

HALK ZEVKİ VE ZEVKSİZLİK ARASINDA: BİR KİTSCH SOSYOLOJİSİNE DOĞRU¹

Ersin BERK ²

ÖZ

Batı’da okuma yazma bilmek ve sanatla ilişki kurmak yüzyıllar boyunca toplumun yalnızca sınırlı kesimlerinin tecrübe edebildiği yüksek kültür faaliyetleri olmuştur. Oysa matbaanın ve baskı makinalarının icat edilmesi halk ve yüksek sınıflar arasındaki kültür çizgisini silikleştirmek adına önemli bir kırılma yaratmıştır. Okuma yazma alışkanlığının yaygınlaşması kitlelerin kendi beğenileri doğrultusunda eser ve eşyalar talep ederek “halk zevki” kavramının filizlenmesine sebep olmuştur. Bu durumdan rahatsız olan bazı sanatçılar ve “zevk sahibi” yüksek sınıflar, halk zevklerini ötekileştirerek sanatın geleneklerden ve düşük kültüre hitap eden beğeni düzeyinden uzaklaştırılması gerektiğini savunmuşlardır. Sanatın giderek daha soyut bir biçim haline bürünmesine zemin sağlayan bu tavır, kitleleri daha rahat anlayabilecekleri ve zahmetsizce tüketebilecekleri bir sanat arayışına itmiştir. Kitlelerin modern demokrasiyle birlikte çeşitli imkânlar ve boş zaman elde etmeleri bu arayışı daha da hızlandırarak kitsch kavramının doğmasına neden olmuştur. Her ne kadar günümüzde halk zevki ve kitsch kavramları birbirlerinin içine geçmiş olarak gözüke de, bu makale, kitsch ve halk zevki arasındaki temel farkları ortaya koymayı hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Kiç, Halk Zevki, Zevksizlik, Kitle Kültürü

¹Bu çalışma, “*Kitsch Kavramı Bağlamında Martin Parr Fotoğraflarının Analizi*” adlı yayınlanacak Yüksek Lisans tezinin üçüncü bölümünün genişletilmiş halidir.

²Öğr. Gör. Sakarya Üniversitesi, Ferizli Meslek Yüksek Okulu, Tekstil Teknolojisi Bölümü, ersinberk(at)sakarya.edu.tr

BETWEEN FOLK TASTE AND TASTELESSNES: TOWARDS A KITSCH SOCIOLOGY

ABSTRACT

In the Western world, literacy and involvement in art have been an experience only available to a limited number of people from a certain class, for centuries as a high-culture activity. However, the invention of the printing press and the emergence of printing houses have been a dramatic break to diminish the cultural line/border between the classes. The widespread use of literacy has caused the masses to come forward with the concept of “people’s taste” by demanding works and materials to their own liking. Some artists and the upper-class, feeling disturbed about this situation, argued that art should be distanced from the tradition and the taste appealing to the people of lower cultures. While this gradually caused art to become more abstract, it also pushed the masses into a search for a sense of art that could be understood and consumed easily. The obtainment along with modern democracy of the masses' various opportunities and idle time/leisure accelerated this search even more and triggered the birth of the notion "kitsch". Even though folk public taste and kitsch appear to be intertwined notions in our day, this article's aim is to put forth the fundamental differences between kitsch and folk taste.

Key Words: Kitsch, Folk Taste, Mass Culture, Tastelessness

Berk, Ersin. “Halk Zevki ve Zevksizlik Arasında: Bir Kitsch Sosyolojisine Doğru”. *ulakbilge* 5. 14 (2017): 1205-1226

Berk,E. (2017). Halk Zevki ve Zevksizlik Arasında: Bir Kitsch Sosyolojisine Doğru. *ulakbilge*, 5 (14), s.1205-1226.

Giriş

Kitsch sözcüğünün kökeninin hangi dile ait olduğu ya da hangi kelimedenden türediği tam olarak bilinmemektedir. Literatürde kitsch sözcüğünün kökenine ve anlamlarına dair yapılan açıklamaların çeşitlilik gösterdiği söylenebilir. İngilizce-Türkçe sözlükte kitsch'in tanımı, "Uyduruk sanat eseri; ucuz edebiyat; sanat eseri gibi ortaya sürülen, fakat saçma, gülünç veya değersiz olarak kabul edilen süslü eşyalar, edebiyat yazıları, vb." olarak yapılmaktadır (Longman, 1993). Almanca-Türkçe sözlük ise kitsch'i "İlkel araçlarla ve yollardan duyguları harekete geçirmek isteyen sözde sanat eseri; sanat değeri olmayan değersiz eser, bayağı şey, zevksizlik" olarak tanımlamaktadır (TDK, 1993).

Ludwig Giesz "Phänomenologie des Kitsches" adlı eserinde kitsch terimi için birkaç köken bilim önermektedir. Giesz'in kitsch'in kökeni için ilk önerdiği köken İngilizce "sketch" kelimesidir. Bu terim, on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında Münih'i gezen ve ucuz resimler almak isteyen Amerikan turistlerin bir "Sketch-taslak resim var mı?" diye sordukları zamana kadar geriye gitmektedir. Bunun sonucu olarak, Almanca kitsch terimi, bir "estetik deneyden" geçmek isteyen kimselerce satın alınmış olan her türlü ıvır zıvıra uygulanmaya başlanmıştır (Eco, 1992: 272). Kitsch'in İngilizce sketch kelimesinden türediğine Lukacs'ın ifadelerinde de rastlanmaktadır. Ona göre de kitsch kelimesi sketch kelimesinden bozularak türemiş ve piyasaya sürülen ucuz resimleri ve genel beğeniye uydurulmuş nesneleri dile getirmektedir (Lukacs, 1998: 204).

Giesz'in kitsch'in kökeni için önerdiği diğer bir fiil ise "*kitschen*" dir. "Yol boyunca çamur toplamak" anlamına gelen bu fiil, Mecklenburg lehçesinde zaten vardır ve aynı zamanda "birçok seçkin görünüş kazandırmak için mobilyayı elden geçirmek" anlamına da gelmektedir. Aynı kelimedenden türemiş "verkitschen" fiili de "ucuza satmak" demektir ve Giesz'e göre kitsch terimi buradan da türemiş olabilir (Eco, 1992: 272). Gilbert Highet'e göre kitsch Rusça "mağrur ve şişmiş olma" anlamını taşıyan "*kiçitsiya*" (keetcheetsya) fiilinden türemektedir. Hilbert, kitsch'in "kaba gösteriş" anlamına geldiğini ve "yapması büyük sıkıntı yaratan ve oldukça çirkin olan her şey için geçerli olduğunu" ifade etmektedir (Calinescu, 2010: 260). Kulka'nın ifadeleri arasında kitsch'in Türkçede "şık, zarif" (sözlük) anlamlarına gelen Fransızca "chic" kelimesinden türediği yönünde iddiaların olduğuna da rastlanılmaktadır (Kulka, 2012: 33). Chic kelimesi Baudelaire'in eleştirilerinde de karşımıza çıkmaktadır. Baudelaire bu sözcüğün ressamların modele ya da doğaya başvurmadan yaptıkları resimleri ifade etmek için kullanıldığını söylemektedir. Ona göre chic "her türlü eğreti işi niteliklerini ifade eder" (Baudelaire, 2009: 161).

Kitsch kavramının kökenine dair tartışmalardan görüldüğü üzere kelimenin nereden türediğine dair kesin bir bilgi bulunmasa da, kavramın genel olarak zevksizliği, ıvır zıvır eşyaları, değersiz, çirkin, taklit ve ucuz şeyleri çağrıştıran bir kavram olduğu anlaşılmaktadır. Calinescu, çeşitli dillerde sanatsal kötü zevki belirten sayısız terim içinde yalnızca kitsch'in gerçekten uluslararası bir konum elde eden tek terim olduğunu ve Almanların bunda katkısının öneminin büyük olduğunu açıkça belirtmektedir (Calinescu, 2010: 259). Yazarların kitsch'in evrensel bir olgu olmasının yanında hemfikir oldukları diğer bir konu ise; kitsch'in genel olarak ucuz ve taklit nesneleri genellemek ya da onları küçümsemek ve ötekileştirmek için kullanılan bir kavram olmasıdır. "Kitsch aşağılayıcı bir kavramdır. Geleneksel olarak kitsch kelimesi süslü püslü, bayağı nesneleri veya basit ve anlamsız motifleri olan, seri hâlde üretilmiş ucuz resimleri tarif etmek için kullanılır" (Nerdrum, 2015: 14). Calinescu kitsch'in geçmişte ne olursa olsun güçlü bir şekilde küçültücü bir sözcük olduğunu "Bir şeyi kitsch olarak adlandırmak birçok durumda onu zevksiz, itici, hatta iğrenç olarak reddetmenin bir yoludur," cümleleriyle ifade eder (Calinescu, 2010: 261). Oysa insanların kitsch'e karşı gösterdikleri bu küçümseyici tavrın nedenleri sorulduğunda en sık karşılaşılan durum bu soruya herhangi bir yanıtlarının olmadığıdır. Ne ki kitsch'i bu şekilde küçümsemek onu tanımlamayı kolaylaştırmaktan ziyade daha da karmaşık bir hâle getirmektedir.

