

Parşömen® Yayınları
parsomenyayincilik@mynet.com
Kültürel Çalışmalar

Genel Yayın Yönetmeni
İsmet Gülseçgin

©Mukadder Çakır
Medya ve Sanat

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

Kapak Tasarım: HayalEvi

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 ÇAKIR

İÇİNDEKİLER

Sunuş.....	9
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: Sermaya, 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 nesnelерinin 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-

tizm" olgusunu merkeze alır. İzleyici ya da alımlayıcının katılımını ortadan kaldırdığı gibi, sanat nesnesini, bir gösteri aracına ya da tüketim nesnesine dönüştürür. Medyada magazin yarattığı sansasyonun asli malzemesi şöhrete dönüştürülen sanatçıların kişisel hayatlarıdır. Başarı ve ödül haberleri, sanat yapıtlarının yüksek fiyatları ile ilgili haberler, sanat yapıtlarının kutsal nesnelere gibi korunma ya da taşınma haberleri vb. kitle ve popüler kültürün en çok kullandığı haber türleridir.

Sanata hak ettiği özerklik şansı tanınmamasına rağmen sanat yapıtları fetişleştirilmiş birer tapınç nesnesi olarak sunulmakta, bu fetişleştirme üzerinden yeni sanat piyasaları inşa edilerek, sanat, burjuvazinin yüksek fiyatlar ödeyerek sahip olduğu statü sembolü olarak işlev görmeye endekslenmektedir. Bu süreçte kitle ve popüler kültür üzerinden yayın yapan ana akım medya baş aktördür.

Sanat aslında tarihte tahakkümcü kurumlara karşı eleştirisini her fırsatta dile getirmiştir. Köleciliğe karşı, derebeylik sistemine karşı, totaliter devlet yönetimlerine ya da baskıcı her tür kuruma karşı hicivle, komedyayla, müzikle, öykülerle, edebiyatla, sözlü ya da yazınsal sanatlarla tavrını belli etmiştir. Sanat yapıtlarının varoluşunda bu tavır alışın ve duruşun önemi büyüktür. Toplumsal ilişkilerdeki başat eğilimden rahatsız olmak ve bunu dile getirmek sanatın varlık nedenine dönüşmüştür zaman zaman. Yaşananların insana uygun ol-

madığını, daha insanal bir hayatın mümkün olabildiğini, insanın gündemindeki bütün sorunların aslında çözümlenebilir olduğunu ve hiç bir sorunun mutlak ve çözümsüz olmadığını sanatçılar dile getirmiş ve bu konulardaki umudu tarih boyunca canlı tutmuşlardır.

Yaşanılan sorunlarda teknoloji baş aktör ve belirleyen gibi görünse de bu da bir yanlış algılama biçimidir. Çünkü teknik tarafsızdır. Aynı teknik insan lehine de kullanılabilir, insana hizmet edebilir. Medya bilgilendirmekten çok dezenformasyon (yanlış bilgi) üretiyor ve sanatın algılanışını bile değiştiriyorsa, bu her şeyden önce medyanın yapılışı ile, ekonomisi ile ve politikası ile ilgili sorunlardan kaynaklanır. Varlığı reklamlara ve şirketlere bağlı olan bir medya, yayını da onların sınırlarında yapmak zorunda kalır. Gücünü oyunun kurallarına uyduğu sürece koruyabilir. Derinlik eksikliği ve yüzeysellik medya yayınlarının temel sorunlarından olup, bu, zamanın algılanma biçimini bile değiştirmekte ve insanlarda unutma eğilimini yani belleksizleşmeyi yaratmaktadır.

Gösteri kültürünün bütün özelliklerini yaşatan medya katılan değil izleyen ve onaylayan kitleler üretmektedir ki bu izleyicilik hali aslında demokratik toplumlarda yönetime katılmamaları için kitlelerden beklenen bir davranıştır. Böylece siyasal süreçteki temel işleyiş, medyanın toplumsal rıza ve onayı üretmesi ile tamamlanarak bütünlüğe ulaşır. Kamuoyunu oluşturmak ve kitleleri siyasal süreçlere katılmadan denetim altında tut-

mak, rıza üretimi ile mümkün olur. Özellikle kültürel olarak rafineleşmiş ya da sanayileşmiş ve özgürlükleri tanınmış ülkelerde zor ve güç kullanımı büyük sorun yaratacağından, bu ülkelerde fikir ve davranışlar sosyal bir uzlaşma ortamı üretilerek yönlendirilir. Yaygın kültürel formlar bu alanlarda medyanın kullandığı temel öğelerdendir ve sanat da giderek bir popüler kültür ürününe dönüştürülmek istenmiştir, istenmektedir.

Son yılların önemli iletişim aracı olan internet ve genelinde de yeni medya geleneksel medyanın birçok özelliğini devralan bir teknolojik yenilikler dizgesi olarak benzer sorunları beraberinde getirmiştir. İnternet hem olağanüstü bir özgürlük, özerklik, yaratıcılık ve paylaşım alanıdır hem de hızla ticarileşen ucu bucağı belirsiz bir süpermarket, bir süper-pazar. Benjamin'in çözümlemesini yaptığı, bugün bize çok farklı gelen o güzelim Pasajlar artık tarih olmuş, yerini internetin sanal pazar alanı almıştır. İnternet insanın yitirmiş olduğu paylaşım ve kamusal deneyimini insanlara yeniden yaşatmaktadır ve bu başlı başına övgüyü hak etmektedir. Ancak diğer taraftan da yabancılaşmayı da alabildiğine yoğunlaştırmakta, birbiri ile karşılıklı olarak hiç konuşmayan, birbirini gerçekte görmeyen, hatta evinden fazla çıkmadan her işini halledebilen, tamamen sanal âlemde yaşayan ve sayıları hayli kabarık yeni nesiller de yaratmaktadır. Yeni medyanın risklerinin az gibi görülmesi çocukların bile bağlanmasına neden olmakta, tarihte ilk defa sanal ağlar arasında doğan ve varlığını sürdüren

sanal toplumlar ve topluluklar oluşturmaktadır. Ancak bu topluluklar adeta insansızdır. Biri diğzerinin gerçek olup olmadığını bile bilmemektedir. Ve sanat da bu sürecin içinde giderek sanallaşmakta, herkesin, ama ancak hayali olarak katılabildiğı, varla yok arası bir ortama dönüşmektedir. Teknikle çoğaltım sonsuzlaşmış ve hatta bireyselleşmiştir. Bu nedenle yeni medyayı ve interneti onun yarattığı büyölü atmosfere kapılmadan ama hakını da tanıyarak değerlendirmek ve gerekirse eleştirebilmek en doğrusudur.

Sanat günümüzde bir kuşatılmışlık içinde bulunmakta, eleştirelilik meta-piyasalarının sınırlarında tehlikeleri törpülenerek yapılabilen evcil bir forma dönüşmektedir. Bu değişim genel olarak sanata bakınca da tek tek sanatlar incelenince de görülebilir. Ancak sürecin tüm olumsuzluğuna rağmen insanın ve sanatçının yanılması mutlaklaştırılmaması, sanatın sığındığı ve hayat bulduğu bir nirengi noktasıdır. Umut ilkesini, güzelliğı ve ütopyayı yaşatan sanat, en kaotik dönemlerde bile insanın fantazyalarının yaşama alanı olma misyonunu sürdürme eğilimindedir; denetim altında iken de insanın özgürleşim beklentilerini canlı tutmak ister; onun, yaşadığı olumsuzluklardan mutlak bir karamsarlığa düşmesini önlemek ister.

Bu gerçeğı her zaman vurgulayan Theodor Adorno da sanatın bu önemli karakterini şöyle açıklar: *“Bugün apaçık bir gerçektir ki, yaşanmakta olan acıların, kendisini duyulur, duyulabilir bir sese dönüştürebildiğı,*

kendisine kısa yoldan hemen ihanet etmeyecek olan bir teselli bulabildiği biricik alan, gene de, sadece sanattır.”¹

Eski olsun yeni olsun bu umuda şans tanınmalı ve canlı tutulmalıdır. Çünkü hâlâ şiirsiz, müziksiz, edebiyatsız, sinemasız ya da resimsiz bir hayat, yani sanatsız bir hayat anlamsız görünmektedir.

Mukadder ÇAKIR

2 Şubat 2013, Göztepe-İSTANBUL

1- Theodor W. Adorno, “*Bağlanma*” (270-299) Estetik ve Politika (Derleme) çev. Ünsal Oskay, 1. B., İstanbul, Eleştiri Yayınevi, 1985, ss. 289

KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI VE SANAT*

1. Kitle İletişim Araçlarının (Medyanın) Toplumsal İşlevi, Amacı ve Kitleye Bakış Açıları

Süreç başından itibaren, işçilerin, memurların, burjuvaların, entelektüellerin, sanatçıların bir arada yaşadığı bir 'karşılaşma' mekânı olan kentlerde, şehirlerde cereyan eder. Farklı kesimlerin bir aradalığı; sosyal çatışmaların, çelişkilerin ve gerginlik süreçlerinin daima canlı olması, düşünsel ve sanatsal alanda da sorgulamaların, karşı çıkışların, protestoların ve arayışların hep devam etmesi anlamına gelir. Kitle iletişim araçlarının konumlandığı kentsel ortamlar, alımlayıcıyı da, fikir ve sanat

*) Yazının yayınlandığı yer: Mukadder Çakır Aydın, Sanatta Eleştirelilik içinde 4. Bölüm, Beta Yay. 2002. Bu bölüm konu ve içerik olarak bu kitaba uygun olduğu için Medya ve Sanat kitabı içinde yer almıştır.

üreticisini de kuşatır, içine çeker. Bu ortamdaki üretim ve tüketim biçimleri de koşullara uygun içeriklerde gerçekleşir.

Modern sanatın geliştiği çok lisanlı kentler Brod-bury'nin açıkladığı gibi yalnız ünlü isimlerin değil, genç yerli yazarların, olası sanatçıların, edebi seyyahların, sürgünlerin bir araya geldiği, yeni sanatın ateşli atmosferini geliştiren ortamlardır. Bu kentlerdeki kafe ve kaba-reler, dergiler, yayıncılar, galeriler kuşakların tartıştığı, akımların çekiştiği kültür iklimleridir. Tesadüfi karşı-laşma ve kesişme noktaları olmayıp, yeni sanat çevre-lerinin, entelektüellerin, kültürel çatışma ve gerilim gruplarının akın ettiği noktalardır. Kütüphaneler, müze-ler, kitapçılar, tiyatrolar, dergiler ve patronlar kentler-dedir. Baskılar, yenilikler, tartışmalar, tecrübeliler, para, çalışan kitleler, değişim göstergeleri, farklı diller, fikirler de öyle. Kent, kültürlerin yaşadığı ve yaşarken sürekli çatıştığı kaos ortamıdır. Entelektüel aktivite buralarda odaklaşır. Nüfusu artar ve sürekli göç alır. Psikik stresler, özgürleşme, teşhir, kentlerde yaşanmaktadır. Yabancılaş-manın yoğunlaştığı bu modern ortamlarda, şehirlerin büyümesi ile oluşan aşırı kültürel yenileşme, değerler-deki ve ifadedeki kriz duygusu, öncelikle sanatçıları et-kilemiştir. Kentin uygarlık merkezleri her an yıkmakta ve yeniden kurmaktadır. Modernist sanat da şekil ve şekilsizlik biçimlerinde yankılar bu süreci. Kültür-baş-kenti, modern sanatçı için bir akademi işlevi görür. Değişim ortamında kültürel barınaklar, yazar ve sanatçı

hareketleri, akışan düşünce dalgaları, sanatsal üretim bu modern-kentlerde gerçekleşmiştir “*Ama modernizm bir kentten daha fazlasıydı; o, birçok başkent ve ulusun ve birçok farklı entelektüel ve estetik çaba ve ruh halinin damıtılmasıydı.*”¹

Aynı zamanda teknolojik gelişmenin fetiş niteliği ile ortaya çıkar çıkmaz kaba reaksiyonlara neden olduğu ve mükemmelleştikten sonra daha önce ihmal edilmiş sosyal sorunların çözümlendiği yanılsamasını yarattığı ortamları kentler. Bu ortamlarda egemen olan Kültür Endüstrisi Adorno’nun tespit ettiği gibi eski ve bildik olanı yeni bir biçimle birleştirmekte ve kitlelere sunulan ürünleri aşağı yukarı belli bir plâna göre birbirine benzetmektedir. Bunu teknik, ekonomik olanaklarla ve yönetsel oluşumlarla başarıyor, binlerce yıldır birbirinden ayrı olan alt ve üst kültür ürünlerini bir arada olmaya zorluyordu. Kültür Endüstrisi kitlelerle ilgili spekülasyonlarında kitleleri ikincil düzeyde ve hesapların nesne’si durumunda ele alıyordu. Kültür Endüstrisinden üretilen “Medya” Kavramı, vurguyu değiştirerek, Kültür Endüstrisini daha tehlikesiz bir konuma taşıdı. Medya, ne kitleler için, ne de iletişim teknikleri açısından temel önemde bir sorundu ama yöneticiler için temel bir sorundu. Yöneticiler ve Kültür Endüstrisi için kitlelerin düşünce kapasitesi verili ve değişmezdi ve bu mentaliteyi yinelemek, sağlamlaştırmak, değiştirmemek gerekirdi. Buradaki yaklaşım, varolmak için kitlelere ihtiyaç duymasına rağmen, tamamen bir endüstri ideolojisi idi.²

Yani Kültür Sanayii, önce tekelci sonra oligopol yapılı kapitalizmin koruması altında idi. Mal, hizmet ve bilgi akışındaki hız ile i yaşam yoksullaştırılmakta, fark edilmeyen bir eriyip-gitme süreci yaşanmakta, medya'nın ürettiği "ikame doyum kriterleri" ile (deyim Habermas'ın) yitirilen gerçek ruhsal deneyimlerin yerini yapay deneyim ve kederlenme pratikleri almakta idi. Duygular ve değerler dünyası, aşk, öfke, hüzün, sadakat... vb., eđ-ence sektörünün kuşatmasında olup, sistem aykırı olanı tehlikeli gördüğü için dışlamıştı. Kitle kültürünün ve kitle iletişim araçları sorununun aynı zamanda "siyasal" bir sorun olduğu çok açıktır çünkü doğrudan iktidarın söylemi yayılmakta, yönetilenlerin bu söylemi benimsemeleri, bunu desteklemeleri sağlanmaya çalışılmaktadır. Kitle iletişim araçları yoluyla, spor, siyaset, sanat, eđ-ence gibi tüm yaşamsal alanlarda bireye hazır anlam ve tanımlamalar sunularak iktidarın onaylaması için genel bir konsensus (uzlaşma) yaratılır ve böylece tehlikeler uzaklaştırılır.³ Kitle iletişim araçlarında günlük olarak nelerin tartışılıp tartışılmayacağı genel olarak bellidir. Soyut kavram ve fikirlere değil, somuta dayalı bir tartışma evreni yaratılarak eleştirme ve düşünme olanağı giderek sınırlandırılır. Böylece hep, istenilen konuları, istenilen bir dille konuşan, onun dışına çıkamayan, perspektifi belirli bireyler olma özendirilir.

Kültür endstrilri kendileri ile çelişecek Şekilde sınırsız mstehcenliğine rağmen fazilet taslar. Horkheimer ve Adorno'nun Aydınlanmanın Diyalektiği'nde açık-

ladıkları gibi cinselliği seri olarak üretirken, sevgiyi aşk macerasına indirger ve âşık olmayı film yıldızlarına endeksler. “Güzel” mekanik olarak sürekli üretilirken, mizah ve gülüş, eğlence sanayiinin “çelik banyosunda” yalan mutluluğunun aracına dönüşür. Gülüş, bir hastalık gibi mutluluğun yakasındadır ve onu toplumun sahteliğine ortak etmek istemektedir. Gülmek, birisiyle alay etmeye dönüşmüş, gülen kalabalık insanlığı alaya almakla işlevlendirilmiştir. Birey, ancak, genelle özdeşleştiğinde kabul edilir olmuş, bireysel davranışlar seri üretimlere dönüşmüştür. “*Sahte-bireysellikte*” ses, aksan, saç biçimi, bıyık vb. şeyler bireyin izi-kimliği olmaksızın çıkmış, genele çok yaklaştırılmıştır. Sinema ve müzik sanatsal büyücülükle bu sürecin hizmetine koşulmuş; kurbanlarını yargıç ilan eden Kültür Endüstrisi, müşterilerin istediğini verdiğini savunmuş oysa Endüstriyel kültürü “*kalpazanca*” sürekli yeniden üretmiştir, üretmektedir.

Kültür tüketicisi, yaşamı, kültür ürünlerindeki sunumun, felsefenin devamı gibi algılar. Sinema bu yanılgıyı kolay ve zevkli hale getirerek, fantezi ve düşleri filmin sınırlarında tutar ve böylece günlük gerçek daha kolay kabullenilir. Görüntüler gerçek gibi sunulurken imgelem ve kendiliğindenlik felce uğrattır; çünkü film bunları bireyin yerine kendisi yapar. Kültür Endüstrisi hayatın gerilimini azaltmak için neşeli ifadeyi, eğlenceyi, gülcü sürekli yeniden-üretir. Aslında çalışmanın uzatılması olan eğlence, yine çalışmaya dönmek için aranır. Ancak

kitle iletişim araçlarında bu süreç sıkı bir denetim altındadır ve bireyin zihinsel katkısını yok eder. Böylece gerçek bir eğlence süreci olmaktan çıkarak varolan acıları unutma ve düşünmeme aracına dönüşür. Arzu duyulanı ve çıplak vücutları teşhir eden kitle iletişim araçları bayağı zevki besleyerek süreci pekiştirir.⁴

Unutma (Amnezi) ya da belleksiz-kalma, eleştirelliği ve zihin zenginliğini kaybediştir, bir teslim olmadır. Varsıl ile yoksulun, yöneten ile yönetilenin birbirine özdeş olduğu yanılısamasını oluşturmak üzere üretilen Kitle Kültürü insanın yılgınlık zamanlarında, gerçekleri unutmak istediği zamanlarda kullandığı bir kültürdür. Bu kültürün üretiminde, tüketicilerinin hiçbir payı yoktur. Tasarı, dizayn, üretim, dağıtım ve satış aşamalarında tüketiciler, en fazla müşteri konumundadır. Kitle kültürü ürünleri olan kitap, plâk, kaset, CD, müzik, film, konfeksiyon giysileri ve TV dizilerinde, tüm bunları tüketecek kitleler düşünülür. Yani, neleri seçip seveceğimiz, nelerden korkacağımız, nelere güleceğimiz, kimleri kıskanıp, kimlere hayranlık duyacağımız, kimleri küçük görüp kendimizden hoşnut olacağımız belirlenmeye çalışılır. Böylece hoşnut tutulan kitlelerin, değişimi gereksiz görmeleri, edilgin ve umutsuz olmaları sağlanır. Zaman zaman kırgınlıkları, karşıtlıkları ve inançsızlığı işleyen kültür ürünleri bunu yaparken bile gerçeğin güzelliğini vurgular ve bu çift yönlü sunum ile daha ikna edici, yatıştırıcı olurlar. Yalnızlaşmış, toplumda atomize olmuş birey onların başarısının garantisidir. Sızlanma ve şikayet olabilir ama değiştirmek olamaz.⁵

Hegemonik ideolojinin öğelerini taşıyan ve acı çeken insanın özgürleşme beklentilerini dile getiren karşıt öğeleri de içinde taşıyan Popüler Kültür ise sanayileşme öncesi toplumlarda ve çok gelişmiş ülkelerde olmak üzere iki tip gelişim gösterir. Sanayi kapitalizminden önceki toplumlarda popüler kültür, sistemin yönetme ve hükmetme mekanizmalarının yeterince gelişkin olmasından; kültürel ve siyasal denetimin tek tip bir kültürü yayamamasından, devlet bürokrasisinin açık denetimi sağlayacak kadar etkin olamamasından kaynaklanır; bu sayede hayat bulur. Merkeze uzak taşra halkı din, gelenek, dil, sözlü kültür, folklor, müzik gibi alanlarda kendi tercihlerini uygulayarak hayatı eleştirebilir, masal ya da öyküler oluşturabilir. Akrabalık ilişkileri, aile gelenekleri, giyim-yemek tarzları kendi belirledikleri gibidir; yani homojenleştirilememiştir. Yerel kültür ve özgün-kültürel kimlikler yaşama şansı bulmuşlardır. Bunların en önemli sebebi ise, tek bir pazarın, tek bir ekonomik iktidarın henüz kurulmamış olmasıdır. İkinci tür Popüler kültür, homojenleşmeye karşı tepkilerin tüketimi düşürdüğü ve bu nedenle rafine/muhafız kültüre izin verilmesinin kaçınılmaz olduğu çok gelişmiş ülkelerde yaşanan şeklidir ve bu kitle kültürü ile iç içe yaşar. Onu kullansa bile realitenin neden olduğu acıları, öfkeleri, istek ve beklentileri dile getirir. Bazı pop müzik türlerinde, TV dizilerinde, çizgi romanlarda, popüler romanlarda, filmlerde yaşatılarak farklı bir rahatlama, soluklanma ya da belki de renkli bir yanılısamaya dayalı rahatlama yaratılır. Bu tip Popüler Kültür yabancılaş-

mayı yokmuş gibi göstermek yerine, rafine yollarla bireyselliği, özgürlüğü, doğallığı geliştirmeyi amaçlar ve kitle kültürünün yarattığı anomiyi hafifleterek bunun yerine spontaneliği, farklılığı, yaratıcılığı koyar. Sisteme bağlıdır ama tüketicisini uyutmak yerine eleştirmeye yönlendirir. Eleştirilerin ve muhalefetin dile gelişi ise, üretim teknolojilerine bağımlıdır. Yani gelişmişlik yüksek ise, muhalefet de yüksektir. Ancak popüler kültürün yaşattığı bu muhalif kültür, süre olarak sınırlı olup, hayatın gerçekleri başladığı anda biter. Bu nedenle popüler kültür aynı zamanda incelikli bir yanılğı halidir. Hayata uyumlanmayı kolaylaştırır ama bunu, verili gerçekliği değiştirme ve yeni bir hayat kurma düşünüyü canlı tutarak, buna izin vererek yapar. Buna bir açıdan da, sistemin devamını sağlamak için, kaçınılmaz olarak, zorunlu olarak, istenmeden izin verilir; sistemin devamını tehlikeye sokan “atropi” ve “anomiya” hafifletmek için bu özgürlüklere ihtiyaç duyulur.⁶

Pek çok örneğinde popüler kültürü de kendi sınırlarına hapseden Kitle Kültürü, sanatçıların çalışırken, kitle’yi, satış olanaklarını, kolay anlaşılır olmayı amaçlamasına neden olur. Bir roman yazarı, romanın sinemaya uyarlanabilirliğine dikkat eder hale gelir; bir şair ya da besteci nasıl daha fazla ve her kesimden insana hitap edebileceğini hesaplar. Bu ve bunun gibi hesaplara dayalı “*biçimsel akıl çağı*”nda insan, sadece, varlığını sürdürme amacına hapsedilir, bu amaç için her aracı kullanmaya başlar; sonuçta araçlar amacın da önüne geçer.

Sürecin değişiminde, bugünkü haline gelmesinde sanılandan daha fazla etkisi olan Televizyon, salt bir teknoloji olayı değildir. Tam tersine televizyonu teknolojiye indirgemek sorunun maskelenmesine neden olur; bu nedenle 'toplum ve teknik', 'toplum ve kültür' 'toplum ve psikoloji' kavramları ile birlikte açıklanmalıdır. Televizyon, teknolojik alanda, elektrik, telgraf, fotoğraf, sinema ve radyonun bulunuşundan sonra geliştirilen bir oluşumdur. Endüstriyel üretimin ilk dönemlerinden sonra oluşan sermaye birikimi ve iş teknolojilerindeki gelişim, toplumsal düzeyde yepyeni gereksinimleri ortaya çıkarmıştır. Bunlar aynı zamanda yeni olanaklar anlamına gelmektedir; ki televizyona kadar varan iletişim sistemleri, bunların sonucudur.⁷

Endüstri Devriminden sonra, insanla-insan ve insanla nesnelere arasında değişen ilişki biçimleri, okul, aile ve kilise gibi kurumlara söyleyecek çok az şey bırakmış; yeni bilgi ve yeni tür uyumlandırıcılar gerekli olmuştur. Yüzyılın ilk yarısına kadar yeni toplumun değişen gereksinimleri kitle iletişim araçları yoluyla karşılanmıştır: Politik ve ekonomik enformasyon için basın; toplum, aile ve kişisel yaşam için fotoğraf; merak ve eğlence gereksinimleri için hareketli resim; iş, enformasyon ve bazı önemli kişisel mesajlar için telgraf ve telefon kullanılmıştır. Radyo ve televizyon yayıncılığı, tüm bu özel makinaların bileşkesi olmuş; bundan sonra, yönlendirme ve manipülasyon, hareketli, ev merkezli ve özelleştirilmiş yaşam formlarına dönüşmüştür.⁸ Son yıllar-

daki yeni iletişim araçlarına, cep telefonu, internet gibi çok önemli yenileri eklense de yaygın kitleyi etkileme derecesinde başrolü hâlâ televizyon oynamaktadır.

Kitle İletişim Araçlarının Sanatı Kullanım Biçimleri ve Yöntemleri

Modern dönemde sanatın kitle iletişim araçlarına bağılılığı, neredeyse piyasaya bağılılığı kadar yoğunlaşmış; bu araçlarda güncelliğin sınırlarında da olsa yer alabilmek kaygısı sanatçıyı hep, daha önce duyulmamış, görülmemiş yenilik arayışlarına endekslemiş; zaman zaman dikkat çekmek için yapay sansasyonlar, anlamsız tepkiler ve tartışmalarla gündemde kalma çabası sıradan olaylar haline gelmiş, sanat'ın üzerine bunların gölgesi düşmüştür. Kitle iletişim araçlarından dolayı sanat farklı ülkelerde benzer sorunlarla yüz yüze kalmış, sanatçı açısından oldukça kaotik yapıda, içinde de dışında da durması olanaksız bir ortam oluşmuştur. Kitle iletişim araçları tarihsel gelişimlerinden bugüne sanatı kullanma biçimlerini oldukça rafineleştirmiş ama sanatın bağımlılığını giderek artırmıştır. Artık kitle iletişim araçlarını tümüyle karşısına alarak sanat yapmak mümkün değildir. Çünkü kitle iletişim araçları toplumun, sistemin temel omurgalarından biri haline gelmiş, hiç bir oluşum, onun etkisinin dışında kalmaz olmuştur. Kitle iletişim araçlarının sanatı kullanım biçim ve yöntemleri popüler kültürün bazı örneklerinde olumlu ancak genelde olumsuz sonuçlanmış; kitlesel etkileri sanatı ve sanatçıyı

iletişim araçlarının ölçüt ve kıstaslarına göre sanat yapmaya yönlendirmiş; bundan eleştirel sanat zarar görmüştür. Aşağıda bu konu sanat'ta oluşan değişimler ve Kitle iletişim araçlarının yöntemleri açısından incelenecektir.

Kültür Endüstrisini oldukça radikal ve ayrıntılı bir şekilde inceleyen Frankfurt Okulu- düşünürlerinden Adorno'nun açıkladığı gibi, "*Dünya, kültür sanayisinin süzgecinden geçirilerek yönetilmektedir.*" Kültür Sanayii ürünleri ile diğer sıradan ürünler arasındaki farkın ortadan kalkmasından sonra sanatın mantığını sistemin mantığından ayıran fark feda edilmiş; bilinçaltı sürekli denetlenip düzenlenirken, yaratıcılığı ve düş kurması engellenmek istenmiştir. Burjuva estetiğinin özlemi olan, trajik yazgıyı, adil bulunan cezaya dönüştürme bilinç endüstrisi ürünlerinde gerçek olmuş, kötü kişilikler (örn. isterik bir kadın) filmlerde kötü bir şekilde ölmeye; toplumsala uymayan âşıklar bunun bedelini ölümle ödemeye başlamışlar, böylece trajedi ahlâklılığı sağlamak için bir tehdit gibi kullanılır olmuştur. Hakikat yalana, yalan hakikate dönüşmüş, Kültür Endüstrisi'nin biçimlendirmede olduğu alan neredeyse kalmamıştır. Tekelin ege-menliğindeki kitle kültürü giderek daha çok özdeşleşmiş; bir ticaret, bir sanayii olduğunu gizleme gereğini duymamaya başlamış, geldiği noktayı daha çok teknolojik yönden açıklayarak "*standartlaşmayı*" bir zorunluluk olarak gösterir olmuştur. Oysa, söz konusu olan, ekonomik olarak en güçlünün iktidarı ve kültür tekelidir.

