

KITSCH ÜRÜNLERİNİN SANATSAL KAYGI TAŞIMAMASININ NEDENLERİ

Bayram DEDE

Doç. Dr. Adıyaman Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, bdede@adiyaman.edu.tr

Dedeoğlu, Bayram. "Kitsch Ürünlerinin Sanatsal Kaygı Taşınamamasının Nedenleri". ulakbilge, 57 (2021 Şubat): s. 284–290. doi: 10.7816/ulakbilge-09-57-10

ÖZ

Kitsch kavramı Avrupa'nın üretim mekanizmasında ve üretim sistematığının değişiminde büyümüş bir kavramdır. Yeni kapitalist yapıda her nesnenin bir fiyatı olması gerektiği fikrini yaygınlaştırarak satışa ve paraya yönelik bir yaşam biçimi oluşturdu. Sanayi Devrimi'nin etkilerinin tüm alanlara nüfuz etmesi yeni dönüşümde gerekli ivmenin kazanmasında etkin oldu. Kitsch, sanatsal entelektüel bilgidan uzak toplumların sanata karşı oluşmuş görsel susuzluğunu gidermek amacıyla oluşturulmuş estetik bir amaç gütmeyen çalışmalardır. Kitsch ürünleri, her beğeniye göre biçim olarak farklılaşsa bile genelde bütünlük açısından hep aynıdır. Kurumsal bir sanat bilgisinin olmadığı kitsch ürünleri, konuları farklı olsa da aynı mantığa göre oluşturulmuştur. Hiçbir kitsch ürünü felsefi olarak bir içeriğe sahip değildir. Kitsch, bir anti-entelektüel yapıdır. Sanat olgusu, kitsch ürünlerinde yeterince algılanmaz. Kitsch ürünleri, satışı gerçekleştirmek için tüm aldatıcı renkleriyle geniş kitlenin karşısına çıkar. Geniş kitleleri biçimsel görsellikle etkilenmeyi başaran kitsch ürünleri, alışıldık biçimleri sürekli tekrarlayarak çalışmalarını oluşturur. Kitsch, sadece belirli bir topluma ait değildir. Çoğu toplumlarda vardır. Yaygınlaşan tüketim karmaşasından kendine pay çıkarmak isteyen kitsch, tarzını hiç değiştirmeden hatta formları daha da basit beğeni düzeyine indirerek tüketici için bir alışverişe girer. Kitsch ile sanat birbirine zıt iki inanç gibidir. Sanat derin bir felsefeden beslenirken kitsch ise daha basit ve yüzeysel bir anlayıştan beslenir. Bu yüzden kitsch ürünlerinin sanatsal bir kaygı taşımadığı açıklıkla görülebilir.

Anahtar Kelimeler: Kitsch, sanat, pazar

Makale Bilgisi:

Geliş: 17 Eylül 2020

Düzeltilme: 2 Ocak 2021

Kabul: 20 Şubat 2021

© 2021 ulakbilge. Bu makale Creative Commons Attribution (CC BY-NC-ND) 4.0 lisansı ile yayımlanmaktadır.

Giriş

Endüstri çağı makinelerin çok sayıda ve hızlı bir biçimde gerçekleştirildiği bir dönem olarak görülmektedir. Bu dönem üretimle birlikte tüketimi arttırmış, üretim de tüketimle birlikte dev boyutlara ulaşmıştır. Artan tüketim ihtiyaçlarını karşılamak ve daha fazla üretmek, çok kazanmak için her alana el atılmış, seri üretim, sanatı da içine almıştır. Bu gelişmeler sanatta yeni bir kavramın doğmasına neden olmuş, kitsch dediğimiz kavram ortaya çıkmıştır. Kitsch, günümüz de bile hala tartışılmakta ve yeniden konumlandırılmaktadır. Ama Kitsch bir sanat olarak görülmemekte ve bunun birçok nedeni bulunmaktadır.