Kulka, "kitsch nedir" sorusunu biçimsel olarak Aziz Augustine'in "İtiraf" adlı kitabında kendisine sorduğu "zaman nedir" sorusuna benzetmektedir. Çünkü Aziz Augustine kolayca yanıtlayabileceğini sandığı bu soruyu kendine sorduktan bir zaman sonra net bir yanıt olmadığını fark etmiştir. Dolayısıyla, Augustine "zaman nedir" sorusuna somut bir cevap bulmaktan ziyade yoğun bir kafa karışıklığı ile karşı karşıya kaldığı sonucuna varır. Kulka'ya göre "kitsch nedir" sorusu da, en az "zaman nedir" sorusu kadar açıklanması zor ve karmaşık bir iştir (Kulka, 2014: 37). Kitsch, tanımı öyle basit ve kısa cümlelerle yapılabilecek bir olgu olarak düşünülmemelidir. Benjamin'e göre kitsch anında tüketimine izin veren, bir çeşit sanat formundan başka bir şey değildir (Benjamin, 2002: 395). Kendini ifade etme seçenekleri arasında kitsch ve sanatı birbirine tam anlamıyla karşı kutuplarda gören Benjamin'in bu ifadeleri, bizleri kitsche farklı açılardan bakmaya teşvik etmektedir. Kitsch'i genel olarak tanımlayabilmenin zorluğunun farkında olan Baudrillard, bu olgunun sosyolojik açıdan analiz gerektiren kültürel bir kategori olduğunu ifade etmektedir. İfadelerinde kavramdan "kitsch" olarak değil "kitsch-nesne" olarak bahseden Baudrillard'ın bu ifadesi kitsch'in doğasını anlamamız açısından büyük bir önem taşımaktadır. Baudrillard "kitsch-nesne"nin söylemdeki "klişe" olduğunu ve asla gerçek nesnelerle karıştırılmaması gerektiğine dikkat çeker.

Baudrillard kitsch-nesneleri “yalancı mermerlerden yapılmış, tüm ‘taklit’ nesneler, aksesuarlar, folklorik biblolar, ‘anı eşyaları’, abajurlar ya da siyahların ürettiği maskeler yığını, her yerde özellikle tatil ve eğlence yerlerinde hızla çoğalan tüm tecim malları müzesi” olarak özetlemektedir. Baudrillard’ın ‘evrensel bibloculuk’ diye sınırladığı kitsch nesneler silsilesinin ilk olarak Louis-Philippe ve Almanya’da “Gründerjahre”lerle başladığını (1870/1890) söyleyen Baudrillard, bütün batı toplumlarında görülmesinin ise on dokuzuncu yüzyılın sonundan bu yana olduğunu belirtmektedir (Baudrillard, 2016: 137). Kitsch’in kökenine dair yapılan araştırmalara bakıldığında onun on dokuzuncu yüzyılın sonunda filizlenen modern bir olgu olduğu anlaşılmaktadır. Kitsch’in modern bir fenomen olarak görülmesini en net şekilde ortaya koyan yazarlardan biri Thomas Kulka’dır. Ona göre kitsch’in modern bir olgu olmasının en önemli kanıtlarından biri terimin on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısına kadar herhangi bir yerde karşımıza çıkmamış olmasıdır (Kulka, 2014: 26). Modern bir kavram olarak saptanan kitsch’in zevksizlik ve ucuzlukla ilişkilendirilmesi ve kitlelerle olan yakından ilişkisi onun yüzyıllar önce ortaya çıkan halk sanatları ile özdeşleştirilmesi yanılışına sebep olmaktadır.

Halk Zevki ve Kitsch

Clement Greenberg’e göre kitsch, Batı Avrupa ve Amerika’da şehirleşmeyi sağlayıp, okuryazarlığı da yaygınlaştıran Sanayi Devrimi’nin bir ürünüdür. Avangard’ı “öncü birlik” olarak niteleyen Greenberg, kitsch’i de “artçı birlik”e benzetmektedir. Çünkü ona göre öncü birliğin olduğu yerde mutlaka bir de artçı birlik bulunmaktadır. Kitsch, avangard hareketin artçı birliğidir ve ona eş zamanlı olarak Batı’da ikinci bir kültürel olgu olarak ortaya çıkmıştır. Renkli baskılar, ucuz romanlar, dergi kapakları, ticari sanat ve edebiyat bunlara örnek olarak gösterilebilir. Uğur Tanyeli’ye göre de her ne kadar kitsch’in tam olarak hangi yıl ortaya çıktığı kesin olarak saptanamıyor olsa da, bu olgunun ortaya çıkışına zemin hazırlayan en büyük etmenlerden biri Sanayi Devrimi’dir. İngiltere’yle başlayan Sanayi Devrimi, Belçika’ya oradan da bütün Avrupa’ya yayılarak toplumsal alanda birçok değişikliğe sebep olmuş ve kitsch’in oluşumuna ciddi bir zemin hazırlamıştır (Tanyeli, 1990: 105). Greenberg, Sanayi Devrimi’nden önce yüksek kültür ve halk kültürünü birbirinden ayıran en önemli kültür faaliyetlerinden birinin okuma yazma eylemi olduğunu belirtmektedir. Oysa yazılı kaynakların artması ve kaynaklara ulaşılabilirliğin kolaylaşmasına paralel olarak okuma yazma eylemi artık yürümek, yemek, içmek kadar doğal bir kültür faaliyeti olmaya başlamıştır. Bunun sonucu olarak da okuma yazma eylemi, bireylerin kültür eğilimlerini ve yeterliliklerini ayırt etmek adına yetersiz kalmaktadır. Greenberg, bu dönemden itibaren artık okuma yazma oranının sınıflar arasında gösterdiği benzerliğin, sınıflar arası kültürel uçurumları gideremeyeceği görüşündedir. Buna sebep olarak da yüksek kültürün

toplumun geneline oranla boş vakitlerini ve kültür faaliyetlerini istedikleri gibi düzenleyebilme özgürlüklerini göstermektedir. Toplumun büyük bir çoğunluğu hiçbir zaman bu özgürlüğü ve imkânları elde edememiştir. Çünkü işçi sınıfı olarak şehirlere yerleşen köylüler ve önemsiz burjuvalar her ne kadar okuma yazma öğrenerek yüksek kültürden olan zenginlerle aralarındaki farkı kapatacaklarını düşünseler de, şehrin geleneksel kültüründen tat almalarını sağlayacak maddi imkânlarla ve zamana asla sahip olamamışlardır. Doğal olarak kendilerini artık şehirli sayan bu kitleler zamanla arka planı taşra olan kültür zevklerini yitirerek çalışmaktan geri kalan kısıtlı zamanlarında kendilerini büyük bir can sıkıntısı içinde bulmuşlardır. Dolayısıyla gerçek sanatı tecrübe etmeleri mümkün olmayan bu kitleler, sahip oldukları kısıtlı zamanı ve kazandıkları az miktarda ücreti değerlendirebilecekleri bir arayış içine girerler. Toplum üzerinde yapay, ucuz ve karmaşık olmayan bir kültür üretmeleri için baskı uygulamaya başlayan ve sonuç olarak da basitçe anlayabilecekleri ve kendilerini avutabilecekleri kitsch kültürüne zemin hazırlamışlardır. Böylelikle özgün kültürün değerlerine karşı bilgisiz ama yine de sadece herhangi bir kültürün sunabileceği eğlence için aç olan kimselere hitap eden ve “hayatta ne kadar sahte şey varsa hepsinin bir simgesi” olan kitsch ortaya çıkmıştır (Greenberg, 1939: 6). Tanyeli’ye göre de Batı Avrupa’da beliren önemli toplumsal, kültürel ve teknolojik dönüşüm ve değişimler normların tümünü alt üst ederek zevk olgusunu etkilemiş ve zevksizliği yani kitsch’i doğurmuştur (Tanyeli, 1990: 105). Tanyeli’nin bahsettiği normların ters yüz olması bir bakıma modernliğin ortaya çıkmasıyla da doğrudan ilişkilidir. Bu kültürel ve teknolojik dönüşümler toplumun değişen zemini de işaret ediyor gibidir. Bu değişken zemin aslında birçok açıdan kitsch’e zemin hazırlayan etmenler olarak da görülebilir. Berman, on dokuzuncu yüzyıl modernliğinin bu yeni zeminini çok iyi şekilde özetlemiştir:

Buharlı makinaların, otomatik fabrikaların, demiryollarının, yeni devasa sanayi bölgelerinin; bir gece içinde, çoğu kez insani açıdan acılı sonuçlar yaratarak büyüyen yayılan şehirlerin; iletişimin çapını gitgide genişleten günlük gazete, telgraf, telefon ve her tür iletişim aracının; gittikçe güçlenen ulusal devletler ve çok uluslu sermaye topluluklarının; bu yukarıdan aşağı modernleşmeye karşı aşağıdan kendi modernleşme tarzıyla direnen toplumsal kitle hareketlerinin; sürekli yayılarak her şeyi kapsayan, en şaşalı büyümeyi, akla durgunluk veren ziyan ve israfı gerçekleştirebilen, sağlamlık ve istikrar dışında her şeye gücü yeten dünya pazarının yer aldığı zemindir bu (Berman, 2010: 32).

Bu zemin ilerleyen zamanlarda giderek çok daha kaygan hâle gelmiş ve insani değerlerin daha da fazla sömürüldüğü ve tüketildiği toplumların âdeta aynası olmuştur. Kitsch’in teknolojik açıdan modernliğin en tipik ürünlerinden biri

olduğunu düşünen Calinescu'ya göre modern bir toplumda kitsch teknolojik açıdan mümkün ve ekonomik açıdan kârlı olur olmaz her şeyin zevksiz, ucuz ve taklit olarak çoğalması oldukça sıradan bir durumdur. Ne ki bu durum yalnızca piyasayla sınırlıdır. Bu piyasanın değeri de özgün olarak estetik anlamları eşsiz ve bu yüzden de taklit edilemez olmaktan kaynaklanan nesnelerin aldatıcı taklitlerine olan taleple ölçülmektedir. Özet olarak, daha önce Michelangelo'nun *Musa* heykelinin orijinalini görmemiş bir tüketici artık onun alçı, plastik ya da mermerden yapılmış ucuz bir kopyasını satın alarak evinin bir köşesine yerleştirebilecek ve her akşam onun keyfini çıkarabilecektir (Calinescu, 2010: 252).

Her ne kadar Hermann Broch, "kitsch üreten kim olursa olsun... Estetik ölçülerle değerlendirilememelidir, kitsch üreten kişinin ahlakı bozuktur; en kötüyü arzulayan suçludur o (Kuspit, 2014: 13). gibi sert ifadeler kullansa da, Baudrillard toplumun tüm düzeylerinde, sonradan gelen kuşakların kendi gösteriş eşyalarını talep ettiğini, bu yüzden de ne bu eşyaları talep edenlerin ne de bu talepleri karşılamak isteyen sanayicilerin kötü bir şey yapmadıklarını ifade etmektedir. Bu bir talep meselesidir ve bu talepler toplumsal hareketliliğin bir tezahürüdür. Baudrillard bir toplumda hareketlilik ve yer değiştirme olmaksızın kitsch olamayacağını iddia etmektedir (Baudrillard, 2016: 136). Greenberg'in ifadelerine bakıldığında da kitsch'in Sanayi Devrimi ile paralel şekilde ortaya çıkmış modern bir olgu olduğu anlaşılmaktadır. Bu saptamalar kitsch ile ilgili araştırma yapmış birçok yazarın ifadeleri ile paralellik göstermektedir. Ne var ki Sanayi Devrimi tarihsel olarak on sekizinci yüzyıla denk gelirken matbaanın bir on beşinci yüzyıl icadı olması akıllara okuma yazma alışkanlığının yaygınlaşması için neden birkaç yüzyıl geçmesi gerektiği gibi soruları getirmektedir.

Umberto Eco, kitsch'in temellerini birçok yazarın aksine seçkinlerin kültürel düzeyinde bir yükselişin sonucu olarak görmeyerek, daha geriye götürmektedir. Çünkü Eco'ya göre kitle tüketimine göre ayarlanmış bir kültür sanayi, baskı makinasının bulunmasından bile daha önce doğmuş bulunmaktadır. Seçkinlerin kültürü bir bütün olarak toplumun dili ve duyarlılığı ile çok içli dışlı olduğunda halk kültürü de yaygınlaşmaktadır. Eco'ya göre daha on sekizinci yüzyılda gazeteciliğin doğuşu ile halk okuma yazmayı çoktan çözmüş ve halk romanları yaygınlaşmıştır. Bu durum şairlerin ve sanatçıların kitlelere bir refleks olarak yeni üsluplar geliştirmelerine yol açmıştır (Eco, 1992: 239). Sanatçıların edindikleri bu refleks ilerleyen yüzyıllarda sanatın giderek daha elitist bir hâl almasına ve toplumdan uzaklaşmasına sebep olmuştur. Alan Bayly, on dokuzuncu yüzyıl modern sanatının doğmakta olan ulusu ve onun sıkıntılarını yansıtmaktan ziyade orta sınıf yaşamında çantada keklik sayılan şeyleri reddetmek, sorgulamak ve alaşağı etmekle ilgili olduğunu söylemektedir (Bayly, 2014: 497). Modern sanat giderek saf ve soyut hâle

gelmektedir. Modern sanatın bu şekilde soyutlaşması Greenberg’in savunduğu noktalardan bir tanesidir. Ona göre “şiir artık sözcüklerle anlamlar arasındaki ilişkilerde değil, yalnızca sözcükler arasındaki ilişkilerde var olmalıdır” (Melville, 1998: 335). Resimler ise tamamen soyutlaşmalı ve sanat arılaşmalıdır. Bürger, Greenberg’in tüm beklentilerini karşılayabilecek olan sanatın soyut ekspresyonizm olduğunu savunmaktadır (Bürger, 2010: 18). Ortega Gasset, on dokuzuncu yüzyıldan sonra kitlelerin sanat eserlerinden uzaklaşmasının asıl sebebinin eserleri beğenmemekten ziyade kitlelerin onları anlayamamasından kaynaklandığını savunmaktadır. Sanat eserlerine karşı hissedilen bu yabancılaşma durumu aynı zamanda kitleleri öfkeliendirmektedir (Gasset, 2014: 21). Belki de kitlelerin duydukları bu öfke, kolayca anlaşılabilir ve sindirilebilir bir doğaya sahip olan kitsch’in yayılması ve tercih edilmesini anlamak adına önemli bir ayrıntı olarak düşünülebilir. Çünkü kitsch; “her yerde, her zaman, tüm duyularımıza sızmaya hazır hâldedir” (Demir, 2009: 33). Üstelik kitsch bir ürün hiçbir zaman tüketicisinin üzerine düşünmesini veya ondan çıkarımlar yapmasını gerektirmez. Bu kitsch’in en temel özelliklerinden bir tanesidir. “Savaş ya da yıkımı gösteren kitsch bir tablo sadece insanın trajikliği için bir algı talep etmektedir. Bu yüzden söylem veya resme herhangi bir text eklenmesine gerek yoktur” (Şimşek, 2014: 19).

