, etotizm, gözyaşı, acı, güç gibi içeriklerle, gerçek olmayanı farklı bir biçimde tüketiciye ulaştırarak, onu ikna etme hatta kandırma bu endüstrinin temel hedefidir (Demir, 2009, s.44).

İngiltere ve Amerikada popüler kültürle ilgili ve dönemin hakim sanatçı üslubu soyut dışavurumsallıktan uzak durma eğiliminde olan bazı sanatçılar dikkat çekmeye başlamıştır (Antmen, 2017, s.160-161).

Antmen popüler kültürün ortaya çıkışı ve gelişimini açıklarken nasıl benimsendiğine de değinmiştir. Antmen'e göre;

“İkinci Dünya Savaşı sonrasında, ekonomik gelişmelerin etkisiyle varlığını gösteren tüketim kültürünü ve tüketim anlayışını ortaya koyan tamaiyle “Amerikalı” bir içeriğe sahip olan Pop Sanat’ın tutulması nı onun kolay anlaşılmasına bağalayan Amerikalı eleştirmen Harold Rosenberk, soyut dışavurumculuk geleneğini parçalayan Pop Sanat’insanat olmadığını iddia etmiştir. Ona göre Pop bir tür reklam estetiği’ olarak nitelendirilmiştir. Pop, tüketim kültürünün ve onun ayrılmaz bir parçası olan reklamı yüceltir. Amerikan sanat çevresinde oldukça sert eleştirilere maruz kalan pop akımı, tüm bu eleştirilere rağmen kısa sürede sanat piyasasının ve galerilerin onayını almıştır. Bu sadece ABD ile sınırlı değildir. Avrupa’da da özellikle 1960’larda en dikkat çeken akım haline gelmiştir. Hatta Almanya’nın öğrenci hareketlerinin yükseldiği döneme denk gelen pop sanat için, Alman sanat kuramcısı Andreas Huyssen ‘protest’ bir tavır olarak tanımlamış” (Antmen, 2017, s.161-162).

Antmen popüler kültürün sanat eserlerine yansımaları şöyle anlatır; Pop sanatçıları, ‘yüksek kültür’ün beğenisine sunulan elitist yaklaşım ile daha geniş kesimlere doğru kültür tüketme şekilleri arasındaki ayrımları yok ederken öncelikle hazır imgeler kullanılmıştır. Günlük yaşantımızın sıradan bir parçası olan nesnelere ikinci bir boyut kazandırarak, sıradanlığını gizleyerek sanatsal bağlamda yeni anlamlar yüklemişlerdir. Örneğin, Coca Cola şişesi, sigara paketleri, hamburgerler ve daha çok çeşitli ürünlere yer verilmiştir. Özellikle kadın imgesi sadece pop sanatının değil kapitalist düzenin başlıca konularından birisi olmuştur. Kadına yüklenen cinsellikle anlam ile kadın bir meta konumundadır (Antmen, 2017, s.162).

Ulusoy popüler kültür ve kitsch’i değerlendirirken; Popüler kültürü ve Kitsch’i, Modernizmin sanatı, yüksek entelektüel kültürün “seçkin” izleyicilerine hitap eden sanat anlayışına karşı bir başkaldırı olarak tanımlar. Popüler Kültür ile Kitch’in birbiriyle bağlantılı olduğunu vurgulayan Ulusoy, postmodern sanatın teorileşmesiyle, popüler kültürün de estetik bir anlam kazandığını ifade eder (Ulusoy, 2017).

Kültürel yaşamın izlerini popüler kültür ve kitsch nesnelere görebiliriz. Limon'a göre; popüler kültürün temel unsuru benzer sebep ve amaçlar ile benzer beğeni ve tüketim eğilimi gösteren kitleler oluşturur. İnsanların ait oldukları kültür, yapılan seçimlerin karakterleri ile ilintilidir. Örneğin, yüksek kültür mensupları galerilerden özgün yağlıboya tablolar arasından seçerken, orta kültür grup mensupları galeriden ziyade mağazaların sanat reyonlarında teşhir edilen, özgünlükten uzak orijinalerden yana seçimini yapar. Hiç birini alma gücüne sahip olmayan yoksul kitle ise, dergilerden kestikleri resimlerle tatmin olmaya çalışırlar. Özetle mensubu olunan kültür, insanların ulaşabileceklerini belirleyerek sanat algısını ve beğeni düzeylerini etkilemektedir (Limon, 2012, s.109). Bu düşüncelerden yola çıkarak insanların yaşam tarzlarındaki farklılıklar kültürel oluşumlar sanatsal anlayışlara etki etmektedir. Popüler kültürün hızla yayılması ve kitsch olgusu toplumda hızla ivme kazanmıştır.