Kitsch, patolojik bir anlayıştır. Sanatın istemsiz gelişen bir durumunu ifade eder. Bu ürünler ticarete dönük basit el işlerinden ibarettir. Toplumsal kitlelerin eğitim düzeyinin düşük olmasından da kaynaklanır. Bu ürünler, zamanla tekrarlanarak sert bir kabuğa sahip olur. Bu kabuğun kırılması ise imkânsızdı. Kitsch ürünlerinin duygusal olarak yüklü olması en önemli kozudur. Kitsch ürünleri günümüzde de hala yetkisini yitirmemiştir. Sanattan kopmuş kitlelerin beğeni düzeyi kitsch ürünlerinin olmazsa olmaz kazanımıdır. Bu kazanım ürünlerin tecimsel değerini de oluşturur. Kitsch ürünleri gelenekten beslenmez çünkü geleneğin kendine özgü bir yapısı ve estetik bir değeri vardır. Kitsch ürünleri estetik bir düzeyden mesajını iletmez. Öyle bir gücü de yoktur. Kitsch sanatçısının yüksek bir sanatsal potansiyelinin olduğu söylenemez ama bazen geçimlerini sağlamak için yüksek sanatsal potansiyele sahip sanatçıların kitsche yöneldiği görülür.

Kitsch ve Sanat

Kitsch ürünlerinde topluma sunulan görseller, basit biçimler içinde hapsedilmiş durumdadır. Geniş kitlelere ulaşmak için basit görsel formları kullanan kitsch sanatçısı kendi bireyselliğini ikinci plana atmış olur. Kitsch ürünlerinde amaç, akla ilk gelen anlamı vermektir. Görsellik, biçim ve renk tarafından tatlandırılacak bazı hileler gerçekleştirilir. Bu basit sihir, ürünlerin alıcısına hoş görünmesini sağlar. Kitsch biçimlerinin hepsi şanslarını denemişlerdir. En çok tutulan biçimler sürekli tekrarlanır. Bu da geleceğe yönelik bir atılım yapmasını engeller. Kitsch olgusu, sanatsal anlayışın dışındaki bir oluşumdur. Sanatın temeli olan yenilik ve yaratıcılık kitsch ürünlerinde gözlenmez. Kitsch, tüketim isteğini karşılayan ancak estetik bir kaygı ve sanat bilinci oluşturamayan gülünç denilebilecek bir görselliği içinde barındıran ürünlerdir (Yücel, 2016: 182). Kitsch; sürekli ivme kazanan yoğun ticari ilişkiler sonucunda seçkin bir sanat anlayışına karşı bir alternatif yaratarak estetik olmayan, ne halk ne de seçkin sanata yaklaşan bir melez ürün olarak ortaya çıkar (Yücel, 2016: 182).

Kitsch sanatçısının entelektüel fenomenlerle olan ilişkisi hemen hemen yoktur. Kitsch sanatçısı, sanatın özerk bir yapısı olduğu bilgisinden de yoksundur. Kitsch sanatçısı, toplumsal kitleye bir zevk nesnesi yaratarak onları aldatmayı amaç edinir. Kitsch ürünleri, hemen hemen herkesin zihinsel faaliyette bulunmadan anlayabileceği imgelerle doludur. Kitsch sanatçısı ne kadar insana ulaşırsa amacına o kadar çok ulaşmış sayacaktır. Kitsch çalışmaları, natürel bir anlayışla yapılsa bile görüntüsü doğadaki basit göz yanılmasına dayanarak yapılır. Hiçbir gözlem ve araştırma söz konusu değildir.

Kitsch ürünleri bir otomatizmin sonucu olarak ortaya çıkarlar. Kitsch ürünleri kişiselleştirilmemiş, bireyselleştirilmemiş bir anlayıştır. Kitsch, sanatın ne tarihselliğine bağlı kalır ne de ileriye hamle yapar. Bu yüzden Kitsch'in yapısı bir sanat anlayışı geliştirmesine izin vermez.

Kitsch, sanatçının kapasitesini de sınırlandırır. Diğer alanlarda olduğu gibi makinelerle üretilen ürünler XIX. yüzyılda yaygınlaşmıştı. Çağın ihtiyaçlarına göre üretilen ürünler, biçim düzeyinde yetersiz kalanınca, basit kültür düzeyiyle çözülebileceğine inanılan estetik olmayan biçimlerle çoğaltılmıştır (Turan, 1999: 47).