Greenberg’in kitsch’e sosyokültürel açıdan yaptığı analizlere bakıldığında iki şey dikkati çekmektedir. Birincisi, Greenberg’in bu fenomenin zevksiz ve yapay bir kültür olarak kendiliğinden filizlendiğini ifade etmesi; ikincisi ise ondan kitsch olarak değil “kitsch kültürü” olarak bahsetmesi ve kitleler ile doğrudan bir bağlantısı olduğuna dikkat çekmesidir. Bu saptamalar hemen akıllara Eco’nun ifadelerinde de rastladığımız “popüler kültür” ve onun sanayileşmiş hâli olan “kitle kültürü” kavramlarını akla getirmektedir. Umberto Eco, doğrudan ve kolayca etkiyi amaçlayan bir iletişim olan kitsch’in kitle kültürü kavramı ile anılmasına sebep olduğunu düşünür (Eco, 1992: 237). Her ne kadar sanat jargonunda popüler kültür terimi kitsch terimini yerleştiren aynı tartışmalar bağlamında anlam kazansa da (Artun, 2017) ne tarihsel ne de kavramsal olarak kitsch’in yerini tutmadığı için bunları ayırtırmak gerekmektedir. Akla gelen bir diğer soru zaman zaman kitsch kavramı ile özdeşleştirilen zevksizlik kavramının tarih içerisinde bir yeri olup olmadığıdır. Hannah Arendt ise kitle kültürünün ortaya çıkışını, kitle toplumunun kültürel nesneleri pençesine geçirmeye başlamasıyla bağdaştırmaktadır. Arendt bu durumun oldukça tehlikeli olduğuna dikkat çekmektedir. Buradaki tehlike, toplumun yaşam sürecinin kültürel tüm nesneleri (tıpkı tüm diğer biyolojik süreçlerde olduğu gibi) doymak bilmezcesine her şeyi kendi içine çektiği gibi tüketmesi ve yok etmesindedir. Arendt kitapların ya da reproduksiyon resimlerin piyasaya düşüp ticari nesneler hâline dönüşmesinin olumlu taraflarının olabileceğine dikkat çeker. Ne var ki aynı kitaplar özetlenerek ve değiştirilerek piyasaya yayıldığında ya da resimler değiştirilerek kitsch’e indirgendiklerinde ortaya büyük bir sorun çıkmaktadır. Bunun

anlamı şudur, birileri kitlelere bu resimlerle estetik bilinç ya da kitaplarla edebi bir kültür kazandırmak yerine eğlenceye yer açmak ve dolayısıyla kültürü imha etmek istemektedir (Arendt, 1963: 207). Arendt'in ifadelerinde bahsettiği kitapların çoğaltılması meselesi tıpkı Eco'nun da vurguladığı gibi aslında kitsch'in ortaya çıkışından çok daha önceki zamanlara dayanmaktadır. Bu da bizleri kitsch'ten yüzyıllarca önce ortaya çıkan halk sanatlar ile bir on dokuzuncu yüzyıl olgusu olarak saptadığımız kitsch arasındaki bağlantıyı irdelemeye mecbur bırakmaktadır.

Mehmet Ergüven kitsch'in kitlelerle olan ilişkisine ve ne olduğuna ilişkin tartışmaların kökenine inebilmek için halkcıl sanatların (volkstümlich) üzerinde durmanın gerekliliğine vurgu yapar. Her ne kadar halk sanatının kitsch ile olan ilişkisi bir varsayım da kalıp mutlak doğruları ifade etmese bile, kitsch'in sınıfsal kökenli bir yapısı olduğu ve onu hazırlayan tarihsel etmenler arasında en önemlisinin sınıfsal kökeninin bu öncülerinde görülmekte olduğunu ifade etmektedir. Halk sanatının en büyük özelliği üretici ve tüketici arasındaki sınır çizgisinin ortadan kalkmış olmasıdır. Yani halk sanatı, ihtiyaca göre beliren, şekillenen bir üretim biçimidir ve kökeninde modern demokrasilerle birlikte elde edilen boş zaman ile birlikte beliren “can sıkıntısı” yatar. Ergüven'in halk sanatıyla ilgili yapmış olduğu saptamalar, Greenberg'in kitsch'in ortaya çıkış hikâyesi ile birebir benzerlik gösterse de bu iki kavramı birbirinden ince bir çizgiyle ayırmak gereklidir. Ergüven, halk sanatı ve kitsch'in birbirinden ayrılmasında en önemli etmenin ideoloji olduğunu düşünür.

Bauman, Fransız Akademisi'nin yayınladığı sözlüğe göre “ideologie” kelimesinin; “fikirler bilimi, fikirlerin kökeni ve işlevi ile ilgili sistem” anlamına geldiğini aktarmaktadır (Bauman, 2014: 122). Türk Dil Kurumu ise ideolojinin tanımını “toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükümetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefi, dini, moral, estetik düşünceler bütünü” olarak yapmaktadır (TDK, 2017). Burada ideolojinin “yön veren” tarafının vurgulanması, kitsch'in halk sanatından ayrılması açısından çok önemlidir. İdeolojik açıdan küçük burjuvaya yönelen halkcıl sanat kitlelerin boş zamanını tüketmek adına bir dolgu işlevi görmektedir. Eğlence ve rahatlama isteği insanın en temel gereksinimlerinden biridir. Gerek üretkenliği gerekse fiziksel verimliliğinin artması adına büyük önem taşımaktadır. Ne var ki halk sanatının içerisine ideoloji karışmaya başladıktan sonra halkcıl sanat özünden uzaklaşarak statükoyla bütünleşmektedir. Halkcıl sanatın en büyük tehdidi, ucuz ve sadece duyguları okşayan bir hâle gelerek bir zaman sonra sanatın yedeği hâline dönüşmesidir. Bu yanılgı da giderek eleştirel bilincin körelmesine sebep olmuş ve kitsch teriminin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Halkcıl sanatın köklerinin on altıncı yüzyıl Elizabeth dönemi tiyatrosuna kadar gitmesine rağmen bu sanatların ilk olarak on

dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından itibaren yozlaşmaya başlaması ve yerini zevksizliğe bırakması ilginç bir tesadüf gibi gözükmemektedir. Oysa kitsch teriminin de tarihsel olarak tam da bu zamanlara denk gelmesi işin tesadüf ihtimalini azaltmaktadır (Ergüven, 1992: 28).

Ergüven'in halk sanatından bahsederken üretici ve tüketici arasındaki çizginin kaybolmasına ve halkıl sanatların ihtiyaca göre şekillenen talepler olmasına dair yaptığı vurgu oldukça önemlidir. Kitsch'in tipik olarak birçok yönden halkıl sanata benzemesi ve bazı yazarlar tarafından halkıl sanatın devamı olarak görüldüğü bilinmektedir. Bu durum bir ölçüde doğru olsa da eksik bir yaklaşım olarak kabul edilebilir. Çünkü bazı düşünürler ve yazarlar kitsch'in piyasaya âdeta bir kanser gibi yayılma biçiminin halkıl sanatın yayılma biçiminin tam tersi şeklinde işlediğini savunmaktadır.

Mcdonald'a göre halkıl sanatın Sanayi Devrimi'ne kadar bir ölçüde kitle kültürüne benzerlikler gösterdiği önemli ölçüde doğrudur. Ne ki Sanayi Devrimi'nden sonra ikisi arasında aydınlatılması gereken çarpıcı bir nokta bulunmaktadır. Bu önemli nokta; halk sanatı, toplumun alt kesimlerinden büyüyüp şekillenirken, kitle kültürünün tepeden dayatılmış olmasıdır. Sanayi Devrimi'nden ve modern demokrasilerden önce halk dilediği beğenileri hiçbir otoritenin dayatması olmaksızın kendi başlarına seçebilmektedir. On dokuzuncu yüzyıla gelindiğinde durum tersine dönmüş, tüketici pasifleştirilmiştir. "Kitsch kapitalist rasyonalitenin bir fonksiyonu ve uzantısıdır." (Küçük, 2007: 24). Ve bu sistemde tüketicilerin kendi beğenileri ile üretimi şekillendirmesi artık söz konusu değildir. Onlar yalnızca bir şeyi almak ya da almamak arasında bir tercih yapmak zorundadır. McDonald "kitsch lordları" olarak adlandırdığı çıkarıcı ve fırsatçı kesimleri bu pasifleşmiş kitlelerin kültürel ihtiyaçlarını yalnızca kâr elde etmek ve sınıf idaresini korumak üzere sömürmekte olduklarını söylemektedir (McDonald, 1953: 13).

Zevksizlik, Kitle Kültürü ve Kitsch

Kitsch kavramın sözlük anlamlarında ve kökene dair yapılan tartışmalarda da açıkça görüldüğü gibi birçok kaynağın kitsch'i çirkinlik ve zevksizlik olarak değerlendirdiğine sıklıkla rastlanılmaktadır. Fakat güzellik ve çirkinlik gibi kavramlar kişiden kişi göre değişiklik gösterebilmektedir. Bu yüzden kitsch'i zevksizlikten ayırmak ve zevksizlik kavramının tarih içindeki yerine bakmak elzemdir.