Günümüzde metalara dönüşmüş olan *imgelerin* (*imajlar*) ve *fantazyaların* tarih ve kültür açısından değerlendirilmesi, şeyselleşmenin ve realitenin anlaşılması açısından oldukça önemlidir. Çünkü bu imgeler ve fantazyalar yoluyla kişinin bugünü ve geçmişi öğrenme biçimi değişmiş; yaşam-deneyimi, yerini “*haberdar olma*”ya bırakmış; gerçekliğin, satışı artıracak sansasyonel yanlarının aktarılması düşünme ve bireyleşme sürecini deformasyona uğratmıştır. Modern insan paramparça olmuş gerçeklik karşısında şaşkın, dalgın ve edilgin insana dönüşmüş; bütünsel olarak anlamlandıramadığı hayat karşısında yalnızlığa ve hüzne sığınmış; kitle iletişim araçları da onun dikkatini, ilgisini ancak sansasyonla, değişimle çekme yolunu seçmiştir. İnsanın daha önce yardımına koşan fantazyalar, düşler de giderek yok olmaya başlamış; bunlar yerine nihilizmi ve şiddeti tavsiye eden, yenilgici ve pasifize edici fantazyalar Bilinç Endüstrisince sunulur olmuştur. Bu nedenle Özgürleşim sorunu, bugün çok daha fazla, fantazyaların Bilinç ve Eğlence Endüstrisine karşı özgürleşmesine de bağlıdır.⁹

Beethoven’in radyoda yayınlanan senfonik müziğinin uğradığı değişimi inceleyen Adorno’nun tespitleri konumuza örnek olması açısından hayli çarpıcıdır: Müziğin radyoda yayınlanması sesin hacmini ve atmosferini daralttığından mutlak bir kalite kaybı olmakta, dinleyici müziğin atmosferini hissedememekte, müziği parça parça ve dağınık algılayarak senfoniye bile hafif bir şarkı

gibi yorumlayabilmekte, müzik dinleyicisinden kopuk varolmaktadır. Senfonik seslerdeki renk zenginliği yok olmuş, ardı ardına dizilmiş fonların yinelenmesine dönüşmüş ve gelişkin bir yapıyı yansıtmaktan uzaklaşmıştır. Dikkat bütünlükten tikel'e kaymış, senfonik zamanın yerini ampirik (bir anlamda gündelik ve sıradan) zamanın yaşanması almış; renk çeşitliliği bozulurken, müzik bir potpuriye dönüşmüştür. Bu şekliyle sanat, kitle iletişim araçlarında bir vakit harcama aracına, eğlence aracına, salon sanatına, yemek arası tanık olunan "zararsız ve evcilleştirilmiş" formlara dönüşmüştür. Hoş ve kolay yanları ön plândadır. Tartışılabilircek temaları sağlıksız algılama yüzünden alelâde, rutin şeylere; hayatı yansıtan kopuk izlenimler yığına dönüşmüştür. Çünkü diyalektik bir algılama biçimi baştan yok edilmiştir. Ev sınırlarında yaşanan edilgin bir huzur, budalaca bir mutluluk, düzeni yeniden-üreten ve katharsis sağlayan bir eğlencedir bu haliyle sanat.

Kitle iletişim araçları tarafından yaratılan, teşhir edilen, bu teşhir olmasa kim oldukları bilinemeyecek olan ünlüler ve sanatçılar vardır. Bu insanları, kitle iletişim araçları yaşatır. "Reklamın kötüsü olmaz" mantığına inanan bu insanlar, olumsuzlukları yaşamaya başladıklarında mahremiyetlerini geri alamazlar. İstirap verici bir aleniyet, teşhir vardır ve bunları uyuşturucu, hastalık gibi tepkiler izler.¹⁰ Sanatçı ve entelektüel insan, sadece hayatını sürdürmek değil, insanlarla iletişimde bulunmak da ister; fakat kültürel meta piyasasının sunduğu

iletifim araçları sınırlıdır. Ve sanatçı dfncelerini duyurmak, insanlara ulaşmak için kitle iletifim araçlarını kullanmak zorundadır. Yani maddi ve dfnsel anlamda onlara bağımlıdır.

Aydınlatıcı fikirleri, yaklaşımları neredeyse tümüyle absorbe eden, geçersizleştiren; siyasi olsun olmasın her türlü eleştirel muhalif iletiyi manipüle eden bir ortam söz konusudur. Bu ortamda sanatçının işi oldukça zorlaşmış; yapıt kadar sanatçı da metalaşmıştır. Sanatçı, yayıncı, eleştirmen, galeri sahibi ya da tiyatro yöneticisi olsun sanat çevrelerinde en geçerli ve önemli ölçüt, en önemli sermaye, ünlü ya da tanınmış olmaktır. Bu ise daha önce yayın ya da sergi yoluyla kendini kanıtlamış olmak, basında sözü edilir olmak, yani 'başarılı' görülür olmak demektir. Eleştirmenlerin en önemli işlevlerinden biri de camiaya yeni girecek olan sanatçıların başarısı'nı öngörmektir. Bu konuda yanılmamak o eleştirmenin de değerini artırır. Başarı'nın yolunda ise hem söz konusu çevrelerin kabul hem de kitlelerin kabul temel kısıttır. Yarışmalar yoluyla ödüle değer görülen yapıt ve sanatçıları belirlemek, diğerlerini elemek bunun için yoğun olarak uygulanan bir yöntemdir. Büyük sermayenin finanse ettiği sanat ve dekorasyon dergileri, moda ve şov kavramlarına dayalı söylemlerle sanatsever burjuvaların beğeni ve konumlarına uygun düşen yaklaşımları sergilerler. Uluslararası ölçütten bakıldığında da en zengin ve güçlü tlkelerin en gelişkin iletifim teknolojilerini kullandıkları ve kendi kültürlerini bu teknolojilerle

tüm dünyaya yaydıkları görülür. ABD, Almanya ve Japonya gibi gelişkin ülkelerin sanatsal ürünleri, filmleri, TV dizileri, video kasetleri, plâkları, kaliteli reproduksiyonları, kitapları, dergileri, afişleri, gazeteleri ve CD'leri dünyanın her yanına hızlı bir şekilde yayılır, tüketime sunulur ve yerli kültürleri yok eden en önemli güç olarak işlevlendirilir.

Süreç içinde yeni-olanlar, yenilikler, yenileştirmeler arttıkça, değişim insanın takip edemeyeceği hıza eriştikçe eski'ye ve yıkıntılara olan ilgi de tuhaf bir şekilde artar. Yıkıntıların peşine giderek daha çok insan düşer. Sanki eski-eşyalar mekânları doldurdukça eski ilişkiler de geri gelecek, böylece insan eski huzur ve güvene yeniden kavuşacaktır. Gönüllü bir tutsaklık şeklinde sürdürülen bu tutku kapitalizm tarafından körüklenir ve oldukça iddialı ve pahalı piyasalar yaratılır. Eski-olanın fiyatı sıradan insanın sahip olamayacağı kadar artar. Böylece bu da bir ayrıcalık, bir güç, zenginlik ve iktidar simgesi haline getirilmiş olur. Nostaljik ve insanın tarihine özgü anlamsal boyutunu yitirerek pahalı bir metaya, bir fetişe dönüşür. İlerici özelliği zedelenirken mülk-sahipliğine hitap eden boyutu güçlenmiş olur.

Modern kapitalist ekonomilerde basın-yayın, sinema, radyo, televizyon, reklam ve kayıt endüstrisi kurumları globalleşmenin de etkisi ile tüm sosyal ve ekonomik örgütlenmenin, en genel ve en kapsamlı öğeleri olmuşlar; kitle iletişim araçlarınınun maaşlı ya da sözleşmeli

olarak çalıştırdığı profesyonel sanatçı ve entelektüel ilişkisi de, 20. yüzyıl insanların hâkim ve tipik ilişkisi haline gelmiştir. Bütün kültürel üretimi en başından düzenleyen bu piyasa şirketlerinde (yayınevleri, film şirketleri, radyo, televizyon kanalları, reklam ajansları, gazeteler vb.) tipik işletme istihdamı koşulları söz konusu olup, eski ilişki biçimleri yok olmuş, reklamcılık çalışmaları 20. yüzyıl sonlarının en karakteristik kültür-üreticiliğine ve kurumuna dönüşmüş; reklam ajansları sponsor olarak giderek daha çok kültür üretimini kendine bağlamış, sosyal-ekonomik ve politik alanda açıkça belirleyici konuma gelmiştir.¹¹ Kuşkusuz eski tip ilişkiler, sanatçının tek başına çalıştığı formlar hâlâ vardır. Ama sayıları oldukça azalmıştır ve kuşatılı olarak sürdürülmekte, var olup olmama arasında gidip gelmektedirler.

Reklamcılıkta çekici ve güçlü anlatım için kullanılan sanat nesneleri (heykeller, resimler, mimari yapıtlar...) ile iki iş bir arada görülür: Buna göre; sanat bir zenginlik ve güzel yaşam simgesidir; Dünyanın zenginlere sunduğu değerli şeylerin bir parçasıdır. Sanat yapıtı sayesinde reklam ürünü hem lüks hem de ekinsel bir şey olarak sunulmuş olur. Sanat yapıtı ile sahibi arasındaki ilişki (Bkz: 3. Bl.: elişkilerle Dolu Yaratıcı Ortam ve Bu Ortamda Yağlı Boya Resmin Gücü) tüketicinin gururunu okşamak ve onu satın almaya yöneltmek için kullanılır. Oysa reklam, bu haliyle görsel sanatın "*can ekişmesidir*"¹² Reklamın kullandığı biçimiyle sanat ne eleştirmedir, ne protestodur, ne de tehlikeli bir şeydir. O rutin,

doyumsuz, acımasız, adaletsiz bir hayatın şalı, estetik örtüsüdür.

Reklam temel olarak “kıskanılacak” insanı yaratır. Onun çekiciliği ön plânda gelir. Bildik, tanıdık bir zevki değil, yeni bir zevki vurgular. Bu nedenle hep gelecekteki tüketiciye seslenir. Bunun yolu ise başkalarının o kişiyi kıskanmasıdır. Reklam, tüketicisine, kıskanılmanın mutluluğunu vaat eder. Kıskanılmak insanda kendine-güven duygusu yaratır. Ama bunu hissetmek için mutluluğunuzu diğer insanlarla paylaşmamanız gerekir. Yani ne denli kişiliksiz, çekici, güçlü iseniz o denli kıskanılırsınız. Reklamdaki o ürünü alan kişi çekici, istenir, sevilen biri olacak, ürünü almayanlar bunları tadamayacak, sevmeyecek ve mutlu olamayacaktır. Reklam işçi sınıfına sesleniyorsa, genelde, reklamı yapılan ürünün işçiyi tamamen değiştireceği öngörülür; orta sınıfa sesleniyorsa, o ürünü kullanmakla gelecek yeni ilişkiler vurgulanır. Zaman olarak hep ‘gelecek’ vardır ama ona bir türlü ulaşılmaz. Bunun nedeni, reklamın, gerçeklere değil, düşlere seslenmesidir. Bu düşler, seyirci-tüketicinin düşleridir. Reklam, bunlarla çakışma yaratarak zihinlerde etkinlik sağlar. Varolanlara ek olarak, bu doğrultudaki düş-dünyasını besler. Örneğin çekicilik, Modern Çağa özgü bir şeydir, tüketim hevesini güçlendirmek üzere yaratılmıştır. Dayandığı kişisel ve toplumsal kıskançlık, ancak sanayi toplu- munda hayat bulan bir duygu olmuştur. Çalışan insan, kendisinin tükettiği zamanın düşlerini kurar. “Çalışan ben, tüketen beni

kıskanır.” Reklam düş üretmez ama bize kıskanılabilirceğimizi söyler. Ancak o süre hiç bitmez. Reklamın çok önemli bir diğer işlevi, demokraside kullanılacak siyasal seçme ediminin yerine, tüketime dayalı seçimi koymasıdır. Üstelik bunu pek çok sorunu göz ardı ederek, onların unutulmasını sağlayarak yapar. Her şeyi kendi diliyle açıklayıp, dünyayı yorumlarken, “*bir tür düşünsel dizge olup çıkar sonunda.*”¹³

Kitle iletişim araçlarının yaşadığı rekabet, reklamcılar tarafından körüklenirken, hafif-eğlencelere endekslenen programlar yüzünden radikal çalışmalar, sıra dışı programlar ve sanatçılar doğrudan dışlanır. “*Hafiflik*” içinde yoğunlaşma ve derinleşme imkânsızlaşırken, reklama yer açmak için konu çabucak ve kısa sürede dile getirilir. Konuşmalar budandır ve dramatik yapı yavanlaştırılır. Programlar hızla ilerleyecek şekilde plânlanır; reklamın varlığı, kalitenin, düzeyin, yurttaşların çıkarlarının aleyhine işler. Zihinsel olarak geliştirici programlar sınırlandırılırken, şirketler ayrıcalıklı konuma getirilir. Kitle iletişim araçlarının yörüngesinden kurtulamayan sanat ve kültür, güncelin peşine takılarak tarihsiz ve ufku dar bir ortamın yaratılmasında kullanılır. Bir günde ünlendirilen romancılar, ressamlar, yönetmenler... yine çok kısa sürede unutturulup, yerlerini yeni sansasyon isim ve olaylara bırakırlar. Hatta olay çıkarma, sansasyon yaratma, reklamın önemli bir parçası haline gelir. Çünkü sansasyonla maliyetsiz reklam gerçekleşir. Kitle iletişim araçları için bunlar, kendini üretme biçimleri, özlemle

beklenen hareketlerdir. Sürece, gündeme, can ve ruh katarlar. İlgiyi canlı tutar, satışı artırır, eğlentiye besler, haber-bulma sorununu kısa süreliğine de olsa çözmüş olurlar. Reklam dünyasının ve kitle iletişim araçlarının temel besin kaynaklarıdır.

Böylece, görüntülere ve söylemlere dayanan iktidar mistikleşirken, gerçekleştirdiği ikna süreci ile birlikte aynı zamanda kalıcılaşır; “demokratikleşme” süreci ise geride kalır. Hiç kuşkusuz bağımlı kesimleri rahatlatacak özgürlükçü sunumlar yapılır; çünkü zaten yüzde yüz bir manipülasyon yoktur. Her kişinin öznel bir alımlama biçimi vardır. Ama bunlar ne yazık ki sunulanlarla sınırlıdır. İletişim araçları, sınıflar ve arasındaki eşitsizlikleri yalnız korumaz; onları geliştirir, güçlendirir ve artırır da.

Nietzsche'nin belirttiği gibi dünyayı bir “masal” haline dönüştüren medya “Gerçeklik” duygusunu yok ederken sunduğu sonsuz sayıdaki söz ve görüntü ile, insanın konuşma ve düşünme yeteneğini de geriletir.¹⁴ Nietzsche bunu şu örnekle açıklar: “İngiltere'nin aydın kesiminde Times okuyanlar, her on yılda bir görüş gücünde bir azalma olduğunu göstermedi mi dersiniz?”¹⁵

Manipülasyona rağmen kitlelerin bilinçlenmesinden hatta teknolojinin, bilimin, sanatın potansiyelliklerinden korkulur. Özgürlükçü toplumsal ütopyaların gerçekleşmesi istenmez. Bu nedenle medya yoluyla gerici (distopian) bir fantazyaya dünyası oluşturulur ve kitleler bu dünyanın içinde tutulur. Kitle iletişim araçlarının en

etkin ve en yaygın olanı televizyondur ve Oskay'ın televizyonda kullanılan sanatların deformasyonu ile ilgili tespitleri oldukça çarpıcı ve önemlidir. Bu tespitlerin başında, televizyonun, ancak yaygın etiğe karşı-olmayan bir anlatımı seçtikçe izlenebilen bir iletişim aracı olması gelmektedir. Televizyon ussal-mental bir sürekliliği izlemeyerek en yetkin eleştirel formlardan olan roman'a her anlamda ters düşer. Görselliğin ön plânda olması mekânın bir fotoğraf gibi verilmesine, anlamlı ve can alıcı ayrıntıların yok olmasına neden olur. Bütün sorun, olay örgüsünü belli bir tempoda sürdürmek, aksiyonu her şeyin üzerinde tutmaktır. Bu aksiyon ise koşma ya da otomobil hareketinden ibaret olup, görünürlüğü önemlidir. Bu yüzden öykü ve karakterler derinlikten uzak kalırken, romandaki ve sinemadaki kadar sanatsal inceleme ve doku kurulamaz. Korkular, acılar ve hüznler olağan kolektif olgulara dönüştürülür. Sanat yapıtları, toplumun teşhirci, hiyerarşik, özgürlüksüz yaşam biçimini yeniden üretmekle yüz yüze bırakılır. Sanat yapıtının tüketimi fetişleştirilirken, sistem içi sınırlı bir algılama biçimi yaygınlaştırılır ve bu durum sanatı da sıradanlık düzeyine indirir. Televizyonun izlenirken hiçbir zihinsel çabaya gerek bırakmaması, tüm inisiyatifi kendisinin üstlenmesi görüntüleri ikon'a dönüştürür ve hızlılık, sürekli akış deformasyona uğramış bir alımlama-sürecini yaratır. Her türlü imgelem yeteneği kısıtlanıp disipline edilirken, televizyonda sunulan "hazır dünya" bir mutlak gibi algılanır ve eleştiri, kuşku duyma edimi kesintiye uğrar.¹⁶

Televizyondaki süreklilik görsel öğelere dayalı, materyal varlık ve nesnelere sınırlı bir sürekliliktir. Sinema da görselliğe dayalı olmasına rağmen çok farklı bir alımlama biçimine sahiptir ve televizyonun sınırlılıklarından kurtulan, romana en yakın olan sanat formu ve kitle iletişim aracıdır. Romanlar televizyona uyarlandığında ciddi bir çatışma yaşanır çünkü o yüzeyseldir ve etiği sorgulamayan bir katılma bekler. Ussal bir süreklilikle zenginleşen, simgesel ve eğretileme olabilen bir okuma-yazmaya dayalı romana hiç benzemez; hızlı olarak sürdürülen aksiyonla eşzamanlı tutulan sözel (narrative) öğe, aksiyona kurban edilir. Sinema ve romandaki geri dönüş seçeneği rahatça kullanılamaz. Çok önemli bir sınırlayıcılığı da iç söylemin görselleştirilmesinin zorluğu ve bazen olanaksızlığıdır. Ev içi ortamın rahatlığında bölünen, kesilen anlatım, ciddi-derinlikli bir algılamayı oldukça zorlaştırır. Bu şekliyle bir iletişim değil, bir eğlence, talim yapma ve esir-olma aracına dönüşen televizyon, buna rağmen sanatçı ve entelektüeller için (özellikle uyarılma alanında, dizilerde...) önemli bir istihdam alanıdır.¹⁷

Kitleselleşen ve Teknikle Çoğaltılan Sanat Yapıtındaki Değişim

Sanat türlerini teknik formlarla karşılaştırdığı ünlü metninde Marx şöyle der:

“Öte yandan Akhilleus barutla ve kurşunla bağdaşabilir mi? Ya da, sonuç olarak, İlyada, basınla ya da daha iyisi matbaa makinesi ile

bağdaşabilir mi? Türkü, destan, mitolojinin ilham perileri, mürettibin aletleri karşısında zorunlu olarak yok olmazlar mı, epik şiirin gerekli koşulları ortadan kalkmaz mı?”

Ama zorluk, sanatların toplumsal gelişmenin bazı biçimlerine bağlılıklarını anlamakta değil, eski sanat eserlerinin yüzlerce yıl sonra bile insanlara estetik haz vermelerinde ve bunların bugün “*ulaşılamayan norm ve modellerin değeri olmalarındadır.*”¹⁸ Bu sorunun çözülme noktası, belki de sanatın teknikle olan ilişkisinde yatar ki özellikle 19. yüzyıldan sonraki teknik çoğaltımla sanatın yaşadığı önemli değişim düşünüldüğünde.

Bu konudaki en yetkin ve önemli çalışmaların başında Walter Benjamin’in “*Tekniğin Olanaklarıyla Yeniden-Üretilebildiği Çağda Sanat Yapıtı*” adlı makalesi gelmektedir. Bugün bile bu konudaki tartışmalar söz konusu makale etrafında sürmektedir. Ben de onu temel alacağım. Benjamin’e göre sanat yapıtı, tarih boyunca sınırlı amaçlar için de olsa yeniden-üretilmiştir; ancak “*sanat yapıtının teknik aracılığıyla yeniden-üretilmesi yeni bir olgudur*”. Bu özellikle kitlesel denecek düzeyde üretilmesi anlamında geçerlidir. Yunanlılar zamanında kullanılan teknik çoğaltma yöntemlerinden biri döküm, diğeri sikke basma idi ve bu tekniklere uymayan yapıtların hepsi tek ve biricikti; yeniden üretilmiyordu. 20. yüzyılın başında geliştirilen çoğaltım olanakları, geçmişin bütün sanat yapıtlarını yeniden-ürettiği gibi onların etkilerini de tümüyle değiştirerek kendine neredeyse bağımsız bir yer sağladı.

Yeniden-üretim teknikleri sanatı nasıl etkiledi, değiştirdi? Özellikle yapıtın biricikliğini, şimdi ve burada'lığını yok ederek yapıtın hakikiliği'ni yok etti. Hakiki yapıt, teknik yeniden-üretim karşısında otoritesini kaybetti. Çünkü teknik çoğaltım; 1. Hakiki yapıt karşısında elle çoğaltıma göre daha bağımsızdı; makinenin, objektifin insanda olmayan yeteneklerini ön plana çıkarıyordu. 2. Teknik yolla yeniden-üretim, sanat yapıtının kopyasını çok değişik konum ve ortamlara taşıyor; görüntüler, sesler, metinler, tahmin edilemeyecek yerlere gidiyorlardı. Hakikiliği zedelenen yapıtın tarihsel-tanıklılığı sarsıntıya uğruyor, yapıt gelenek'ten kopuyordu.¹⁹

Çoğaltılarak kiteselleştirilen sanat yapıtı, asıl olarak, alımlayıcıya seslenen, güncelleştirme peşindeki üretimlere dönüştürülüyor, bu süreç genel olarak sanat alanında önemli sarsıntılar yaratıyordu. Kitle hareketleri ile doğrudan ilgisi bulunan ve en yoğun olarak sinemada görülen bu süreçlerle birlikte, Benjamin'in özel deyimleri ile aktarırsak "*Gelenek (...) kültür mirasından tasfiye ediliyor*", algılama biçimi toptan değişime uğratılıyordu. Sanat yapıtının aura'sının, hale'sinin (ya da özel atmosferinin) modern çağda çöküşünün, kitlelerin artan önemi ile ilgisi olan iki nedeni vardı: Kitlelerin nesnelere, mekânsal ve insanî açıdan "*yakınlaştırma tutkuları*" ve istekleri bir de "*biricikliği yeniden-üretim yoluyla aşma eğilimi*." Bu iki eğilim birlikte yürütüyor, nesnelere "*el altında tutma arzusu*" günden güne artıyordu. Süreli yayınlar ve sinemada, geçicilik ve sürekli yineleme iç içe

idi. Nesnenin halesinin yitirilmesi, “belli bir algılamanın belirtisi idi” ve bu algılama tarzı nesnelere “tümel” olarak eşitliyordu. Bunu sağlayan ise, teknik yeniden üretimdi.²⁰

Sanat yapıtının biricikliği, onun, gelenek içindeki yerleşikliği ile özdeşti. Bu gelenek ise oldukça canlı ve değişken bir şeydi. Antik bir Venüs heykeli Yunanlılar için bir kült konusu iken Ortaçağ din adamlarının bakışına göre bir puttu. Ama her iki durumda da yapıt tekti, biricikti ve aurası vardı. Büyüsel ya da dinsel törenler için yapılan yapıtların aurası (hale’si) ile törensel ilişki arasındaki bağıntı hep belirleyici olup, bu hiç kopmadı. Teknik yeniden-üretilebilirlik, ilk kez, sanat yapıtını, kutsal törenlerin asalağı olmaktan kurtardı. Ancak hakikiliğin yitirilmesi ile birlikte sanatın toplumsal işlevi kökten değişerek, laikleşti; Otantiklik ve sergilenebilirlik “kült değerini” yerini alıp onun önüne geçerken, sanat yapıtının sergilenmede odaklaşan ağırlık noktası, onu yeni işlevlerle donattı. Sanatsal işlev, bunlardan biri idi. Sanatın kült değeri olması aşılmıştı ama diğer yandan teknik-çoğaltım sanatın özerklik görünümünü yıktı. Sanat, uzun süreden beri “güzel görünüş” alanından çıkarak, çoğullaştı. Fetişe hizmet eden kolleksiyoner-sahip sanatın kült gücünün de sahibi oldu.²¹

21. yüzyılı yaşarken, bugün kitle iletişim araçları öylesine gelişti ve güçlendi ki, okur ya da yazar istediği görüntüye, kitaba, metne, sese kolaylıkla ulaşabilir oldu.

18 ya da 19. yüzyılda bu ilişkiler bugünkü kadar kolay değildi. Çeviri ve yayın etkinliklerinin alabildiğine hızlandığı, metin dolaşımının yoğun olarak öne çıktığı, pencerelerin istense de istenmese de açık olduğu ve tüm sanat ürünleriyle, felsefeyle, bilimle, tarihle yoğun bir ilişki zemininin olduğu bir döneme girildi. Bu dönemdeki sanatçı ile 200 yıl önceki sanatçının durumu da birbirinden oldukça farklılaştı. İletişim yoğunlaşmasının, enformasyon akışının yoğunlaştığı bu ortam, yazarı-sanatçıyı kendi ürününün dolaşıma sunulmasında da öncelerden farklı bir konumda bıraktı.²² Ortaya çıkan çalışma film olsun, kitap olsun, fotoğraf, resim ya da karikatür olsun, öncelikle bir endüstri dünyası ile ve onun beklentileri, önkoşulları, dayatmaları ile yüz yüze kalır. Alımlayıcıya ulaşmadan önce bu kurumsal silsilelerin istemleri ile uğraşarak onları gidermeye çalışır. Bu arada yapıtın zarar görmesi, endüstri sahiplerini pek de rahatsız etmez çünkü onlar içerikten çok biçimsel ve ticari öğelerle ilgilenirler. Birbirine zincirleme olarak bağlı olan bu süreç, en sonunda temel belirleyici etmen haline gelerek, oto sansürü, konu seçimlerini, kısaltmaları, basitleştirmeleri, sıradanlaştırmaları, doğrudan üretir. Ön-kabullenimin baskın hale gelmesi, sanat çalışmalarının giderilemez kayıplara uğramasına yol açar.

20. yüzyılın başlarında bile bir ayrıcalığı çağrıştıran “görmek”, bugün yerini “bakmaya” terk etmiştir, çünkü teknik-çoğaltımla sınırsız bir görüntü istilâsına uğratılan insan, arzuladığından çok daha fazlasını görme baskısı

karşısında kendini bu yolla korumaya almıştır. Kitle iletişim araçlarındaki görüntülerin türdeşleşme eğilimi de, bir anlamda “*körleşme*” dir. Özne ile nesne’nin aynı ortamda, aynı anda karşılaşma’sını, somut beraberliğini gerektiren “*görme*” eylemi, günümüzde anlamını kaybetmiştir; çünkü görüntüler iletişim teknolojileri ile her yere, görüntünün aslından önce ulaşarak karşılaşmayı, beraberliği ortadan kaldırmış, böylece görüntü gerçeğinden kopmuştur. Görsel bombardımanın artışı resimde “*nasıl ve ne*” sorularının yanıtını zorlaştırmış, daha önce pek çok görüntünün kullanılmış, yayılmış olması merak duygusunu uyandıracak malzemeleri tüketmiştir. Sanat yapmak zorlaşmıştır.²³

Bireyleri tutsağı haline dönüştürmüş olan “*estetik-tüketimcilik*”, gerçeğin görüntüler yoluyla onaylanmasını ve çoğaltılmasına duyulan gereksinimi karşılar hale gelmiş; bireylerini görüntü-keşlere dönüştüren kapitalist toplum, zihinsel kirlenmenin tehlikeli bir türünü yaratmıştır.²⁴

2. SERMAYENİN YARATTIĞI SANAT PİYASASI

Sermayenin Yarattığı “Sanat Piyasası” ve Sanat Sevgisi’nin İçeriği.

Modern dönemde devlet, kültür kurumları (sanat buna dâhildir) ve piyasa arasındaki ilişkiler iç içe ve karmaşık bir görüntü arz eder. Çünkü Eleştirel Sanat ürünlerinin büyük bölümü, devletin ve burjuvazinin oluşturduğu “piyasa”da üretilip, tüketilir. Radikal düşüncelerin bile bir pazarı vardır.