Sanattan ilgisi olmayan insanların endüstri kolaylığı nedeniyle sanatı bir metaya dönüştürecek kapıların açıldığı bir yüzyıl olan XIX. yüzyıl, makineleşmesinin yaşamın tüm alanlarında hissedilmesiyle sonuçlandı. XX. yüzyıl ise tamamen makineleşmenin ivme kazandığı bir makine çağı oldu. "Makinelerin seri üretim amacıyla üretildiği bu dönemde, seri üretilen bu ürünlerin sadece işlevsel özelliklerinin bulunduğu bilinmektedir. Amaç daha fazla üretmek ve daha ucuza üretimi gerçekleştirmektir. Bu nedenle makinelerle gerçekleştirilen ürünlerde estetik bir tarz görmek mümkün değildir" (Altunay, 2004: 63).

Kitsch ürünleri, kazanç ekonomisinin dışlilerine kendini kaptırmış ve ürünlerin adeta kendisiyle alay eden çalışmalar üretilmiştir. Sadece satış anlayışına dayanan kitsch, ürünlerinin her türlü yaratıcılığın ortaya çıkmasına engel olur. Sanatçının her türlü tutkusunu sınırlayan ürünler zamanla alışkanlığa dönüşen bir otomatizm haline

gelir. İçi boş biçimlerle yola devam eden kitsch, ürünlerinin satışının azalmasıyla başka biçimlere yönelir. Bu biçimlerin süresi satış tarafından belirlenir. Bir sanatçının eserini yaratırken yaşadığı heyecan ve coşku kitsch sanatçısında hep aynı biçimleri denediği için yoktur. Sanat eserinin oluşumunda esin dediğimiz kavram kitschde tamamen ortadan kalkmıştır. Kitsch, payına düşen bir bireysel sorumluluk anlayışından ve sanatsal aydınlanmadan da uzaktır. İç imgelerin etkisini tamamen yitirdiği kitsch ürünlerinde ne bir iç kavrayış ne de dışsal bir algılama vardır. Bu algılama basit biçimlere indirgenerek verilir. Kitsch, sanata bir yenilik getirmez. Varolan biçimlerin aynısını sürekli tekrarlar. Bu yüzden kitsch ürünlerinin yorumu yapılmaz. Nesneleri daha basit bir biçimde verilir, buna karşılık konu hakkında aydınlatıcı bir bilgi vermez (İlbeyli Demir, 2009: 34).

Kitsch sanatçısı, aynı imgeleri tekrar tekrar manipüle ederek yoluna devam eder. Kitsch, cesaretini yitirmiş dar görüşlü bir anlayışın somutlaştırılmış halidir. Debdebelerini yitirmiş formlar basitleştirilmiş ve vitalist özelliklerini kaybetmiş olarak ortaya çıkar. Kitsch'in yönünü para belirler. O, ne kadar çok kazanırsa yaptığı işe de saygısı o kadar artar. Bazen resimlerinde değişime de giderler ama bu değişim bir nüanstan öteye geçmez. Ürün yapılırken de yüksek bir bilinç talep etmek mümkün değildir. Gerçek sanat eserinin aksine, topluma sıkı sıkıya bağlı görünen kitsch ürünlerinin toplumun değerleriyle fazla bir bağlantısı yoktur. Kitsch, topluma basit biçimler sunarak toplumdaki sanatsal açığı ve boşluğu doldurur. Kitsch ürünlerinin ömrünü siparişler belirler. Kitle kültüründen beslendiğini iddia eden kitsch, ne kendi toplumsal kültüründen ne de başka kültürlerden pay almıştır.

Kitsch, makinelerle üretilen üretim tekniklerini kullanarak kartpostal, poster, porselenden tekstil ürünlerine kadar hemen hemen her ürünü taklit ederek üretimini gerçekleştirir. Kitsch, bazen de eldeki malzemeleri deforme ederek tekrar kullanma yoluna gider (İlbeyli Demir, 2009: 83).

