

Parşömen ® Yayınları
parsomenyayincilik@mynet.com
Kültürel Çalışmalar Genel Yayın Yönetmeni
İsmet Gülseçgin

©Mukadder Çakır
Medya ve Sanat
Her türlü yayın hakkı Parşömen Yayınlarına aittir.
Hiç bir biçimde izinsiz çoğaltılamaz.

Yayıncı Sertifika No: 19845
ISBN 978-605-5391-65-2

Kapak Tasarım: Murat Ertürk

Baskı ve Cilt:
Barış Matbaacılık&Mücellit
Güven Sanayi Sitesi C Blok
Topkapı – İstanbul
Tel: 0212 674 85 28

1. Baskı 2013 (1000 adet)

PARŞÖMEN YAYINCILIK
Bağlarbaşı Mah. Feyzullah Cad. No: 2
Maltepe-İstanbul
0541 948 99 60

www.parsomenyayincilik.com

MEDYA
VE
SANAT

Mukadder akır

İçindekiler

Sunuş.....	7
1. Kitle İletişim Araçları ve Sanat.....	17
2. Sanatta İletişim Sorunu.....	137
3. Sanatsal İletişimin Medyada Geçirdiği Dönüşüm Süreci.....	163
4. Kültür Endüstrisi Kuramında Medya ve Sanat.....	189
5. Türkiye'deki Ulusal Gazetelerde Kültür Sanat Haberleri.....	221
6. Çağdaş Sanatın Sunum Alanlarında Güç Gösterileri: Sermaye, Siyaset ve Erk'in Kullanımı.....	257
7. "Amerika'yı Yalnız Vietnamlılar Bağışlayabilir.".....	285
8. 1960'lar Türkiye'sinde Sinemadaki Akımlar.....	305
9. Pasolini'de Avangardlık Popülizm ve Şiirsellik.....	333
10. Pasolini'nin Medusa Bakışlı Medea'sı.....	345
11. Orson Welles ve Yurttaş Kane'de Amerikan Bireyci Miti	359
12. Antik Yunanda Müzik.....	381

Sevgili Kızım Nehir İlya Aydın'a...

Sunuş

Modernleşme süreci içinde kitle iletişim araçları ya da medya giderek kitleselleşmiş, yaygınlaşmış, çeşitlenmiş; bu sürece paralel olarak medyanın etkilediği alanlar çoğalmıştır. Sanat ve sanatçılar, bu alanların başında gelmektedir.

Endüstriyel ve teknolojik alanda yaşanan değişimlerle sanat, hiç tahmin edilmeyen sorunlarla yüzyüze kalmış, özellikle sanat yapıtlarının yeni teknolojilerle kolayca çoğaltılabilmesi, sanatın üretim, dağıtım ve algılanma süreçlerini tümüyle değişime ve deformasyona uğratmıştır. Sanatın teknikle çoğaltımı konusu, doğrudan ya da dolaylı olarak medya ve sanat sorunsalını gündeme getirir. Çünkü endüstriyel ve teknolojik gelişim süreci sadece gündelik hayatın sıradan nesnelere üretimini değil, kültür ürünlerinin üretimini de etkiler. Kültürel üretim alanlarının başında gelen medya, özellikle 19. yüzyıldan itibaren yaşanan değişimlerle giderek daha merkezî bir konuma yükselmiş, bu değişim günümüze yaklaştıkça artarak sürmüştür. Bu kitabın konusu da bu bağlamda Medya ve Sanat olarak tespit edilmiştir. İletişimin giderek kitleselleşmesi, kültürün ve sanatın da kitleselleşmesini beraberinde getirmiş, literatürdeki kitle toplumu, kitle kültürü ve popüler kültür tartışmaları bu çerçevede tartışılmıştır.

Yaşanan bu süreci ilk olarak kaleme alan Walter Benjamin o ünlü “Tekniğin Olanaklarıyla Çoğaltılabildiği Çağda Sanat Yapıtı” adlı makalesinde sorunu bireysel ve toplumsal açıdan bağlantılarını kurarak açıklar. Bu önemli makale Türkçeye Ahmet Cemal tarafından çevrilen Benjamin’in Pasajlar adlı kitabında yer almaktadır. Sanatın modern çağda geçirdiği dönüşümlere ilişkin olarak yapılan hemen bütün tartışmalar bu makale ile başlar. Benjamin’in makalesi temelde endüstri ve sanatın karşıtlığı üzerine kuruludur. İlk bakışta çoğaltılabilirliğe olumlu baktığı izlenimi bıraksa da aslında bu süreci her yanıyla inceler.

Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasının sanatsal alanda neden olduğu değişimlere Frankfurt Okulu düşünürlerince 1920’lerden itibaren ilgi gösterilmiş, yapılan çalışmalarda özellikle sanatçıların piyasa ve medyanın istekleri ile kendi sanatsal çabaları arasında kalmalarına ve bu gerilimli süreçte sanatın ve eleştirel aklın uğradığı zarara dikkat çekilmek istenmiştir. Sanatçılar ya medya ve piyasaya bağlanma ya da direnç göstererek ayrı ve özerk kalabilme seçenekleri arasında yani iki ateş hattında hissederler kendilerini. Yani ya ince ve uzun bir yolu izleyecek ya da sebat ve rasyonalite ile başat kültürün üretimine katkıda bulunacaklardır. Rahatın, lüksün ve paranın tarafını seçmek oldukça kolaylaşmış, diğer yolu seçmek ise sürekli bir ceza çekmeye dönüştürülmüştür. Sanatçı realite ile arasındaki uzaklığı kapatmaya çalıştıkça gerilemekte, yaygın kültüre estetik metalar üreten

bir zanaatçıya dönüşmektedir. Sanatçı piyasa karşısında da, medya karşısında da yapayalnızdır. Bu yalnızlık sanatçının eleştirel olması durumunda ise sefalet ve lânetli sanatçılığa dönüşebilmektedir. Bundan en büyük zararı gören sanatçılar ve sanatın kendisidir. Dolayısıyla insanlıktır.

Sanatçılar artık medyanın da içinde bulunduğu kültür endüstrilerinin ücretli uzmanlarıdır. Tüketim nesnelерinin estetik tasarımı, manipüle edici kültür-ürünlerinin şık formlarda üretimi, sistemin her anlamda estetize edilmesi, organizasyonlar, dekorasyon işleri gibi baskın kültür formlarının tasarlanması, asli uğraşlarıdır. Alışveriş merkezlerinin, pasajların, galerilerin oluşturulması, fuar ve sergilerin düzenlenmesi sanatçıların çalışma alanlarına dönüşmüştür. Son yıllarda buna küresel süreçle gelen uluslararası bienaller ve küratörlük eklenmiştir. Bu mekân ve ortamlardaki sanat yapıtı ise bazı olumlu özelliklerine karşın daha çok teşhir edilen, gösterisi yapılan, seyirlik ya da hediyelik sıradan bir nesnedir, bir kitchdir. Mekân ve kitlesine göre ucuz da olabilir, çok pahalı da. Sanatın işlevi olan insan için gerçekleri dile getirmek, gerekirse eleştirmek, uyarıda ya da öngöründe bulunmak giderek daha uzak bir geçmişte kalmakta, onun yerini eğlence ve dinlenceye hizmet etmek işlevi almaktadır. Sanat sevgisi, yitirilmiş olunan geleneksel, ahlâki ya da diğer manevi değerlerin yerine konulmak istenmekte, bu ise sanat algısını yanlış bir yöne çevirmektedir. Bu sanat algısı, saplantılı bir “este-