Uğur Tanyeli'ye göre kitsch'i açıklamak için kötü zevk kadar içeriksiz bir anlatım bulmak zordur; fakat Tanyeli, zevk ve zevksizlik meselesinin kişisel bir estetik değil, toplumsal bir estetik normlar sistemi olduğunu belirtmektedir. Bu

yüzden ona göre bu tür herkesçe onaylanmış bir genel normlar sisteminin mevcut olmadığı bir dünyada hangi zevkin kötü ve neden kötü olduğunu açıklamak oldukça zordur (Tanyeli, 1990: 104).

Eco da zevksizliğin sosyal bir olgu olduğunu savunmaktadır. Ona göre “*üst sınıf*”lara mensup kişiler “*alt sınıflar*”ın beğenilerinin her zaman kötü ya da gülünç olduğunu düşünmüşlerdir. Böyle bir ayırımı ekonomik etmenler büyük bir rol oynamaktadır. Çünkü tarih boyunca zarafet her zaman pahalı kumaşlar ve renkli mücevherlerle bağdaştırılarak bir hataya düşülmüştür. Eco bu ayırma yol açan etmenlerin ekonomik etmenlerden ziyade kültürel etmenler olduğunu düşünür.

Baskın estetik duyarlılığı tanımlamanın incelik isteyen bir iş olduğunu savunan Eco, bu duyarlılığın muhakkak politik ve ekonomik gücü ellerinde tutanlara ait olmak zorunda olmadığını ifade eder. Bu duyarlılığı belirleyenler sanatçılar, kültürlü insanlar ve edebi, sanatsal, akademik çevrelerde “güzel şeyler” üzerine uzman olarak bilinen kişilerdir. “Güzellik” kavramının son derece değişken bir kavram olduğunu vurgulayan Eco, “Çirkinliğin Tarihi” adlı kitabının içinde bulunan ve çirkin olarak nitelenen bazı resimlerin tüketiciye son derece “güzel” gelebileceğini belirtmektedir. Eco’nun bu ifadeleri Hume’un “Güzellik nesnelerin sahip olduğu bir özellik değil, bakan kişinin beyninde yaşanan bir olgudur” (Karagöz, 1994: 7), ifadesini akıllara getirmektedir. Eco kimi tüketiciye “güzel”, kimilerine ise “bayağı” gelebilecek resimlerin “Çirkinliğin Tarihi” adlı kitapta yer almasının asıl sebebini, baskın estetik duyarlılığın ve çoğunlukla deneyimle kazanılan bilginin bunları “çirkin” olarak tanımlamasından kaynaklandığını söyleyerek bu sava katılmıyor gibi gözükmektedir. Eco kitaptaki resimleri “kitsch” olarak sınıflandırmasının bu baskın estetik duyarlıktan kaynaklandığını söylemektedir (Eco, 2009: 394).

Eco’nun ifadeleri bir eserin zevksizlik olarak algılanması ya da kitsch olarak ifade edilmesi tarih içerisindeki estetik duyarlılığın değişmesi ile mümkün olabileceği yönündedir. Zevksizliğin de kötü kararlar vermek gibi insanlığın evrensel bir zayıflığı olarak gören Kulka bu zayıflığın sadece yüz elli sene önce ortaya çıktığını düşünmenin mantıksız olduğunu belirtmektedir. Zevksizlik modern bir icat olmasa bile kitsch’in on dokuzuncu yüzyılın ikinci yarısında kitleler üzerinde çok kuvvetli bir kültürel etki yaratarak yaygınlaşması ve gitgide artan bir olgu olması tartışılamayacak kadar kesin bir durumdur.

Kulka her ne kadar kitsch’in Sanayi Devrimi’yle yakından ilişkisi olan modern bir olgu olduğunu düşünse de, kitabında aksini düşünen yazarların ifadelerine de yer vermektedir. Bu yazarlardan biri Arthur Koestler’dir. Arthur, İmparator Neron zamanında yaşamış Petronius’un “Satyricon” adlı yapıtının

“Supper of Trimalchio” adlı bölümünde yeni yeni ortaya çıkan tüccar sınıfının zevksizliğini anlatırken, açıkça kitsch’ten bahsettiğini belirtmektedir (Kulka, 2014: 25). Kulka’ya göre Arthur Koestler kitsch’i (İmparator Neron zamanında yaşamış) Petronius’un yeni ortaya çıkan tüccar sınıfının zevksizliğini anlatırken kullandığı bir terim olarak ifade ederken anakronizme düşmüştür. Her türden olgunun tarih içinde defalarca değişikliğe uğrayabileceğini savunan Kulka, Petronius ile ilgili bildiği tek şeyin, onun kendi döneminde popüler olan ama zevksizce üretilmiş şeylerden bahsettiği olduğunu söyler. Kulka bu sonuca Petronius’un yargılarından ya da onun temsil ettiği seçkin grubun yargılarından ulaşmaktadır. Çünkü Petronius İmparator Neron’un ‘elegantiae arbiter’i’ yani ‘iyi zevk sahibi’ kişisi olarak bilinmektedir. Bahsedilen bu şeylerin belki de değersizliklerine rağmen sevilen şeyler olduğunu düşünen Kulka, bu özelliklerin günümüzdeki kitsch kavramı ile birebir uyuştuğunu savunur.

Bu durumda on dokuzuncu yüzyıl öncesi için kitsch’ten bahsetmenin kronolojik bir hata olacağına inanıldığı düşünülürse, ortaya zevksizliğin de modern icatlardan biri olduğu sonucu çıkmaktadır. Kulka bunun pek mümkün olmadığını düşünse de ona göre Gillo Dorfles tam da böyle düşünmektedir. Bir yirminci yüzyıl düşünürü olan Dorfles kendinden önceki çağlarda, “zevksizlik” yani “kitsch” diye bir şey olmadığını savunmaktadır. Bunu açıklamak için de antik çağlarla modern zamanların fonksiyonlarını karşılaştırır. Antik çağda sanat eserinin dini, etik ya da politik konularla bağlantılı olduğunu söyleyen Dorfles, dolayısıyla eserin belli bir kültürel çerçeve içinde de olsa bir şekilde mutlak ve ebedi tarafları ağır basmakta olduğunu ifade eder. Geçmiş dönemin sanatından bahsederken bugün yaptığımızdan farklı bir değerlendirme yapmamız gerektiğine dikkat çeken Dorfles, zevk meselesine hiç kafa yormamış bir sanat türüne zevksiz demenin de saçma olabileceğini sonucuna ulaşmaktadır. Kulka, Dorfles’in ifadelerine katılmayarak Michelangelo’nun “Praxiteles” eserini üretirken zevk meselesine hiç aldırış etmediğine inanmanın zor olduğunu ifade eder. Güzelliğin doğası hakkında yapılan tartışmaların felsefenin kendisi kadar eski olması ve aynı şekilde zevk meselesi üzerine de yadsınamayacak kadar fazla eserin yazılıp çizilmesi bu iddiayı çürütmek için yeterli bir sav olarak görülebilir (Kulka, 2014: 29). Calinescu da kötü zevkle kitsch özdeşleştirilse bile onun bir on dokuzuncu yüzyıl olgusu olduğunu kabul etmektedir. Bazı eleştirmenlerin bunu kabul etmese bile zevksizliği ancak Barok dönemine kadar götürebileceğini iddia eder. Bunun birinci sebebi olarak kötü zevkin ne olduğuna dair kurgu yapmanın tehlikeli olabileceğini gösterir. İkinci sebep olarak ise eski dönemlerde kötü zevkin geleneklerini sisteme dahil etmek ve onun etkilerini özellikle sahte sanatın daha çok sayıda tüketicisine ulaştırmak üzere kapsamlı olanaklara sahip olmamalarını göstermektedir. Ona göre kötü zevk, kitap ve başka sanat eseri türlerinin modern teknoloji ile ilişki kurmasıyla birlikte ortaya çıkan bir meseledir. Yani kötü zevk, üretme ve çoğaltma makinelerinin icat edilmesinin tarihi

ile bağlantılı bir sorun olarak ortaya çıkar (Calinescu, 2010: 265). Aynı tespitlere McDonald'ın ifadelerinde de rastlanmaktadır. Halk zevki ve kitle kültürü arasındaki önemli ayrımı tespit eden McDonald, iş dünyası uyanıklarının bilinçlendiğini sanan halk kitlelerini kendi istedikleri gibi yönlendirmelerinde gelişen teknolojinin payının büyük olduğunu belirtmektedir. Çünkü bu teknoloji sayesinde kitapların, resimlerin, müzik ve mobilyaların piyasayı tatmin edecek sayıda niteliksiz üretim yapma olanağı fazlasıyla artmıştır (McDonald, 1953: 13). Tıpkı McDonald gibi Calinescu da buradan modern zamanlardaki kötü zevkin daha çok ideolojik olarak yönlendirilmiş bir zevk yanılması olduğunu söylemekte ve temellerini kitle kültürüne dayandırmaktadır. Ona göre kitle kültürü en basit anlamıyla ideoloji ya da sahte bilinç terimleriyle açıklanabilir. McDonald'ın bahsettiği sahte bilinç kavramı, Adorno'nun metinlerinde karşımıza "katharsis parodisi" olarak çıkmaktadır (Calinescu, 2010: 265).