Bu paradoks basit bir “ikiyüzlülük” değil, piyasa ile toplumsal değerler arasında her zaman var olan bir çelişkidir. Bu çelişki 20. yüzyılda popüler müzik, plâk ve kaset teknolojisi ve televizyon başta olmak üzere Kitle iletişim araçlarında “*vahim bir hal almış*”; piyasa özgürleştirici olduğu kadar, asıl olarak yeni kontrol biçimleri üretmiştir. Eserin/yapıtın kâr için üretilen bir metaya dönüşmesi yeni ayıklanma ölçütlerini yaratmış, maliyeti düşürme kaygıları ve asıl olarak tüketicilerin tercih ettiklerine öncelik verilmesi bir baskı biçimine dönüşmüştür. İkinci ve daha önemli kontrol aşaması bundan sonra gelmiş, ticari kontrol ve eleme ölçütleri, kültürel tarzlara dönüşmüştür. Yani belirlenim en baştan yapılr olmuş, yeniden-üretim araçlarına ve çok satışa uygun ürünler seçkinleştirilirken; az satanlar, en iyisinden kendi haline bırakılır olmuştur. Piyasada genel süreç bu şekilde işlemektedir. “*O, modern popüler gazetenin, ticari sinemanın, kayıt endüstrisinin, reproduksiyon sanat eserinin ve giderek ciltli kitabın gerçek tarihidir.*” Seçim-ayık-

lama, müşterinin beğeni tarzına, düzeyine, biçimine ve kitlesel üretime uygun olarak belirli bir yelpazede yapılıdır. Üretim, üreticinin kendi yaptığı bir şey olmaktan çıkarak, ondan istenen, kalıpları belirli bir yeniden-üretime dönüşür.²⁵

‘Sanat Piyasası’nın ikili yapısı kendini her alanda belli eder: P. Bourdieu’nun açıkladığı gibi bir yanda çıkarı, ekonomik kazancı yadsımak isteyen, üretime ve özerkliğe öncelik veren “katıksız sanatın karşı-ekonomik ekonomi anlayışı” vardır, ki bu anlayış, uzun vadede ve kendi-kendine üretir. Bu nedenle başka isteklere cevap vermez. Yalnızca kendini yeniden üretecek düzeyde, uzun vadeli sembolik-sermayeyi benimser. Diğer yanda ise, kültür-sanat ürünlerini klâsik ticaret anlayışı ile görerek, bunu endüstriyel bir mantıkla sürdüren, dağıtım ve satış miktarına öncelik veren, piyasadaki talep oranına göre çoğaltan ekonomik anlayış vardır. Bu anlayışa yaklaşım, söz konusu ürünün (kitap, kaset, resim ...) daha önceden saptanmış şekillerde ve önceden var olan talebe uygun şekilde karşılık vermesi ile olur. Buradaki en önemli değerlendirme ölçütü “üretim çevriminin uzunluğudur.” Yani risklerinden arındırılmış, talep oranı genelde yüksek, satış şansı yüksek, kârı geri dönen bir süreç söz konusudur. Bu noktada reklam ve tanıtım faaliyetleri, halkla ilişkiler işin içine girer. Riski artıran bir faktör de, sanatçının genç ve tanınmamış olmasıdır. Bu sanatçının yapıtlarının piyasaya sunumu, yüksek-risk taşıyor ve rastlantıya önemli rol düşer. Satış az olursa

yapıt piyasada kısa süre tutulur ve geri çekilir. Ortalama düzeyde satılırsa bu süre uzatılır. Sanat yapıtlarının satış oranında önemli bir faktör de, tüketicilerin eğitim düzeyidir. Belli eğilim ve yetisi olan tüketiciler bu anlamda yapıt için bağlayıcı olurlar. Kültür kuruluşunun (yayınevi, tiyatro, galeri, ...) varolma savaşının sanatçı ile yapıtını karşıt hale getirmesi Sanat-Piyasa'larının önemli bir gerçeğidir. Bir yayınevi sermayesini batırmamak, yaşamak için, basacağı kitapların seçimine büyük önem vermek zorundadır. Kültür Endüstrisi'nin, tanıtım ve reklam şirketlerine, kitle iletişim araçlarına, halkla ilişkiler şirketlerine sıkı sıkıya bağlı olması, onlarla iç içe yaşaması işin can alıcı noktalarından biridir. Yazarı, sanatçıyı ve yapıtı iletişim araçları gündemde tutar, tanıtımını ve reklamını yapar, satılmasını sağlar. Kültür kuruluşu büyük olunca bu ilişki profesyonelleşir ve sanatçı ile kurum arasındaki ilişki de bu paralelde gelişir. Küçük bir yayınevi sahibi, yazarı ve metnini daha yakından bilir. Bu, sanatın lehine olan bir bilgidir.²⁶

Sanatçı açısından bakınca sanat-uğraşı elbette ekonomik araçlarla donanabilir. Beethoven bu anlamda iyi bir örnektir: ekonomik çıkarlarını tüm gücüyle savunmuştur. Ama kazanç-hırsı sanatsal hedeflerin önüne geçerse orada tehlike var demektir. Piyasa içinde, klâsik tüccarla, keşfetmeyi amaçlayan yayıncı ve galericiler arasında bir farklılık vardır. İkinci gruptakiler, yeni isimlere daha fazla şans tanır. Yayınevlerinin kendine 'bağladığı' yazarlar vardır ya da galerilere 'bağlı' çalışan

ressamlar. Bourdieu'ya göre, bu ressamaların yaşı ile galerinin konumu arasında bir bağlantı vardır: Yaşça ileri olan bu ressamlardaki genel eğilim, ünlü bir galeriye sürekli eski öncülerin taklit resimlerini yapmaktır. Bu ressamlar, hem yaşam biçimleri (ödüllere ve dünyasal gereklere boyun eğme) açısından, hem de çalışma tarzları açısından “*fosil*” durumundadırlar. Ün, ödül, para, sosyete çevresi ile zengin çevrelere yakınlık, zengin kulüplere üyelik, buralara devam etme, gündemde kalma, büyük galeri ya da yayınevleri ile çalışma, sanatçıları “bağımlı” kılan olgulardır. Fosil sanatçıların çoğu benzer özellikleri gösterir. Oldukça ünlü, ödüller almış, akedemi üyesi, güzel sanatlar mezunu, resmi siparişler alan (Fransa'da Légion d'honneur nişanı taşıyan) kimselerdir. Oysa bugünkü ve geçmişteki “öncü” sanatçılar, genelde bunlara uzaktır. Hatta bunlara sahip olmamaları ortak özellikleridir. Yeni ve genelde taşralı ressamlar, önce ünlü ve büyük bir galeride sergi açarlar; böylece tanınarak piyasaya girmiş olur, o galeriye bağlı olarak çalışırlar. (Öncü ressamların tersine.) Ünlü bir ressamın öğrencisi olmuşlar, onun akademik çizgisine girmişler, onun konularını (deniz resimleri, portreler, köyler, nûler, ...) ve ek işlerini taklitle başlamışlardır. Hemen ardından ödüller, madalyalar gelmiştir ve dernek üyelikleri, büyük salonlara üyelik ya da kurul başkanlığı, okullarda hocalık, müze müdürlüğü, sanat yönetmenliği vb. belli konularda elde edilen yüksek bir başarı söz konusudur.²⁷

Marcuse'ün belirttiği gibi bu işleyişten dolayı, bur-

juva toplumundaki büyük yapıtlar, eşitsiz topluma karşı bir protestodur. Çünkü tarih boyunca yönetenlerin ve yönetilenlerin çıkarları hiçbir zaman aynı olmamıştır. Tarihçi ise tüm bu gerçekleri tespit edecek ve açıklayacak olan kişidir ve bunu yaparken tarihi kaydeden değil, tarihi yapan kişi olarak, bir taraftır.²⁸ Olumlayıcı eserlerin yanında muhaliflerin de olması hiçbir zaman engellenemez. Pazardaki başarı, bir anlamda o eserin, realitenin işleyişine ciddi bir tehlike oluşturmadığını, hatta belki de Pazar'ın incelikli yöntemleri ile uyum içinde olduğunu gösterir. Bugünün her şeyi ve her değeri, hatta bunların karşısını bile paraya dönüştürebilen, yoğun mistifikasyona dayalı çağdaş toplumu, 'pazar' aracılığıyla "*siyasal ve kültürel yaşamın da en rafine düzenleyicisi*" durumundadır.²⁹

Piyasa, her kesimden insanın beklentisine, donanımına, fantazmasına uygun kültür/sanat ürünleri sunarken kitle iletişim araçları bunların tanıtımını, reklamını, yayılmasını sağlayarak pazarı alabildiğine genişletir. Bu sürecin belirgin olarak görüldüğü son yirmi yılda, piyasaya eklenen kültür ve sanat üreticileri, kuramcılarını, her türlü değeri zedeleyerek, belirli ürünlerin "sanat" olarak kabulünü dayatmış; böylece kitsch sanat yaygınlaştırılmış; temel olarak ise "bağımlandırıcı" bu süreç sonunda sistemin devamı sağlanmıştır. Bireysel alan oldukça daraltılırken, belirli anlam kalıpları baskın kılınmıştır.³⁰

Yaratılan piyasa yeniliklere daima açıktır ama bu yenilikler üretim düzenlemelerine uygun olarak üretilir. Bu yolla pazar korumaya alınır ve belirli, çok radikal eser ve faaliyetler pazar dışında tutularak olası toplumsal ve kültürel mücadelelerden uzak durmaları sağlanır. Bu uzaklaştırmalar sonunda, oldukça eleştirel ve uymazcı nitelikteki sanat akımları bile eninde sonunda Pazar'a uyum sağlar. Süreci kabullenmeyen sanatçılarda ise narsizm ve intihar eğilimleri görülürken, sonuçta sanat ile reel-hayat arasındaki ilişki pek değişmeden sürer gider. Eserinin kime yarayacağından kuşku duyar hale gelen sanatçı, onun ancak değişim-değeri ile varabileceğini bilir ama bunu önleyemez. Gerçeğin iç yüzünü gören sanatçı acı içinde, yabancılaşmanın bile piyasada iyi para getirdiğine tanık olur.

İleri teknolojisi olan ülkelerde kültür üreticisi ve sanatçı, teknoloji sahiplerinin ve yöneticilerin bir "*çalışan*", bir "*elemanı*" durumuna gelir. Bu noktada kültürel ya da sanatsal 'amaç' ve 'özerklik' sorunu tamamen yeni formlara bürünürken; şirketlerin holdingleştiği daha ileri aşamada, mülkiyet, geniş bir kontrol biçimine ve holdingler tipik kültürel-üretim-modeli haline dönüşürler. Buradaki temel paradoks, konumunun ve gücünün kültürün/sanatın işlevi ile çelişmesidir. "Amaç" artık bambaşka bir şey olmuştur. Kültürel/sanatsal üretim daha çok toplumsallaşmış, sahiplik ve yöneticilik kültür üretimini tamamen belirler, sınırlar olmuş, kültür ve sanat işçiliği çılğın bir hızla yenilenen üretim araçla-

rına, teknolojilerine yetişmeye çalışan bir bağımlılık işine dönmüştür.³¹ Sistematik burjuva estetizmi, sanatı, bir yaşama-sanatına indirgemiş; sanatçının hayatının “*sinik bir çarpıtmasını*” da yeni sunumlar için kullanmıştır.³²

Burjuva sanatı tüm bu çabalara rağmen geleceğe umutla bakmaktan uzak ve karamsardır çünkü temelde geniş bir tarihsel perspektiften ve insanca bir anlamdan uzaktır. Adorno'nun açıkladığı gibi, burjuva sanatının içinde geliştiği kültür sanayii, inatçılığı ve dik başlılığı ile kapitalizmin amacı olarak ortaya çıkar. Bu kültür biçimine direnenler yaşayabilirler ama uyum sağlarlarsa! Liberalizmin tüm kuralları kültür sanayiinde de geçerlidir. Piyasa bunu kalıcılaştırmıştır. Kitle iletişim araçlarının ve kültür sanayiinin, gelişmiş ülkelerde ortaya çıkması bu nedendir. Ve çok açıktır ki, “*Estetiksel barbarlık*” kültür'e dönüştürülen ve tarafsızlaştırılan tüm manevi yapıları tehdit eder. “*Devrimci ve barbar içgüdünün*”, tehlikeli düşüncelerin zapt edilmesine yardımcı olur. Sanayileştirilmiş kültür, kişilere, alıştırma alıştıra uyumu öğretir. Bu sistemde varolmak “*sürekli bir kabul merasimine*” dönüşür. Herkes, iktidara ters düşmediğini kanıtlamak zorundadır. Herkes, topluma uygun davranır ve “*mutluluk talebinden vazgeçerse mutlu olabilir.*” Yeni kuşakta, trajik olandan uzak durma, sığınma ve böylece varolmayı sürdürme yeteneği gelişir. Trajik olan, yok edilmeyi de hak eder.³³ Burjuvazi pek çok alanda yeniliğe, çeşitliliğe, değişime duyduğu sonsuz iştaha rağmen hayatın temel alanlarında değişime,

yeniliğe, bilime, sanata karşı sürekli kuşku ve korku içindedir. Çünkü üretici güçler sürekli bir gelişim içinde, başat kültür ise gerileşme peşindedir. Burada doğan çelişkiyi gören burjuvazi, kurulu sisteminin değişiminden, geçiciliğinden, tarihselliğinden tedirgin olur. Bu nedenle Burjuva toplumunda yapılan yenilikler sistem-içi, etik-içi, egemen olanı zorlamayan, sınırlar dışına çıkmamaya özen gösteren yeniliklerdir. Oysa gerçek anlamda yenilik, yönetenle-yönetilenin, üretenle-tüketenin eşit ve özgür olduğu bir ortamda gerçekleşebilir.

20. yüzyılın yarısından itibaren burjuva düzenin akıl dışılığı daha da alenileşmiş, özel yaşama yansıyan olumsuz sonuçlarla, huzursuz bir vicdan doğmuştur. Burjuva değerlerin iyi olan son yanları da çürüyüp kirlenmiş; bağımsızlık, sebat, basiret, ihtiyat vb. gibi değerler yok olmuştur.³⁴ Mahremiyet, yerini tümüyle mahrumiyete bırakmış; burjuvazi masumluğunu yitirdikçe daha da habisleşmiş; insanlık dışılığı yoğunlaşırken, iradi şekilde tahripkârlığı üstlenir olmuştur. Marx burjuvazinin bu sınıfsal karakterini şöyle anlatır:

“Burjuvazi insanları ‘doğal üstleri’ne bağlayan birçok feodal bağı kopartıp attı ve insan ile insan arasında çıplak çıkardan başka, hissiz parasal ödemedi başka bir bağ bırakmadı. Sofu fanatizmin, şövalyece coşkunun, cıvık duygusallığın göklere yükselen vecdlerini bencil hesapların buzlu sularında boğdu... Burjuvazi şimdiye değin onurlu görülümüş, saygılı

bir çekingenlikle bakılmış her bir işteğalin etrafındaki haleyi çekip aldı.”³⁵

Burjuvazi ile oluşan Modern toplumu “büyüleri ile cehennemden çağırıldığı güçlerin ipini elinden kaçıran bir büyücü”ye benzeten Marx bu toplumun karakteristik özellikleri sonucu değerli olan her şeyin nasıl da süpürülüp atıldığını açıklar. Sosyal koşullarda sürekli bir altüst oluşun yaşandığını, kararsızlık ve kargaşanın burjuva çağının tipik karakteri olduğunu vurgular:

“Bütün durağan, donmuş ilişkiler peşi sıra çekip getirdikleri yıllanmış saygıdeğer önyargılar ve fikirlerle yıkılır gider, yenileri de daha kemikleşmeye vakit bulamadan çağ gerisi kalır.”³⁶

Burjuvazinin böyle bir sınıfsal-psikoloji ile işçileştirdiği aydınların, sanatçıların ise ondan bir farkı vardır: Bu da, iş’le zevki aynı süreç içinde birleştirebilmeleridir ki bunu kendine ya da başkalarına zulmetmek zorunda kalmadıkları için yaşarlar. Burjuvazi ise her türlü zevki ve bu arada kültürü, sanatı, iş-dışı saatlere havale eder. Bu yaklaşıma göre çalışırken zevk alınmaz, iş yapılır. İş bölümü, uzmanlaşma, her alanda kurumsallaştırılmıştır. Kişinin zevkleri, duygulanımları, coşkuları bu iş bölümüne dayalı dünya gibi parçalara ayrılmıştır. Oysa işin zevkle dolayınlanması, bu topluma karşı edinilecek en anlamlı deneyimdir ve bu tür deneyimler giderek daha çok dışlanmaktadır. İş, haz ögesinden tümüyle arındırıl-

mak istenir. Boş zamana da hiçbir düşünce karışmamalıdır ki, *“iş dünyasına sıçrayıp onu ateşe vermeye kalkmasın.”* Böylece eğlence, giderek bir iş gibi yapılmaya başlanır; yapaylaşır, otomatlaşır, sevinç ve zihinden arındırılarak; gülme krizine dönüşür.³⁷

Gerçekleri açıklayan, eleştiren sanatçıya tecrit olması salık verilir. Pablo Neruda bu konudaki görüşlerini şu çarpıcı düşüncelerle haykırmaktadır:

“Mutsuz yazar, çarmıha gerilmiş yazar, kapitalizmin alacakaranlığındaki mutluluk ayınının bir parçasıdır. Zevk, beceriklilikle, büyük yaratıcılığın katalizörü olarak mutsuzluğun yaratılmasına yöneltildi. Şiir yazmak için sefalet içinde bir yaşantı ve acı salık verildi. Hölderlin çılgın ve mutsuz; Rimbaud dünyadan nefretle sürekli aylaklık içindeydi; Gerard de Nerval küçük, kenar mahalle sokağında gece lâmbasına kendisini astı”³⁸

Şaire hem güzelliğin, hem de acının yolu gösterildi. Dikenli yol, yaratıcılık için önkoşul sayıldı. İyiliğe ve sağlığa yönelen sanatçı eleştirilirken, ona, kederi için saygı duyuldu ve sevinçleri için lânetlendi. Şair kendine eziyet etmeli, acı çekmeli, umutsuzluk şiirleri yazmalıydı. Bir sınıfın istediği bu formülün ıstırabına dayanamayan pek çok sanatçı, bu yolu izledi. *“Bu görünmeyen yasalar, şairi ahır gibi eve, eskimiş ayakkabılara, hastaneye, morga mahkûm etti. Bundan herkes mutlu*

oldu: Herkes memnundu, birkaç damla gözyaşı döküldü.” Memnunlardı çünkü dobra dobra konuşan bir şair, tehlike demektir. Kendisinin “küçük bir Tanrı” olduğuna inanması daha uygundu, çünkü bu tehlikesizdi; keyif kaçırmıyordu. “İlâhi tecritinde” yaşayan şair, “kendisini kendi cennetine mahkûm ederek, kendi kendine rüşvet vermiştir. Bu sırada yeryüzü, kendi yolunda, göz kamaştıran ışığına sarsılmaktadır.”³⁹

“Bir eleştirmene göre, içindeki mutluluk şiiri mi zayıflatıyormuş. Bana acıyı salık veriyordu. Bu teoriye göre apandisit en yetkin nesri yaratmalıdır; karınzarı iltihabının da kimi yüce şiirler yaratması mümkündür.”⁴⁰

Neruda'nın bu derinlikli ve anlamlı tepkisi oldukça çarpıcıdır. Böylece sanatçının hakkı olan insanca mutluluğu, buna izin verilmese de, bir mücadele gibi sonuna dek yaşamanın, bilişsel bir tavır-alış olduğunu sergiler.

Sanat, burjuva toplumunda çelişkili rolünden kurtulamaz: Çünkü hem ideal olanı çizmekte, hem de varolan kötü örnekleri eleştirip, itiraz etmektedir. Reel hayatta ortadan kalkmış olan günlük varoluş ihtiyaçları yani insanlık, sevinç, hakikat, güzellik, dayanışma, dostluk gibi değerler ancak sanatta korunup, yaşatılırlar. Ütopyan öge, ideal bir hayat, insanca bir dünya, eşitlikli ve huzurlu bir insanlık sanatta filizlenir, yaşar. Bunlar onun eleştireliliğine engel değil, eleştiriyi besleyen ve güzelleştiren öğelerdir. Ancak, tek bir nedene, hatta “piyasa”

olgusuna bile indirgenemeyecek sanatın çelişkili yapısı burjuva toplumunda neredeyse tümüyle estetik çekiciliğe indirgenmek ve sanat iktidar aracına dönüştürülmek istenmektedir. Burjuvazi bugün bunu, kurumları ile kitle iletişim araçları ile büyük oranda başarmıştır. Eşitsizlikçi bir realite karşısındaki eleştireliliğini, Güzel'i de, Trajik-olanı da içinde taşıyarak sürdürebilecek olan sanat, burjuvazi tarafından iktidarının, gücünün, zayıflığının kanıtı olarak kullanılır ve bütün büyüsünü, dönüştürücülüğünü kaybeder. Burjuvazi bu nedenle sanatçıları hâmilik kurumu ile, sponsorlukla, vakıflarla, bağışlarla, siparişlerle vb. destekler, korumasına alır. Bunu yapmasından itibaren sanatçıları yönlendirmesi son derece kolaylaşır.

Hâmîlik, bir şairi, sanatçıyı ya da sanatçı grubunu tanımaya, onlara patronluk yapmaya karar verme ve bunu uygulamadır. Hâmîlik, her toplumda farklı şekillerde yaşanmıştır. Avrupa'da görülen ilk şekline göre, saraya bağlı şairden sonra, bağımlılığı azalmış aristokrasi-şairine geçilir. Sanatçı, kendine güçlü ve zengin kesimlerden oluşan bir çevre edinmiştir ve saraya bağlı değildir ama tüm olarak bağımsız da değildir. Bir geçiş aşaması söz konusudur. Hâmîler bu destekleri, bir yükümlülük olduğu kadar bir şeref olarak da görürler. İkinci ve çok yaygın hâmîlik biçimi, sanatçının, bir hizmetkâr gibi sarayda tutulmasıdır. Sanatçı profesyonel bir işçi gibi, para karşılığı sanatını icra eder. Bu sistem yüzlerce yıl sürmüştür. Üçüncü tip hâmîlik, sanatçının bir

nevi sosyal koruma ya da onay altında tutulmasıdır. Burada, karşılıklı duyulan saygı ve onur, sürecin asıl yapısını oluşturur. Elizabeth dönemi İngiltere’indeki tiyatro kumpanyaları böyle çalışırlar. Dördüncü hâmilik şekli, Sponsorluk’tur: Eski tip hâmiliklerden bazı izler taşısada da, sanat eserinin satmak için üretildiği yeni dönemin ilişki biçimidir. Piyasada yer edinmekte güçsüz kalan sanatçılara destek vermeyi amaçlar. Tamamen paraya dayalı bir ilişkidir. Amaç, yatırım, prestij reklamcılığı ya da vergiden muafiyet olabilir. Beşinci tip hâmilik, Kamusal hâmiliktir: Genel bir kamu politikası olarak, sanatların korunmasını, yaşamasını ya da yaygınlaştırılmasını amaçlar. İleri düzeyde gelişmiş ülkelerde görülen bir hâmilik türü de, kâr getirmeyen ya da yok olmak üzere olan sanatların, vakıflar ya da bağışlar yoluyla yaratılmasıdır. Bütün hâmilik formlarında, hâmi, ayrıcalıklı bir durumda olup, ayrıcalık ona, sorumluluklar yanında asıl olarak ün, prestij, saygı, şeref ve güç getirir. Desteğini her an geri çekebilir. Ayrıcalık, toplumsal düzenin içinde konumlanmış, hatta kurumlaşmıştır. Kazanılan güç ve güvence, toplum içinde kullanılır. Bu nedenle Kamu’nun hâmilîği kimilerine göre tartışmalı bir durumdur.⁴¹

Ortaçağ’da kült nesnesi olan sanat, tamamen toplumsal din kurumlarına bağlıdır. Saray sanatında eser, prensin gücünü gösterir ve saraylıların kendilerini anlatmasını sağlar, bu hizmete bağımlıdır. Dinsel nitelikten kopuş ve bağımsızlaşma başlamış, sanatçı öznel yaratım

bilincini geliştirme yoluna girmiştir. Gelişen kapitalizm döneminde ise ancak burjuva sanatı, temsil işlevine sahip olabilir; sanat burjuva sınıfının doğasının nesnesi olur. Onun “artık” ihtiyaçlarını giderir. Sanat bu sınırlamaya karşı sürekli mücadele içindedir. Kültür endüstrisinden sonra eleştirelliği oldukça zorlaşmıştır.⁴²

Gerçek anlamda sanat yapmayı zorlaştıran modern hâmilik sistemi içindeki vakıflar, bağış kuruluşları ya da özel hâmililerle sanatçıların kurduğu ilişkiler profesyonel ya da işletme tipi istihdam şeklinde olabilir. Güçlü kültür kurumlarında çalışan kültür-sanat üreticilerinin konumu, bir devlet görevlisininkine ya da profesyonel bürokrata benzer ki bu durumda devlet politikasına tâbiyet ağır basar ya da topluma-müşteriye uygun genel politika izlenmek zorunda kalınır.⁴³ Piyasa dışında kalmak isteyen sanatçıların yapmak istediği çağdaş sanat uygulamaları sponsorluk kurumuna ihtiyaç duyduğu için onlar da dolaylı olarak “piyasa” kavramı içine girerler. Çünkü imaj yenilemek ve kötü şöhretlerini temize çıkarmak, hoş görünmek isteyen şirketler, bankalar, tekeller sanata ihtiyaç duyarlar. O ünlü “*sanat seviciliğinin*” altında bu gerçek yatar.⁴⁴

1950’lerde Hâmî olarak önceleri yavaş yavaş gelişen Vakıflar ve Şirketler, zamanla ciddi bir etkinlik kazanmışlardır. 1957’de Ford Vakfı sanata ve toplumsal araştırmalara bağış yapmaya başlar. Bu vakıf sanattan hiçbir şekilde kâr gözetmeyen ilk kurumdur. Bundan sonra pek çok büyük şirket ve vakıf burs verip, eser satın alır.

Çoğunun da amacı toplumsal prestij sağlamak ya da “sanata hayat bağışlayan” olarak anılmaktır. Şimdilerde yeni sanat hâmilîği, çok ortaklı şirketlerce, büyük bankalarca, hem ürünlerine estetik bir hava vermek, hem de imajlarını güçlendirmek üzere yürütülmektedir.⁴⁵ Sanat ve sanatçılar politikacılarla, tüccarlarla, bankacılarla, galeri sahipleri ile, reklamcılarla ve sermaye sahibi yatırımcılarla vb. sürekli ilişki içerisinde ve tüm bunlar onun yönelimini önemli oranda etkiler.