Yine Limon'a göre; içinde bulunduğumuz yüzyılda karşımıza sürekli çıkan küreselleşme kavramının en büyük kaynağı bilindiği üzere teknolojidir. Hedefi insan olan küreselleşme buna bağlı olarak bilimin üzerinde de etkilidir. Bilimin özellikle teknolojinin egemen olduğu dünyada küreselleşmenin getirisi, yeni kapitalist düzende insanların ilgilendiği tek şey tüketim olmuştur (Limon, 2012, s.110). Tüketim toplumu halini aldığımız son dönemlerde sanayileşme ve teknoloji ile birlikte insanların beğeni düzeyini etkilemiştir. Aynı zamanda popüler kültür anlayışı yaşam tarzına nüfuz etmiştir. Kültürle arasındaki fark geçiciliği, gündelik yaşamı, yüzeyde kalanları kapsamasıdır. Aynı zamanda kültürü belli eden ve aynı kültürdeki oluşumu belirginleştiren bir kavramdır. Popüler kültürün ortaya çıkardığı değerlerle o toplumun yaşam tarzını algılayabiliriz. Kültür kavramının gün yüzüne çıkardığı değişik sonuçlar gibi popüler kültürün de ortaya çıkmasına yardım ettiği bazı gerçek unsurlar vardır. Ama tüm bu unsurlar asıl kültüre özellikler katar. Popüler kültür değişken farklı birden çok kavramı ortaya çıkardığı ve kavradığı ürünlerle, klasik ve kalıcı yolları değerlendirerek, hayatımızın içine sokar ve kendi içinde bir oluşum yaratır.

Yine Limon (2012)'a göre; Mevcut çağın temel kavramlarından olan küreselleşme beraberinde teknoloji kavramını da gündeme alır. Konusu ve amacı insan olan küreselleşmenin, bilim ve teknoloji üzerindeki etkisi, kapitalist düzenin

tüketim anlayışını da körüklemiştir. Kültürel değişim sürecinde ortaya çıkan popüler kültür formuna dâhil olmak, küreselleşmenin yakın kıldığı uzaklar ile son derece kolaydır (Limon, 2012, s.110). Her kültür kendi değerlerini yaratır ve toplumda yansımaları bulur. Popüler kültürün değerleri ile de toplumun kültürünü okumamız mümkün. Birçok araştırmacıya göre, popüler sanatın da popüler kültüre ait bir sanat anlayışı olarak değerlendirildiğini ve halkın beğenisi ile bağlantı içinde yorumlandığını söyleyebiliriz. İçinde yaşadığımız dönemde önemli olması açısından popüler olgu bazı araştırmacılar tarafından kayda değer bulunmakta farklı bakış açılarıyla sorgulanmaktadır. Bu sebeple popüler kültürün birçok çalışmada konu olduğu gözlenmektedir. Kültür içinde son derece önemli sanatın toplumun bazı özel durumlarında, belli bir zaman diliminde nasıl bir dönüşüme uğradığı, genel çıkarımlar ile açıklanması mümkün değildir. O duruma veya döneme özgü sorgulamaları gerektirmektedir. Bu sebeptir ki popüler kültür ve popüler sanat, özel toplumsal durumlarda ve farklı zaman dilimlerinde farklı nitelikleri ile ele alınmıştır. Popüler kültüre bir parçası olan Kitsch'i de anlamak ancak onun tarihsel çerçevesine bakılarak sağlanabilir (Limon, 2012, s.111-112). Popüler kültür, insanı diğer insanlarla ortak değerlerde buluşturur. Buna alternatif kültürler ise dönemleri boyunca insanı diğerlerinden çeşitli ait olma kriterleri ile ötekileştirip farklılaştırmıştır. Bu nedendir ki popüler kültür anlayışı sıradanlığı temsil eder. Onun dünya görüşü çoğunluğa hitap etmeyi öngördüğünden, sıradan olması zorunludur.

Modernizm, bir geçiş çağı sistemidir. Çoğalmanın merkezinde kendi kendini yeniden üreten ve üretmek için insan bilincinden geçmek zorunda olmayan, kendisini otomatik bağlamış düzenekleri koşullu bir sistemdir (Gürler, 2012, s.104).

“20. yüzyılın sanata ve sanat anlayışına olan tepkisel hareketi, sanat ile gündelik hayat arasındaki sınırları belirsizleştirmeye başlamıştır. 1960'lı yıllarda sanatın genelin anlayışına hitap etmeyen, kendine özgü sanat ölçütleri, özgünlük ve farklı olma çabası son bulmuştur. Sanat etkinlikleri müzelerden ve galerilerden çıkmaya, happeningler veya performanslar çerçevesinde görülmeye başlamıştır” (Soğuksu, 2015, s.38-39).

Kapitalizmin gücü ve ağırlığının gölgesinde ortaya çıkan Popüler Kültür, toplumun genelini varış çizgisi kendisi tarafından belirlenmiş bir tüketim ilişkisine

doğru sürüklemektedir. Küreselleşmenin ürünü olan tüketim kültürü içinde tüketim ilişkisini yönetebilmenin yolu tüm sanat tarihi boyunca tariflenmiş kavramların yeniden tarifi ile mümkün olmaktadır. Artık yeni bir estetik, yeni bir biçim, yeni bir gereklilik ve yeni bir sanat tanımı yapılmıştır ki bu dönem de postmodern dönemden başka bir şey değildir. Postmodern estetik anlayışında birbiri ile ilintisiz pek çok disiplin ve kavram sentezlenmiş, seçkin olanla sıradan olan, estetik olan ile olmayan aynı potada harmanlanmıştır. Bu da beraberinde yeni bir tüketim ilişkisi getirmiştir (Sebik, 2012, s.117-118).