Kitsch sanatçısı, gerçekliği dönüştürerek bir yaratıcılığa gitmez. Gerçekliği çok daha basit formlara indirgeyerek formların bir yanılsamasını oluşturmaya çalışır. Doğadaki formlara yaslanan basit ama ondan çok daha uzak kopyalarını üretir. Her türlü toplumsal formülasyonun dışında kalan kitsch, sanattaki her türlü olumsuzlayıcı özelliğiyle dikkat çeker. Kurmaca yapısı, aldatıcılığın her türlü formlarını kullanmaya iter. Kitsch, bazen toplumun tüm alanına etki eder. Kitsch ürünlerinin kitle toplumu üzerindeki tahakkümü, onun tarihsel olmayan şimdiki zamanı içeren felsefesinde aranmalıdır. Kitsch'in kendini meşrulaştırma tavrı aslında toplum tarafından anlaşılması argümanına dayanır. Kitsch sanatçısı, biçimsel ve içeriksel bir yoruma gitmez. Sanatçının sanat üzerine biraz düşünmesi bile kişiyi kitsch anlayışının dışına çıkarır. Kitsch ürünlerinde övgüye değer hiçbir şey bulunmaz. Sanatın karmaşık akışı dışında kalmayı başarması bile kitsch hakkında bir fikir edinmemizi sağlar. Tek biçimlilik ve tecimsel anlayış kitsch ürünlerinin en karakteristik özelliğidir. Sanat, deneysel ilkelere dayanmaz. O ne bireyselliğin tinsel yaşantısından güç alır ne de derin toplumsal bir felsefeden beslenir.

Kitsch ürünleri kendini aşmak şöyle dursun zamanla katlaşıp, kendini tüketecektir. Anı bile görmezden gelen kitsch ürünleri, katı sınırları hiçbir zaman aşamazlar. Sanatsal sarsıntıları bile sanatsal imgelerle süsleyerek yapay bir sanat atmosferi oluşturmaya çalışan kitsch sanatçıları, her türlü sanatsal bilginin dışında hareket eder. Sanatçıların iz bırakma gibi bir eylemleri de yoktur. Kitsch'in kendi kaderi hep aynı kalmaktadır. Kitsch ürünlerinin izleyicide bir bellek yitimi ile birlikte izleyicilerin bu ürünlere övgü dizdiği görülür. Hırs duygusunun olmadığı bu ürünlerde bir tembellik gözlemlenir. Ürünlerde dünyevileştirmenin yanında öldürücü dozda bir sabitlik vardır. Bu sabitlik tüm kitsch ürünlerinde ortaktır. Sanat imgesine sahip olmayan kitsch ürünlerinde öznellik ve özgürlük yoktur. Mutlak bir gerçeklik iddiasında da olmayan kitsch ürünleri, sanat eserinin yanında çok yapay kalır. Kitsch ürünlerinin empoze ettiği şekiller ve içeriksel yapı tam olarak olgunlaşmamış halde bulunur. Tüm estetiksel sanat anlayışından kovulan kitsch ürünleri, biraz da kendilerine esrarengiz bir yapı kazandırarak umutsuzca parıldamaya çalışır.

"Çağımızın sanat alanlarındaki kitsch, geçmişin herhangi bir sanat eserine ya da işine hayran olan, fakat onun kalitesini sağlayan biçimleme disiplinine ulaşmamış bir kimse tarafından cüret edilerek yapılan, seviyesiz bir özentî ürünüdür" (Turani, 1999: 47).

Kitsch, ürünleri anlamdan arındırılmış bir posadır. Bazı süsleme biçimlerini kullanarak ürünleri örtbas etmeyi de başarır. Piyasa ekonomisi, sanatsal yetenek ve yeterlilikten uzak kitsch ürünlerine bile büyük bir değer atfeder. Bu ürünler, basit ve gevşek bir formülasyondan oluşur. Yaratma gücünden yoksun bireysel bir yaratım oluşumuna da pek sıcak gözle bakılmaz. Kitsch sanatçısı kendi potansiyelini minimum olarak kullanılır. Hayal gücünün bile esaret altına alındığı kitsch ürünleri sanatsal öze tamamen kayıtsız kalır. Ne geçmişin ne geleceğin kavşağında bulunan kitsch, genellikle popülist kaynaktan beslenir. Kitsch, etkilemek için anlığın dışında dokunaklı biçimlerle izleyiciyi kendine çeker. Bireyi bir duygu yumağı içine hapseder. Kitsch biçimlerinin kutsanması onun satış miktarına bağlıdır.

Kitsch, satış iştahı daha da artarak aynı biçimleri tekrar tekrar kullanma yoluna gider. Kitsch, zeminini hazırlamak için özgürlükten ve özgünlükten verilen ödün ile sanata bakış açısını daha da kısıtlar.