Sanatın yönlendirilmesinde belirleyiciliği olan politikacıların 20. yüzyıla kadar sanatla ilgileri, çalışma mekânlarının dekore edilmesi ile sınırlı kalmış; kongre binaları, görkemli devlet binaları, mahkeme binaları, askerî veya politik kahramanlar anısına dikilen anıtlara büyük harcamalar yapılmış; hükümet işleri, duvarları resimlerle süslü mermer saraylardan yürütülmüştür. Hâmilik genelde hükümet tarafından bir grup sanatçıya uygulanmış; sanat, riski en az olan politika aracı olarak kabul edilse de, politikacıları zaman zaman ciddi zorluk ve karışıklıklara sürüklemiştir. Hükümetlerin sanat koruyucusu olarak rolleri mali açıdan her zaman çelişkiler yaratmış; ayrılan bütçeler genelde tartışmalara neden olmuştur. Günümüzde Avrupa’da kültürel kurumlara (müzeler, senfoni orkestraları, opera, dans, tiyatro, sinema...) hükümet tarafından doğrudan destek yapılır ya da vergi indirimine gidilir. ABD’de, koleksiyonundaki bir eseri bağışlayan kişinin ödeyeceği vergiden yüzde 30 düşüldür. ABD’de hükümet sanatçılara çok sayıda duvar resmi, kamu binası, yağlıboya tablo, heykel, baskı gibi

eserler ısmarlayarak önemli bir “pazar” yaratmıştır. Bu çalışmalarda sanat, verimli bir toprak parçası gibi sürülmüş ve ekilmiş, hasat zamanında ürün alınmak istenmiş; büyük ve önemli bir “iş sahasına” dönüştürülmüştür.⁴⁶

Burjuva toplumunda sanatçıyı “uzman” durumuna getiren ileri işbölümü sonucunda, iki yapılı bir olgu çıkar ortaya: Toplumsal sanat sisteminin pozitif yönü olan ileri-estetik-bilgi ve sürecin negatif yönünü oluşturan, sanatçının toplumsal işlevini yitirmesi. Şimdiye dek canlı olan toplumla bağlantı, estetizmle birlikte kopmaya başlamış, Adorno’nun estetizmi kurtarma çabaları bu noktada toplanmıştır.⁴⁷ Bu toplumsal işlevin yitirilişidir ki, sanatçıyı sermayeye, kitle iletişim araçları’na, pazara muhtaç hale getirir. Toplumun irrasyonel düzenliliği içinde liberal dönemde “tembel” sayılan yoksullar, bugün doğrudan “zanlı” durumuna düşmüş; yardım kuruluşları ise birer dayanışma örneği sunarak kimsenin unutulmadığını, dışlanmadığını vurgulamışlardır. Böylece sürekli hale gelen toplumsal sefaletin tekil-iyiliklerle örtülmesi, gizlenmesi gibi; manevi yardımların gölgesi de öncelikle kültür ve sanat ürünlerinin üzerine düşmüş, Kültür endüstrisi sahipleri sanatçılara karşı aynı davranış biçimini göstermişlerdir. Sanattaki direngen atıflar, yorumlar işte bu yüzden, bunlara karşı olarak hâlâ ayakta durmaktadır.⁴⁸

Ancak sürecin diğer yüzü tam tersine işleyerek yoğun bir uzlaşmacı entelektüel-sanatçı kesimi yaratır. Sanayi-

deki fragmanlaşmanın günümüzde hizmet sektöründe de kurulması ile işlikteki başarı ölçütleri işlik dışındaki hayat alanlarında da egemen hale gelmiş; işliğin uzantısı olan kokteyller, yemekler, geziler, toplantılar, kulüp etkinlikleri, günlük hayatın bir parçasına dönüşmüştür. Bütün bu yenilikler, eğitim ve kültür donanımı yüksek entelektüel ve sanatçıları sistemin en temiz iş ortamlarına, pahalı iş mekânlarına dolgun ücretlerle çekmiştir.⁴⁹ Sisteme entegre olmuş yazar ve sanatçılar, pahalı üst kültür/sanat ürünlerini satın alamayan, folk ve pop kültüre yönelen, özellikle televizyona bağımlı kalarak eğlence endüstrisinin sınırlarına hapsolan emekçi yığınlarla hep uzak ve yabancılaşmış bir ilişki içinde olmuşlardır. Bu sanatçıların fikir babası olduğu, seçkinlere hitap eden pahalı antika, dekorasyon ve moda dergilerinde açık bir snobizm, kalabalıklardan uzak durma eğilimi (elitizm) sürdürülürken, sanatseverlik hayatın diğer alanları ile kaynaştırılır (koleksiyonerlik, yatçılık, özel restoranlara, barlara ve tatil bölgelerine gitme vb.) ve yalnızca sınırlı bir kesimin uygulayabileceği yaşam biçimi gibi sunulur.⁵⁰

Sanatçılar açısından “kuşatma” öylesine açıktır ki, “yavaşlık” bile geçen yüzyıllara özgü tatlı bir anı ve bir lüks olarak kalmıştır. Zamanlamada ve davranışlarda bu dışına-çıkamama durumunu Amerikalı yazar Nathaniel Hawthorne (1804-1864) şöyle anlatır:

“Gizemli dünyamızın karmaşık görünüşü içinde bireyler bir sisteme, sistemler birbirine

ve bir bütüne öylesine kusursuz uyarlanmış ki; bir an kenara çekilmeye kalksanız yerinizi tümünden yitirme tehlikesiyle ürktütücü bir biçimde karşı karşıya kalabilirsiniz. Kendinizi Evren'in dışında bulabilirsiniz."⁵¹

Yani sistem inanılmaz bir kaos ortamında her bireyi, kaçamayacağı, gidemeyeceği, giderse yaşayamayacağı şekilde kendine bağlamıştır. Sanatçı, egemen işleyişi karşısına alarak nasıl ayakta kalabilir? Marshall Berman'ın açıkladığı gibi, sanatçılar, entelektüeller, " ... ancak sermayesi olan birileri onlara para verdiği sürece kitap yazabilir, resim yapabilir, fizik veya tarih yasalarını keşfedebilir, hayatlarını idame ettirebilirler." Ama burjuva toplum karşılığını almadan yani burjuvazinin sermayesini artırmadan hiçbir şey vermez. Bu nedenle sanatçılar, sanattan kâr etmeye istekli bir işverene, Marx'ın deyimini ile "kendilerini parça parça satmak" zorundadırlar. Uğraşmak ve rekabet etmek zorundadırlar. Yapıt tamamlandığında sanatçı da, "diğer tüm işçiler gibi" kendi ürünlerinden koparılır; yazgısı rekabet ve piyasa şartlarına göre belirlenerek (değerine ya da güzelliğine göre değil) yaratıcısını dehşete sürükleyecek biçimlere dönüştürülür.⁵²

Ekonomik ve siyasal alana kıyasla görece bir bağımlılığı olsa da her zaman bir özerkliği olan sanat dünyası, çelişkili bir ekonomik dünyanın yasalarından kurtulamaz: İsteme bağımlılık ve pazardan bağımsızlaşma eğilimi. Bu iki alan mantıken birbirine zıttır ama bir arada

bulunurlar. Dahası, Kùltür Endüstrisi, bir dönem bohemlerin uğrunda savaş verdiği şeyleri sanatçılara kendisi sunmaya başlar: Özerklik, öz bilinç, geçici doyumlar, sosyal ödùller, sıradanlığın dışlanması. Tüm bunlar rekabet düzenekleri içinde oluşturulur. Buna karşılık uyarı, gözden dışurma, aforoz etme, iflasa sürüklenme de aynı rekabet düzeninin yaptırımlarından sadece bazılarıdır. Yüksek sosyete ile gizli anlaşmalar içinde olma, bazı onurlandırmaların çekiciliğine kapılma, yerleşik yetke-leri yadsımama, dış isteklere boyun eğme, savunduklarını ya da kendilerini kabul ettirmek için gerekli gördüğü değerleri korumada ısrarcı olmama, rekabetin istediği diğer özelliklerdir.⁵³

Çelişkiler içinde bırakılmış olan sanatçı ve entelektüellerin radikal çıkış yollarını dışlemeleri bu nedenlerle çok anlamlı ve gereklidir. Fikirlerini yaratan toplumsal ve özel koşullar, onlara hem esin vermekte hem de kısılcına almaktadır. En radikal dışünceler/eserler bile piyasaya çıkararak sermayeye konu olmaktadır.

Sanatın Para ve Reklamla İlişkisi

Kapitalizmi ve burjuvazinin sınıfsal yapısını ilk kez bilimsel bir yaklaşımla ve bir sanatçı duyarlığı ile açıklayan Marx'ın para ve onun modern toplumdaki gücü hakkında söyledikleri sarsıcıdır: "*İnsan olarak insandan ve toplum olarak insanal toplumdaki gelmeyen, evrensel, dışsal araç ve erklik*"

Para, bireyselliğin ve öz niteliklerin bozulması, dün-

yanın tersine çevrilmesidir. Her şeyi kendi zıttına çevirebilir; *“Sadakati sadakatsizlik, sevgiyi nefret, nefreti sevgi, erdemi kusur, kusuru erdem, uşağı efendi, efendiyi uşak, aptallığı akıllılık, akıllılığını aptallık durumuna dönüştürür.”* ... *“Ben çirkinim ama ve en güzel kadını satın alabilirim. Demek ki ben çirkin değilim, çünkü çirkinliğin etkisi, itici gücü, para tarafından yok edilmiştir.”* Demek ki benim bireyselliğim belirleyici olmamaktadır.⁵⁴

“Ben kötü, namussuz, vicdansız, kafasız bir insanım, ama para saygındır, öyleyse sahibi de; para en yüksek iyiliktir, öyleyse sahibi de iyidir, para beni ayrıca namussuz olma güçlüğünden de kurtarır; bunun sonucu beni dürüst sayarlar.” Para her şeyi yapabilme gücü ile tüm yeteneksizlikleri yok etme potansiyelidir. Beni topluma, toplumu bana, beni doğaya ve insana bağlar. *“O bütün bağların bağı”* dır. Bütün bağları çözüp, yeniden bağlar. O toplumun birlik aracı olduğu kadar, bu birliği parçalayandır da. Shakespeare’in dediği gibi; *“Evrensel kibar orospu; insanların ve halkların pezevengidir para.”* Ve *“İnsanlığın yabancılaşmış erkligidir o.”*⁵⁵

Para aracılığı ile sadece sanat eserleri değil, Marx’ın dediği gibi her türlü insanî değer de çözülmüş, burjuva toplumu bu eski değer yapılarını yok etmemiş ama massetmiştir. Yani onur ve saygınlık piyasaya endekslenmiş, belli bir fiyatla meta olarak satışa sunulmuştur. Bu nedenle her türlü insan davranışı değişim-değeri ile tanım-

lanır ve o andan itibaren ahlâki olarak kabul edilir olmuştur. “Kazanç sağladıktan sonra her şey uyar. Modern nihilizm budur işte.”⁵⁶

Sanat da bu süreçten fazlası ile etkilenmiş, bugün yüksek burjuvazi ve finans çevreleri için maddi ve manevi anlamda öncelikle bir yatırım alanına, bir prestij aracına dönüşmüştür. Sanat eserleri kullanım açısından ikonografik bir işleve sürüklenmiş, sanat-eseri sahipliği bir seçkinlik belirtisi olarak sunulmuştur. Sanat eserlerini anlamaktan çok, sanatçılarının ünlü isimler olması, pahalı olmaları, zor bulunur olmaları önemli hale gelmiş; böylece eser sahipleri arasında rekabet ve çekişme mümkün kılınmıştır. Kitle İletişim Araçlarında, sahip olunan sanat eserlerinin, mahrem (ev içi) alanlarla birlikte teşhiri ile maddi-güç sergilemesi bir meydan okumaya dönüşmüştür, sanat olumlayıcı kültüre çevrilmiştir.⁵⁷

Jean Luc Godard da, kültür ve sanatın ekonomi ile aşırı derecede iç içe geçmesine vurguda bulunur. Belirttiği gibi eskiden bir ekonomi vardır, bir de kültür. I. François ya da Leonardo da Vinci döneminde kültür, patates ekip satmakla aynı şey değildir. Oysa günümüzde bu süreçler neredeyse eşitlemiştir. Amerika’nın ekonomisi, kültürü ile aynı şey haline gelmiş bu nedenle finansal açıdan kültür çok güçlenmiştir. Büyük bir sigorta şirketi neden bir Van Gogh tablosu alıp kasasına kilitler? Amacının seyretmek olmadığı besbellidir.⁵⁸ Kültür, daha önce hiç olmadığı kadar güçlenmiş, ekonomi ile iç içe geçmiştir. Oysa bu yadırganması gereken bir durumdur.

Kültür ve sanat üreticilerinin ilişkileri, bütün bir üretim ve yeniden-üretim sürecinin dışında yorumlanamaz durumdadır. Bu süreç, toplumdaki üyeler arasında farklı derece ve içeriklerle yaşanmakta, çok çeşitli hâkimiyet ve boyun eğme, yöneten ve yönetilen ilişkileri canlılığını sürdürmektedir. Birçok bağıllık birbiriyle giriftleşmiş durumdadır. Ama her şeye rağmen, egemen ya da baskın anlayış ya da yönetim, bir toplumun anlamlandırma sisteminin “tümünü” belirleyemez. Denetleyemediği noktalar muhakkak kalır. Muhalif ve eleştirel düşünceler, sanatsal deneyimler bu denetlenemeyen noktalardan filiz verir.

Sanat tarihi uzmanı Serge Guilbaut'un- çözümlendiği gibi Amerika'da 2. Dünya Savaşı yıllarında biriken çeyrek trilyar dolarlık meblağ, tüketim için bekliyordu. Öncelikle sıra lüks tüketime ayrıldı. 1944'ün başından itibaren de bu para sanat alanına harcanmaya başladı. Savaş yılları boyunca Avrupa sanatını ısrarla ithal etmeyen Amerika, kendi iç piyasasındaki sanata yöneldi. 1939'daki 2,5 milyon dolar olan yıllık satış, 1945 yılında 6,5 milyon dolara çıktı. Bu arada kitleleri kazanmak için yeni satış yöntemleri arayışları başladı. Galeriler neredeyse süpermarketlere dönüşürken sanatı yalnız aristokratlar değil, kitleler de sosyal bir güç ve statü sembolü olarak kullanmak istiyorlardı. Bazı dev mağazalar bir Rembrandt tablosunu taksitle satma yoluna bile gittiler. Orta sınıfın piyasaya bu şekilde girişi ile, ortadaki para miktarı muazzam artış gösterdi. Bu arada yaygın

dünyası da, orta ya da yüksek kültürden yana yayınlarını belirledi. Yüksek sınıflar Avangardı destekleyen Partisan Review ve Nation gibi dergileri, orta sınıf ise Life gibi dergileri okumaya başladılar. Dışavurumcu, soyut ve duygusal sanat yolunda bir arayış vardı. İletişim araçlarında hangi sanatın yeni parçalanma sürecini daha iyi anlatacağı açıklanıyor, buna göre bazı isimler ve bazı akımlar moda oluyordu.⁵⁹

1946'dan sonra ABD'de sanatçılar kitlelere yöneldiler. Sınıfsal değil evrensel bir dil tercih edilir oldu. Soyut sanat ön plâna çıktı. Avangardlık ise her yerde kabul gördü. Artık muhalif olmak olanaksız gibiydi. New York ile Paris arasında hâlâ süren çekişme, hızla New York'tan yana dönüyordu. New York canlı, yeni, özgür ve bakirdi. Paris ise savaştan yorgun düşmüş, sakinlik arayışı içinde bir şehirdi. Amerika'ya gelince, dünyanın en önemli koleksiyonlarını, en ünlü sanatçılarını ve entelijansiyayı sürekli kendine çekiyordu. Birçok ülkeye savaştan sonra yapılan ekonomik yardımlar, Amerikan kültür emperyalizminin ve Amerikan yaşam tarzının da dikte edilmesi sürecine dönüştü. Bunda belirleyici rolü bir kitle sanatı olan sinema oynadı. ABD'nin Marshall Yardımı, dünyanın pek çok ülkesinde benzer bir Coca-Cola'laşma sürecini yaratırken, bir yandan da bu ülkelerde "komünizm" virüsüne karşı öldürücü darbeler vuruluyordu. SSCB'nin tutarsız politikaları bunlara eklenince, sol aydınlar politikadan çekilmeye, avangart sanatçı da politika dışı kalmaya başladı. Piyasa ekonomisi ise politika dışı

tüm çalışmaları bireysellik felsefesi ile besleyerek, iştahla sahipleniyordu. Aslında bu da bir politik-kullanmaydı. ABD'deki komünist-avı sonunda pek çok sanatçı işsizlik ve yoksulluk içine düştü. "1947-48 yıllarında Pollock, De Kooning ve Rothko, hiçbir şeklin nesnel olarak algılanmadığı resimler üretmeye başladılar." Konu, 'endişe' idi. Ancak ABD hükümeti, kültür ve sanatla öylesine ilgilieniyordu ki, Amerikan avangardistlerin Paris'te açtıkları sergiyi bile dolaylı olarak finanse etti. Ve avangard giderek, düzenin bir parçası haline geldi, uysallaştı.⁶⁰

Sanatçının kendi ününün, günlük hayatının, gezi-lerinin, aşklarının, saçmalamalarının sansasyonu, Picasso, Dali vb. örneklerde görüldüğü gibi onu, yapıtlarının önüne geçirdi. 19. yüzyıl başlarında görülen bu eğilim ile yaratıcı ruh, **Deha** olarak, kendinde bir amaç olarak kutsanıp, abartıldı; çünkü henüz fiyat biçilemeyen, satın alınamayan sadece o kalmıştı. Burjuvazinin sanata karşı tutumunun özünü bugün de bu oluşturmaktadır. Bu çelişkili tavra göre sanatçı/deha bir yandan tanrısal bir gizle ve görkemle doludur; bir taraftan ise onun çalışmaları bir meta olarak satılabilir şeylerdir. Bu deha'nın yapıtları üzerine yapılan pazarlıklarda, bu alımın iyi bir yatırım olacağına yönelik ikna çabalarında şu sıfatlar kullanılır: Yapıt heyecan verici, güçlü, olağan üstü ve fantastiktir. Çelişkili tavır, halkın kafasında yaratılan sanatçı/deha imgesinde de vardır: Deha bir yandan çılgın, yabansı, içkiye düşkün ve aksi olarak tanıtılır diğer yandan da onun kendi çıkarlarını koruyamaya-

cağı, beceriksiz olduğu, beceriksizliğinin onun sanatçılığının bir parçası olduğu sürekli vurgulanır. Aynı tavır, sanatçının eserlerini tanıtan kitaplarda da abartıyla sürer.⁶¹

Son yıllarda sanatçıları burjuva dünyalara çekme çabaları yoğunlaşmış, putları kıran sanatçılara bile onurlar dağıtılmıştır. Bugün, özellikle deneysel sanat, reklamların mitolojisinde limuzin arabalarının ve görkemli konakların yerini almış; en önemli prestij simgesine, başarının ve ayrıcalıklılığın kanıtına dönüştürülmüştür. Picasso bunun en çarpıcı örneğidir. *“Bugün ne denli put kırıcı olursa olsun, sanatçının sağlığında kral muamelesi görme olanağı vardır; yalnız şu var ki muamele eden olmaktan çok, kendisine muamele edilen bir kral olduğundan, tahtını yitirmiş bir kraldır artık sanatçı.”*⁶² Diğer taraftan o, azizin yerini almış bir çilekeştir. Hem acı çeken, hem de bunu sanata dönüştüren kişidir. Susan Sontag’ın deyimi ile *“Yazar, çektiği acıyı, sanatta elde edeceği kazanç uğruna kullanmayı keşfetmiş kişidir.”*⁶³

Sanatçıyı parayla, pazarla tanıştıran ilk müzayede 1700 yılında yapılırken, bugünkü anlamıyla ilk galeriler 19. yüzyılda açılmış, ilk başta amaç yalnızca sergilemek iken, süreç sonradan satışa dönüşmüştür. Bugün Happening ve Performans sanatında bile satış, bunların projelerini satmak yoluyla gerçekleşebiliyor. Sanatın her türü, her biçimi “Body Art” (Vücut Sanatı) bile, bir şekilde piyasa kavramının içine giriyor. Önce kilisenin, sonra aristokrasinin koruyuculuğundan ve denetiminden çı-

kan sanat, en son kapitalistlerin eline düşerken Kitle İletişim Araçlarında en çok fiyatı ile haber oluyor ve modern döneme dek sanatçı ile alıcısı arasında bulunan ilişki, özellikle 20. yüzyılda tamamen arz-talep ilişkisine göre belirlendiği aşamaya geliyor.⁶⁴

1950'lerin başında ABD'nin uyguladığı, bağışlanan sanat yapıtına karşılık vergiyi düşürme uygulaması, Avrupa'da bulunan sanat yapıtlarını ABD'ye çekme amacını taşıyordu. Üstelik bağışı yapan vergiden muaf tutulurken, eseri ölünceye dek teslim etmeyebiliyor, böylece yapay bir sansasyon yaratılıyordu. İngiltere sanat-yapıtlarının dışarı çıkmaması için özel yasa çıkardı ve veraset vergileri sanat yapıtı ile ödenebilir hale getirildi. Böylece bu iki ülkedeki değişiklik, sanat yapıtlarının fiyatlarının aşırı derecede yükselmesine neden oldu. Fiyatların artmasında ikinci ve önemli bir neden de; savaş sonrasında yatırım olarak kullanılacak para miktarındaki görülmemiş artışı. Bu birikim sonucu, sanat, bazı yatırımcılar için hem heyecan verici, hem de kazanç sağlayıcı bir yan-uğraş haline geldi. Böylece 10 yıl içinde, sanat eserlerinin fiyatı en azından on kat arttı.⁶⁵

Amerika'da düşük vergi ödemek isteyen banka ve şirketlerin kurduğu müzelerde, yapay olarak anormal yüksekliklere çıkarılan eser fiyatları yeni krizlere neden oldu ve bir yandan o şirket eserin fiyatı ile haberlere konu olarak kendi reklamını yaparken, bir yandan da vergiden kurtuldu. "Sanatın" artık piyasanın sıradan

mallarından hiçbir farkı kalmamıştı. Rakamlar da bunu doğruluyordu: Dünyanın üçüncü ya da beşinci büyüklükte sektörüne dönüştü sanat. Almanya'da sanat piyasasının cirosu, enerji sektörünün cirosundan daha yüksekte bulunuyordu. Yine son 50 yılda tüm dünyada artan para hacminin sanata ayrılan kısmı, 2-3 kat artmıştı.⁶⁶

Piyananın içindeki yöneticilere bu artış da yetmiyor 'standardizasyon' aranıyordu. Örneğin İstanbul'da sanat danışmanlığı yapan Yahşi Baraz standartlaşmanın yaratılmamasından şikayet ederken bir Zeki Faik İzer tablosunun İstanbul'da beş milyon, Sivas'ta ise sıfır değerli olmasını örnek gösteriyordu. Yine Baraz sanatın para ile ilişkisini şu çarpıcı sözlerle dile getiriyordu: "*Tüm gelişmiş ülkelerde para gücü ile sanat gücü arasında bir beraberlik vardır. Finansörler, ressamlar ve sergi düzenleyicileri hep bir arada çalışmışlardır. Buna bir de müzecileri eklememiz gerekir. Tek başına bir firma, tek başına bir ressam, tek başına bir sergi düzenleyicisi 'hiçbir şeydir.'*"⁶⁷ Bu sözler, sanatın Endüstri çarkı içinde nasıl da dışlilerden biri haline geldiğini, sanatçının tek başına bir hiç'e dönüştüğünü, var olmak için kurumlara ihtiyacının olduğunu çarpıcı bir açıklıkla dile getirmektedir.

Sanat eserine biçilen fiyat öylesine ön plânda tutulur hale gelmiştir ki, eserin ondan sonraki kaderini neredeyse bu belirlemektedir. John Berger, bunu şu örnekle açıklar:

“National Gallery’de Leonardo’nun ‘Azize Anne ve Vaftizci Aziz John’la Birlikte Bakire ve Çocuk’ taslağının kopyaları müzedeki bütün resim kopyalarından daha çok satılmaktadır. Oysa birkaç yıl önce bu resmi yalnızca uzmanlar tanıyordu. Resmin böyle birdenbire tanınması bir Amerikalı’nın onu iki buçuk milyon İngiliz lirasına satın almak istemesinden sonra oldu.”⁶⁸

Piyasa geçmişin sanatını bile kısılcasına almıştı. Özgün sanat yapıtları, satış değerleri ile yalancı bir dinselliğe büründürülüyor, bu adeta yitirilen hale’nin yerine ikame ediliyordu. Dinsel havanın işlevi ise, özlem uyandırmak, son bir çırpınıyla esere gizemlilik katarak, onu yeniden eşsiz ve biricik kılmaktı. Resmin bir odada tek başına, kurşun geçirmez camlar içinde, alarmlarla kuşatılı olarak tutulması ve sergilenmesinin amacı ona kaybettiği kült-nesne imajını yeniden kazandırmak ve bunu paraya çevirmektir. Halkın çoğu, müzelerin gizemli ve kutsal kalıntılarıyla dolu olduğunu kabul ediyor; buradaki eserlerin, başyapıtların, maddi ve manevi açıdan varlıklı ve ayrıcalıklı insanlara ait olduğuna inanıyordu. Daha doğrusu inandırılıyordu.⁶⁹

Çatışkılı bir meta olan kültür-sanat ürünleri, özce artık değişmediği halde değişim-değeri yasasına bağlanmış ve reklamların yaşam iksirine dönüşmüştür. Tekel koşullarında çok güçlü ve etkili olan reklam, bir süre sonra tüketicilerde aşırı doyuma ve duyumsamazlığa,

duyarsızlığa neden olmakta; reklamın vaat ettiklerinin gerçekleşmemesi, kültür ürününü reklama indirgemektedir. Reklam, tekel ile tüketiciyi birbirine bağlamakta, bir süre sonra reklam damgası taşımayan ürün kuşkulu ve riskli bulunmaktadır.⁷⁰ Huzursuzluk duygusuna dayanan reklam, ürünü satın almakla huzursuzluğun aşılacağını vurgulamaktadır. Çünkü reklamın mantığına göre hiçbir şeyi olmayan insanın kendisi de bir hiçtir. Para yasadır ve her türlü ihtiyacı karşılayacak anahtardır. Reklamın masalında para harcama gücü olmayan insanlar sevilmemek; harcama gücü olanlar baş tacı edilir.⁷¹

3. GÜNÜMÜZ İLETİŞİM ORTAMINDA SANATTA ELEŞTİRELLİĞİN YİTİRİLİŞİ

Sanatın Eleştireliliğini Yitirishi

Sanatın dünya zevklerinin aracına dönüşmesi ve insanın öfkelerini yatıştırması ne zaman sona erecektir bilemiyoruz ama umut ve gelecek adına, insanın içinde direnen yanların hiçbir zaman tümüyle yok edilemediğini, kurumsallığa yenik düşmeyen bireyin düşünme ve duyma yetilerini geliştirebildiğini, manipülasyonun en acımasız ve yoğun dönemlerinde bile eleştirel bilincin/sanatın alttan alta yaşadığını biliyoruz. Tarihsel süreç bunu bize gösteriyor.

Horkheimer da buna dikkat çekerek kitlelerin uysallıklarına karşın, kolektiviteye tümüyle teslim olmadıklarını belirtir. İnsanın *“geçerli ilişkilere uymayan, tekinsiz bir özlemin kendini sardığını hissettiği anda kapıldığı delice öfke, içinde hâlâ sürüp giden o közlenmiş isyanın işaretidir.”* Baskı ortadan kalksa, bu öfke, toplumsal düzenin bütününe yönelir.⁷² Burjuva dünyası tüm yozlaşmışlığına ve çürümüşlüğüne karşın, pek çok çelişkiyi içinde barındırdığı için farklı kültürleri de yaratan bir dünya olmuş; tanıdığı özgürlükler, istemedenden de olsa, muhalif araştırmaların yapılmasını mümkün kılmıştır. Bu nedenle, sanat alanında, 19. yüzyıldan bu yana geliştirilen anlatım yollarını *“yozlaşmış”* sayarak bir kenara atmak, büyük bir yanlış olur. Hiçbir çağın sanatında böylesine bir tek-renklilik yoktur.⁷³

Benim bu bölümdeki amacım, sanatta eleştirelliğin tümünden yok olduğunu değil, zorlaştığını, azaldığını, cılız ve güçsüz bırakıldığını açıklamaktır. Sanatın tarihinde özgürlüklerini, eleştireliliklerini her şeye karşın sürdüren, yitirmeyen sanatçılar ve sanat akımları mevcuttur. Her toplumda ve dönemde bunlar var olmuştur. Kapitalizmin geç dönemlerinde ise, özellikle medyanın sosyal kültürü standartlaştırmaya başlamasından sonra, sanatta belirgin bir kuşatılmışlık, özümseme süreci, kitle iletişim araçlarına uyumlanma, muhaliflikten uzak durma eğilimi ağır basmaya başlamıştır.