Genel anlamıyla kitsch, popüler kültürün bir uzantısıdır. Sanayi Devrimi ile kapitalist sistem içinde endüstrileşen kültür sonucu çıkan üret-tüket, alım-satım ikiliklerinde popüler kültürün, tüketim ilişkisine konu ettiği kitle, az eğitimli, zor ekonomik ve sosyal koşullarda hayatını sürdürebilen bir kesimindi. İşte popüler kültür de bu kitlenin kültürüdür (Demir, 2009, s.46).

Kültürün evrensel değerlerden uzaklaşarak, her geçen gün yozlaşması ve popüler kültür ve ürünü kitsch nesnelerin yayılması eğitim sistemi üzerinde de olumsuz etkiler yaratmakta. Özellikle sanat eğitimi gören öğrencilerin pratikte ihtiyaç duydukları, estetik beğenilerinin gelişmesinde rol oynayacak olan toplumsal kültür, sanat etkinlikleri, sanat kültürü ve sanat eğitimi ile ilgili yetersizlikler, öğrencilerin sorunlarını arttırmaktadır. Bu durum göstermektedir ki, hem eğitimde hem de sosyal tarafta, sanat algısı üzerinden; estetik beğeni kavramı yeniden gözden geçirilmelidir.



3. KITSCH ÜZERİNE BİREYSEL DENEMELER

‘Kitsch Sanat Üzerine Denemeler’ isimli çalışmam sırasında yapmış olduğum çalışmalar kitsch olguları, oluşumları ve işlevselliği göz önünde bulundurularak hazırlanmıştır. Çalışmalarda tema olarak ele alınan konular görsellikle beraber aynı zamanda mekânda verdiği etki ve işlevsellik bağlanımda değerlendirilmiştir. Kitsch kavramının doğuşu, yayılışı bize insanların ister istemez haz duyacağı, zevk alacağı unsurlara ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Yapılan denemelerde çalışmaların tamamı kitsch olarak değerlendirilmesindeki sebep hem seri üretim olarak herkes tarafından elde edilebilir olması aynı zamanda görsel olarak zevk vermesi ve benimsenmesidir. Bu yönüyle kitsch’in sadece sanatsal ya da anıtsal amaca hitap etmediğini de görmüş oluyoruz.

Teknolojinin ilerlemesi üretim kolaylığı sağlarken ticari amaçla üretilen kitsch ürünlerin çoğalmasına da sebep olmuştur. Denemelerdeki çalışmaların teknolojik malzemeler kullanılarak şişirilebilir malzeme kullanılması aynı zamanda portatif bir yapıya sahip olmasını sağlamaktadır. Bu yönüyle çalışmalar farklı mekânlara kolayca kurulabilmesi açısından da tercih edilme sebepleri arasına girmektedir. Çalışmaların zemin kısmında hava üfleme motoru mevcuttur. Kullanılan kumaş malzeme fabrikasyon bir şekilde birçok renkte imal edilip, malzemeye hava geçirmeme özelliği kazandırılmıştır. Motor sisteminin hava üflemesiyle oluşan basınç, kumaşın üç boyutlu olarak tasarlanıp birçok parçadan özel yöntemlerle birleştirilerek oluşturulan formun ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Öncelikle görseldeki form üç boyut kazandırılmak üzere tasarlandıktan sonra kumaş malzeme yüzeyler halinde parça olarak kesilir. Bazı çalışmalarda kumaş üzerine baskı uygulanmaktadır. Baskı uygulanacak yüzeye kumaş rulo halindeyken tasarlanarak baskı makinasında baskı uygulanır. Daha sonra parçalar kesilerek birleştirilmeye başlanır.

Denemelerdeki çalışmalar herhangi bir mekânda çok kısa sürede şişirilerek devasa boyutlarda bulunduğu alanı renklendirip süslemektedirler. Dügün mekânları, organizasyon alanları ve daha birçok halka açık alanda kullanılabilir niteliktedirler.

Kitsch güzel görünen her şeyi içine alabilir. Kitsch kullanıcısı sadece tüketmeye odaklıdır ve sadece kitsch'i kullanır. Kullandığı olguyu oluşumu anlamaya yönelik hiçbir çaba sarfetmezken sadece tatmin olma yönünde eğilimler gözlenir. Kitsch üzerine yaptığım denemelerimde bu yönde eğilimler göz önünde bulundurularak talepler incelenerek insanların sahip olmak istedikleri dekoratif öğeler değerlendirilerek çalışmaların temelleri ortaya çıkarılmıştır. Kitsch çalışmaları bazı kompozisyonlar oluşturarak kültürel oluşumları değerlendirip halkın düşüncesiyle diyaloglar içerisinde ele alınarak değerlendirilmiştir. Kitsch halkın sanatı olarak bu doğrultuda süsleme görselleri herkesin ulaşabileceği bayağı sıradan bir hal alarak kendini göstermiştir. Kitsch halka hitap eden bir sanat olarak süsleme görselleri herkesin ulaşabileceği sıradan bir hal alarak oluşmuştur.



Resim 3.1. Rıdvan IŞIK, “Çelik Görünümlü Dekorlar” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018

“Çelik görünümlü dekorlar” isimli çalışmanın geometrik şekillerden oluşması ilk bakışta sert bir malzeme olan çelik etkisi vermesi oldukça önemlidir. Boyutları 1,5 metre ile 2,5 metre arasındadır. Çalışmada kullanılan malzeme özel üretim bir kumaştır. Kumaşın yüzeyi fabrikasyon yöntemlerle metal görünümlü bir malzemeyle esnekliğini koruyacak şekilde kaplanmıştır. Aynı zamanda parlak ve ayna gibi yüzeyi ışığı yansıtma özelliğine de sahiptir.