Katharsis sözlük anlamı olarak "arınma, temizlenme, duygusal boşalma" gibi anlamlara gelir. Aristo'nun "Poetika" kitabında tragedyanın amaçlarından biri olarak ifade ettiği bu kavram, seyircinin izlediği bir oyundaki korku ve acıya gibi duyguları içselleştirerek bu duygulardan arınması olarak betimlenmiştir (Aristoteles, 2014: 29). Margaret Rose, "Parodi: Antik, Modern ve Postmodern" kitabında bu kavramının Aristoteles'in kullandığı "Parodia" kelimesini seçmesiyle ortaya çıktığını söylemektedir. Rose, "parodi" kelimesinin anlamını Householder'ın "paroidia" makalesinden aktararak "ölçülü uzunlukta destan vezinde, destansı sözcükler kullanan ve önemsiz, hicvi veya kahramanlık taşlaması gibi konuları işleyen anlatımcı şiir" olarak aktarmaktadır (Rose, 2016: 20). Türk Dil Kurumu parodi kelimesinin tanımını "Ciddi sayılan bir eserin bir bölümü veya bütünü alaya alarak biçimini bozmadan ona bambaşka bir özellik vererek biçimle öz arasındaki bu ayrılıktan gülünç etki yaratan bir oyun türü" olarak yapmaktadır (TDK, 2017).

Adorno'nun kitsch için ürettiği bu kavram, gülünç ve sahte bir arınmayı kast etmektedir. Ergüven, bilinçten yoksun yapay bir arınma olarak ifade edilen bu kavramı "sözde katharsis" olarak yorumlamaktadır. Ona göre teknolojik araçlarla üretimi çoğalmış ve niteliksizleştirilmiş kopya, sözde doyum ürünleri sanat yapıtı değil, onların hazır etkileridir. Kitsch'in anlatmak istediği şeyleri doğrudan anlattığını ifade eden Ergüven, kitsch'in yoruma kapalı olduğunu söyler. Ona göre acı ya da sevinç gibi duyguların bir değişiklik nesnesi olarak kabulü dolayısıyla, her şey bu önyargının aksesuarı hâline gelir. Böylece acıyla sevinçlenmenin gerekçesi de anlaşılmaktadır. Yani daha baştan acı çekmek için ödenmiş bir duygu değişikliği aslında acı çekişmiş gibi yapmaya eş değerdir (Ergüven, 1992: 28). Terry Barrett "Neden Bu Sanat" kitabında kitsch'e ayırdığı kısa bölümde Gordon Bearn'ın kitsch

üzerine yazdığı düşünceleri aktarmaktadır. Bearn Herman Broch'un tatlı ve acı olarak iki bölüme ayırdığı kitsch'in acı tarafının ölümü, tehlikeyi ve umutsuzluğu gösterdiğini fakat kitsch'te acının çıkarılarak uyuşturulduğunu ve deneyimin artık eğlenceli bir hâle geldiğini söylemektedir (Barret, 2015: 52). Bearn'ın bu ifadeleri Ergüven'in ifadeleini destekler niteliktedir. Ergüven bu ifadelerin ışığında yapıtın kendisinden değil, etkileşimden tümüyle arınmış bir sözde katharsis sonucu yapıtın bizi değil, daima bizim onu bir yere götürdüğümüz sonucuna ulaşır. Ergüven'e göre kitsch ile estetik doyum sağlamanın mantığı arasında negatif bir ilişki vardır. Çünkü kitsch'in temelinde tüketicinin haz isteklerle uyumlu bir bütün oluşturup onu yansıtmışından ziyade paralı sevişmenin mantığı yatmaktadır. Ergüven kitsch'in varoluşunun pazar için üretim mantığı tarafından belirlendiğinden, önleyici bilincin kendiliğinden dışlanmış olduğunu savunur. Bu nedenle de ilgisiz öğeler arasındaki uyum, düzmece bir mutluluk yanılsamasını yaratmaktadır. Burada pazar adına beğeniyi yönlendiren bir işverenin devreye girdiğini söyleyen Ergüven ne üreticinin ne de işverenin üretilen şeye herhangi bir ilgi duyduğunu söylemenin pek de mümkün olmadığını aktarmaktadır. Ergüven ifadelerine anonim tüketiciiyi temsil eden işverenin varlığı kitsch'in bir içsel zorunluluktan kaynaklanmadığı yönünde devam etmektedir. Ona göre tüketici beğenisine açıkça müdahale edilerek koşullandırılmasına rağmen bunun farkında bile değildir (Ergüven, 1992: 28-29).

Bu ifadeler kitsch'in kitle kültürü ile olan ilişkisine işaret ederken aynı zamanda tüketicilerin onu arzulamadığı yönünde bir tespit de bulunmaktadır. Yani sorun kitsch üreticileri yalnızca insanlara beğeni yoluyla sahte bir doyum yaşatmanın yanı sıra bu sahte doyuma ihtiyaç duymaları yönünde bir baskı da yapmaktadır. Bu negatif durum on dokuzuncu yüzyılda Marx'ın modernlik, Sanayi Devrimi ve makineleşme için getirdiği eleştirilere benzemektedir. Marx, insanın verimliliğini artırmak için üretilmiş makinelerin insan emeğini azaltmaktan ziyade insanların emeğini sömürerek onları yoksullaştırdığını ve köleleştirdiğini iddia etmektedir. Ortaya çıkan yeni servet kaynaklarının uğursuz bir büyüyle ihtiyaç doğuran kaynaklara dönüştüğünü savunur (Tucker, 1978: 578).

Calinescu, Adorno'nun Marx'ın modernlik eleştirilerini kültür bağlamında inceleyerek çok ince bir nokta yakaladığını ifade etmektedir. Calinescu, Adorno'nun kitlelerin hem mevcut üretim tarzının bir sonucu olarak hem de, bir bakıma onun en belirgin ürünlerinden bir tanesi olarak kafa dağıtma ya da eğlence ihtiyacı olduğunu belirttiğini söyler. Adorno, Marx'ın ünlü kuramındaki gibi, yani üretim biçiminin sadece piyasadaki ürünleri değil, aynı zamanda tam da bu mallara yönelik ihtiyacı da ürettiğini belirtir. Bu fikirlerini müzik ve eğlence kavramları üzerinden çözümleyen Adorno, müzikal eğlence müşterilerinin kendilerinin de popüler müziği üreten aynı mekanizmanın nesneleri olduğu sonucuna ulaşmaktadır.

Adorno'ya göre insanlar zaten elde edecekleri şey için kendilerini paralamaktadırlar (Calinescu, 2017: 267). Freud bir nesneye karşı duyulan aşk içgüdüsünün o nesneye sahip olacak güçle de ilgili olduğunu belirtir. Kişi o nesneyi kontrol edemeyeceğini hisseder ya da kendisini nesnenin tehdidi altında hissederse ona karşı olumsuz tavır sergilemektedir (Freud, 2017: 74). Kitsch-nesnelerin ucuz olması, çaba ve zaman gerektirmeyen, önceden paketlenmiş ve pişirilmiş olarak tüketicisine ulaşması ve gerçek sanat yapıtına erişmeye yönelik çabadan kurtardığı düşünüldüğünde (Şentürk, 2014: 8) kitlelerin kitsch için kendilerini neden böylesine paraladıkları hakkında bir fikir edinilebilir.