Sanat eserleriyle kitsch ürünleri iki karşıt kutup gibidir. Birbirleriyle hiçbir zaman bütünleşmezler. Kitsch kendi içinde tutsak edilmiş durumdadır. Kitsch sanatçısının dünyasında ne akademik biçimselliğe ne de avangard coşkunun bir taşkınlağa yer vardır. Sanattaki ileriye yönelik sürekli atılımlar kitschte yoktur. Sanat, kendini sürekli yetkinleştirerek hem biçimde hem de içerikte yeniyi bulma arzusunu hep içinde taşır. Kitsch'in aksine sanatın kendine özgü sırları yoktur. Sonsuz açılımlar için kendini sürekli zorlar. Durağanlık, sanatın felsefesinde yoktur. Buna rağmen kitsch, yaratıcılık olgusundan tamamen uzak kalarak hiç çaba harcamadan el emeğini de asgari düzeye indirgeyerek yapar.

Kitsch doyurucu, baştan çıkarıcı bir üslup kullanarak tecimsel değerini artırır ama kendi yolunu tıkayarak toplumsal kitle üzerinde görelide olsa bir egemenlik kurmayı başarır. Bu geçici durum kökleşmiş alışkanlıkların bir yansımasıdır. Kitsch kavramsal açıdan da bir söylem oluşturmaz. Sanata dair bir anlayışı da yoktur. Sadece satışı gerçekleştirmek için her yolu dener.

Kitschte imgelerin kullanımı hep aynı kalmıştır. Kitsch, toplumla bütünleştiğini iddia etse bile toplumdan tamamen uzak kalmış ve topluma tamamen yabancılaşmıştır. Sanattan biraz anlayanlar için bile dayanılmaz derecede estetik olmayan biçimler sunar. Kitsch buna rağmen kendi içinde ise bir iç rahatlama sağlar. Alışkanlıklar kendisini sıcak tutar ama zamanla topluma yabancılaştığı gibi kendisine de yabancılaşır. Hayatı yansıtan resimler, çoğu zaman gerçeklik adına yapılan ama onunla hiçbir ilişkisi olmayan çalışmalardır. Yeteneğin sınırlı olduğu çalışmalar büyük bir gösterişle sunulur. Bu çalışmalar, toplumun sanatsal açığını kapatmaya çalışır. Kitsch, seyircinin karşısına sürekli aynı kompozisyonda biçimlerin yerlerini değiştirerek çıkar. Kitsch, hayal gücünü tersine çevirmeyi başararak bireysel bir yoğunlaşmanın olmadığı çalışmalar üretir. Satış mekanizmasına kendini kaptıran kitsch, tamamen ona hizmet etmeyi amaç edinir. Teknolojinin hızla geliştiği bir dünyada kitsch, tecimsel değerini artırmak için teknolojik imgeleri de kullanır. Bu kullanma biçimi de zamanla katılaşır. Kaba bir kalıba dökülen ürünler bazen de çok karmaşık biçimler halinde ortaya çıkar. Tüm dünyaya dalga dalga yayılan hızla tecimselleşen dünyada bir masal imgesi yaratılıp çoğaltılarak satışa sunulur. Bunun için korkunç bir çaba gösterilmez. Ürünlerde kullanılan imgeler kitleleri eğitme misyonu yüklenmez, cicili bicili formlar kitleleri aldatmanın en kısa yolu olarak görülebilir.

Kitsch'in en önemli amacı, hızlı tüketime yönelik üretim yapmasıdır. Üretilen bu ürünler, kolay satılabilen, en çok para getiren, basit düzeyde üretimler olduğu için eskiler çöpe atılarak aynı hızla yerine yenisi konulmaktadır (İlbeyli Demir, 2009: 36).

Kazanç düşkünü haline gelen kitsch sanatçısı ürettiği ürünü satmak için her yola başvurur. Kitsch sanatçısı bir sanat üretimi oluşturacak güçtedir. Ama bağlı kalıpların dışına çıkma kabiliyetini gösteremez. Bu yüzden sürekli yozlaşmanın içine saplanıp kalır. Yaratma yeteceğini kullanmak yerine bazen eskiye dönerek toplumsal kitleye nostalji kimliği adı altında bu biçimleri pazarlamaya çalışır. Bu biçimleri tekrar tekrar kullanma yoluna giderek çürümüş, zamanı geçmiş formları yeniden topluma sunar. Üretimde yaşanan büyük patlama ile ürün artışı insan yaşantısını tarihte az görülür bir şekilde etkiledi. Bu gelişme öyle hızla yayıldı ki dünyayı tamamen değiştirdi (Fischer, 1995: 49). Her üretim, tecimsel değeri göz önüne alınarak üretilmeye başlandı. Ticari kaygı tek amaç haline geldi. Kitsch'in sanata dair bir inancının olmamasının yarattığı düş kırıklığı onun sanata entegre olmasının önünü tamamen tıkadı.