Seri üretim süreci sanatsal boyutun ortadan kalkmasına ve spesifik kitsch özelliklerinin meydana gelmesini sağlamaktadır. Bu tip tavırlar kitsch ürünleri açısından planlanan birtakım teknolojik araçlarla oluşturularak kullanıma sunulur. Kitsch doldurulması gereken bir boşluğun gerektirdiği şekilde çeşitli kaygılar sonucu ortaya çıkma şeklidir. Ayrıca Kitsch nesnesi sadece göze hitap ederek güzel görüldüğü için değil herkes tarafından elde edilebilecek şekilde ve kolay ulaşılabilir

olması ile de cazibesini arttırır. Kitsch'in en belirgin özelliklerinden biri ticari olmasıdır. Aynı ürünün, şeklin ya da nesnenin birden fazla üretilmesine olanak sağlamasıdır.



Resim 3.2. Rıdvan IŞIK, “Çiçekli Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018



Resim 3.3. Rıdvan IŞIK, “Çiçekli oval Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2017

“Çiçekli Tak” ve “çiçekli oval tak” isimli çalışmalarda çiçek ve yapraklar gövde bölümüne boyut kazanacak şekilde monte edilerek giriş süslemesi ve giriş takı olarak dizayn edilmiştir. Genellikle mekân girişlerinde, düğün süslemelerinde, çocuk oyun alanlarında daha birçok mekânda kullanılabilecek süsleme malzemesi olarak tercih edilmektedir.

Şahin (2016)'e göre; Yaşantımızdaki estetik yönden fakir, görsel kirliliğinin farkına varmamak mümkün değil. Sanayileşmenin sonucu olan bu kültürel karmaşa ya da belki de kaos, sanatsal anlamda bilgisizliği arttırırken, tercihlerimizi de

belirleyerek görsel kirlenmenin unsurlarından birini de insan olarak belirliyor. Sanatın ticari bir kaygıya dönüştüğü kapitalist kültürde, sistemin nihai hedef olan karı sağladığı sürece kirlilikle ilgili bir derdinin olmasını beklemek gerçekçi sayılmaz. Sanayileşme ile doğru orantılı büyüyen makineleşme ucuz taklitlerin seri üretim içinde üretilip pazarlanmasına olanak vermektedir. Kitsch'in sanat bağlamda ele alınabilecek bir kavram olup olmadığı; günümüz sanatında kitsch'in sanatın hangi kategorisinde incelenmesi gerektiği de muğlak olan konulardan biridir (Şahin, 2016, s.3). Kitsch kavramının sanat olup olmadığı yönünde birçok değerlendirme vardır. Kimi kesimler Kitsch'i sanat olarak tanımlarken, bazı kesimlerse sanat olmadığı yönünde düşüncelere sahiptirler. Yalnız şöyle de bir durum var ki halkın gündelik yaşamına bazı zevkler katan monoton hayatın keşmekeşliğinden çıkaran kitsch olgusu için halkın sanatı demek yanlış olmaz.



Resim 3.4. Rıdvan IŞIK, “Kelebek Desenli Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018



Resim 3.5. Rıdvan IŞIK, “Melek Kanatlı Tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2017

“Kelebek ve Melek Kanatlı Tak” kelebek desenli çalışmamda kumaşa baskı yöntemi uygulanıp kelebek dokusu verilmiştir. Tasarım aşamasında kelebeğin kanat

şeklinden yola çıkılmış ve dokusu kopya edilmiştir. Günümüzde tüketicilerin kullanım şekilleri göz önünde bulundurularak estetik olarak hoşlanabilecekleri görsel etkileri kopyalayarak oluşturulmuştur.

Öncelikle kumaş malzeme için yapılacak baskı tasarım aşamasından sonra baskı makinası ile metraj kumaşa uygulanır daha sonra oluşturulan kalıpla kesilip birleştirilerek çalışmamız şişirilmeye hazır hale getirilir. Melek kanatlı çalışmamızda ise baskı kullanmadan düz beyaz kumaş kalıplama yöntemi ile kesilerek kesilen parçalar birleştirilir. Kelebek desenli tak ve melek kanatlı tak çalışmalarımızın üretim amacı organizasyon mekânının girişini süslemesidir. Görsel bir etki vermesi açısından kullanıcı insanlar tarafından çokça tercih edilmektedir. Ayrıca aynı çalışmadan seri olarak yüzlerce üretmek mümkündür.

Geleneksel toplumda insanlar sürekli bir hareket içerisinde kendini yenileyerek farklı olma çabası içerisinde. Kişisel tatmin, endişe ve trajediler kültürel ve disiplinler arası hareketi ortaya çıkararak çeşitli gelişmeleri sergilemektedirler. Bu gelişmelerle hareket ederek ani tüketim nesnelere ortaya çıkar. Kitsch'in en büyük hareketi sanatsal ve kültürel oluşumda tüketicinin hoşlanabileceği görsel etkiyi yaratarak ortaya çıkarmasıdır.