Kundera'nın ifadelerine bakıldığında da kitsch'in hazır etki vurgusuna ve kitlelerin seviyesine ne kadar yakın olduğu anlaşılabilir. Ona göre "kitsch'in insanda uyandırdığı duygu kitlelerin paylaşabileceği türden olmalı ve kişilerin belleklerine kazınmış temel imgelerden türemek zorundadır" (Kundera, 2015: 269). Ne ki Adorno ve Horkheimer'a göre kitlelerin bu denli fazla tercih ettiği bir olgu yalnızca onları mutlu etmek gibi basit bir amaca hizmet etmemektedir. Kitle kültürünün statükoyla olan ilişkisine vurgu yapmak isteyen Adorno ve Horkheimer, birlikte yazdıkları "Aydınlanmanın Diyalektiği" kitabında "kitle kültürü" kavramını "kültür endüstrisi" olarak değiştirmişlerdir (Adorno, Horkheimer 2002: 95). Adorno yıllar sonra yazdığı "Kültür Endüstrisine Genel Bir Bakış" adlı metninde neden böyle bir isim değişikliğine gittiklerini çarpıcı ifadelerle açıklamıştır. Bu aynı zamanda halk sanatlarının kitle kültürü ve dolayısıyla kitsch ile ayrıştığı temel farkları anlamak adına çok önemli bir ipucudur. Adorno, ilk olarak müsveddelerinde bu kavramı "kitle kültürü" olarak kullandıklarını fakat kitle kültürünün kitlelerin içinden yükselen bir kültür, halk sanatının günümüzdeki biçimi olarak algılanmasını en başta olanaksızlaştırmak için kavramı "kültür endüstrisi" ile değiştirdiklerini söylemektedir.

Adorno'ya göre kültür endüstrisi organik bir kültürden oldukça farklıdır. Asla kendiliğinden şekillenmez. Tüm dallarda, kitleler tarafından tüketilmeye meyilli oldukları ürünler saptayarak bunları planlı bir biçimde üretmektedir. Bu dallar yapıları açısından birbirine benzer ve adeta nefes alınmayacak kadar sıkışık bir sistem oluştur. Modern dönemle ve sanayi devrimiyle birlikte şekillenen yeniden üretebilme olanaklar ve ekonomik imkânlar buna zemin sağlamaktadır. Kültür endüstrisi, Adorno'nun nezdinde müşterilerinin kasten ve tepeden bütünlendirilmesinden ibarettir. Binlerce yıl boyunca birbirinden ayrılmış yüksek ve düşük kültür alanlarını her iki tarafın da zararına olacak şekilde birleşmeye zorlamaktadır. Kültür endüstrisi, yöneldiği milyonların bilinç ya da bilinçsizliği üzerine yoğunlaşarak kitleleri birincil değil, ikincil hale getirmekte ve bu mekanizmanın eklentileri haline getirmektedir. Artık kitleler, kültür endüstrisinin

inandırmak istediği gibi öznesi değil, nesnesi haline gelmiştir. Adorno, Ergüven’in kitsch’in statükoyla kurduğu ilişkiyi kültür endüstrisi ile kurmaktadır. Adorno’ya göre kültür endüstrisi kavramının oluşturduğu ve pekiştirdiği düzen kavramlarının yalnızca statüko ile ilişkilendirilebilir. Bu kavramlar tüketiciler tarafından sorgulanmadan ve analiz edilmeden kabul edilmektedir. Kültür endüstrisi içinde özgür olmakla hiçbir şekilde bağdaştırılamayacak buyruklar barındırmaktadır. Bu buyruklardan bir tanesi de herkesin düşündüğüne uyum sağlamaktır. Yani kültür endüstrisi bilinç ve buyruğu yer değiştirerek tek tip bir düzen kurmanın peşindedir. Bu düzen iddia ettiği özgür düzenle tamamen alakasızdır. Çünkü bu düzen mutlu bir yaşam ya da ahlaki sorumluluk sanatından ziyade en güçlü çıkarlar neyin ardındaysa ona itaat etmek yoluyla yapılan uyarılardan ibarettir. Kültür endüstrisinin propagandasını yaptığı tek uzlaş, kör, aydınlatılmamış otoriteyi güçlendirmektir (Adorno, 2012: 109-118).

Kültür endüstrisi her ne kadar bir yirminci yüzyıl kavramı olsa ve teknolojik aygıtlarla özdeşleştirilse de Adorno, dünyada ontolojisi olan bir şey varsa, onun kültür endüstrisinin ta kendisi olduğunu iddia etmektedir. Ona göre bu ontoloji olduğu gibi korunmuş temel kategorilerden biridir ve on yedinci yüzyılın sonuyla on sekizinci yüzyılın başında İngiltere’deki ticari romanlarda bile rahatlıkla görülebilir (Adorno, 2012: 112). Bu endüstri aynı zamanda bir on dokuzuncu yüzyıl olgusu olan kitsch’in de temelleri arasında gösterilebilir. Eco, kitsch sevenlerin kalitesi yüksek bir deneyim yaşadıklarına inandığını, nasıl kültürlü insanların bir sanat beğenisi varsa, kültürsüzler için de aynı şeyin geçerli olduğunu söylemektedir. Ona göre dinsel inançlar ve cinsel tercihler arasındaki farklılıklara nasıl saygı gösteriliyorsa bu iki “beğeni” arasındaki farklılıklara da saygı gösterilmesi gerekmektedir. “Kültürlü” sanatseverler kitsch’i kitsch olarak görüp küçümserken, kitsch severlerin müzelerde sergilenen büyük sanat eserlerine tepeden bakmadığını belirtmektedir. Eco’nun en önemli ifadesi ise “İşin aslı kitsch severler, kitsch eserleri büyük sanat eserleriyle “neredeyse eşit” seviyede görmekte” olduğuna dair iddiasıdır (Eco, 2009: 397).

Eco her ne kadar kitsch’e ve kitsch tüketicilerine saygı gösterilmesi yönünde olumlu ifadeler kullansa da, görsel sanatlar ve estetik hakkında yazdığı metinleri felsefeden yola çıkarak oluşturan Adorno sanat dünyasının dinamiklerine pek bağlı kalmayarak daha karamsar bir tutum sergilemiştir (Murray, 2009: 23). Adorno kültür endüstrisini savunan entelektüelleri koyun gibi itaatkâr olmakla suçlamanın yanı sıra kültür endüstri tüketicilerini de masum bulmaktadır. Her ne kadar bu endüstri ürünlerini onlara dayatılıyor olsa da, tüketiciler kendilerine geçici doyumlar sağlandığında hemen başlarının döndüğünü söylemektedir. Adorno bir türlü kendileriyle yüzleşmeyi istemeyen bu kitlelerin aslında bir doyum olmayan bu doyumlara sıkı sıkıya sarılmaktan vazgeçtikleri anda yaşamlarının tamamen

çekilmez olacağını sezinlemekte olduklarını fakat bunu kendilerine itiraf edemediklerini savunmaktadır (Adorno, 2012: 115). Modern insanın içinde daima ucuz duygulara ve nesnelere teslim olma yatkınlığı olduğunu düşünen Adorno, bu duyguların fırsat bulduğu ilk anda onlara teslim olmak için can attığını söylemektedir. Özellikle yarı-okumuş bilincin “Sevdim ben bunu” tarzında cümlelerle yapılan tüketimler kitsch denen kültür yozlaşmasının artarak devam edeceğinin göstergesidir. Adorno’ya göre kitsch sanatın kusup bünyesinden atması gerektiği kadar basit ve hafife alınabilecek bir olgu değildir. O, sanatın, kültürün bağrında yatan ve sürekli belirmek için can atan bir olgu ve “sanatın içine karıştırılmış bir zehirdir (Adorno, 1997: 235- 239).”