Resim 1. Ağlayan Çocuk

Kitsch, dramatizasyonu çok kullanır. Resim 1’de Ağlayan Çocuk resmi bunun en güzel örneğidir. Çocuk bir masumiyet imgesine sahiptir. Bu resimde bir duygu sömürsünün olduğu hemen göze çarpar. Aslında resim bilinçli olarak seçilmiştir. Çocuk, ağlamasına rağmen gözündeki yaş dışında ağladığına dair belli bir yüz ifadesi yoktur. Ağlayan çocuğun yüzü, tüm masumiyeti ve acılı bir anın resmedilmesiyle izleyicide bir duygu sömürsü oluşturur. Çocuğun sevimli yüzü, sanatçısı için önemli bir seçimdir. Çocuk, resmi hiçbir çaba gerektirmeden algılamamanın dayanılmaz kolaylığını yaşatır. Bu çalışmada yaratıcı bir coşkuyu bulmak ise imkânsızdır. Kitsch, duygu sömürsünü öyle bir kullanır ki herkesin kendinden bir şey bulabileceği bir hale getirir. Kitsch, satışı gerçekleşinceye kadar bu formu kullanır. Satışı azaldığında ise tamamen tedavülden kaldırır.



Resim 2. “Ağlayan Kadın”, Picasso Tuval Üzerine Yağlıboya, 1937

Resim 2’de Picasso’nun Ağlayan Kadın resmine bakıldığında ağlama eylemi çok net biçimde görülür. Birinci resimdeki çocuk resmine kıyasla kadının en derinlerden gelen acısını görmek mümkündür. Resimdeki kadının yüzündeki ifade acı çektiğini çok yoğun bir biçimde hissettirir. Ağlayan kadın resminde hem özgün hem de yaratıcı bir çalışmayla karşılaşılır. Ağlama eylemi hemen kavranılır. Yüreği sıkıntıya sokan katıksız bir acının yaşandığı görülür. Kadının içini yakan ateş, yüzünde tarif edilmeyecek kadar derin bir acı oluşturur. Bu bir kübist çalışma olmasına rağmen gerçekçi bir resimdeki ağlama sahnesini birebir verir.

Pazar için üretim kitsch’in temel hedefi haline gelir. Sanattaki tüm gelişmelerin de dışında kalır. Sanatla özünde bir dirsek teması içinde bile bulunmaz. Kitsch’in kendi dogmaları vardır. Bu dogmalar uzun süre hep aynı kalır. Kitsch ürünlerinin, sanat izmleriyle hiçbir alakası yoktur. Hiçbir sanat izmini kendine örnek almaz. Sanattaki tüm gelişmelerin de dışındadır. Çünkü sanat duygu, düşünce, iş, haz gibi kavramları içinde barındırmaktadır (Geçen, 2018: 285). Ama kitschte bunları bulmak mümkün değildir.

Kitsch ürünlerinde kalıcılık söz konusu değildir. Kitsch bir moda hareketi gibidir. Eğer ürünlerin satışı azalırse yeni biçimlere yönelir. Eski ürünlerde etkisini kaybeder. Kitsch biçimleri küçük farklılıklar da olsa bazen kendini yeniler. Çoğu zaman da aynı biçimler sürekli hale gelir. Bu biçimler donuk, naif, basit özellikleriyle göze çarpar. Kıpırdamadan duran, hep yerinde sayan kitsch, bir sanat izmi oluşturamayacak kadar basittir. Kitsch, sanattan anlayan bir azınlığa değil sanattan anlamayan kitlelere hitap eder. Salt biçimsel gösterişle kitleleri etkilemeyi amaç edinen kitsch ürünleri bunu da ustalıkla yapar.