Kitsch gerçekte toplumun büyük kesiminin tarzı olarak yani orta sınıf diyebileceğimiz kesimin beğenisidir. Kitsch sanatsal eksikliğin ortaya çıkardığı varoluşun farkındalığın sonucu olarak karşımıza çıkar. Ayrıca sıradanlıktan kaçış olarak farklılık duygusu içerisinde bir boşluktan meydana gelen zevk verici bir unsur olarak düşünülebilir. Bütün bu unsurlar göz önünde bulundurularak ortaya çıkarılan çalışmalar kitsch eğlencesi ve halkın zevki diye tabir edilebilirken günümüzde bir sektör haline alan göz doldurma ve sıradanlıktan ve banallikten uzaklaşma çabasıdır.



Resim 3.6. Rıdvan IŞIK, “Çiçekli Ağaçlar ve Ev” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018



Resim 3.7. Rıdvan IŞIK, “Ellerin Arasında Küre” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018

“Çiçekli Ağaçlar ve Ev” isimli çalışmam kelebek desenli çalışmamda olduğu gibi yüzeyi baskı yöntemi ile yapılmıştır. Tiyatro etkinliği için düzenlenen çalışmalar diğer tüm çalışmalarımızda olduğu gibi şişirilebilir portatif olarak tasarlanmıştır. Sürekli farklı mekânlara kurularak etkinlik dekoru olarak kullanılmaktadır. Çiçekli Ağaçlar ve ev çalışması Niloya isimli çizgi filmde esinlenilerek üç boyut kazandırılmıştır. Tiyatro sahnesinde oyunu canlandırırken çocukların daha fazla ilgisini çekmek amacı ile çizgi filmdeki birebir ev dekoru kopya edilmiştir.

Kitsch taklit etme özelliği açısından ele alındığında herhangi bir sanatsal özelliği taşımadan tarzı ve tavrı açısından sıradanlıkla orjinallik arasında büyük bir farkla ortaya çıkar. Herhangi bir gerçek eserin kopya edilmesi özgünlükten uzak sadece görsel amaca hitap ederek şekillendirilmiş olur.



Resim 3.8. Rıdvan IŞIK, “motifli tak” Anadolu Art Kişisel Atölye 2018

“Motifli tak” isimli çalışmam düğün ve etkinlik alanı süslemesi amacı ile görsel bir etki katılarak mekânı süsleme amacı ile kullanıma sunulmuştur. Şişirilebilir özel kumaştan üretilen dekor düğün ve etkinlik alanı geçiş yürüyüş yolu olarak tasarlanmıştır. Özellikle halka açık mekânlarda tercih edilen bu tür ürünler herhangi bir işlevi olmamasına karşın sadece alanı görsel olarak süsleyen ve renklendiren bir nitelik taşımaktadır. Daha önceleri düğün, özel günler vb. bu tür uygulamalar yokken şimdilerde olması ancak uygulamaların estetik kaygılardan uzak olup renk, kompozisyon, biçim gibi eksiklerin farkına varılmaması *kitsch* ile bağlantılı şekilde değerlendirilmesine yol açar. Popüler kültürün ışığında kültürel yozlaşma çağı gerektirdiği şekilde kullanıma sunulmuştur. *Kitsch* kavramının kullanımıyla alt kültür, üst kültür farkı ortaya çıkarak ara kültürler kendini belli eder hale gelmektedir.

Tüketime bağlı olarak oluşturulan anlayış kendini her alanda gösterdiği gibi özel gün ve etkinliklerin gösteri alanlarında da ortaya çıkarmıştır. *Kitsch* ile bağlantılı olarak yeni oluşumları harekete geçirerek köklü bir anlayış ortaya çıkarak benimsenmiştir. *Kitsch* kullanıcısı ya da ihtiyaç sahibi hiçbir şekilde sorunla karşılaşmak istemez kullanacağı *kitsch* nesnesini kolaylıkla beğenip benimsemek ister. Aynı zamanda anlamak için çaba sarf etmek istemez. *Kitsch* nesnesi kolay anlaşılır ilk bakışta kendini belli eden göz doyurucu nitelikte olması gerekir.

Popüler kültürle ayrılmaz bir bütün olan magazin kültürü üst sınıf alt sınıf kitlenin yaşam tarzına içinde buldukları yaşam koşulları düşünüldüğünde bir tür

rahatlama aynı zamanda tatmin etme diye düşünülebilir. Tüketim toplumunun metalaşmış bir parçası olarak düşünüldüğünde *kitsch* kültürünün pozitif etki yaratan bir unsur olduğunu görebiliriz. *Kitsch* yaşam biçimi halini alırken bazı kesimlerde özenilecek bir tavır olarak etki gösterir.

Dekorda birbirini takip edecek şekilde yerleştirilebilen birden çok unsur bulunmakta ve on metre alanı kaplayabilecek kadar büyüktür. Ayrıca kolay taşınıp kurulabilmesi pratik olması tercih sebebidir. İstenilen alana sadece birkaç dakika içerisinde şişirilerek kurulması bu dekorun kolaylığını halkın kullanımına sunmuştur. Etkinlik alanında kullanılan çalışmalarımızın içerisine ışık sistemi yerleştirilerek gece kullanımlarında da ayrı bir etki verilmek istenmektedir. Resim 3-9 ve Resim 3-10 de çalışmaların gece görünümüdür.