Sanatın günümüz kitle iletişim ortamında eleştireliliğini yitirishine ve olumsuzlamasının tasfiye edilişine olgusuna en çok değinen ve bunu önemli bularak çarpıcı açıklamalarla tespit eden, tespitleri karamsar olmakla eleştirilen Frankfurt Okulu kuramcıları bile açıklamalarını hep bir "ihtiyatla" yaparlar. Bu önemi küçümsemezler. Sanatın negatif olma şansı eskisi kadar fazla değildir bugün. Bilinç endüstrisi yeni ve başka bir hayatta duyulan özlemi, umudu ve eleştireliliği yıpratıp, zayıflatmıştır; evet ama negativitenin yitimi süreci mutlak değildir. Örneğin Adorno'ya göre bütünüyle tüketime, statü elde etmeye yönelik arzuda bile eleştirel öğeler vardır. Tüketim, aynı zamanda perhizciliğe karşı bir protestodur. Mutluluk, tatmin edilen arzu, aynı zamanda yeni ve başka bir arzuyu tatmin vaadini içinde taşır. Kültürü, rahat ve esenlikten ayrı bir alan olarak tasarlayan ortodoks Marksizm, bu nedenle olumlamacı

kültürü aşamamıştır. Oysa olumlamacı kültürün en şey-selleşmiş ürünleri bile, yalnızca realitenin düz yansımaları olmaktan daha fazla bir şeydir. Kültür/sanat, toplumsal görüngülerden ne tümüyle bağımsız, ne de onların sadece bir yansımasıdır. Örneğin müziğin gerçeklikle ilişkisi sorunlu olsa da, toplumsal çelişkileri içinde taşır. Pazara yönelimli olmayan müzikte bu çelişkiler dile gelerek kitlelerin bilinç düzeyinin ilerisi amaçlanır ve doğal olarak zor kavranan, belki de hoşlanılmayan bir müzik doğar.⁷⁴

Pazara yönelik sanatta da yönlendirim, manipülasyon, bir faşist-tertibin sonucu değildir. Yaşamını sürdürmek, kazanç elde etmek isteyen sanatçı zorunlu olarak sürece uyumlanır; zaman zaman politik manipülasyonda bile işbirliğine gider. Yani bu sürece eleştirel olarak direnmek, dışında durmak oldukça zorlaşmıştır. Kültür tekelleri, incelikli yöntemlerle başarılı kişileri, konuları güçlendirerek, süreci monoton görünümünden uzaklaştırıp karmaşık bir hava vererek, özgür seçim halesini ve açık Pazar söylemini kullanarak bir yanılısama şeklinde homojenliği-standartlaşmayı sağlarlar. Her dinleyici, izleyici, seçimini kendi başına özgürce yaptığını düşünür. Böylece yaratılan “yalancı-bireycilik” ile sürekli reklamlarla, farklı kaçış yolları kapatılarak, aynı-olan’a yönelik eleştiri ve direniş kırılmış olur.⁷⁵

Sanatın eleştireliliğini yitirişi sürecini vurgulayan ilk sanatçı/düşünürlerden biri Baudelaire’dir. Sanayinin sanata hükmettiğini belirten Baudelaire, “... apaçık or-

tada ki, sanatın içinde peydah oluveren sanayi, onun en aman vermez düşmanı” dır diyerek fotoğraf teknolojisinin, ancak, bilim ve sanatların alçakgönüllü bir hizmetkârı olabileceğini söyler. Ona göre “şiiir ve gelişme, içgüdüsel bir kinle birbirinden nefret eden iki muhteristir ve aynı yol üzerinde karşılaştıklarında, birinin diğerine ille de hizmet etmesi gerekir.” Söz konusu süreci, henüz bugünkü kadar alenîleşmediği zamanlarda görmüş olan Baudelaire, sanatın eleştirelliği yitirşini şöyle açıklar: “Günbegün sanat özüne duyduğu saygıdan yitiriyor, dış gerçeklik önünde dize geliyor ve ressam giderek düşlediğini değil ama gördüğü şeyi resmetme eğilimine giriyor.”⁷⁶

Yazdıklarıyla büyük tartışmalara neden olan, farklı yorumları çağırıştıran, değeri günümüzde daha net anlaşılmış ve acılarla kuşatılı zihinsel serüveninde Baudelaire kadar cesaretli, radikal ve sorgulayıcı olan Nietzsche de sanatın böylesi bir dünyada yaşadığı çelişkilere dikkat çeker: Nietzsche, “Gezgin ile Gölgesi” adlı yapıtında, sanatçıların yürüttükleri estetik savaşlarda yargıyı verenin, sonunda us değil, ‘güç’ olduğunu belirtir. Yine aynı kitapta sanata ayrılan saatlerin iş dışı, artık ve yorgun saatler olduğunu, bu nedenle sanatların “özgür havadan ve özgür soluktan yoksun kaldığını” vurgulayarak, bunun tam tersinin olmasını, en verimli saatlerin sanata ayrılması gerektiğini açıklar. Ve modern döneme serzenişte bulunarak şöyle der: “Başlangıçta uyaksız şiiir kuruydu, şimdi ıslak uyaksız şiiir çağında yaşıyoruz:

*suya düşmüş, dalgalar onu istedikleri yere sürük-
lüyor.”⁷⁷*

Teknikle çoğaltılan sanat yapıtının uğradığı değişimi inceleyen Walter Benjamin de, Baudelaire gibi 19. yüzyıldan itibaren resmin kitlelere sunumunun yeni bunalımlara neden olduğunu; çünkü tablonun eşzamanlı kitlesel alımlamaya uygun olmayıp ancak bir ya da birkaç kişi tarafından izlenebileceğini, bu anlamda sinema ve mimarlık sanatlarına benzemediğini belirtmiştir. Kitlesel alımlama, resmin karşısına önemli bir sınırlandırıcı öğe olarak çıkmıştır. Kilise ve saraylarda tablolar, toplu olarak eşzamanlı değil, kademeli ve hiyerarşik bir düzenle alımlanırlardı. Teknik-çoğaltım çağında değişen bu durumla birlikte, resim çelişkiler içine girmiştir çünkü Chaplin’in filmi ile gerici bir tutumla karşılaşan kitle, Picasso’nun resmi karşısında gerici bir tutum sergileyebilmektedir. Resim insanı düşünmeye çağırır; çağrışımlara yol açar; oysa sinema görüntüsünün sürekli değişimi ile çağrışımları kesintiye uğratar, düşünmeyi zorlaştırır, şok etmeye çalışır. Şoklar yoluyla modern bireyin yaşadığı değişimle, yoğunluk ve tehlikeleri karşılama gereksinimi giderilir. Sinema insanı tehlikelerle uyum içinde yaşamaya hazırlar. Bu nedenle sinemadan sonra, dünyalarımız küçük zaman dilimlerine bölünerek dağılmıştır. Şimdi bu yıkıntıların arasında dolaşmaktayız. Yakın çekim, ağır çekim, hızlı çekim, büyütücü çekim maddenin yeni yapısal oluşumlarını açığa çıkarmıştır.⁷⁸

“... İnsanlık kendi kendisi için bir sergi malzemesi olup çıkmıştır. Kendine yabancılaşması, ona kendi yıkımını birinci sınıf bir estetik haz kaynağı niteliğiyle yaşatacak boyutlara varmıştır.” Kitleler için bir “oyalanma” biçimine dönüşen algılama süreci, aslında eserin anlaşılmasına neden olan, turistçe ve dikkatsizce yapılan bir algılamadır. “Yoğunlaşma” ise oyalanma’nın tam zıttıdır ve yapıta yoğunlaşan insan, dikkatini topladığı için eserin içine nüfuz eder, içine girer. “Oyalanan kitle ise sanat yapıtını kendi içine indirir.” Tüm bunlar ise sanat yapıtının tasarımıyla ilgili olan durumlardır. Yani “kitleesel yeniden-üretim” aynı zamanda “kitlelerin yeniden-üretimidir.”⁷⁹ Kitlelerin algılama sürelerinin, biçimlerinin, oyalanmalarının ya da yoğunlaşmalarının üretimidir. Bu nedenle sanatın, sanatçının, tercihleri söz konusudur; bunlar belirleyici olurlar ve sanatçıya sorumluluk getirirler.

P. Burger’in dediği gibi sanat ve toplum birbirini dışlayan iki kavram değildir. Bunların etkileşiminde teknik, bağımsız bir değişken olmayıp, o da toplumun genel gelişimine bağımlıdır ve değişimi etkileyen etmenlerden önemli bir tanesidir. Oskay’ın dikkat çektiği gibi 1830’larda başlayıp 1873’lerden sonra hızlanan süreçte, kitleler siyasal hayattan uzaklaştırılmışlar ve kendi aralarında fantazyaya üretme, düş görme yetenekleri de saldırıya uğramıştır. Yazılı basının, ticari ve sınai kuruluşların egemenliğindeki tekniklerin etkisine giren basın ve edebiyatın aracılığı ile, halkların serbest zamanla-

rında yaşattıkları ve geliştirdikleri düşler, üretilen fantazmagoryalar tarafından kuşatılmış, kemirilmiştir. Bu aldanımcı ürünlerden sonra ütopyaların siyasal bir programa dönüşme şansı giderek azalmış; ütopyalar hayatı canlandıracak, zihni geliştirecek, geleceğe, bilime, sanata, doğaya umutla ve eleştirel bakacak özgürleşimci ütopyalar olmaktan çıkmışlardır.⁸⁰ 18. yüzyıldan itibaren sanat, uygarlıkla tanışmasıyla birlikte oyunsal anlamda, kazanmaktan çok kaybetmiştir.⁸¹ Çünkü her alanda olduğu gibi sanatta da oyun, özgürlüğü, zapt edilemeyi, “başka” bir şeyi çağrıştırdığı için, realitenin düşmanı gibi görülmüştür.

Pazar kurumu içinde gelişen sanatın yaşadığı çatışmaları, üretici-tüketici ve sanatçı-yönetici-halk bağlamında gelişkin düzeyde ilk anlatan düşünür olan Goethe, Faust’da Müdür, Şair ve İzleyicileri tam da Pazar ilişkileri içinde betimler. Schiller de bu sürecin sanatta yol açtığı yozlaşmaları, tüketicilerde ağır basan “eğlenme” ögesini vurgulayarak eleştirir. Çünkü eğlenme, kolay anlaşılan, rahatlatan, çaba gerektirmeyecek kadar basit yapıtlar anlamına gelmektedir. Bu süreçte kitle kültürü, popüler ve folk kültürü kuşatıp onun muhalif-eleştirel öğelerini özümleyip, törpülerken, sanatsal içeriği salt estetik kaygılarla sınırlayarak, sanat ürünlerini çelişkileri vurgulamaktan uzak duran ürünlere dönüştürür. Popüler kültür ürünleri protesto ve özgürleşme öğelerini zaaf içinde dile getiren olumlamacı kültüre evrilir.⁸² Herbert Marcuse bunu şöyle anlatmaktadır:

“Günümüzün yeni özelliği, yüksek kültürün gerçeğe bir başka boyut kazandırmasını sağlayan karşıt, yabancı ve aşırı öğelerinin ortadan kaldırılmasıyla, kültür ve toplum gerçeği arasındaki çatışmanın yatıştırılmasıdır. İki boyutlu kültürün arıtılması, ‘kültürel değerler’in yadsınması ve reddiyle değil, bunların geniş ölçüde kopyalama (röprodüksiyon) ve sergileme kanalıyla kurulu düzene toptan katılmalarıyla sağlanır.”⁸³

Gerçekliği olumsuzlayacak ve eleştirecek kültür/ sanat, maddi kültürün bir parçası haline getirilir. İçeriği, kâr sahiplerince belirlenir hale gelirken, reddeden eleştirici potansiyeli, tüketme-sömürme lehine azaltılır ve bu tüketime insanların en mahrem dünyası da dahildir.

Kapitalizmin içinde Seyir, Tapınma ve Biriktirme şeklindeki sanat eserine yönelik davranış biçimleri sonucunda, sanat, metanın estetize edilmesinde, reklamın bütün aşamalarında ve sermayenin korkunç gerçekliklerinin meşrulaştırılmasında “*hizmet eden*” bir konumda kullanılır. Zaman zaman kâr ve satış olgularının varlığını bile örtükleştirir. Dinsel ve mistik bir ifade ile kullanılan şiirsel-lirizm, yanılısma ve aldanma yaratarak, burjuvaziyi sanat hayranı olarak gösterir; asıl amacının kâr olmayıp, iyi-güzel ve asil olan her şeyi korumak olduğu fikrini canlı tutar. Böylece sanat, kapitalistlerle toplumun çıkarları arasında var olan hayati çelişkilerin yanılıcı çözümünü sunan bir araca dönüşür.

Sanatın burjuvazi tarafından kullanım biçimi, gözlerin çevrildiği sahnelerin estetik olarak düzenlenimidir. Böylece toplumun vazgeçilmez çıkarlarının korunduğu vurgulanır. Çevreyi kirleten kimyasal devlerin bir canavar gibi algılanmaması için renkli fotoğraflara, resimlere, müziğe, belgesellere daha çok başvurarak, bu sanatsal görüntüler sayesinde, kendilerini “yaşamın, mutluluğun, doğanın ve ilerlemenin garantörleri olarak” sunarlar.⁸⁴

Endüstri, ticaret, hizmet sektörü, reklam, Kitle İletişim Araçları ve kültür ürünleri için kullanılan sanatın uzlaşmaz tavrını sürdürmesi, iflas ve yenilgi olasılığını hep artırmakta; bundan dolayı resim, müzik ve edebiyat kendi içinde tutarlılıktan uzaklaşarak gerilimi yok etmektedir. Bunun ardından gelen süreç kayıtsızlığa sürüklenme, sanatı duygusuzca yapılan bir hobi uğraşına dönüştürme, tekrara ve boş kalıplara giderek daha çok başvurmadır. Bağlanma ve uzlaşma çağrıları bu ortamda elbette oldukça çekici gelir. Yalancı bir anlam, kolay ve eblehçe yapılan bir oyalanma rutini sanatın yakasındadır. Sibernetikle- edebiyat arasındaki kaynaşma, bunun en uç örneğidir. Bu noktada anlam inatla reddedilmiş, anlamsızlık kötü bir pozitivizme götürmüştür. Böylece sanat, rasyonalitenin kurbanları arasına girmiş; ince bir cilaya dönüşmüştür.⁸⁵ “Marx’ın açıkça ortaya koyduğu gibi, fetişleştirme yabancılaşmış kapitalist kültür’ün; insanın kendi ürünlerine, kendisinin yabancılaşmış nesnelere olarak körü körüne bağ-

landığı bugünkü kültürün temel öğelerinden biriydi." Ve bugün müzik, kapitalist ethosun istilâsı altında tümüyle fetişleştirilmiş; çünkü sunumunda aranjmana verilen önem artmış, renklendirme efektleri çoğaltılmış, nostaljik tutuma hep yeniden başvurulmuş, şarkıcılar ya da bazı özel çalgılar kült-nesnelere haline getirilmiş, konserleri dinlemek değil, izlemek öne çıkarılmış, böylece fetişleşme tamamlanmıştır. Adorno'nun tespit ettiği gibi alımlamada biçim de, içerik de değişmiş; duyarlılık dejenere olurken, çok sayıda yenilik karşısındaki alımlamacı psikolojik olarak bebeklik-dönemine geri gitmiştir (ne getirilirse onu alma). Serbest zamanlarda yaşanan ve salt tek bir sınıfla sınırlı kalmayan duyma yeteneğindeki bu gecikme ile, kişi pasifleşerek daha fazla depolitize olmuştur.⁸⁶

Modern hayattaki algılama süreci, sarsıcı ve travmatik şokları alımlama biçimine evrilmiş; bunun sonuçlarından biri de Benjamin'in açıkladığı gibi modern hayatta öykü anlatma'nın, öyküleme'nin (narration) azalmış olması ve enformasyonun (haber alma) öne geçerek başat iletişim tarzı olmasıdır. Enstitü üyelerine göre Kitle İletişim Araçlarının gelişiminden sonra sa-natta eskisi gibi yüksek ve alt kültür diye iki kültür kalmamış, Kitle Kültürü bu ayrımı eritip yok etmiştir. En eleştirel/negatif sanat ürünleri bile Kitle Kültürünce özümserken; bir dönem protesto niteliği olan trajedi bile modern çağda "*teselli anlamına dönüşmüş*"; sanat, anlaşılabilen mesajları ile, gerçeklikle uyuşmayı savunan ve

yaşamı yeniden-biçimlendirmeyi reddeden mesajları iletir olmuştur.⁸⁷ Çağdaş yeniden-canlandırma teknikleri ile yetkesi yıkılan sanat, koruyucularını kaybetmiş; tarihte ilk kez sanatsal imgeler, “*gelip geçici, her yere taşınabilen, değeri maddesine bağlı olmayan, kolayca bulunabilen, değersiz, bedava şeyler oldular. ... Yaşamın genel akışına karıştılar; bu akış üzerinde kendi başlarına hiçbir etkileyici güçleri kalmadı artık.*”⁸⁸

Kitlelerin düşleri giderek günübirlik, sistem-içi, egemen etiğe uygun ve evcil düşler haline gelirken bununla da kalmayıp günlük hayatın husumetleri, kıskançlıkları ve ihtiyaçları ile biçimlendirilir oldular. Her birinin diğerinin kurdu, canavarı olduğu bu tecritlenmiş ve parçalanmış bireyin dünyası, onu giderek daha edilgin ve acımasız bir insan olmaya ve hayatı ancak bir tüketici olarak yaşamaya, çalınan hayatına karşılık korku ve şiddetle yüz yüze kalmaya sürükledi. Kitlelere yönelik sanat ürünlerinde fantazyaya ve ütopyan öge, bilinmeyen, irrasyonel bir zamana itilirken reel-dünyayı yargılama, olanaksız bir kurtuluş beklentisine indirgendi. Özgürleşme düşünüyü, istemini canlı tutacak, anlatacak ütopyalar sinema, edebiyat, müzik ve diğer sanat alanlarında giderek daha az yer alır oldu. Yer alan sınırlı sayıda örnek ise bir hoşgörünün ama “*baskıcı hoşgörü'nün*” sonucuydu; çünkü bunlara da izin verilmezse modern toplumlardaki rasyonelleştirici, homojenleştirici süreç gerçek yüzü ile sırtacak, ortaya çıkacaktı.⁸⁹

Örneğin romanın eğilimi karmaşıklıklardan yana

iken, ondan önce Kitle İletişim Araçları ile yayılan basit ve çabuk yanıtlar içinde, sözleri giderek daha az duyulmaya; günün baskın eğilimi olan “güncellik” ağır basmaya başladı. Geçmişin ufku bir kenara itilerek, şimdiki zaman kutsallaştırıldı ve zaman bu sınırlar içinde yapıt olmamaya, güncel bir ürün olarak kalmaya mahkûm edildi. Bu nedenle gerçek anlamda bir roman olması ancak “dünyanın gelişmesine karşı” gerçekleşmesi ile mümkün hale geldi.⁹⁰

Sanatsal çalışmalarda teknoloji ve bilgisayar fetiş derecesinde etkili olmaya, sanat teknik-malzemelere kökten bağlanmaya, hatta narkotik-madde tutsaklığına dönüşmeye başlayarak kapitalizmin ilkesi olan “kullanat” anlayışına uygun olarak, bir “*Kendini tahrip eden sanat*”a indirgendi. Malzemeye, bilgisayar ve elektronik teknolojilerine dayanan bu kavramsal/çevresel sanat anlayışları, “*mutlak bir insansızlaştırma tehlikesini de barındırır*” oldular. Frederic Jameson bu süreci “*duyguların sönmesi*” olarak tanımladı. Yapıtlardan insan, insan sureti, duygular yok edilirken, “*salt, mutlaklaştırılmış, kendisinden başka bir anlamı bulunmayan maddeleştirilmiş biçim, malzeme ve teknoloji kalmaktadır geride.*”⁹¹ Çağdaş burjuva sanatının önemli bir özelliği olan insansızlaştırma, adeta bir insanlığa karşı oluştur. Ancak bazı kuramcılar bunu bir ilerleme olarak görürler. Sanatçı, toplum ve hümanizmadan adeta sevinçle ve özenle uzak durur; böylece nesnelere fetişine dayalı bir dünyada insan da nesneleştirilir. Giderek yok olurken, teknik araçlara benzer; makine parçası gibi söküp takılır. Bunu

kişisizleşme ve şiirde nesnelleşme süreci izler. Şair ya da sanatçı ortada görünmüyordur artık. Özellikle dehşet romanlarında insansızlaşma, kişisizleşme bir başlangıç noktasıdır. Çünkü asıl önemli olan şey başarı ve para'dır.⁹²

Teknik çoğaltımla sanat yapıtında yok edilen biricikliğin yerine "*sahicilik, otantiklik*" koyulmaya çalışılır. Oysa kitlesel sınai üretimin bir yansıması olan bu kavram, "*bireyci ahlâkın son sığınağı*" olarak metanın antitezi gibi sunulur ama aynı bir meta gibi satılır. Fetişleştirilerek, satılma gücü daha da yükseltilir ve böylece bir sahtekârlığa dönüşür.⁹³ Eleştirel-muhalif sanat eserlerinin, en tehlikeli siyasal formları bile birer kültür-metasına dönüştürülmüş, piyasa bunları birer olmazsa-olmaz oluşturuca öge haline getirmiştir: Van Gogh, Beethoven, Mozart, Brecht hatta Kafka bile bunlardandır.⁹⁴

Bilinç Endüstrisi içinde çoğaltılacak ya da satılacak eserlerin saptanması (ayıklama), korunması, incelenmesi süreç içinde bir dizi kurumu yaratır: Müzeler, sanat dergileri, kataloglar, reproduksiyonlar. Yapıtın reklam ve tanıtımını yapacak, onu 'yüceltici' yönde açıklayacak çalışanların sayısı hızla artar. Yapıt hakkında ve çevresinde yaratılan bu söylem dünyası, onu kavramak ve anlamak için katkı olmaktan önce, yapıtın "*değerinin üretiminin bir evresidir.*" Bu anlamda sanatsal üretim, "*toplulu*" inançtan etkilenen bir şeydir; bu inancın "*nesnellliğini taşır*", onun ekonomisinin içinde yer alır. Anlam

ve değer üretiminin temelinde bulunan beklentilerin içinde oluşur; ancak tabii ki perdelenmiş olarak.⁹⁵

Bourdieu'nun dediği gibi sürecin içine öyle çok kurum, insan, ilişki, iş girer ki sonuçta mistifikasyona uğramış ve ilk oluşumu gözden yitmiş, sanatçısı ikinci-üçüncü plâna düşmüş kaotik bir durum çıkar ortaya. Ve Kitle İletişim Araçlarının söylemi bu olguyu çözümleyici yapıda olmaktan çok örtükleştirici, karmaşıklaştırıcı, tarihsiz kılan bir söylemdir. En uyanık ve dikkatli alımlayıcı bile bir süre sonra süreci izlemekten vazgeçerek yeni konu ve kişilere yönelir. Çünkü bu ortamda dikkat yoğunluğu hızla dağılgaşır ve parçalanır, süresi azalır; unutkanlık artar; belleksizleşme bir savunma mekanizması, bir korunma biçimi ve kaçınılmaz bir son haline gelir.

Sanat-seviciliği dillere destan yukarı orta sınıfın kendi "himayesinde" düzenlediği özel konserler bu sınıflara sahte bir öznel içsellik duygusu kazandırır ve mülkiyetle kültürlü olma arasındaki çelişkiyi sulandırarak yok olmuş gibi sunar. Anlamalı son burjuva kompozitör olan Richard Strauss'un müziğinde bile olumsuzlama/ eleştirelilik tümüyle yok olmuş, yapıt eleştirel gücünü kaybetmiş, sürecin değişiminin amblemine dönüşmüştür.⁹⁶ Özgür ve yaratıcı eylemi giderek körelten tüketim toplumunda; hayal, fikir, duygu ve düşüncenin "*paketlenen ürünleri*" Kitle İletişim Araçları tarafından sürekli dağıtılır; boş zamanları düzenleyen mekanizmalar, çalışma zamanını düzenleyen mekanizmalarla bir ve

ayrı yönetim anlayışı ile üretilirken, postmodern sanat da, edilgin denilebilecek kadar tarafsız davranarak, insansız bir dünyayı betimlemeyi sürdürür. “*Üzüntü, yas ve korku medyatik hedonizmin baş düşmanlarıdır.*”⁹⁷

Bu kaotik sürecin içinde var olma yöntem ve taktiklerinden biri de, en yüzeysel ve ayırıcı nitelikleri bir arada vurgulayarak bir akım, ad, kavram etrafında toplamaktır. Böylece yapıtlar ya da sanatçılar ortak bir kavramda birleşirler. Sözcükler, okul ya da topluluk adları, özel adlar önemli bir olguyu açığa çıkarırlar: Var olmak, farklı olmaktan önemli hale gelmiş, üstelik var olmak, bir ad’a sahip olmaya endekslenmiştir. Bu yapmacık kavramlar, akımlar (Pop Art, Op Art, Minimal Art, Process Art, Land Art, Body Art, ...) benzerlik ve farklılıkları belirterek sınıflandırmayı uygulayan piyasanın içinde bir “tanınma savaşı” şeklinde sürer. Galeriler, topluluklar, gruplar, bu “tanınma göstergeleri” ile var-oluşlarını sürdürürler.⁹⁸ Bu savaşta en çok gereksindikleri şey, Kitle İletişim Araçlarıdır. Çıkışlarını duyurma, kendilerini tanıtma, kabul ettirme, gündemde kalma, güncellik yaratma, unutulmama gibi işlevler hep Kitle İletişim Araçları yoluyla yürütülür. Bu da beraberinde bağlayıcı ilişkileri, beklentileri, özverileri, vazgeçişleri getirir. Ve sistem içinde yer almanın en meşru, hatta en çekici yolu kullanılmış olunur.

Tüm bu süreçler gözlenebilir, fark edilebilir derecede yoğunlaşmış ve yaygınlaşmıştır. Ama Kitle İletişim Araçlarında adı konmaz ve yok sayılmaya çalışılır. Gaze-

teler, televizyon dizileri, reklamlar, sergiler, sanat ve kitap fuarları, hediye fuarları, burjuvazinin yaşama, dinlenme ve eğlence mekânları, tüm bir süreç bütün olarak değerlendirildiğinde sanatın nasıl da bir “*estetik aracı*” indirgendiği, dolayısıyla mistifiye etmek üzere işlevlendirildiği, sistemin yeniden-üretiminde hayati denilebilecek bir rolle görevlendirildiği, bundan kendisine ciddi bir toplumsal-artı verildiği, karşılığında ise uyumcu, güler yüzlü, desinatöre, organizatöre indirgenmiş, tehlikesiz-risksiz bir güzellik-üreticisine dönüştürüldüğü görülebilir. Sanat adeta dikenini alınmış gül gibidir ve bu haliyle elden ele dolaşarak, kolayca yıpranır, dağılır ve ölür. Onun toprağı ise çelişkidir, gerilimdir; insanın kendisiyle ve doğayla olan sorunlarıdır; hayata ya da ölüme dair, hüzne, sevince dair evrensel ya da bireysel sorunlardır. De Beers’in pırlanta yüzüğü tasarımı ya da küllüğün dizaynı değildir sanat. Oysa bugün neredeyse bu düzeye indirilmiştir. Bu nedenle “*Eleştirelliğin Yitirilişi*” olmuştur bu bölümün adı.

Sanatçının Eleştirelliğini Yitirishi

Tüm bunlarla birlikte işleyen bir süreç de sanatçının bir düşünür kişi olarak eleştirelliği yitirishi, ondan kopmasıdır.

Marx, modern dönemdeki sanatçıyı, entelektüeli, “*ücretliler*” olarak tasvir eder, çünkü sanat da bilim gibi bir üretim tarzıdır.

“Modern profesyoneller, entelektüel ve sanatçılar proletaryanın mensupları olduklarından (...) ancak iş bulabildikleri müddetçe yaşarlar ve ... ancak emekleri sermayeyi artırdığı müddetçe iş bulabilirler. Kendilerini parça parça satmak zorunda olan bu işçiler diğer her ticari mal gibi birer metadırlar dolayısıyla rekabetin iniş çıkışlarına, piyasanın dalgalanmalarına tâbidirler.”⁹⁹

Bireysel olarak ya da bir kuruma bağlı olarak çalışan sanatçı, araştırır, düşünür, çalışır ve yaratır. Eseri “başarılı” bulunursa en kısa zamanda elinden alınarak hem fiziksel hem de psikolojik olarak kendisinden uzaklaştırılır. Sanatçının, bu işleyişe karşı eleştirel olmak için elinde çok daha önemli nedenleri de vardır. Ünlüler ya da seçkin isimler arasına giremeyen sanatçı, kendisinin, Marx’ın tanımladığı gibi sömürülenler, çalışanlar sınıfına girdiğini göz ardı edemez, etmemelidir. Onun kişisel çıkarları da, iktidar sahipleri ile ters düşer. Bu gerçekler ışığında sanatçı, kendi yerini, en azından kendisi için aydınlatmalı, belirlemelidir.