Sonuç

Batı tarihi boyunca gelir düzeyi yüksek sınıflar birçok alanda olduğu gibi, beğeni kavramının belirlenmesinde de büyük oranda söz sahibi olmuşlardır. Kendi kültür-sanat anlayışları dışında kalan her türden nesneyi, eseri ve beğeniyi dışlayan bu azınlık sınıf, dolaylı olarak da olsa alt sınıfları kendi beğenilerini ve zevklerini icat etmeye mecbur bırakmıştır. Aynı yüksek kültür ve o kültüre ait bazı sanatçılar matbaanın icadından sonra okuma yazma yetisi kazanan halkın, müzik, tiyatro ve resim gibi sanatları da tecrübe etmek istemelerini küçümseyerek karşılamış ve sanatın haktan ayrılması gerektiğini savunmuşlardır. Halk sanatı kavramı, halkın sürekli maruz kaldığı bu ötekileştirmelere karşı bir tavır olarak doğmuştur. Toplumun içinden yeşererek oluşan bu kültürün organikliği de aslında bu dışlanmışlığın bir tezahürüdür. Oysa kendiliğinden yeşeren bu kültürün ilk filizlenmeye başladığı andan itibaren içine fırsatçılık da karışmaya başlamıştır. Ne var ki halk zevkinin kitsch ya da zevksizlik olarak algılanması, Sanayi Devrimi’nin ve teknolojik icatların ortaya çıkışıyla doğrudan ilişkilidir. Bu süreçte yaşanan ağır çalışma şartları ve insanlar üzerindeki yıpratıcı etkileri, insanları ucuz ve kolayca tüketebilecekleri basit hazlara sürüklemektedir. Modernliğe karşı doğmuş modernist hareketle beraber gelenekten ve geçmişten kopan ve giderek soyutlaşan sanat, kitlelerin taleplerini karşılayamamaktadır. Yaşanan devrimler ve demokrasilerin ortaya çıkışıyla birlikte çeşitli imkânlar ve boş zaman elde eden halk, bu boşluğu doldurmak için can atmaktadır. Ne ki, Sanayi Devrimi’nin bir sonucu olarak ortaya çıkmış sermaye birikimi ve sahipleri, kitlelerin bu boş zamanını ve imkânlarını kendi istekleri yönünde kullanmayı onlardan çok daha önce planlamıştır. Kitleleri makineler aracılığıyla âdeta birer köleye çeviren ve daha sonra sınırlı imkân, para ve kısıtlı zamanı bir hediyeymiş gibi onlara sunan bu fırsatçı sermaye sahipleri, aynı zamanda kitsch’in de yaratıcılarıdır. Kitlelerin taleplerini karşılamak gibi masum bir kılığa bürünmüş bu çıkarıcı azınlık, kitlelere anlık hazlar sağlayacak ürünleri sürekli ihtiyaçları varmış gibi dayatmakta ve onları kontrol altında tutmayı amaçlamaktadır.

Kitsch, kitlelerin beğeni ölçütleri hesaplanarak onların direniş bilincini köreltmek amacıyla icat edilmiş yapay bir kültür icadıdır ve halk zevkinin içinde taşıdığı organikliği taşımamaktadır.

Kaynakça

ADORNO, Theodor W. (1963) *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları, X. Baskı, 2016. Çevirmen: Mustafa Tüzel

ADORNO, Theodor W. (1970) *Aesthetic Theory*. London: The Athlone Press, 1997. Translate: Robert Hullot-Kantor.

ARENDT, Hannah (1963) *“The Crisis in Culture” Between Past and Future: Six Exercises In Political Thought*. Cleveland and Newyork: The World Publishing.

ARTUN, Ali. *Kitsch’in Sanatı Zehirlemesi: Jeff Koons Vakası*, 18/4/2017 <http://www.e-skop.com/skopbulten/kitschin-sanati-zehirlemesi-jeff-koons-vakasi/3346>

BARRET, Terry (2007). *Neden Bu Sanat*. İstanbul: Hayalperest Yayınevi, I. Baskı, 2015. Çevirmen: Esra Ermerit Tınaz.

BAUDELAİRE, Charles. (1866). *Modern Hayatın Ressamı*. İstanbul: İletişim Yayınları, V. Baskı, 2009. Çevirmen: Ali Berktaş.

BAUDRİLLARD, Jean. (1970) *Tüketim Toplumu*. İstanbul: İletişim Yayınları, VIII. Baskı, 2016. Çevirmen: Ferda Keskin, Hazal Deliceçaylı.

BAYLY, Christopher Alan. (1999). *Modern Dünyanın Doğuşu*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, I. Baskı, 2014. Çevirmen: M. Neva Şellaki.

BENJAMİN, Walter. (1940). *Arcades Project*. Cambrige: Harward Üniversty Press, 2002

BERMAN, Marshall (1982). *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*. İstanbul: İletişim Yayınları, XII. Baskı, 2010. Çevirmen: Ümit Altuğ, Bülent Peker.

BÜRGER, Peter (1974). *Avargard Kuramı*. İstanbul: İletişim Yayınları, VI. Baskı, 2010. Çevirmen: Erol Özbek.

CALÎNESCU, Matei. (1977) *Modernliğin Beş Yüzü*. İstanbul: Küre Yayınları, III. Baskı, 2010. Çevirmen: Sabri Gürses.

DEMİR, F. Gonca İlbeyi. *Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine*. Ankara: Ütopya Yayınları, I. Baskı, 2009

HORKHEİMER Max, ADORNO Theodor W. (1947) *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press: 2002. Translate: Edmund Jephcott.

ECO, Umberto. (1964) *Açık Yapıt*. İstanbul: Kabalcı Yayınevi, I. Baskı, 1992. Çevirmen: Yakup Şahan.

ECO, Umberto. *Çirkinliğin Tarihi*. İstanbul: Doğan Kitap, 2009. I. Baskı, , Çevirmen: Uysal Ergün.

ERGÜVEN, Mehmet. *Kitsch Üzerine Çeşitlemeler*. Türkiye’de Sanat Plastik Sanatlar Dergisi, Sayı 3, Mart-Nisan 1992, 27-34

FREUD, Sigmund. *Mutluluk Dedğimiz Şey Aforizmalar*. İstanbul: Aylak Adam, IV. Baskı, 2016

GASSET, Jose Ortega Y. (1925) *Sanatın İnsansızlaştırılması ve Roman Üstüne Düşünceler*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, III. Baskı, 2017. Çevirmen: Neyyire Gül Işık.

KARAGÖZ, Hüseyin. *Kitsch Sanatsal Zevksizlik ya da Zevksizliğin Sanatı*. Anons Plastik Sanatlar Dergisi, Mayıs 1994, Sayı: 38, 7

KULKA, Thomas. (1996) *Kitsch ve Sanat*. İstanbul: 6:45 Yayınları I. Baskı, 2014. Çevirmen: Gonca Gülbey.

KUNDERA, Milan. (1982). *Varolmanın Dayanılmaz Hafızlığı*. İstanbul: Can Yayınları, I. Baskı, 2015. Çevirmen: Fatih Özgüven.

KUSPİT, Donald (2004). *Sanatın Sonu*. İstanbul: Metis Yayınları, IV. Baskı, 2014. Çevirmen: Yasemin Tezgiden.

KÜÇÜK, Suat Hayri. *Devrim Ol(a)mayınca Kiç Olur*. Rh+ Sanart Plastik Sanatlar Dergisi, Sayı 42, Temmuz-Ağustos 2007, 23-26

LUKACS, Georg. *Estetik III*. İstanbul: Payel Yayınevi, 1988. Çevirmen: Ahmet Cemal.

MCDONALD, Dwight, (1953) *Theory of Mass Culture: Excerpts from "A Theory of Mass Culture"* by Dwight MacDonald, in Diogenes, No. 3, Summer, 1-17.

MELVILLE, Stephen. "Clement Greenberg", *Encyclopedia of Aesthetics*. Newyork: Oxford Universty Press, 1998.

MURRAY, Chris (19??). *20. Yüzyılda Sanatı Okuyanlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık, II. Baskı, 2012. Çevirmen: Sura Öncü

NERDRUM, Odd. *Kitsch Üzerine*. İstanbul: Küre Yayınları, I. Baskı, 2010. Çevirmen: A. Feyzi Konur.

ROSE, Margaret A. (1993). *Parodi: Antik, Modern, Postmodern*. Ankara: Hece Yayınları, I. Baskı, 2016. Çevirmen: Cansu Dikme.

TDK, "Parodi"(2017).http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&ke lime=PAROD%C4%B0

TDK, "İdeoloji"(2017).http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59567f8a376c74.00892806

TDK, Almanca-Sözlük I, A-N (1993). İstanbul: Türk Dil Kurumu Yayınları. Önen, Yaşar ; Cemil Ziya Şanbey; Haz: Vural Ülkü,

LONGMAN Metro, İngilizce-Türkçe Sözlük, (1993) İstanbul: Metro, Genel Yönetmen: Önder Renkliyıldırım.

ŞAHAN, Yakup. *Kötü Beğeni. Kitsch. Kitle ve Orta Sınıf Kültürü- Öncü Sanat*. Biçem Aylık Yazın Dergisi. Sayı 10, Temmuz 1992, 4-7

ŞİMŞEK, Ali. *Kriz ve Kritik*. İstanbul: Agora Kitaplığı, I. Baskı, 2015.

ŞENTÜRK, Levent. *Kiç Sözlüğü*. İstanbul: Kült Neşriyat, I. Baskı, 2014

TANYELİ, Uğur. *Aslolan Kitsch'tir*. Arredamento Dekorasyon, Sayı 21, Aralık 1990, 103-108

ZYGMUNT, Bauman (1987). *Yasa Koyucular ile Yorumcular*. İstanbul: Metis Yayınları, IV. Baskı, 2014. Çevirmen: Kemal Atakay.