Resim 3.9. Rıdvan IŞIK, "gece görünüm" Anadolu Art Kişisel Atölye 2018



Resim 3.10. Rıdvan IŞIK, "gece görünüm" Anadolu Art Kişisel Atölye 2018

4. SONUÇ

‘*Kitsch* Sanat Üzerine Denemeler’ isimli çalışmam sırasında görülmüştür ki, kavram olarak *Kitsch*’i tek bir tanımla açıklamak ya da tam anlamını bulmak hiç kolay olmadı. *Kitsch* kavramının doğuşu ve yayılışının anlaşılması, *kitsch* ile bağıntılı diğer kavramların; popüler kültür, üst kültür, alt kültür, kültürel yozlaşma, çağın ekonomi politiği, teknolojinin irdelenmesi ile mümkün olabilir. Bu yönüyle “*kitsch*” sadece sanatsal bir kullanıma sahip değildir.

Bir toplumun estetik değerleri ve sanat anlayışı, o toplumun niteliğini ve kalitesini açıklar. Günümüz sanat algısına bakıldığında beğeni eğilimleri, popüler olana karşı gösterilen yüksek taleple donatılmıştır. Bir tüketim malzemesi haline dönüştürülen sanat ürününün, ‘popülerleşip’ ve ‘herkese’, ‘her kitleye’ kolaylıkla ulaştırıldığı popüler kültürde, *kitsch*, klasik sanat anlayışından uzaklaşıp, tüketim piyasasında yerini alarak kendine özgü sanat ürününü yaratıp üretme ve pazarlama işlevini kolaylıkla yapabilmektedir. *Kitsch*’in varlığı ekonomik ve politik değişimlerin yaşandığı gelişmekte olan ülkelerde sıkça görülmektedir. Genel olarak düşündüğümüzde, kapitalist düzenin kültürün endüstriyel gelişmelerle harekete geçen üret-tüket ilişkisinde, *kitsch*, popüler kültürün tüketme ilişkisine baz alınarak etkilemeye çalıştığı eğitimsiz, zor şartlarda yaşayan bir topluluğun kültürüdür, yani popüler kültür etkisinin bir sonucudur.

1980’li yıllardan itibaren popüler kültürün önemli bir parçası olan magazin, üst sınıf ve/veya zengin kitlenin yaşantısına, içinde bulunulan sosyo/ekonomik yaşamın gerçekleri yadsınarak, sadece ‘o anın’ yüzeysel değerleriyle yetinerek bir tür rahatlama ve haz vermesine olanak sağlamıştır. Ülkemizde *Kitsch*’in yaşam biçimi olarak yaygınlaşmasında, geniş kitlelerin üzerinde pozitif etki yaratan magazin, bu kültürün alıcısını aynı zamanda kitsch kültürünün de tüketicisine dönüştürmektedir.

Sanat ürünlerinin, sanatsal kaygı ile değil, tamamen kitle tüketime yönelik ürünlere dönüşmesi yani sanatın metalaşması, onun sanatsal değerinden ziyade, sahip olduğu ekonomik değer ve bu kitleler üzerinde oluşturacağı etki değerlendirilmektedir. Bu noktada ise, sanatçı ve yarattığı arasında bir uyumsuzluk oluşturmaktadır.

Görülüyor ki sanatı önemli bir tüketim metası olarak değerlendirmek, kapitalizmin devamlılığı için zorunludur. Üretim ve tüketim ilişkilerinin, herkes için her şeyi sunma prensibi, sanat da dâhil olmak üzere tüm kültürel yapıların değerler sistemini değiştirmiştir. Post-Endüstriyel toplumun ihtiyaçlarını giderecek, onu güdüleyecek yeni bir sanatçı tipolojisi ortaya çıkmıştır. Bu sanatçı tipolojisi, kültürü ve üretim çevrelerini *Kitsch* ağırlıklı bir sanata davet etmektedir.

Bu durum eğitimin “kalıcı ve iz bırakan davranış değişikliği meydana getirme” felsefesindeki ‘kalıcılık’ amacı ile *kitsch* olgusundaki, ‘geçicilik, hız ve tüketim gerçeğiyle çeliştiğinden, aynı sanat eserinde olduğu gibi sanat eğitimi ile de tezattır.

Popüler Kültür kavramını, *kitsch* sanat ve kültürü ile doğrudan bağlantılı olarak gündeme geldiğini göz önünde bulundurursak, estetik modernizme, onun sanatsal niteliğine, beraberinde gerektirdiği entelektüel kültürün ‘*elitist*’ sanat anlayışına karşı bir başkaldırı ve ondan uzaklaşma olduğunu söyleyebiliriz.

Genel kitlenin sahte duyumları, yüksek kültür için onaylanmayan bir tür sahtelik, zevksizlik, bayağılık olarak yargılansa da üretimin hizmet etmek zorunda olduğu kapitalist dünyanın varlığını sürdürme adına yarattığı bir nevi karmaşa hali *kitsch* ürünlerin kabullerini kolaylaştırmaktadır.