Kitsch, içinde bulunduğu zamanın kültürüyle büyüyen, işe yaramaz diye atılan, modası geçmiş, etkinliğini yitirmiş ne varsa onları tekrar kullanarak faydalanan bir asalak olmuştur (Ergüven, 2002: 195). Sıradanlığı aşamamış kitsch ürünlerin gerçekte olan bir ilişkisi yoktur. Kitsch hiçbir izime bağlı değildir. Çünkü izimler, kendinden önceki sanat anlayışına karşı çıkarak kendini var eder. İzmlerin derin bir felsefe anlayışları vardır ve sanatsal alanda kendini savunabilir. İzmler bir entelektüel yargılardan, tepkilerden, isteklerden ortaya çıkar. Kitsch ürünleri ise tamamen tuzaklardan kuruludur. Bu tuzaklardan en önemlisi bir “sanat eseri” misyonu takınarak kendine özgü bir aldaticılığı geliştirmiş olmasıdır.

Kitchen bilimsel ve teknolojik ilerlemeler ile fazla bir bağlantısı yoktur. Sadece sanat eserlerini çoğaltmada kullanılır. Kitsch, nesnellik adı altında değerini yitirmiş çalışmaları tekrar gündeme getirerek sanat satışını artırmak anlayışını güder. Kitsch, hem gerçeklikle hem de hayal ile tüm bağlarını koparmıştır. Tekdüze olan ve

binlercesi üretilen kitsch ürünlerinin hemen hepsi birbirinin benzeridir. Kitlelerin gözünü boyayan bu ürünler sanat eseri gibi sunulmaya çalışılmıştır.

Kitsch ürünleri belli belirsiz, olgunlaşmamış, çirkin görüntüleriyle gülünç bir hal alır. Kitsch ürünlerinde bazen duygu sömürsünün en uç noktaya kadar çıktığı görülür. Özgün bir saflığı içinde barındıran çalışmalar kitsch ürünlerinin en önemli özelliğidir. Kitsch sanatçısı ruhun ussal olmayan kısmına seslenir. Kitschteki duygusallık, bir romantik duygusallık değildir. Kitsch'in en önemli argümanı gerçekliğin yeniden üretildiği varsayımına dayanırsa da kitsch sadece onun ölmüş basit biçimselliğini vermeye çalışır. Kitsch kendi değerini tamamen daraltmanın sonuçlarını yaşar. Günlük hayatın dinamizmini ve ruh halini yansıttığını iddia eden kitsch, tümüyle bunların dışında kalır. Kitsch, ürünlerinde entelektüel iklimi yakalayamaz ve bu iklimin dışında kalır. Kitsch ürünlerinde entelektüel birikimin hiçbir önemi yoktur. Tüm estetik beğeniyi ve bilgi birikimini altüst eden kitsch ürünlerinin felsefi bir bilinçle gerçekleştiği söylenemez. Tanrısal bir esinin ve ustalığın olduğu sanat eserlerinin aksine kitsch ürünlerinde bir esin bulmak mümkün değildir. Kitschte sanatın o tinsel pırıltısı bulunmaz; her şey yüzeysel, kolay algılanabilir ve çok basit biçimlerde bulunur.



Resim 3: Mona Lisa Yastık, Boxelder

Resim 3'te bulunan yastık üzerine Leonardo Da Vinci'nin Mona Lisa adlı çalışmasının kullanıldığı görülür. Mona Lisa imgesinin kullanılması, herkes tarafından bilinmesinden kaynaklanır. Bugün hemen herkes Leonardo'nun Mona Lisa adlı tablosunu bilir. Bu imge, kitsch sanatçısı için bulunmaz bir nimettir. Herkes tarafından bilinen bir imgenin kullanılması yastık satışını arttırdığından bu imge yastık üreticisi tarafından bilinçli bir şekilde tercih edilmiştir. Yastık üreticisinin Mona Lisa adlı tablonun kimin tarafından ve ne zaman üretildiği konusunda herhangi bir bilgisinin olduğu söylenemez. Kullanılan imge sadece yastık yüzeyinde değil masa örtüsü, perde, bardak kısacası günlük hayatta kullanılabilen tüm kullanmalık eşya üzerinde de kullanılabilir.