Paradokslar içinde bırakılan modern dönem sanatçısının önünde iki seçenek vardır: Ya, bir gün ünlü olma umuduna bağlanarak pasif bir rolü kabullenecek ve uzlaşmacı, olumlu sanat yapacaktır; ya da bu düzene ve düzenin piyasasına aldırmaksızın eleştirelliği, özerk sanat yolunu seçecektir. Farkında olsun olmasın bu çelişki ile karşılaşır sanatçı. 19. yüzyıldan itibaren yoğun-

laşan modernleşme ve kitlelere yönelik sanatla birlikte kaotik bir görünüm alan sürecin sanatçıda yarattığı değişimi Walter Benjamin “*Flaneur*” kavramı üzerinde incelemiştir:

Baudelaire Paris’i konu ettiği lirik şiiriyle yöresel sanatın sınırlarını aşar ki bu artık yabancılaşmış-sanatçının kente bakışıdır; yani Flaneur’un. Flaneur, büyük kentliliğin ve burjuvalığın kıyısındaki düşünür-gezer-sanatçıdır. Henüz ikisine de yenik düşmemiş, kitleleri incelemektedir. Oysa kitlelerin ardında kent fantazmagorik yapısı ile Flaneur’u çağırmaktadır. Büyük mağazalar, lüks eşya ticaretinin merkezi pasajlar, Flaneur’un artık direnemediği modern oluşumlardır. “*Flaneur’un kişiliğinde aydın, pazara çıkmıştır. Niyetinin pazarı görmek olduğunu söylerse de, aslında niyeti kendisine bir alıcı bulmaktır. Henüz koruyuculara sahip olduğu, ama pazarla da tanışmaya koyulduğu bu geçiş döneminde aydın, bohème olarak belirginleşir. Ekonomik konumunun belirsizliğine koşut olarak politik işlevi de belirsizdir.*”¹⁰⁰

Pazar ekonomisinin ve Kitle kültürünün güçlenip yayıldığı dönemde ortaya çıkan Flaneur, bir düşünür-gezer sanatçı olarak toplumdaki egemen ilişkilerin dışında durur ve bu sayede değişimleri eleştirel bir gözle inceler. Ancak bir yandan da hem sanat-salonlarına gitmekte, hem de proletaryaya yakın durmaktadır. İncelikle kenti gözlemlerken, kendini fırtına sonrasında kalanları toplayan paçavracıya benzetir. Bu, tam da bur-

juvazinin iktidara geldiği, her şeyi değiştirdiği dönemdir. Ancak Flaneur, hem müşterilerin dilini kendine engel olarak görmekte hem de kendine müşteri aramaktadır. Bakılmaktan aldığı zevk, onun en önemli özelliğidir. Yaşadığı bu çelişkiye rağmen sanatından vazgeçmez.¹⁰¹

Arayışının en sonunda ise pasajların donatımı ile, tüccarın hizmetine girer. Çıktığı yolculuktaki hedefi Yeni Olan'dır ve Yeni'yi arama onu bilinmeyenin derinliklerine sürükler. Çünkü modern toplumda "Yeni, yanlış bilincin, yorulmak bilmez acentalığını modanın yaptığı yanlış bilincin özüdür." Yani, aslında gerçek bir yenilik değildir. Sanat burada yeni'yi en yüksek değer olarak göstermek; snob sanatçı yeniliklerin hakemi olmak zorundadır ve söz konusu "tinsel değerler piyasası basın eliyle örgütlenmektedir." Pasajlar, bu mikrodünya, Flaneur sayesinde, gezinenlerin, tarihçilerin, filozofların en sevdikleri yer haline gelir ve Flaneur için sıkıntılar karşısında ilaç gibidir. Fizyonomilerde pasaj, Flaneur'un evi gibi, firma tabelaları bir yağlı boya tablo gibi, duvarlar simyacı masası gibi, gazete kulübeleri kitaplık gibi tanımlanır ve aslında bir yıkım olan bu süreç sevimli gösterilir.¹⁰²

Flaneur avaredir ama tembel değildir. Toplumu çok iyi gözlemler. Adeta bir dedektif gibidir. Aldığı rantıye ile hareket alanı kazanır ve ilerlemenin yavaş olmasını ister. Ama son sözü o söylemediği için Flaneurluğun, avare-boş geziş olarak gereksizliğini düşünen işleyiş ona

son vermek ister. Çünkü artık caddeyi iç mekâna dönüştürmüş olan pasajların yerini, iç mekânı caddeye dönüştüren büyük-mağaza almaktadır ve bu “*Flaneur’un son piyasa yeridir.*” Onun yeni sığınağı artık kalabalık’tır ve bu şekliyle mal’ın konumunu paylaşmaktadır. Kendisi bunun farkında olmasa bile, bundan yoğun olarak etkilendir. Süreç adeta bir uyuşturucu etkisi yaparak onun maruz kaldığı pek çok horlanmayı, aşağılanmayı unutturur. O artık, müşteri akınına uğrayan bir mal gibi, kendini esrikliğe bırakır. Bunun tersi de söz konusudur. “*İnsan, bu varoluş biçiminin üretim biçimince kendisine zorla benimsetilmiş bir varoluş olduğunun bilincine ne kadar varırsa -yani ne ölçüde proleterleşirse-, mal ekonomisinin buz gibi solüğünü da o ölçüde fazla duyar; mal ile özdeşleşmesi olasılığı da o ölçüde azalacaktır.*” Ama bu bilinçlenme biçimi henüz ortada yoktur. Ve flaneur-sanatçı giderek yoğunlaşan “kitle”lerin arasında onlar tarafından hiç fark edilmese bile, o kitlelerin varlığını, birey’den farklı oluşlarını fark etmekte, bu noktada bir yol ayrımında bulunmaktadır. Ya Victor Hugo gibi kitle’yi modern bir destan kahramanına dönüştürerek yanılısamanın peşinden gidecek, ya da Baudelaire gibi “*bir kahraman kimliğiyle aynı kitleden kopacaktır.*”¹⁰³

Şair Ece Ayhan’ın belirttiği gibi bir açıdan da “*yeni ozan yeni müteşebbistir.*” Toplumda hissedilen gereksinimleri sezer, piyasaya girer ve üretmeye başlar. Bu üretim, en az diğer maddi üretimler kadar hatta onlardan da çok önemlidir.¹⁰⁴

Sanat eseri de arz-talep kanunundan etkilenir, talepten çok üretilirse fiyatı düşer, dağıtımının iyi yapılması gerekir, reklam ve tanıtıma ihtiyaç duyar, uzun süre satılmazsa üretimi durur ... vb. Sanatçı, tüm bunları hesaba katmak, tahmin etmek, buna göre çalışmak durumunda kalır. Aksi taktirde Baudelaire gibi yayınevini iflasa sürüklenmesine neden olur. Bu, kendinin müteşebbisi ve tüccarı gibi düşünme, onun sanatına uygulayacağı en büyük sansürdür ama ne yazık ki sanatçı böyle bir ortama doğar. Bu ortamı yok sayamaz.

Bundan sonrası artık sanatçının modernite içindeki varoluş savaşıdır. Ve bu aşamada o dehadır, yaratıcıdır, delidir, anlaşılmaz olandır, anormaldir, başarısız-beceriksiz-yeteneksiz biridir ya da başarılı ve ünlüdür...

“Yaratıcı-deha” kavramı Antik ya da Ortaçağ’da hemen hiç bilinmemekteydi; asıl olarak Rönesans’ta ortaya çıktı. 20. yüzyılın başında büyük sanatçılar, “dahi” olarak adlandırılmaya karşı çıktılar ve sanatlarla zanaatlar arasındaki yakınlığa dikkat çekerek bu ayrımı abartılı buldular. Ama buna rağmen Modern Çağ, dehaya neredeyse putperest derecesinde ilgi ve saygı gösterdi. Aslında bu bir saygı değil, sanatın kaybettiklerinin yerine konulmaya çalışılan bir şeyleştirme, bir fetişleştirme idi ve eserin sahibince kontrol edilen bir süreç değildi. Çünkü eser, sahibinin aynası değildi. Her şeyin alınıp-satılabilirdiği bir toplumda bu abartı da bireyin, sanatçının değer kaybetmesi anlamına geliyordu.¹⁰⁵ Çünkü her türlü etiket, bir mistifikasyon olduğu kadar, bir fiyat

da yaratıyor; böylece sanatçının ismi, kişiliği, günlük hayatı, davranışları, eşi-dostu Kitle İletişim Araçlarının elinde bir nesneye dönüşüyordu. “Deha” yaftası diğer yandan, bundan memnun olan sanatçı için bir rüşvet işlevi görüyor, adeta onun sisteme karşı uyumluluğunun, olumlamacılığının garantisi oluyordu. Yaptığı her hareket olay olan, Kitle İletişim Araçlarında her an ilgi ile izlenen, ürünleri anormal fiyata satılan deha, sanatın şımarık çocuğuna çevriliyor, bir süre sonra malzeme olarak olayları artık kendisi düzenliyor, böylece sansasyonun, güncelliğin kurumsallığına dahil oluyordu.

Bu biraz da, doğal olmayan bir gelişme yoluna girmiş olan sanatın, bilimin ve teknolojinin geçirdiği değişimi, şairlerin, yazarların, düşünürlerin ve sanatçıların bile anlamakta, açıklamakta zorlanmalarından kaynaklanıyor; düşünür ve sanatçılar insanı tutsaklaştıran bu gelişme ve uygarlık sürecini eleştirmek yerine, bilime, teknolojiye ve rasyonaliteye saldırıp, bunları eleştiriyorlardı. 19. yüzyılın sonlarına doğru sanatçıların fantazyaları geçmişe özlemci ya da toplumsallık karşıtı (non social) fantazyalar olma yoluna girdi.¹⁰⁶ 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra bellek-erozyonu daha da yoğunlaştı. Sanatçı, birçok nesnenin ayrıntılarını, inceliklerini, güzelliklerini, hatta varlığını ortaya koyuyor; insanların bunu fark etmesini sağlıyordu. Burada dikkat ve yoğunlaşma önemli bir rol oynuyor ama modern dönemin sunduklarının fazlalığı, fark etmelerin ve yoğunlaşmanın sorunlu olmasına yol açıyordu. Çünkü az şeye yöneltilecek dikkat

çok daha iyi, daha az kirli ve daha az dağılmıştı. Bu çok fazla şeyle ilgilenme ve parçalanma süreci sanatı, “*yok-sullaşmış sanata*” yönelimli hale getirdi. Andre Breton, Marcel Duchamp, Samuel Beckett, Jerzy Grotowski gibi sanatçılar, “*susma, boşluk ve indirgeme*” kavramlarından oluşan sanat denemeleri yaptılar. Eğilim daha-az olana doğru yöneldi. Ancak, yine de “daha çok” olan, otoritesini daima hissettirdi ve mükemmele en yüce olana ulaşma isteği oluştu.¹⁰⁷

Yığınla görüntü, işaret, sayısız kitap, sayısız metin ve her yanı kuşatan sayısız seslerin içine doğan sanatçı, bunlardan uzak dursa bile, onların kendinden önce ve kendisi dışında var olduklarını/varolacaklarını biliyordu. Açılan çok sayıda sergi; sanat, aktüalite, kültür, bilim hakkında yapılan TV programları; dergi ve gazetelerde çıkan sonsuz sayıda haber sanatçının karşısında izlenmesi/bilinmesi gereken veriler olarak duruyordu. Bir de bu çağı diğerlerinden ayıran bir özelliği vardı: Metinler üzerine inanılmaz sayıda üst-metin üretimi. Daha önceki çağlarda kesinlikle böylesine bir çeşitlilik, zenginlik, çokluk ve karışıklık söz konusu değildi. İletileri izlemek, takip etmek, değerlendirmek daha kolay süreçlere tabi idi. İleti bombardımanı karşısındaki sanatçı 200 yıl önceki sanatçının yalnızlığında ve sakinliğinde olmak istese bile, bunu oluşturması neredeyse olanaksızlaştı. Ve ne yaparsa yapsın, Kitle İletişim Araçlarından uzak dursun, Kitle İletişim Araçlarının, onun ürününü “öyle kullanmasını engelleyemez” oldu, bu onu aştı.¹⁰⁸

Günümüzde artık sanat yapıtının değerini sanatçı üretmiyor: Öncelikle sanatçının yaratıcılığına yönelik 'inanç' üretiliyor. Bu inanç evreni, tüm bir üretim alanı olarak sanat yapıtını ve sanatçıyı bir 'fetiş' olarak üretiyor. Sanat yapıtı, ancak bu yolla tanınıp benimsenince bir değerle donatılıyor. Yani tek başına yapıt'ın üretilmesi hiçbir şey ifade etmiyor. Sanat-tüccarı (galeri sahibi, yayıncı, gazete sahibi ... vd.) sanatçının ürünlerini satarak bundan kazanç sağlayan, yapıtı yayın yoluyla piyasaya süren, kendi tanınmışlığı oranında esere geçerlik kazandıran kişi olarak, sanatçıyı piyasa içinde savunup tanıtımını yapıyor. Eserlerinin değerini artırırken ona sermayesini sunuyor ve eserin yayınlanmasını sağlıyor. Sanatçı ancak bundan sonradır ki, belli çevrelere girerek aranan, değerli biri oluyor. Ressamsa toplu ve kişisel sergilere katılma şansı yükseliyor, koleksiyon ve müzelerle giriyor. Sanatçıyı finanse eden sanat-tüccarının bu keşfedici yönü gerçek işlevleri değişime uğrattıyor: Tanıtım ve dağıtım ancak sermaye sahibinin yapabileceği şeyler olduğu için sanatçı ile bu aşamada bağ kopuyor. Sanatçı, piyasa ile uğraşmaktan kurtulup bir nevi korunmaya alındığı için, bütün ilişkiler ağına bağlılığı artıyor ki bu ilişkiler ağı içinde köşe yazarları, eleştirmenler, iletişim araçları yöneticileri, sanatçılar, diğer yayıncılar, diğer satıcılar gibi çok sayıda insan bulunuyor. Bütünsel olarak bakıldığında sanat yapıtının üretimi, tüm bunlardan etkileniyor.¹⁰⁹

Örneğin Fransa'da oldukça ünlü, siparişle çalışan bir

“resmi ressam” sosyete çevresine yakınlığın uzantısı olan siyasi ilişkiler aracılığıyla, o dönemde tanındığının delili olan ünvanlar taşıyor. Sergi açan bir ressamın tanıtım yazısı diğerlerinininkine çok benziyor: “1914’te Paris’te doğdu. Güzel Sanatlar Okulu’na devam etti. New York ve Paris’te özel sergiler açtı. İki kitap resimledi. Paris’te Büyük Salonlar’a katıldı. 1932 Genel Yarışması’nda resim ödülü aldı. 1957 Menton 4. Bienali’nde gümüş madalya aldı. Yapıtları müzelerde ve özel koleksiyonlarda yer almaktadır.” Bu sadece ressamlar için değil yazarlar ve diğer sanatçılar için de aynı şekilde işleyen bir süreçtir: Belirli seçkilerde adının geçmesi, ödüllü olmak, best-seller yazarı olmak vb. Bunların yaşları genelde ortalamanın üzerinde olup büyük ve ünlü kuruluşlarla çalışırlar. Çünkü büyük kuruluşların kadroları uzmanlaşmış, dağıtımları iyi, dolayısıyla satışları yüksektir. Piyasa içinde eserin başarısı, yayınlandığı yer ile yakından ilgilidir. Uygun yeri bulamayan eser, tam tersi bir sonuca gider. Yani sanatçı ile kurum ve yapıt ile tüketici arasındaki uyum, bir dizi seçimin sonucudur. Çünkü en temelde, tüketici kitle, kuruma ve yazara göre yapıtı seçer, ona ödeme yapar.¹¹⁰

Sanatçının çalıştığı kurum (gazete, dergi, televizyon, radyo, ajans, galeri, yayınevi, tiyatro, moda evi ...) bir tanıtma ve sınıflandırma işlevi görür. Sanatçı ya da düşünür, yayın yerini kendi düşüncelerine ve yapıtına uygun düşecek şekilde seçer. Uygun bir yeri seçememişse, başarısız olmaktan kurtulamaz. Çünkü izleyici

kitlesine ve eleştirmenlere ulaşamaz. Tanıtımı ve reklamı yeterince yapılmaz. İçinde konumlanılan kurum, yapıta da damgasını vurur. Üretim ve tüketim birbirine bağlı süreçler olarak o kurumun etrafında oluşur. Bir best-seller yazarı bile, yayınevine ters yönde yapıtlar yazdığı anda başarısızlığa uğrar. Çünkü örneğin bir gazetenin belli bir dili, bu dili kullanan yazarları ve aynı dile alışkın okurları vardır. Farklı bir dile ansızın geçerse okunmaz olur, anlaşılmaz olur ve kendisiyle dalga geçilmeye başlanır. Tüm zemini ayaklarından kayıp gider. Bunun nedeni üreticiler ve tüketiciler arasında bir ortaklığın ve türdeşliğin esas olmasıdır.¹¹¹

Sanat piyasasında kurumların gücü öylesine hissedilir ki, J. L. Godard'ın dediği gibi örneğin sinemaya televizyon ve videodan her gün daha çok para akıtılsa da, ilginç bir film yapmak için çözümlenmiş olması gereken sorunlar ortada durduğu için ilginç çalışma yapmak giderek zorlaşmaktadır. Eski coşku, neşe, katılım ve kültürel enerji yok olmakta, birkaç kişi olağanüstü çabalarla bu enerjiyi canlandırmaya çalışmaktadır. Yalnızca Fassbinder "*Ben Alman filmler çekmek istiyorum*" demiş ve çekmiştir. Ama bunların sayısı çok azdır. "*Kimileri ölüyor, Truffaut öldü, Fassbinder öldü, hem de gencecik. ... Ölmesin de ne yapsın?*"¹¹² Godard'ın sözleri durumun trajikliğini sanırım yeterince vurgulamaktadır.

F. Jameson bu duruma "*öznenin sonu*" demektedir: "Burjuva ego ve monadın sonu." His ve duyguların sönmesi söz konusudur. Ama bunlardan başka pek çok şey

daha yok olmaktadır: Örneğin biricik ve özel olan üslûbun sonu, kişisel fırça darbelerinin sonu. *“İfadeye, his ve duygulara gelince, çağdaş toplumda merkezli öznenin eski anomisinden kurtulmak aynı zamanda yalnızca kaygıdan değil, artık hissetmeyle uğraşacak bir benlik kalmadığına göre, her çeşit histen kurtulmak anlamına gelebilir.”*¹¹³

Zihnin, yaratıcılığın böylesine toplumsallaşması, onu bir mahpusa çeviriyor; yeni bir anlam tasarlayan muhalif sanatçı, doğrudan, toplumsal ihtiyaçlara uyarlanmış bilincinin peşinde hareketsiz kalıyor, şoka giriyor. Düşünce, düşünmeyi unutarak kendinin bekçisine dönüşüyor ve sürekli düşünüp-düşünmediğini kontrol ediyor. Adorno bunu şu sözlerle ifade ediyor: *“Bin türlü siyasal ve taktik endişeyle örülmüş, temkinli ve kuşkucu bir hesaplılık - ne beklemesi gerektiğini bilen dışta kalmış aydının günümüzde benimsediği tavır budur.”* Sanatsal üretkenlik, iradî olarak irade-dışı davranma yeteneğine dönüşüyor. Düşüncenin örgütlenme, yönlendirilme gücü öylesine büyük ki, bu sürecin dışında kalanlar öfkeli bir kibirden, kendilerinin reklamını yapmaktan kurtulamıyorlar ve en sonunda ise, *“düpedüz sahtekârlığa”* başvuruyorlar. İşte *“sözüm ona bağımsız düşüncede eksik olan... eleştirelilik ögesi”* bu oluyor.¹¹⁴ 20. yüzyılın sanatçısı için “başarı” bile, arzulandığı kadar, korkulan da bir potansiyel taşıyor; çünkü başarı bir yanda çalışmanın, kazancın devamını sağlıyor, diğer yanda ise *“çürümeye tehdidi taşıyor.”* Başarısızlık bir boşa-

harcanma iken, pek çok sanatçı başarıya ulaştıktan sonra, yinelemelere düşmekle eleştiriliyor. Başarı, toplum tarafından özümsemek demektir; bu ise modern-realite ile ilişkide birçok noktanın yetersiz kalması, sanatçının burjuvaziye bağlılığının artması demektir.¹¹⁵ Bu nedenle, başarı ve ün sanatçının peşinde koşmaması gereken “*tehlikeli*” bir sürece dönüşmüş, sanatçının bunlara karşı kendini koruması zorunlu hale gelmiştir.

Piyasanın sürekli yenilik, sürekli değişim peşinde koşması sanatçıda yaratma sürecini teşvik eder ve pazar ürün açısından da yetenekler açısından da genişler. Sanatçılar işçiler gibi sefalet dolu bir yaşama sürüklenmezler; imtiyazlıdırlar onlara göre ama çalışmalarıyla bağları kişisel bir duyarlığa dayandığından pazardaki çalkalanmalardan çok daha derin olarak etkilenirler. “...sadece fiziksel enerjilerini değil, zihinlerini, duyarlıklarını, en derin hislerini, düş ve hayal güçlerini, neredeyse her şeylerini satmaktadırlar.”¹¹⁶ Magazin basını, televizyon dizileri, halkla ilişkiler şirketleri, moda dünyası, reklam sektörü, gazete ve dergi piyasası, iç-dekorasyon, vitrin dizaynı, talk-showlar, skeçler, şarkı sözleri ve diğer yüzlerce alanda onların yaratıcılıkları kullanılır. “19. yüzyılın flaneur’ü; hani şu Bosch’un tablolarındaki ‘yitik köpeklerle’ simgeleştirilen sistemin massedemediği ... entelektüellere, kala kala, Tanrı’nın bağıışı olan ‘yedinci gün’ kalmıştır; o da, kendi ‘katakombalarında’.”¹¹⁷ Sanatçının işi bu nedenle oldukça zorlaşmıştır çünkü düşleri kapitalizmin emrine girmiştir.

Sürekli, incelikli ama açıktan işleyen bir baskı altında estetik-uzmanı olarak iş hayatına uyum zorunluluğu sanatçıyı esir almıştır.

“Bir zamanlar tıpkı Kant ve Hume gibi, mektuplarını ‘değersiz hizmetkârınız’ diye imzalıyorlardı ve taht ile sunağın temellerini sarıyorlardı. Bugün hükümetin başındakilere önadlarıyla hitap ediyorlar ve her çeşit sanatsal hareketle birlikte eğitimsiz patronlarının kararlarına boyun eğiyorlar.”¹¹⁸

Sahte zenginlikleri, pahalı üretimi, milyoner dergilerini geri çevirmek giderek zorlaşıyor ama bunları geri çevirme basiretini ve azmini göstermeyen sanat yapıtının ve sanatçının sağ kalma şansı da aynı oranda azalıyor. “Kusursuzluk” “mükemmellik” peşindeki endüstri, sanat-eserinde, sanatçının el-izinin görünmesine bile katlanamıyor. Onun yapılmış görünmemesini istiyor. Ancak bunun sonucunda yapımla sanatçı arasındaki mesafe çoğalırken, sanatçının kendi varlığı da kırılgalaşıyor. Sanatçının el-izlerini silmek için gösterilen sonsuz gayretler ve zorlu yöntemler, “*sanat yapıtını zedeleyerek parçasallığa mahkûm ediyor.*” Ve sanatçı burada, büyük işçiliği ile sadece zevk-verme anına yönelen fetişin kurbanı oluyor.¹¹⁹ Edebî alandaki küstahlık o kadar ileri gidiyor ki, Neruda’nın anlattığı gibi, sanatçıdan yalnızca belli ve yüksek temalarla uğraşması bekleniyor. Ama Neruda, bu beklentiye bir tokat gibi cevap

veriyor: “Seçkin zevkin hakemleri tarafından en değersiz görülen şeylerden bile şiir yapacağız!...”¹²⁰

Düşünür-sanatçılar, çelişkilerle ezip geçen bu sürece karşı kuramsal ve praxis alanında değişik direnme ve yenilmeme yollarını araştırdılar. Bu düşünürlerden biri olan Roland Barthes’a göre modern dönemde sanat ve sanatçının toplumla kurabileceği tek ilişki biçimi, hiçbir ilişki kurmaması olabilirdi. Ona göre bu yokluk, yüceltici idi. Sanatçı yıpratıcı süreçlere maruz kalmayarak kendini korumaya alırdı. Bu yöntem uygulandı ama çok az sanatçı bunu uzun süre devam ettirebildi. Çünkü ilişkilerin olmadığı bir dünyada sanat kısa süre içinde “solgun ve ölgün” görünüyordu. 1960’larda izlenen bir yaklaşımla, Modernizmle barışma içinde yaşayış savunuldu. John Cage, Lawrence Alloway, M. McLuhan, L. Fiedler, S. Sontag, R. Venturi... gibi isimler bu olumluyuculuğu savundular. Bu grubun oluşumu, Pop-Art’ın oluşumu ile aynı döneme denk geliyordu. Bu bir anlamda sanat ile reklam, endüstriyel teknoloji, moda ve politika arasındaki uzaklığın aşılması demektir. Bir grup sanatçı ve düşünür kendilerine “Postmodernistler” dediler. Onlara göre modernist yaklaşım fazla kısıtlayıcı, fazla eleştireldi. Onlar, Modern hayatın olanaklarını sonuna kadar yaşamak istiyorlardı. Postmodernistler kültürel ortama 1950’lerde kısmen bir canlanma getirdiler. Ama eski büyük modernistlerin “Eleştirel kavrayışlarını” ve duyarlılıklarını yakalayamadılar. Realiteye açıklıkları nerede son bulacaktı; sanatçı ne zaman

sürecin egemen güçlerini anlayıp bunlarla hesaplaşacaktı? Bu sorulara cevap verecek eleştirel perspektifi geliştiremediler. Birçok entelektüel, modernlik, tarih, benlik kavramlarını yok sayarak kendini yapısalcılığa kaptırdı. Bazıları, postmodernizmin gizemci tarzına yöneldi. Modernliği inceleyip bir bütünsellik içinde görmekten özenle kaçındılar. Ama bu arada kendi hayatları, eserleri ve tarihsel-konumlarına yönelik düşüncelerden de uzak kaldılar.¹²¹

*“Ve kötülük sabit, yok edilemez bir gerçeklik şimdi. Bütün bunlar da çözümün -yaşama vermemiz gereken anlamla barışma yolunun- ertelenemeyeceği anlamına geliyor.”*¹²² Ertelenemez çünkü hayatiyet kazanmıştır. Kitleler açısından, sanat açısından, düşünür açısından hayatiyeti vardır. Walter Benjamin’in dediği gibi, *“Her çağ, bir sonrakini düşlemekle kalmaz, ama düş kurarak uyanışı da zorlar.”*¹²³ Bir tekrar olsa da, manipülasyonun en yoğun döneminde bile düşlerin, eleştirelliğin yok edilemediği gerçeğini hatırlamakta yarar vardır. İnsan zihni ve duyarlılığı mutlak bir mahpus içinde tutulamamakta, sanatı canlı tutan kaynak bu olmakta, umutsuz olmamanın gerekçesini de bu zemin oluşturmaktadır. Adorno da bu umut ögesini şöyle açıklar:

“Yine de, denenmiş yoldan kaçınan bakış, hunharlıktan nefret, henüz yerel şemanın içine alınmamış taze kavramlar bulma çabası, düşüncenin de son umut kapısıdır. Herkesi sorumlu ve emre amade kılan bir entelektüel

hiyerarşide, ancak sorumsuz ve başına buyruk tavır hiyerarşinin hiyerarşi olduğunu, dolambaçlara sapmadan söyleyebilir. Entelektüel marjinaleri yara bere içinde bırakan dolaşım alanı, satılığa çıkardığı zihne son bir sığınak açıyor -tam da sığınağın aslında mümkün olmadığı bir anda. Hiç kimsenin almak istemediği emsalsiz şeyi satışı sunan kişi, bunu istememiş olsa bile, mübadele yasasından özgürleşmiş olmayı temsil etmektedir.¹²⁴

1980'li yılların bilinçli bazı sanatçıları, bu inanılmaz derecede kaotik ve eleştirel kalmayı zorlaştıran ortama rağmen, sayıları az da olsa, egemenliği sorgulama yolunu seçmişlerdir. Kandinsky, Malevich, Mondrian, Klee ve o kuşak sanatçıların çoğu modern insanın bilinç düzeyini yükseltmeyi amaçlamış, olumlamaçılığın tuzağına düşmemeye çalışmışlardır. Joseph Beuys, Georg Baselitz ve Kiefer de sanatçıyı, zevk ve sefa üreten, boş zamanları eğlenceli hale getiren hizmetkârlar olmaya sürükleyen sürece inatla direnmişlerdir. Çünkü onların gözünde sanat hâlâ eleştirel yaratıcılığa dayanan, insanı evrensel insanî değerlerinden dolayı yücelten, hiçbir gücün esiri olamayacak kadar özgürlüğüne düşkün ve ancak bu özgürlük sayesinde soluk alıp verebilen, aksi taktirde ruhsuz bir varlığa dönüşen yüksek bir bilinç ve duyarlık alanıdır. Maya Lin, Les Levine, Laurie Anderson, Anselm Kiefer ve Salman Rushdie farklı geçmişlerden, farklı medyalardan, farklı duyarlık ve ideoloji-

lerden gelmelerine karşın, sanatsal bir hareket oluşturmadan, yaptıkları işin ciddiyeti açısından ve ulusal, sınıfsal, dini ve cinsel sorunların ötesine uzanmak istemeleri açısından birbirlerine benzerler. Her biri, insanlarla iletişim kurmak, onları bir araya getirmek ve onları bir arada tutmak için yeni yollar geliştirmişler; insanın kültürel kapasitesini ve birbirleri arasındaki diyalogu derinleştirmişlerdir. Modernizm hakkında teorileştirmeye gitmeksizin, modernizmin kalbine yakın evrensel umutları ve ilerici çabaları beslemişlerdir. Maya Ying Lin, modernist hareketlerin mimarlık alanındaki terimlerinin çağdaş tarihin gerçekliğini açıklamak üzere nasıl kullanılabileceğini gösterir. Kültürün negatif boyutuna bakmak ve onunla yaşamak konusunda modernizmin nasıl yardımcı olacağını gösterir. Les Levine, Londra sokaklarında sergilediği büyük poster resimleri ile, modernizmin iç yüzünü açıklayarak onun yarattığı yaşam koşullarını, gizli kalmış gerçekleri gözler önüne serer. Anselm Kiefer, Alman kültürünün mitoloji ve ikonografi ile dolu faşist ideolojisini açığa çıkarmayı misyon edinir. Almanları, onların adına ne canilikler yapıldığını görmeye, düşünmeye zorlar.¹²⁵

Laurie Anderson'un dünyası, postmodernizmin izlerini taşır gibidir: Uzay gibi soğuk ve cansız manzaralar; elektronik müzik; "gerçek" şeyler ve insanlarla karışan fotoğraflar, gölgeler, çizimler, simülasyonlar ve montajlar. Fakat Anderson'ın bu evrene bakışı, her türlü postmodern perspektiften radikal olarak farklıdır. O, söyle-

nilen ve müziği yapılan her şeyin öznesidir. Onun çevresindeki kocaman dünya, Chaplin'in Modern Zamanlar'ının çağdaş bir versiyonudur. Postmodernler, her türlü evrensel arayışın uzağında dururlar; ilgileri daha özel deneyimler, lokal alanlar, " *dil olgularının heterojenliği*" gibi daha az tutkulu fikirlerdir. 1984 yılında Salman Rushdie, "Outside The Whale" adlı makalesinde gerçeğin yeni ve daha iyi bir haritasını veren ve dünyayı anlayabileceğimiz diller üreten politik kurgu kitaplarının gerekliliğine dikkat çekerek bu konuda arayışlara/eleştireliliğe katkıda bulunmuştur.¹²⁶

Kapitalizmin, küreselleşme ile kendini yeniden üreten cangılı içinde baskın olan süreç eleştireliliğin yitirilişi iken, muhalif içerikli eleştirel yapıları örnekler her zaman var olmuştur. Benim, Sanat Tarihi boyunca izini sürdüğüm örneklerle betimlemeye çalıştığım şey de bu olmuştur.