KAYNAKLAR

- Albayrak, M. (2012). *Estetik'in Serüveni-Sanat Felsefesi*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Antmen, A. (2016). *Beyaz Küpün İçinde*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Aslışen, M. (2006). *Post-modern Süreçte Kitsch Olgusu*. (Yüksek Lisans) Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Atalay, M. C. (2013). *Yüksek Öğrenim Gören Öğrencilerin Estetik Tercihleri*. (Yüksek Lisans), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Başçelen, H. (2015). *Lisans Düzeyinde Güzel Sanatlar Eğitimi Alan Öğrencilerin Estetik Beğeni Düzeylerinin Araştırılması*. (Doktora), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Berk, E. (2017). Halk Zevki ve Zevksizlik Arasında: Bir Kitsch Sosyolojisine Doğru. *Ulakbilge*, 5(14), 1205-1226.
- Calinescu, M. (1987). *Five Faces of Modernity*. Durham, Duke University Press.
- Ceylan, P. (2014). *Clement Greenberg 'Avangard ve Kitsch' 1939. Sanat Kuramları*. Retrieved from <http://sanatkuramlari.blogspot.com.tr/2014/04/pnar-ceylan-clement-greenberg-avangard.html>
- Cömert, B. (2008). *Estetik*. Ankara: De Ki Basım Yayım Ltd. Şti. .
- Eker Türkmen, M. (2015). *Dönemin Moda Dergilerindeki Görsellerden Yola Çıkılarak Türkiye'de 1980'li Yıllar Modasındaki Kitsch Etkisi*. (Yüksek Lisans), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Erol, İ.L. (1999). *Türkiye'de Popüler Sanat ve Kitsch*, Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Gürler, Z. (2012). *Resimde Çoğaltımın Sanat Nesnesine Yarattığı Anlam Kayması ve Kitsch*, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Ana Sanat Dalı, Mersin
- Güven, M. (2016). *Sanat Eğitiminde Eleştirel Pedagoji Bağlamında Kitsch Olgusu ve Estetik Beğeni Üzerine Bir Değerlendirme*. (Doktora), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Halhallı, H. K. (2013). Hakikatin İptali Ya Da Çirkinliğin Meşrulaşması Olarak Kitsch Pratikler. *İnönü Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 3(8), 189-196.
- İlbeyi Demir, F. G. (2009). *Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- internet: kahraman, 2015
- http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME5-ISSUE4_files/tojdac_v05i406.pdf
Adresinden 22.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: beyazmüzayede, T.Y
- <http://www.beyazart.com/sanatci/Jeff-Koons> Adresinden 20.06.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: ali artun, 2017

<http://www.aliartun.com/yazilar/kitschin-sanati-zehirlemesi-jeff-koons-vakasi/>
Adresinden 20.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: lebriz, 2011

<http://lebriz.com/pages/lzd.aspx?articleID=979&bhcp=1> Adresinden 22.02.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: İstanbul sanat evi, 2018

<https://www.istanbulsanatevi.com/sanatcilar/soyadi-h/hamilton-richard/richard-hamilton-hayati-ve-eserleri/> Adresinden 20.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: İstanbul sanat evi, 2018

<http://www.artnet.com/artists/richard-hamilton/biography> Adresinden 20.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: tate, T.Y

<https://www.tate.org.uk/art/artists/david-hockney-1293> Adresinden 20.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: themagger, 2018

<https://www.themagger.com/david-hockney-kimdir/> Adresinden 22.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: masadergi, T.Y

<http://masadergi.com/andy-warhol-sozlugu/> Adresinden 22.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: masadergi, T.Y

<http://masadergi.com/andy-warhol-sozlugu/> Adresinden 22.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: masadergi, T.Y

<http://masadergi.com/andy-warhol-sozlugu/> Adresinden 22.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: <https://sanatkaravani.com/andy-warholsanatin-son-evrimini-gerceklestirmek/>
Adresinden 22.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: İstanbulsanatevi, 2019

<https://www.istanbulsanatevi.com/sanatcilar/soyadi-l/lichtenstein-roy/roy-lichtenstein-hayati-ve-eserleri/> Adresinden 22.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: masadergi, T.Y

<http://masadergi.com/roylichtenstein/> Adresinden 22.06.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: masadergi, T.Y

<http://masadergi.com/roylichtenstein/> Adresinden 21.07.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: <https://yemre.com/aglayan-cocuk-portresi> (URL1) Adresinden 21.07.2019 tarihinde erişilmiştir.