Sonuç

Kitsch, endüstrinin gelişimi ile birlikte birçok ürünün üretilmesine olanak sağlamıştır. Yeni iktisadi yapının getirdiği felsefeye göre her ürünün meta olarak algılanıp satışa sunulmasının oluşturduğu etki birçok alanı kapsamıştır. Geniş kitleye hitap eden kitsch, sanatsal boşluğu doldurmaya çalışmıştır. Kitsch kavramı genellikle adi, bayağı, değersiz olanı belirtmek için kullanılır. Kitsch üretiminde pazar tek değerdir. Satışı arttıran kompozisyonlar sürekli tekrarlanır. Kompozisyonların tekrarlanıp tekrarlanmayacağını satış belirler. Kitsch, sanatsal bir yanılsama oluşturarak kendi mevcudiyetini kabul ettirir. Zihinsel pratikten ve estetik kaygıdan uzak olan kitsch, hiçbir yaratıcılığa itibar etmez. Kitsch sanatçısı kolay olanı seçerek çok sayıda ürünü hızlı bir şekilde üretir. Özellikle sanatsal, entelektüel bilgiye sahip olmayan kitleye hitap eder. Bir özelliğinin olmadığı ürünlerde amaç daha fazla üretmek ve satmaktır. Bunun dışında herhangi bir amacı yoktur. Kitsch, başıboş bir anlayışın oluşturduğu çalışmalardır. Bu da sanatsal kriterlerin dışında kalmasına yol açar. Bu kriterler sanatçının özerkliği, özelliği ve yaratıcılığıdır. Kitsch ürünlerinde bunlar hiçbir zaman gözlenmez. Algılanmasında bile herhangi bir zihinsel faaliyet gerektirmeyen ürünler olarak üretilir. Kitsch estetik bir dil geliştiremediği için hep yerinde saymıştır. Basit, kolay algılanabilen, seyirlik bir nesneye dönüşen ürünlerle yetinmiştir. Bu yüzden kitsch sanatta ölümcül bir hastalık olarak kabul edilmiştir.

Kaynaklar

- Altunay, Alper, (2004). Mekanik Sanattan Elektronik Sanata Geçiş ve Video Sanatı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri fakültesi Yayınları.
- Ergüven, Mehmet, (2002). Yorumla Doğru, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Fischer, Ernst, (1995). Sanatın Gerekliliği, (çev.), Çevat Çapan, İstanbul: Payel Yayınları
- Geçen, Fahrettin, (2018). Güzel Sanatlar Lisesi Öğrencileri ile Anadolu Lisesi Son Sınıf Öğrencilerinin Çağdaş Sanat'a ve Kitsch Çalışmalarına Bakış Açılarındaki Fark, *Asos Journal, The Journal of Academic Social Science*, 6(81), 283-299.
- F. Gonca İlbeyi Demir, (2009). Kich ve Plastik Sanatlar Üzerine, Ankara: Ütopya Yayınevi
- Turani, Adnan, (1999). Çağdaş Sanat Felsefesi, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yücel, Gürhan, (2016). Ars İlkelden Moderne Sanatın Tasarımı, 1. Baskı, İstanbul: Profil Yayınları..

Ulakbilge
Sosyal Bilimler Dergisi

REASONS WHY KITSCH PRODUCTS DO NOT CARRY ARTISTIC ANXIETY

Bayram Dedeoğlu

ABSTRACT

The concept of Kitsch is a concept that has grown in Europe's production mechanism and the change of production Systematics. In the new capitalist structure, It is spread the idea that every object should have a price, creating a way of life for sale and money. Instrumental in gaining the necessary momentum in the new transformation was influence of the Industrial Revolution on all areas. Kitsch art is a non-aesthetic work aimed at relieving the visual thirst formed by societies away from intellectual knowledge towards art. Even if Kitsch products differ in form according to each taste, they are always the same in terms of integrity. Kitsch products, where there is no institutional knowledge of art, are constructed according to the same logic, though their subjects are different. No Kitsch product has a content philosophically. Kitsch is an anti-intellectual construct. The art phenomenon is not adequately perceived in Kitsch products. Kitsch products appear in front of a wide audience with all their deceptive colors to make sales. Kitsch products, which manage to impress large audiences with formal visuals, create their work by repeating the usual forms constantly. Kitsch doesn't just belong to a particular community. Most are in societies. Kitsch and art are like two opposing beliefs, art feeds on a deep philosophy, while Kitsch feeds on a simpler and more superficial understanding. So it can be clearly seen that Kitsch products have no artistic concern.

Keywords: Kitsch, art, sunday