Sonuç Yerine

Bu çalışmada, 1800'lerden itibaren yoğun ve hızlı bir gelişme ile günümüze kadar gelen kitle iletişim araçlarının artan etkinliği sonucu sanatta meydana gelen içeriksel, biçimsel ve işlevsel değişimler incelenmektedir.

İnsanın kuşatılmışlığının ve denetlenmesinin yüksek düzeye çıktığı günümüz koşullarında sanatın eleştireliliği törpülenmiş; var olması yatırım aracı olmasına, zevk nesnesi olmasına, eğlendirmesine, prestij aracı olmasına indirgenerek estetik bir süse dönüştürülmek is-

tenmiştir. İletilerin, haberlerin, çözümlenmelerin ve kuramların çok yoğun olduğu çağımız, mistifikasyonlaştırmada da hayli yoğun bir süreç izlemiş, bundan en akli başında sanatçı ve düşünürler bile olumsuz etkilenmişlerdir. Bu etkilenmenin en açık sonuçlarından biri, sanatın/sanatçının sürece direnemediği için olumlayıcı sanat yapmak zorunda kalmasıdır. Bu sav, sanat ve sanatçı açısından ayrı ayrı ele alınmış ve sonucun aynı olduğu görülmüştür.

Burjuvazi, 18. yüzyılda artan sermayesi ile toplumun en güçlü sınıfı haline gelmiş, tüm sosyal hayatı, geleneği, yaşam biçimlerini ters yüz etmiş; derebeylikten kurtulan emekçileri fabrikalarda istihdam ederek işçi ordularını yaratmış; buralarda üretilen ürünleri, oluşturulan kitle toplumunun tüketimine sunmuştur. Tekelci kapitalizme yönelen bu modernist süreçte, teknolojiye, makineleşmede devrimsel dönüşümler yaşanırken, kitle iletişim araçları ve ulaşım araçları da hızla gelişmeye başlamış, nüfusu milyonları bulan kentlilere sunulan tüketim-nesneleri, fetişizm sürecini başlatmıştır.

Böyle bir kapitalist üretim için gereken en önemli şey ise kitlelerdir. Bu nedenle onları bu sürece gönüllü-katılmak için ikna etmek temel önemde bir gereklilik haline gelmiş, kitle kültürü bu süreçte geliştirilmiştir. Kitle kültürü içinde Adorno ve Horkheimer'ın söylediği gibi hiçbir şey hareketsiz kalmayacak, sürece uymayan ürünler piyasaya çıkmayacak, "*topyekûnlük*" esas olacaktır.

Üretim o kadar yüksek düzeylere çıkarılır ki tüketimin önüne geçer ve yeni pazarlar bulmak için burjuvazi saldırganca, dünyanın her yanına dağılır. Afrika'da, Asya'da, Orta Doğu'da, Güney Amerika'da kendine sömürge-ülkeler bulur. İrrasyonel ve insanlık dışı bir karaktere bürünen böyle bir süreç sonunda insanların psikolojik travmaları, düşünsel bunalımları ve parçalanmışlıkları gelmekte gecikmez. Sömürge ülkelerdeki insanlar uzun yıllar sürececek bağımsızlık savaşları ile baş başa kalırken, kapitalizmin kurumsallaştığı ülkelerde kitlelere, her türlü doyum için tüketme-alışkanlığı önerilir. Sürece uyum sağlayamayan insan doğası, kentlerde, akıl hastalıkları, suça eğilim, yalnızlaşmalar çemberiyle kuşatılmış olarak yaşar hale gelir. Kültür Endüstrisi aracılığıyla, başarı, sabır, itaat gibi yeni mitler öğrenilir ve var olabilmek için bunlara önemli derecede uyum sağlanır. Toplumun her kesimine hitap eden ve form olarak sürekli yenilenen kültür-metaları, oyun'u ortadan kaldırarak, farklılıkları budanmış, edilginleştirilmiş, bir çok konuda homojenize edilmiş insanı yaratmak üzere sermayenin hizmetine girmiştir.

Sanat/sanatçı eskinin koruyucu mesenlerinden kurtulmuş, özgürleşmiş ama piyasanın içinde para kazanma zorunluluğunun karşısında çırılçıplak kalmıştır. Bu özgür-çıplağın yeni müşterileri artık zengin aristokratlar ve soylulardan ziyade, aristokrasi kadar değerlerine tutkun olmayan zengin burjuvalar, yönetime ilişkin toplantılarını görkemli sütunlar altında ve tablolar önün-

de yapan hükümet yetkilileri ve okur-yazarlığı geliştirilmiş, harcama gücü modern öncesi döneme oranla artırılmış ve kentin cangılı içinde her şeyi tüketmeye yönlendirilmiş bulunan kitlelerdir.

Burjuvazinin gösterişe, malını-mülkünü teşhir etmeye olan düşkünlüğü, karakteristik olarak yağlı boya tablolarında açığa çıkar. Bunlar, anamalcılığın sanattaki gerçekleşme biçimi olup, resmedilen nesne, ova, sürü, konut vb'nin "*sahipliği*"ni vurgular ve tablounun sahibinin maddi-gücünü sergiler. Tabii Rembrandt, El Greco gibi istisnaları vardır yağlı boya resmin ama bunların sayısı çok azdır. 19. yüzyılda Goya da bu istisnalardan biri olur.

Fransa'da 1850'ler, burjuvazinin ve hükümetlerin Paris'i yıkıp, yeni hayata göre yeniden-kurdukları, cad-deleri, bulvarları genişlettikleri, pasajları metaların sergilenmesi için düzenledikleri, dev-anıtsal eski binaları devletin gücünü göstermek için restore edip kullandıkları; bunların bazılarını tiyatro, opera ve balo salonu olarak kullanıp, sanata olan yakınlıklarını vurgulamaya çalıştıkları yıllardır.

19. yüzyılın radikal dönüşümlerle dolu sanat tarihi, birbiri ardı sıra gelen akımlar, tarzlar savaşı olmaktan çok, kendini kabul ettiren sosyal değişimlerin, sanatta daha fazla, daha karmaşık bir anlatım biçimi ve içeriği aramasından kaynaklanan, üslûplar arasındaki sürekli etkilenmeden beslenen bir süreçtir.

Fotoğrafın bulunması ve basım tekniklerinin gelişmesi sonucu biricikliği yok edilen, kitlesel-tüketime uyumlandırılmaya çalışılan sanat-yapıtının korunması için “*Sanat İçin Sanat*” akımı başlamış, ancak bu akımın savunucuları bir süre sonra realite karşısında yalnız kalarak bunalımlara sürüklenmişlerdir. İzlenimcilik, fotoğrafın, resmin elinden aldığı gerçek görüntüyü, anlık-izlenimlerle anlatarak fotoğrafa karşı bir tepki olarak gelişmiş; Cézanne, Van Gogh ve Gauguin gibi “*çalgıncasına yalnız*” üç sanatçıda insanın içine sürüklendiği boşluğun, yitirilen dengenin, parçalanan yoğunluk ve tutkunun ifade edildiği ileri bir Eleştirelliğe ulaşmıştır. Gauguin’in uygarlıktan Tahiti’ye kaçışında somutlaşan bunalım, Batılı sanatçıları Doğu kültürüne yönelik arayışlara yöneltmiş; bir süre Çin, Japon, İslâm ülkeleri, Afrika ve Güney Amerika kültürleri sanatı beslemiş, fakat Modernite bunları da bir süre sonra eskitmiştir. Çünkü sistemin can damarı, yeni’nin sürekli yeniden-üretilmesidir. Ama bu yeni, muhalifliği azaltılmış, tehli-kesi yok edilmiş, pazara uygun ve satış-yapması nere- deyse garanti olan bir yeniliktir. Modernlik içinde sanatı bu temel yönelim belirler.

Bundan sonra birbiri ardına oluşan Dışavurumculuk, Kübizm, Dadaizm, Gerçeküstücülük ve diğer avangard akımlar, sanatın gerçeklikle mücadelesinin, eleştirelliğinin tarihi olduğu kadar, eleştirinin giderek zorlaşmasının, muhalif sanatçının sefalete itilmesinin, sanatçıların kitle iletişim araçlarında ve burjuvazinin hizme-

tinde “*ücretli elemanlara*” dönüştürülmesinin de tarihidir. Kültür metalarını üreten bilinç endüstrisi sanat-pazarını elinde tutan büyük bir güç, sanatçının eleştireliliğini yok eden bir istihdam alanı, muhalifliğin sınırlarını da popüler kültürün izin verdiği ölçüde belirleyen ve özel-mülkiyete dayanan en önemli mekanizmadır artık.

Kitle iletişim araçlarının yol açtığı süreç temelinde işlenen konu kitle iletişim araçlarının yoğun ve yaygın kullanımı ile gönümüze dek geldikçe açıkça gözlemlenebilir olmuş, Türkiye de bu süreci gerek sanat piyasalarında gerekse genel anlamda kültür ve sanatın tüketim ve sergileme formlarında yaşayan bir ülke olmuştur.

Sanatçılar ya tümüyle bağlanır ve sanat yapamaz hale gelir ya da direnç göstererek ayrık durur ama iki ateş arasında kalmışçasına yoğun bir baskının altında hissederek kendilerini. Martin Jay’ın belirttiği gibi, ya ince-uzun bir yolu izleyecek ya da sebat ve irade ile aşığılara sürüklenecek gibidirler. Bu ateş hattında salt para’nın, rahat’ın ve lüks’ün tarafını seçmek oldukça kolaylaştırıldı ve diğer yolu seçmek ise sonsuz bir cezaya dönüştürüldüğü için, sürecin genel karakteri eleştireliliğin yitimi yönünde olmuştur ve olmaktadır. Sanatçı, realite ile arasındaki uzaklığı kapatmaya çalıştıkça gerilemekte, eleştirel bakış açısını yitirmekte, sisteme kültürel-metalar üreten bir zanaatçıya dönüşmektedir.

20. yüzyıl boyunca değişik yollar deneyen sanatçılar, şok-yaratmaya yönlendiklerinde şokların bir süre sonra

olağanlaştığını görmüşler; sistem-dışı siyasal örgütlenmelere gittiklerinde yaşanılmaz hayatlara sürüklenmişler; sanatsal-seçkincilikle sınırlı bir eleştirelilikle yetindiklerinde toplumdan izole olarak yoğun bir gerilimle baş başa kalmışlar, en son basitlik-nostaljisine ve uzlaşmaya sürüklenmişlerdir. Oysa “*işveli bir başkaldırı hevesi*” (Adorno) ile dolu bir algılayış biçimi içinde realite ne anlaşılabilir ne de değiştirilebilir. Ancak bilinç dolu ve köktenci bir eleştiri ile sistemin, toplumsal sürecin kitle iletişim araçlarınınca mistifiye edilen iç yüzü açığa çıkarılarak, bunun insana uygun olmayan bir hayat olduğu vurgulanabilir.

Günümüzde Avangart ürünleri ve 1968 deneyimleri bile, karşı-kültür gibi olsalar da yeni olmaktan çıkmış, kolayca hazmedilen yemeklere, taç giyinmiş kültür ürününe dönüşmüşler; en eleştirel-uzlaşmaz sanat eserleri evcilleştirilmiş, alabildiğine etkin olan “*özümseme ve yeniden-işlevlendirme mekanizmaları*” ile karşıtlıkları yok edilmiştir.¹²⁷ Kundera’nın deyişi ile toplumsal işlevine indirgenen insan hayatı, canlılığı azaltılmış bir “*indirgeme burgacına*”, kıskaçına alınmıştır. Sanatlar kitle iletişim araçlarının ve piyasanın eline geçmiş, indirgeme süreci bu araçlarla yoğunlaştırılmış; bütün dünyaya, herkesin kabul edeceği basit nesnelere ve klişelere dağıtılmıştır, dağıtılıyor. Farklı olduğunu iddia eden kitle iletişim araçları genelde aynı dünya görüşünü yansıtmakta; aynı dili, üslûbu, başlıkları ve beğeni tarzını kullanmaktadır. Kitle iletişim araçlarındaki bu genel

eğilim, sanat üzerinde en çok etkisi olan etmenlerdendir. Eskiden şirsiz olamayan dünya bugün šiire olan gereksinimini de yitirmiş, bu yitirişi fark etmekten de uzaklaşmıştır.

Kitle iletişim araçlarının gelişimi teknik ile estetiğin karıştırılması tehlikesini yaratmış; tekniğin çekiciliği sıradan oluşumlara bile sanatsal görüntü kazandırmıştır. Çünkü ışık ve ses teknolojileri, müzikte ve sinemada, estetik dışı olanları bile görkemli kılmakta; tekniğin yarattığı bu olanaklar uzmanları sanatsal ölçütlere uyulup uyulmadığı konusunda kararsızlığa itmektedir.¹²⁸ Enformasyon tipileri ve fırtınaları söz konusu olup, bunlara maruz kalan kitleler bunların anlamını çıkaracak bilgi ve zamandan yoksundurlar. Her tarafı kuşatan iletileranaforu, bir “hiper-iletişim-evreni” söz konusudur. Kitle iletişim araçlarının kullanmadığı bir alan kalmazken, olaylar önemini yitirmekte ve enformasyon başlı başına bir olay haline gelmektedir. İnsanlar imge bombardımanları altında şizofrenikleşirken, her şeye en fazla evet ya da hayır diyebilen çocuklaştırılmış kitlelere dönüşmektedir. Bunlarla birlikte medyalar hep bir tartışma, sorgulama, sorgulanma, eleştirilme alanı olmakta, yaptıklarına daha çok kuşkuyla bakılmaktadır. Çünkü gereğinden fazla enformasyonun, bir süre sonra alımlanır olmaktan çıktığı belirginlik kazanmaktadır.¹²⁹

Bu alımlamamayı ortadan kaldırmak için medyanın sürekli başvurduğu şoklar, zamanla etkisini kaybederek

kitleleri şoka alışkın, şoka hazır hale getirir. Şok adeta kurumsallaşmıştır. Bu nedenle giderek daha az etkide bulunur. O bir “tüketime” dönüşür. Şoktan geriye kalan şey, eserin esrarengizliği ise, ondan bir anlam çıkarma çabasına karşı direniştir. Alımlayıcı bu durumda anlamı geçerek eserin esrarengizliğine yönelir ve dikkatini yaratma işleminde toplar. Alımlama sürecindeki bu de- formasyon sanatın üretim ve sunum biçimlerini de tümüyle değiştirmiş; bunun sonucu olarak sanatın işlevi, amacı, eleştirelliği, toplumdaki yeri, bugün içinde bulunduğu durum düşünürler arasında başlıca tartışma konularından biri haline gelmiştir. Çünkü sanat olumsuzlama gücünü yitirerek olumlamacılığa yönelmiş, eleştirellikte sessizliğe düşmüş, sistemin egemen güçleri ile işbirliğine girmiş, tüketim toplumuna uyumlanmış. Baudrillard bu sürece, sanatın bitmenin de ötesine geçtiği şeklinde yorum getirirken, Batı’nın “*büyük başkaldırı geleneğine, kendini ve sistemleri yakma ve küllerinden yeniden doğma geleneğine*” nostalji duyar bir anlamda.¹³⁰ Sanat hayallerini kaybetmiştir adeta. Örneğin mimarlıkta durum trajik olup, görülecek hiç bir şey olmamasına karşın, aşırı derecede görüntü bolluğu vardır. Bir mainstream’den (ana damar) bahsetmek oldukça zordur.

Akım ve üslup izleri yok olmuş, biçimsel tercihler birbirinden farksızlaşmış, sürece modalar egemen olmuştur. Avangart sanatın en muhalif örnekleri bile çoğaltım teknikleri ile topluma yayılmış, böylece onun hem varlık

nedeni yadsınmış, hem de keskin muhalifliği evcilleştirilerek kamusallaştırılmıştır.¹³¹ Sanatın kapitalist toplumda uğradığı bu yıkımdan sonra yapılan tartışmalar onun öldüğü, yok olduğu, tükendiği yolunda olmuştur. Bu konudaki tartışmaların başlangıcı Hegel'in "Estetik" adlı kitabında yazdığı "Sanatın Ölümü" yazısına dek uzanır.

Bugün ise "edebiyatın can çektiği, görsel sanatların 'tedavülden' kalkmak üzere olduğu, bilgisayar/medya ikilisinin bağrında farklı ifade kanallarının başatlığının söz konusu edilmesi gerekliliği konuşuluyor yoğun biçimde. ... Sırasıyla sanatın ölümü, yazarın ölümü ve saltık sessizliğin gelip önümüzde kendini duyurması gibi son dönemin karşımıza çıkardığı düğümler, 'roman'a özgü bir tıkanışı adlandırmanın ötesinde, genel bir çıkmazın işaretleridir. Bu noktadan sonra, devam etmeyi kabullenilebilir nedenlerle mi donattığımız sorusu, ona yanıt bulsak bulmasak, yanımızda olacaktır."¹³²

Çünkü sanat Régis Debray'in dediği gibi kendini konu edinen "sonu gelmez bir aynalar oyununa" dönüşmüştür.

Sanatın krizi ya da öldüğü savı, pek çok soruyla birlikte karşımızda durmaktadır. Örneğin modern resim nesne ile öylesine çok uğraşmıştır ki, iki boyutlu tuval ressamın düşmanı haline gelmiş; resmin bundan sonra

neyi taşıyacağı (imgeleri mi, nesneleri mi?) sorun olmuştur. Nesnenin 20. yüzyıl boyunca sanatla birlikte yaşadığı serüven de oldukça çeşitli ve uzundur: “*Lirik plâstik, uzamsal, gerçekçi, gerçeküstücü, hiper-gerçekçi, metaforik, sembolik, konstrüktif, dekonstrüktif, ironik her tür söylem ve kolaj, montaj, asamblaj, anvironman, enstalasyon gibi her tür sunu ile birlikte tarihini yazmıştır.*” Pop sanatı ile birlikte yaşanan süreçte, sanatçı kendisi ile kitleler arasındaki uçurumu yok etmeye çalıştığında (Kitle iletişim araçlarının yoğun kullanımı ile) onlardan biri oldu ve reklam imgeleri, günlük ihtiyaç nesneleri, artıklar vb. sanat sahnesine taşındığında sanatın bunlardan farkı kalmadı. Sanat ve kitle iletişim araçları, sanatçı ve kitle arasındaki sınırlar belirsizleşti, farklılıklar ortadan kalktı. 70’lerin sonunda “nasıl” sorusunun yerini “neyin” sanat olup olmadığı aldı. Bu sorun Kavram sanatçıları tarafından sanatın tüm bağlamları içinde ele alınıp konusunun idea, düş ve düşünce olduğu şeklinde yanıtlanmasıyla birlikte sanatın krizi ve ölümü tartışmaları yoğunlaştı. Çünkü Kavramsal sanat, sanatın “pazar” ilişkilerini de sorgulamaya başlamıştı. Piyasayı canlı tutan sanat endüstrisinin sahipleri, krizden çıkış yollarını aradı. Çünkü yapıtsız-sanat olabilir mi sorusu, pazar sahiplerini ve patronajları tedirgin etti. Neo-Ekspresyonizm bu arayış sonunda palazlandırıldı.¹³³

80'lere doğru hemen hemen “her şey” sanatın konusu haline gelirken, onun yönetiminin sanatçı'nın elinde ol-

madığı açıklık kazandı. Muhalif ve öncü olmasının bedeli çok ağır oluyor ama uzlaşım ilişkilerine rağmen sanat yine de kendi serüvenini yaşıyordu. Bu paradokstan hiç kurtulamadı. 90'ların Kavramsal sanatı 70'lerinden oldukça farklıydı ve çok bileşenli bir "mozaik" oluşturmuştu. Bu mozaik içinde "sanatın ölümünü" ilân edenler sanatla uğraşmaktan, Bienallere katılmaktan ve küratörlük yapmaktan da uzak durmadılar/ durmuyorlar. Bu durum "sanatın öldüğü" savının bir iktidar-komplotosu olduğu fikrini akla getiriyor. Sanat ise bu sürecin "masum bir ortağı" olarak değişimine devam ediyor. Çünkü hâlâ sanatçının direnme alanı olarak, her şeye rağmen iktidarlar kadar kirlenmemiş bir alan olarak varlığını sürdürüyor.¹³⁴

Sanatın ontolojik (var olması ya da yok olması) sorununu Marx'da toplumun sınıfsal yapısına ve uzmanlaşmaya dayalı işbölümüne bağlı olarak açıklanmakta ve geleceğin sosyalist toplumunda meslek olarak ortadan kalkacağı öngörüsü şeklinde gelişmektedir. Çünkü Marx'a göre sanatsal yeteneğin yalnız birkaç bireyde toplanması ve halk yığınlarında baskı altında tutulması, iş bölümünün sonucunda oluşur. Belirli toplumsal koşullar içinde emekler arasındaki farklılıklar anlamsızlaşacağı için, herkes iyi ve özgür bir ressam olabilecektir. İşbölümüne dayalı toplumlarda bireyin yalnız bir ressam, bir heykeltıraş olması bile onun meslekî gelişiminin sınırlılığını gösterir. "*Toplumun sosyalist örgütünde bütün bunlar ortadan kalkar. Toplumun sosyalist örgü-*

tünde ressam yoktur; başka işleri yanı sıra, resim de yapan insanlar vardır.”¹³⁵

Bu yaklaşım ile sanatın geleceğine ilişkin parıltılı bir ütopya canlanır ve bugün sanatın tartışıldığı ortamlarda sürdürülen inanılmaz kavramların arasına (sanat artık-larla, bayağı ile dışkıyla oynuyor, öğrenme üzerine söylem geliştirerek, şiddeti hoş görüyor vb.) temiz, berrak bir ışık huzmesi gibi düşer. Tıpkı sanat gibi.

Ve öngörülerin, hiç bir kesinlik garantisi olmasa bile, gerçekleşmeyeceğini de kimse söyleyemez. Bu nedenle bir umut silsilesi olarak yaşamaya devam eder. İnsanların zihinlerinde, kalplerinde hak ettikleri yeri alarak yeni umutlara, yeni insanal düşlere kaynaklık eder. Egemen realiteyi eleştirmek nasıl bir gereklilikse, düşlerini yaşatmak, düşlerini kaybetmemek de sanat ve sanatçı için bir gerekliliktir. Aslında bu aynı zamanda eleştirelliğin bir parçasıdır. Eleştirinin tohumlarındandır. Eleştiri ve Ütopya karşılıklı birbirini besler ve yaratır. Ve sanat ve sanatçı, bunlarla hayat bulur, anlam kazanır.

Arkaik dönemden bu yana insanın mutlak bir yanıl-sama ve yanlış bilinç içinde tutulamadığı hatırlanırsa, günümüzün homojenleştirici kültür endüstrisinin bunu yüzde yüz başaramayacağı, kitlelerin de sanatın da ölmeyen, direnen yanlarının her zaman var olduğu anlaşılabilir.

Ancak sanatçılar Eleştirel olmayı önemsemeli, eritici, yok edici kültüre yenik düşmemeyi ciddiye almalıdırlar.

Çünkü bu anlamdaki potansiyel, en yüksek düzeyde, her şeye rağmen, *sanat*'ta vardır.

Sanat her şeye karşın, derinlikli, içten, bilinçli, duyarlı ve özgürleştirici bir alandır; bir düş dünyasıdır. Modern toplumun temel çelişkilerine karşı; yabancılaşmış hayata, metalaşmaya, kitlelerin manipülasyonuna karşı özgürlükçü düşlerin doğduğu ve geliştiği alandır. Yani varolan toplumsal-formun alternatifinin yaratım alanı; çelişkiden, gerilimden beslenen bir fantazyaya dünyası, hayatın tekdüzeliği ile dalga geçip onu aşabilme ve onunla baş edebilme özgürlüğü, bu özgürlüğün soluk aldığı alandır.

Güzel-Olanın ve Ütopyanın yaşama şansı bulduğu, insanın kaybettiği bütünlüklü dünyasının kurgusal da olsa yeniden-kurulabildiği, duyarlılığın bilinçle birleştiği, büyüsel etkiyi yani dönüştürme etkinliğini her zaman yaşatması mümkün olan ve insanın insani değerlerini var edebildiği bir dünyadır sanat. Bu nedenle eleştirel olabilmek hâlâ önemlidir.