- İnternet: <https://www.urieldana.com/articles/art/kitsch-art-odd-nerdrum/> (URL2)
Adresinden 21.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://bodyartexhibition.weebly.com/odd-nerdrum.html> (URL3)
Adresinden 21.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://www.tate.org.uk/art/artworks/duchamp-fountain-t07573> (URL 4)
Adresinden 21.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://glasstire.com/2012/04/16/thomas-kinkade-disney-and-nascar/> (URL 5)
Adresinden 21.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://www.sanatabasla.com/2012/05/02/ademin-yaratilisi-the-creation-of-adam-michelangelo/> (URL 6)
Adresinden 05.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://www.slideshare.net/yoganandakula/nokia-the-connecting-people> (URL 7)
Adresinden 05.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://seyler.eksisozluk.com/ressam-bob-ross-hakkinda-ilginc-bilgiler> (URL 8)
Adresinden 05.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: http://www.tojdac.org/tojdac/VOLUME5-ISSUE4_files/tojdac_v05i406.pdf (URL 9)
Adresinden 05.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: http://www.mavimelek.com/rodin_ve_heykel_sanati.htm (URL 10)
Adresinden 10.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://urun.n11.com/aksesuar/dusunen-adam-biblo-P130433129> (URL 11)
Adresinden 10.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://nyss.org/lecture/carter-ratcliff-the-world-of-art-in-the-age-of-trump/> (URL 12)
Adresinden 10.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <http://www.jeffkoons.com/artwork/made-in-heaven> (URL 13)
Adresinden 10.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <http://artlog.art50.net/tr/50-acik-alan-heykeli/puppy-jeff-koons/> (URL 14)
Adresinden 10.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://publicdelivery.org/jeff-koons-michael-jackson-bubbles-1988/> (URL 15)
Adresinden 10.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://www.abc.net.au/news/2011-03-14/jeff-koons-pink-panther-culpture/2657094> (URL 16)
Adresinden 10.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <http://www.jeffkoons.com/artwork/elephant> (URL 17)
Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <http://www.arkitera.com/haber/3078/%E2%80%98pop-sanatin-babasi--oldu> (URL 18)
Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://www.moma.org/collection/works/63467> (URL 19)
Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://www.christies.com/features/David-Hockney-Portrait-of-an-Artist-Pool-with-Two-Figures-9372-3.aspx> (URL 20)
Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.
- İnternet: <https://thedavidhockneyfoundation.org/artwork/2513> (URL 21)
Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: <http://www.artmutt.org/the-fly-in-the-ointment/> (URL 22) Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet: <http://www.leblebitozu.com/pop-art-sanatcisi-andy-warholun-18-eseri/> (URL 23) Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.

İnternet:<https://www.istanbulsanatevi.com/sanatcilar/soyadi-l/lichtenstein-roy/roy-lichtenstein-bogulan-kiz/> (URL 24) Adresinden 19.07.2019 tarihinde erişilmiştir.

Kahraman, M. E. (2015). *Popüler Kültürün Sanat ve Tasarım Ürünlerini Kitschleştirilmesi*. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC, 5(4).

Kızılcıkelik, S. (1999). *Postmodernizm Dedikleri*. İzmir, Saray Kitapevleri.

Korkmaz, B. (2013). *Resim Sanatındaki Estetik Değer*. (Yüksek Lisans), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Kulka, T. (2014). *Kitch ve Sanat*. İstanbul:Altıkkırkbeş Yayın.

Limon, B. (2012). Kültürel Değişim Sürecinde Popüler Kültür Ve Kitsch Kavramı. *İdil Dergisi*, 1(3).

Nerdrum, O. (2010). *Kitsch Üzerine*. İstanbul:Mitos-Boyut Yayınları.

Özbal, N. (2017). *Estetik Eğitim*. (Yüksek Lisans), Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale.

Özel, A. (2014). *Estetik ve Temel Kuramları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Rockmore, Tom, Breazeale, Daniel (2010). *Fichte, German Idealism, and Early Romanticism*, Rodopi, New York.

Scruton, R. (2015). *Kitsch'in Dayanılmaz Çekiciliği*. <http://www.eskop.com/skopbulten/kitschin-dayanilmaz-cekiciligi/2273> adresinden 27.02.2019 tarihinde erişilmiştir.

Sebik, C. (2012). *Sanat Eğitiminde Bir Estetik Problem Olarak Kitsch ve Sanat Ayırımı*. (Yüksek Lisans), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Selvi, E. (2008). *Kitsch Olgusunun Lise Öğrencilerinin Estetik Algı Ve Beğenilerine Etkileri* (Yüksek Lisans), Gazi Üniversitesi, Ankara.

Soğuksu, N. (2015). *Pop Art'ın Grafik Tasarım Üzerindeki Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarım Ana Sanat Dalı Programı, İstanbul

Şahin, H. (2016). Sanatta Kitsch Olgusu Üzerine. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 9(17).

Şentürk, Levent (2014). *Kitsch Sözlüğü*. Kocaeli: Kült Yayınları.

Timuçin, A. (2014). *Estetik*. İstanbul: Bulut Yayınları.

Timuroğlu, V. (2013). *Estetik*. İstanbul: Berfin Yayınları.

Tunalı, İ. (2002). *Estetik*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Ulusoy, M. (2017). *Kitsch Kültürü ve Eleştirinin Değersizleştirilmesi* <https://www.aydinlik.com.tr/kose-yazilari/mehmet-ulusoy/2017-subat/kitsch->

kulturu-ve-elestirinin-degersizlestirilmesi Adresinden 22.02.2019 tarihinde erişilmiştir.

Welsch, W. (2014). Beauty is Freedom in Appearance - Aesthetics as a Challenge to the Modern Way of Thinking. <http://hdl.handle.net/2027/spo.7523862.0012.016> Adresinden 22.02.2019 tarihinde erişilmiştir.

Yılmaz, N. (2011). Sanata Yüzeysel Bir Tepki: Kitsch. Lebriz Sanal Dergi.





ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı :Rıdvan IŞIK

Uyruğu :TC

Doğum tarihi ve yeri :Doğanşehir 1981

Medeni hali :Evli

Telefon :05056653617

Faks :02428248802

e-mail :isikridvan@gmail.com

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Lisans	Cumhuriyet Üniversitesi	2006
Lise	Malatya Lisesi	1999

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
-----	-----	-------

Yabancı Dil İngilizce

Yayımlar

Hobiler



le.ahbv.edu.tr



le.ahbv.edu.tr