Dipnotlar

1- Malcolm Brodby, “Modernizm ve Kentler” (ss. 138-144) Çev. N. Hacıslamoğlu, Modernizmin Serüveni-2, ss. 138, 140-144

2- Theodor W. Adorno, *The Culture Industry* (Selected essays on mass Culture) First published in 1991 by Routledge, London-England, ss. 50, 85-86

3- Oktay, “Kim Kimin Ağıtçısı Olacak”, ve “Ödünç Alınmış Hayatlar”, Medya ve Hedonizm, 1. B., İst., Yön Yay., 1995, ss. 169

4- Horkheimer-Adorno, Aydın. Diy., C. II, ss. 31, 47-48; 14-17, 27-36 ve Adorno, Min. Mor., ss. 207

5- Oskay, “Nostaljinin Dönüştürücü İşlevi Üzerine” ve “Kitle Kültürü Popüler Kültürü Kuşatırken” Yık. İst., Çoc. Olal., ss. 148-153

6- Ibid., ss. 153-157

7- Raymond Williams, *Television (Technology and Cultural Form)* First Published by Schocken Books, 1975, New York-USA, ss. 9-10, 14-15 ve 19

8- Ibid, ss. 22-23

9- Ünsal Oskay, “Walter Benjamin’de Tarih, Kültür ve Fantazya” (ss. 129-164) Estetize Edilmiş Yaşam (Derleme) Çev. Ünsal Oskay, ss. 131, 162-164

10- Andrew Belsey, “Mahremiyet, Aleniyet, Siyaset” (ss. 100-119) Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, (Derleme) ss. 111-112

11- Williams, *Kültür*, ss.. 54-56

12- Berger, *Görme Biçimleri*, ss. 135-139

- 13- Ibid, ss. 131-133 ve 144-149
- 14- Ali Akay, "21. Yüzyıl Eşiğinde Medya ve Sanat" Kıvrımlar, 1. B., İst., Bağlam Yay., 1996, ss. 282-284
- 15- Nietzsche, Gezin ile Gölgesi, ss. 103
- 16- Ünsal Oskay, Çağdaş Fantazya, 1. B., Ankara, AYKO Yay., 1982, ss. 243-244; Oskay, "Romanın Televizyona Uyarlanması", "Roman, Sinema ve Televizyona İlişkin Bir İbretlik", "Mumyanlanmış Beethoven'lar", Tek Kiş. Haç. Sef., ss. 132, 122-123, 141-142, ve 84
- 17- Oskay, "Rom. Tel. Uyar.", Tek Kiş. Haç. Sef., ss. 137-140, 143-144
- 18- Karl Marx Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı, Çev. Sevim Belli, 4. B., Ankara, Sol Yay., ss. 280
- 19- Benjamin, "Tekniğin Olanaklarıyla Çoğaltıldığı Çağda Sanat Yapıtı", Pasajlar, ss. 46-49
- 20- Ibid,, ss. 49-51
- 21- Ibid,, ss. 51-58
- 22- Enis Batur, Söyleşi: "Edebiyatı Çağdaşlık Sorunu" (ss. 147-171) Katılanlar: Tahsin Yücel, Bilge Karasu, Enis Batur, Geçmişle Geleceği Arasında Kıvranan Sanat (Salı toplantıları, 92-93) Yapı Kredi Yay., 1. B, İst., 1993, ss. 155
- 23- Mehmet Ergüven, "Kartpostal ve Kitsch" (ss. 34-37) Türkiye'de Sanat Derg., S.: 27, ss. 70
- 24- Susan Sontag, "Platon'un Mağarasında" (ss. 10-19) Çev. Fatih Özgüven, Çağdaş Eleştiri Dergisi (Ekim 1984)Yıl: 3, Sayı: 10, ss. 19
- 25- Williams, Kültür, ss. 107-110
- 26- Bourdieu, Sanatın Kuralları, ss. 230, 235, sayfa 272'deki 9 nolu dipnot ve 236-237

- 27- Ibid, ss. 242-243
- 28- Burger, Avangart Kuram, ss. 2-5
- 29- Oskay, Rom. ve Gerç. İlet., ss. 9
- 30- Oktay, Medya ve Hedö., ss. 176
- 31- Williams, Kültür, ss. 122-125
- 32- Pierre Bourdieu, Distinction; O Social Critique of the Judgement of Taste, Reprinted 1989 by Routledge, London, England, ss. 48
- 33- Horkheimer- Adorno, Ayd. Diyal., C.II, ss. 20-21, 45 ve 46
- 34- Adorno, Min. Mor., ss. 35
- 35- Marx – Engels, Kom. Man., ss. 44
- 36- Ibid, ss. 48 ve 45
- 37- Adorno, Min. Mora., ss. 134-135
- 38- Neruda, Saf Şiir Yoktur'un içinde, ss. 96
- 39- Ibid, ss. 95-96 ve 109
- “Zamanın gerisinde kalan ve sürekli Goethe'ye onurlar isteyen gerici kiralık muharrirler, bugünün şairlerinin yaşama hakkını inkâr ediyorlar. Örneğin bir otomobilimin olması onları çılgına çeviriyor... Onlara göre, otomobil işadamlarının, spekülötörlerin, genelev işletenlerin, tefeci ve dolandırıcıların ayrıcalığıdır. Onları daha kızdırmak için, Isla Negra'daki evimi halka bırakacağım. Bir gün, sendika toplantıları için, madencilerin ve köylülerin dinlenmesi için kullanılacak... Bu şiirimintikamı olacak...” (Ibid, ss. 111)
- 40- Ibid, ss. 97
- 41- Williams, Kültür, ss. 39-45 ve 57
- 42- Burger, a.g.e., ss. 28-29

43- Williams, Kültür, ss. 57-58

44- Söyleşi: "Sanat/Piyasa" Yöneten: Hüsamettin Koçan, Konuşmacılar: Haldun Dostoğlu, Gülsün Karamustafa, Karşıdan Karşıya Geçerken Sanat (Salı Toplantıları, 93-94) 1. B., İst, Yapı Kredi Yay., 1995, ss. 43-49

45- Russel Lynes, "Artists, Politicians and Patrons" (ss. 393-440) The Lively Audience, A Social History of the Visual and Performing Arts in America, 1890-1950, Harper & Row Publisher, First Edition, New York, 1985, USA, ss. 429-435

46- Russel Lynes, "Artists, Politicians and Patrons" a.g.e., ss. 394-400

47- Burger, a.g.e., ss. 17-18

48- Horkheimer-Adorno, Ayd. Diyal., C. II, ss. 44

49- Oskay, "Şairin Zorlaşan İşi", Tek Kiş. Haç. Sef., ss. 112

50- Ahmet Oktay, Türkiye'de Popüler Kültür, 2. B, İst., Yapı Kredi Yay., 1993, ss. 102-103

51- Nathaniel Hawthorne, aktaran Jorge Luis Borges, Bir Ada bir Kıta, Çev. Celâl Üster, 1. B, İst., Can Yay., 1995, ss. 104-105

52- Berman, Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor, ss. 147-148

53- Bourdieu, Sanatın Kuralları, ss. 229 ve 121

54- Marx, 1844 El Yazmaları, ss. 207-209

55- Ibid, ss. 207-209

56- Berman, Kat. Ol. Her. Buh., ss. 140

57- Oktay, "Kapitalizmin Aklanışı", Türk. Popü. Kült., ss. 114-116

58- Jean Luc Godard, "Sinemanın Her Şeye Rağmen Çingene Bir Yönü Var" (ss. 75-81) Argos Dergisi, No: 8 (Nisan 1989) ss. 80

59- Serge Guilbaut, "New York Modern sanat Fikrini Nasıl Çaldı?" (ss. 115-121) Özet Çeviri: Bedri Baykam, Argos Dergisi, No: 8 (Nisan 1989) ss. 119

60- Ibid, ss. 120-121

61- Berger, Picasso'nun Başarısı ve Başarısızlığı, ss. 18

62- Ibid, ss. 213-214

63- Sontag, San: Örn. Bir Çil., ss. 78

64- Söyleşi: "Sanat/Piyasa" Karş. Karş. Geç. San. içinde., ss. 39-43

65- Berger, Pic. Baş. ve Başr., ss. 12

66- Söy: "Sanat/Piyasa" Kar. Kar. Geç. San. içinde, ss. 43, 49-50, 56

67- Yahşi Baraz, "Yahşi Baraz'la Büyük Sergi Üzerine 'Açık Açık' Bir Konuşma" (ss. 24) Argos Dergisi, No: 8 (Nisan 1989) ss. 24

68- Berger, Görm. Biçim., ss. 23

69- Ibid, ss. 23-24

70- Horkheimer-Adorno, Ayd. Diy., C.II, ss. 56-57

71- Berger, Görm. Biçim., ss. 143

72- Horkheimer, Akıl Tutulması, ss. 158

73- Fischer, Sanatın Gerekliliği, ss. 193-194

74- Jay, Diy. İmg., ss. 260-264

75- Adorno, aktaran Phil Slater, a.g.e., ss. 193-197

76- Charles Baudelaire, "Fotoğrafi Sanat mı?" (25-27) Çev. Turhan Ilgaz, Modernizmin Serüveni, 1, ss. 26-27

77- Nietzsche, Gezin ile Gölgesi, ss. 72, 75 ve 69

78- Benjamin, "Tek. Olan. Yen.Üre. Çağ. San. Yap.," Pasajlar, ss. 62-65 ve 29 nolu dipnot.

- 79- Ibid, ss. 68, 70 ve 32 nolu dipnot.
- 80- Oskay, Çağdaş Fantazy, ss. 243
- 81- Huizinga, Homo Ludens, ss. 241
- 82- Oktay, "Popüler Kültür Kavramı" "İdeolojik İşlev", Türk. Popü. Kült. , ss. 16-20 ve 24
- 83- Marcuse, aktaran A. Oktay, "Kapitalizmin Aklanışı", Türk. Popü. Kült., ss. 116-117
- 84- Wolfgang Fritz Haug, Meta Estetiğinin Eleştirisi, Çev. Ayşe Gül, 1. B., İst., Spartaküs Yay., 1997, ss. 138-141
- 85- Adorno, "Bağlanma", Estetik ve Politika içinde, ss. 296
- 86- Jay, Diy. İmg., ss. 274-275
- 87- Ibid, ss. 300-312
- 88- Berger, Görm. Biç., ss. 32
- 89- Oskay, Çağ. Fant., ss. 243-246
- 90-Kundera, a.g.e., ss. 7
- 91- Oktay, Sanat ve Siyaset, ss. 93, 54-55
- 92- Fischer, a.g.e., ss. 80-83
- 93- Adorno, Min. Mor., ss. 160-161
- 94- Fredric Jameson, "Sonuç Yerine Bazı Düşünceler" (ss. 300-325) Estetik ve Politika içinde, ss. 317-318
- 95- Bourdieu, Sanatın Kuralları, ss. 268-270
- 96- Jay, Diy. İmg., ss. 268
- 97- Oktay, "Melankoli Üzerine" Medya ve Hedon., ss. 180 ve 198-199
- 98- Bourdieu, Sanatın Kuralları, ss. 250
- 99- Marx, aktaran Berman, Kat. Ol. Her. Buh., ss. 147-148
- 100- Benjamin, "XIX. Yüzyılın Başkenti Paris" (77-94) Pasajlar, ss. 87

- 101- Oktay, "Ver. Topl. İliş. Ort. Şair", Çağ. Eleş. Derg., ss. 15-16
- 102- Benjamin "XIX. yy. Başk. Par.," "Charles Baudelaire: Kapitalizmin Yükseliş Çağında Bir Lirik Şair" (ss. 95-176) Pasajlar, ss. 88-89 ve 115
- 103- Ibid, ss. 78-140
- 104- Ece Ayhan, "İkinci Yeni İçin Ozanlar Ne Diyor?" araştırmasına verdiği yanıtın. Argos Derg., No: 6 (Şubat 1989) ss. 140
- 105- Hannah Arendt, İnsanlık Durumu, çev. Bahadır Sina Şener, 1. B., İst., İletişim Yay., 1994, ss. 287-288
- 106- Oskay, Çağ. Fant., ss. 244
- 107- Sontag, San: Örn. Bir Çilk., ss. 54-55
- 108- Enis Batur, "Edebiyatta Çağdaşlık Sorunsalı"(Panel) Katılanlar: Enis Batur, Bilge Karasu, Tahsin Yücel, Geçmişle Geleceği Arasında Kıvranan Sanat, ss. 156-157
- 109- Bourdieu, Sanatın Kuralları, ss. 351, 264-265
- 110- Ibid, ss. 243-244 ve sayfa 276'daki 40 nolu dipnot
- 111- Ibid, ss.260-261
- 112- Godard, a.g.m. , ss. 80-81
- 113- Fredric Jameson, Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiği, Çev. D. Erksun, Derleyen: Necmi Zeka, İst., Kıyı Yay., 1990, ss. 71 ve 76
- 114- Adorno, Min. Mor., ss. 223, 230, 69, 70
- 115- Berger, Pic. Baş. ve Başar., ss. 215
- 116- Berman, a.g.e., ss. 148-149
- 117- Oskay, "Şairin Zorlaşan İşi", Tek. Kiş. Haç. Sef., ss. 112-113

- 118- Horkheimer-Adorno, Ayd. Diyal., C. II, ss. 22
- 119- Adorno, Min. Moral., ss. 234-235
- 120- Neruda, Saf Şiir Yoktur içinde, ss. 109
- 121- Berman, a.g.e., ss. 32-39
- 122- Berger, Ve Yüz. Kal. Fot. Kad. Kıs. Öm., ss. 94
- 123- Benjamin, "XIX. Yüzyılın Başk. Par.," Pasajlar, ss. 92
- 124- Adorno, Min. Mor., ss. 70
- 125- Marshall Berman, "Why Modernism Still Matters" (p. 46-55) *Modernity & Identity*, Edited by Scott Lash & Jonathan Friedman, Blackwell Publishers, First Published, 1992, Oxford, UK., ss. 46-51
- 126- Ibid, s. 47-54
- 127- Jay, Diyal. İmge., ss. 7-8
- 128- Ahmet Cemal, *Estetiğin Güncelliği*, Sanat Dünyamız Dergisi, Sayı: 52, ss. 3
- 129- John Keane, *Medya ve Demokrasi*, Çev. Haluk Şahin, 2. B., İst., Ayrıntı Yay., 1993, ss. 164-165
- 130- Ömer Uluç, "Baudrillard Ne Diyordu" (ss. 112) *Sanat Dünyamız Dergisi*, Sayı: 76 (Yaz 2000) ss. 112
- 131- Uğur Tanyeli, "Mimarlık Bağlamında Eleştirel Bir Baudrillard Okuması" (111-117) *Sanat Dünyamız Derg.*, S.: 77 (Güz 2000) ss. 113-114
- 132- Enis Batur, "Roman Krizde Mi?" (ss. 10-11) *Sanat Dünyamız Dergisi*, S.: 47 (Bahar 1992) ss. 10-11
- 133- Canan Beykal, "Sanat Ölüyor mu?" (ss. 107-111) *Sanat Dünyamız Dergisi*, S.: 76 (Yaz 2000) ss. 108-109
- 134- Ibid ss. 109-111
- 135- Marx – Engels, *Sanat ve Edebiyat*, ss. 81-82

KAYNAKÇA

Kitaplar

- Adam, Leonhard, Primitive Art, Penguin Books, 1949, 3. Basım, London
- Adorno, Theodor W., Minima Moralia, Çev. Orhan Koçak-Ahmet Doğukan, 1. Bas., İstanbul Metis Yay., 1997
- Adorno, Theodor W., The Culture Industry (Selected essays on mass Culture) First published in 1991 by Routledge, London-England
- Adorno, Theodor W., Eleştiri-Toplum Üstüne Yazılar, Çev. M. Yılmaz Öner, 1. Bas., İstanbul, Belge Yay., 1990
- Akyürek, Engin, Ortaçağ'dan Yeniçağ'a Felsefe ve Sanat, 1. Basım, İstanbul, Kabalcı Yayınları, 1994
- Arendt, Hannah, İnsanlık Durumu, Çev. Bahadır Sina Şener, 1. Bas., İstanbul, İletişim Yay., 1994
- Batur, Enis, Estetik Ütopya, 1. Basım, İstanbul, Bilim/Felsefe/Sanat Yayınları, 1987
- Belsey, Andrew. Chadwick, Ruth, (Derleme) Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar; Çeviren: Nurçay Türkoğlu; 1. Basım, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1998
- Benjamin, Walter, Pasajlar, Çev. Ahmet Cemal, 1. Bas., İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1993
- Berger, John, Görme Biçimleri, Çev. Yurdanur Salman, 6. Bas., İstanbul, Metis Yay., 1995
- Berger, John, Picasso'nun Başarısı ve Başarısızlığı, Çev. Yurdanur Salman-Müge Gürsoy, 1. Basım, İstanbul, Metis Yayınları, 1989
- Berger, John, Sanat ve Devrim, Çev. Bige Berker, 1. Basım, Ankara, V Yay., 1987

- Berger, John, Ve Yüzlerimiz, Kalbim, Fotoğraflar Kadar Kısa Ömürlü..., Çev. Zafer Alacagök, 2. Basım, İstanbul, Adam Yayınları, 1988

- Berger, John, Şiirin Saati, Çev. Gönül Çapan, 1. Bas., İstanbul, Adam Yay., 1988

- Berger, John - Berger Andreadokis, Katya, Tiziano - Su Perisi İle Çoban- Çev. Celâl Üster, 1. Basım, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, Nisan 1999

- Berman, Marshall, Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor, Çev., Ümit Altuğ - Bülent Peker, 1. Basım, İstanbul, İletişim Yayınları, 1994

- Bourdieu, Pierre, Distinction; O Social Critique of the Judgement of Taste, Reprinted 1989 by Routledge, London, England

- Bourdieu, Pierre, Sanatın Kuralları, Çev. Nevmettin Kâmil Sevil, 1. Basım, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1999

- Burger, Peter, Avangard Kuram, Çev. Menekşe Toprak, (2000) İnternet Adresi:

<http://korothonomedy.gisam.metu.edu.tr.archiveBurger/Burger1.html>

- Cemal, Ahmet, Sanat Üzerine Denemeler, 1. Bas., İstanbul, Can Yay., 2000

- Childe, Gordon, Tarihte Neler Oldu?, Çev. Mete Tunçay-Alıeddin Şenel, 5. Bas., İstanbul, Alan Yayıncılık, 1993

- Eco, Umberto, Ortaçağ Estetiğinde Sanat ve Güzellik, Çev. Kemal Atakay, 1. Basım, İstanbul, Can Yayınları, 1998

- Eco, Umberto, Ortaçağı Düşlemek, Çev. Şadan Karadeniz, 2. Bas, İstan, Can Yay., 1997

- Ewen, Stuart, All Consuming Images, Basic Books, USA, 1988
- Febvre, Lucien, Rönesans İnsanı, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, 1. Basım, Ankara, İmge Kitabevi, 1995
- Fischer, Ernst, Sanatın Gerekliliği, Çev. Cevat Çapan, 6. Basım, Ankara Verso-İmge Yayınları, 1990
- Freire, Paulo, Ezilenlerin Pedagojisi, 2. Bas., İstanbul, Ayrıntı Yay., 1995
- Giddens, Anthony, Modernliğin Sonuçları, Çev. Ersin Kuşdil, 1. Bas., İstanbul, Ayrıntı Yay., 1994
- Göze, Ayferi, Siyasal Düşünceler ve Yönetimler, 7. Bas., İst., Beta Yay, 1995
- Hampson, Norman, Aydınlanma Çağı, Çev. Jale Parla, 1.B., İst, Hürriyet Vak. Yayınları., 1991
- Harvey, David, "POSTmodernİSMm or postMODERNism", The Condition of Postmodernity, 3. Basım, Basil Blackwell Ltd., USA, 1992
- Haug, Wolfgang Fritz, Meta Estetiğinin Eleştirisi, Çev. Ayşe Gül, 1. Bas., İstanbul, Spartaküs Yay., 1997
- Hauser, Arnold, Sanatın Toplumsal Tarihi, Çev. Yıldız Gölönü, 1. Bas., İstanbul, Remzi Kitabevi, 1984
- Horkheimer, Max-Adorno, Theodor W., Aydınlanmanın Diyalektiği, C.I, Felsefi Fragmanlar, Çev. Oğuz Özügül, 1. Basım, İstanbul, Kabalcı Yay., 1995
- Horkheimer, Max-Adorno, Theodor W., Aydınlanmanın Diyalektiği C. II, Felsefi Fragmanlar, Çev. Oğuz Özügül, 1. Bas., İstanbul, Kabalcı Yayınl., 1996
- Horkheimer, Max, Akıl Tutulması, Çev. Orhan Koçak, 2. Bas., İstanbul, Metis Yay., 1990

- Huberman, Leo, Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla, Çev. Murat Belge, 5. Bas., İstanbul, İletişim Yayınları, 1991
- Hobsbawm, Eric, Sermaye Çağı (1848-1875), Çev. Bahadır Sina Şener, 1. Basım, Ankara, Dost Kit., Yay., 1998
- Hobsbawm, Eric, İmparatorluk Çağı, (1875-1914), Çev., Vedat Aslan, 1. Basım, Ankara, Dost Kit. Yay., 1999
- Huizinga, Johan, Homo Ludens, Çev. Mehmet Ali Kılıçbay, 1. Bas, İstanbul, Ayrıntı Yay, 1995
- İpşiroğlu, Nazan-Mazhar, Sanatta Devrim, 3. Basım, İstanbul, Remzi Kit., 1993
- Jameson, Fredric, Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantiği, Çev. D. Erksun, Derleyen: Necmi Zeka, İstanbul, Kıyı Yayınları, 1990
- Jay, Martin, Diyalektik İmgelem, Frankfurt Okulu ve Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Tarihi, 1923-1950, Çev. Ünsal Oskay, 1. Bas., İstanbul, Ara Yay., 1989
- Keane, John, Medya ve Demokrasi, Çev. Haluk Şahin, 2. Bas., İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1993
- Lash, Scott - Friedman, Jonathan, (Edited by) Modernity
► Identity, Blackwell Publishers, First Published, Oxford, U.K., 1992
- Lukacs, Georg, Estetik, Cilt:I, Çev. Ahmet Cemal, 2. Bas., İstanbul, Payel Yay., 1985
- Lukacs, Georg, Estetik, Cilt:II, Çev. Ahmet Cemal, 1. Bas., İstanbul, Payel Yay., 1981
- Marcuse, Herbert, Estetik Boyut, Çev. Aziz Yardımlı, 1. Bas., İstanbul, İdea Yay., 1997
- Marx, Karl-Engels, Friedrich, Sanat ve Edebiyat, Çev. Murat Belge, 1. Basım, İstanbul, De Yayınları, 1971

- Marx, Karl-Engels, Friedrich, Yazın ve Sanat Üzerine, Çev. Öner Ünalán, 1. Basım, Ankara, Sol Yayınları, 1995
- McNeill, William H., Dünya Tarihi, Çev. Alşeddin Şenel, 2. Basım, Ankara, V Yayınları, 1989
- Morgan, Lewis Henry, Eski Toplum, Cilt 1, Çev. Ünsal Oskay, 2. Basım, İstanbul, Payel Yayınları, 1994
- Nietzsche, Friedrich, Zerdüş Böyle Diyordu, Çev. Osman Derinsu, 4. Basım, İstanbul, Varlık Yayınları, 1989
- Oktay, Ahmet, Medya ve Hedonizm, 1. Basım, İstanbul, Yön Yayıncılık, 1995
- Oktay, Ahmet, Türkiye’de Popüler Kültür, 2. Basım, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1993
- Oktay, Ahmet, Sanat ve Siyaset, 1. Basım, İstanbul, Yön Yayınları (Tarih yazılmamış)
- Oskay, Ünsal, XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri, Kuramsal Bir Yaklaşım, 1. Basım, Ankara, A.Ü., S.B.F. Yayını, 1982
- Oskay, Ünsal, “Yıkanmak İstemeyen Çocuklar” Olalım, Yapı Kredi Yay., 1. Bas., İstanbul, 1998
- Oskay, Ünsal, Çağdaş Fantazy, 1. Bas., Ankara, AYKO Yay., 1982
- Oskay, Ünsal, Müzik ve Yabancılaşma, 1. B., Ankara, Dost Yay., 1982
- Oskay, Ünsal, Roman ve Gerçekliğin İletimi (Kuramsal Bir Önçalışma) A.Ü.S.B.F., BYYO, Ankara, 1982
- Povell-Jones, Mark, Impressionism, with notes by Philip Cooper, 1. Basım, London, Phaidon Press Ltd., 1994
- Püsküllüoğlu, Ali, Türkçe Sözlük, 1. Basım, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1995

- Slater, Phil, Frankfurt Okulu, Kökeni ve Önemi, Çev. Ahmet Özden, 1. Basım, İstanbul, Bilim/Felsefe/Sanat Yay., 1989

- Sontag, Susan, Sanatçı: Örnek Bir Çilekeş, Yayına Hazırlayanlar: Yurdanur Salman-Müge Gürsoy, 1. Basım, İstanbul, Metis Yayınları, 1991

- Şenel, Alâeddin, Eski Yunan'da Siyasal Düşünüş, 1. Basım, Ankara, A.Ü.S.B.F. Yayınları, No: 258; 1968

- Şenel, Alâeddin,, Siyasal Düşünceler Tarihi, 4. Basım, Ankara, Bilim ve Sanat Yayınları, 1995

- Tanilli, Server, Yüzyılların Gerçeği ve Mirası, C.I., İlkçağ, 1.B., İst., Say Y., 1984

- Thomson, George, Aiskhylos ve Atina, Çev. Mehmet H. Doğan, 1. Basım, İstanbul, Payel Yayınları, 1990

- Thomson, George, Tarih Öncesi Ege, C. II, Çev. Celâl Üster, 2. Bas., İstanbul, Payel Yay., 1991

- Williams, Raymond, Kültür, Çev. Ertuğrul Başer, 1. B., İst. İletişim Y., 1993

- Williams, Raymond, Television (Technology and Cultural Form) First Published by Schocken Books, New York- USA, 1975

Makaleler:

- Ahmet Cemal, "Estetiğin Güncelliği" (2-3) Sanat Dünyamız Derg., (Yaz 1993) Sayı: 52

- Ahmet Oktay, "Kente Karşı Kır" (22-31) Çağdaş Eleştiri Derg., Yıl:3 (Nisan 1984) S: 4

- Ahmet Oktay, "Verili Toplumsal İlişkiler Ortamında Düşünür Gezer Olarak Şair" (11-19) Çağdaş Eleştiri Dergisi, Yıl: 3 (Şubat 1984) Sayı: 2

- Charles Baudelaire, "Fotoğrafi Sanat mı?" (25-27) Çev. Turhan Ilgaz, Modernizmin Serüveni-1, Bir "Temel Metinler" Seçkisi, 1840-1990, Hazırlayan: Enis Batur, 1. Basım, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları (1997)

- Charles Jencks, "Post Avangart" (11-18) Kuram Dergisi, Çev. Yurdanur Salman, Sayı: 15 (Eylül 1997)

- Enis Batur, "Roman Krizde Mi?" (10-11) Sanat Dünyamız Dergisi (Bahar 1992) S: 47

- Franz L. Neumann, "Sürgünde Entelektüeller" (100-110) Çev. Ünsal Oskay, Argos Dergisi (Şubat 1992) No: 42

- Fredric Jameson, "Sonuç Yerine Bazı Düşünceler" (300-325) Estetik ve Politika, (Derleme) Çev. Ünsal Oskay, 1. Basım, İstanbul, Eleştiri Yayınları, 1985

- Jean Baudrillard, "Sanatın Komplosu" (90-91) Çev. Cem ileri, Sanat Dünyamız Dergisi (Yaz 2000) Sayı: 76

- Malcolm Brodby, "Modernizm ve Kentler" (138-144) Çev. N. Hacıslamoğlu, Modernizmin Serüveni-2, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, (Yılı Belirtilmemiş)

- Marshall Berman, "Why Modernism Still Matters" (46-55) Modernity & Identity, Edited by Scott Lash & Jonathan Friedman, Blackwell Publishers, First Published, Oxford, UK., 1992

- Martin Jay, "Scopic Regimes of Modernity", Modernity & Identity, Edited by Scott Lash-Jonathan Friedman, Blackwell Publishers, First Published, Oxford, U.K. 1992

- Mehmet Ergüven, "Marcel Duchamp" (121-126) Sanat Dünyamız (Bahar 2000) S: 75

- Mehmet Ergüven, "Kartpostal ve Kitsch" (34-37) Türkiye'de Sanat Dergisi, (Ocak Şubat 1997) Sayı: 27

- Mehmet Ergüven, "Resimde Değer Sorunu" (40-47) Çağdaş Eleştiri Derg., (Haziran 1984) Sayı: 6

- Mukadder Çakır Aydın, "Pasolini' de Avantgarde'lık, Popülizm ve Şiirsellik", (42-44) Kuram Dergisi, Sayı: 14 (Mayıs 1997)

- Nicolas Abercrombie; Scott Lash and Brian Longhurst; "Popüler Representatin" (131-138) Modernity ▶ Identity, Edited by Scott Lash-Jonathan Friedman, Blackwell Publishers, First Published, Oxford, U.K, 1992

- Octavio Paz, "Marcel Duchamp ya da Yalınlığın Şatosu", (139-149) Sanat Dünyamız Dergisi (Bahar 2000) S: 75

- Ömer Uluç, "Baudrillard Ne Diyordu" (112) Sanat Dünyamız Dergisi, (Yaz 2000) S: 76

- Pablo Picasso, "Aramıyorum, Buluyorum" (29) Çev. Güven Savaş Kızıltan, Çağdaş Eleştiri Dergisi (Ekim 1984) Yıl: 3, Sayı:10

- Roland Barthes, "Ne O - Ne O Eleştirisi" (38-39) Çev. Mustafa Irgat, Birikim Dergisi (Mart 1976) Sayı: 13

- Russel Lynes, "Artists, Politicians and Patrons" (393-440) The Lively Audience, A Social History of the Visual and Performing Arts in America, 1890-1950, Harper & Row Publisher, First Edition, New York, USA, 1985

- Susan Sontag, "Platon'un Mağarasında" (10-19) Çev. Fatih Özgüven, Çağdaş Eleştiri Dergisi (Ekim 1984) Yıl: 3, Sayı: 10

- Theodor W. Adorno, "Baskı Altında Uzlaşma", (229-269) Estetik ve Politika (Derleme) Çev. Ünsal Oskay, 1. Basım, İstanbul, Eleştiri Yayınları, 1985

- Theodor W. Adorno, "Bağlanma", (270-299) Estetik ve Politika

- Uğur Tanyeli, "Mimarlık Bağlamında Eleştirel Bir Bau-drillard Okuması" (111-117) Sanat Dünyamız Dergisi, (Güz 2000) Sayı: 77

- Ünsal Oskay, "Walter Benjamin'de Tarih, Kültür ve Fantazy" (129-164) Estetize Edilmiş Yaşam (Derleme, Hazırlayan: Ünsal Oskay) 1. Basım, Ankara, Dost Kitabevi, 1982

- Walter Benjamin, "Brecht'le Söyleşiler" (32-41) Çev. Bülent Aksoy, Birikim Dergisi, (Eylül 1975) Sayı: 7

- Walter Benjamin, "Üretici Olarak Yazar" (98-116) Brecht'i Anlamak, Çev. Haluk Barışcan-Güven Işısağ, 2. Bas., İstanbul, Metis Yay., 2000

- Yahşi Baraz, "Yahşi Baraz'la Büyük Sergi Üzerine 'Açık Açık' Bir Konuşma" (24) Argos Dergisi, No: 8 (Nisan 1989)

- Zafer Aracagök, "Gecedен Kurtulanlar" (Kısaltılmış Çeviri) (108-112) Argos Yeryüzü Kültürü Dergisi (Eylül 1989) No: 13

Ayrıca

- Mukadder Aydın Çakır; Sanatta İletişim Sorunu Açısından Platon ve Aristoteles, (Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1995

- Murat Belge, "Saray Şairi" , 22.10.1999 tarihli Radikal Gazetesi

- Panel: "Edebiyatta Çağdaşlık Sorunsalı" (147-171) Katılanlar: Enis Batur, Bilge Karasu, Tahsin Yücel, Geçmişle Geleceği Arasında Kıvranan Sanat, (Salı Toplantıları 92-93) 1. Bas., İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1993

- Panel: "Sanat/Piyasa", Yöneten: Hüsamettin Koçan, Konuşmacılar: Haldun Dostoğlu, Gülsün Karamustafa, Karşı-

dan Karşıya Geçerken Sanat (Salı Toplantıları, 93-94) 1. Bas., İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 1995

- "Picasso'nun Gölgesindeki Ressam", 11.2.1997 tarihli Radikal Gazetesi

- Sanat Dünyamız Dergisi, Sayı: 59, Avant-garde, 1945-1995, Son yarım yüzyılın sanat akımları, kavramları, (Bahar 1995)

- Söyleşi: "20. Yüzyılda Sanat" (91-117) Katılanlar: Enis Batur, Ferit Edgü, Adnan Çoker, Uğur Tanyeli, Barış Pirhasan, Işıl Kasapoğlu, İlhan Usmanbaş; Sanat Dünyamız Dergisi (Bahar 2000) Sayı: 75