İDİL

ÇAĞDAŞ SANATIN TARTIŞMALI ETİKETİ KİTSCH VE BİR KİTSCH TEMSİLİ OLARAK JEFF KOONS SANATI

Yudum AKKUŞ GÜNDÜZ
Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Bölümü, gunduz.yudum@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5651-3487

Akkuş Gündüz, Yudum. "Çağdaş Sanatın Tartışmalı Etiketi Kitsch ve Bir Kitsch Temsili Olarak Jeff Koons Sanatı". idil, 81 (2021 Mayıs): s. 715–728. doi: 10.7816/idil-10-81-01

ÖZ

1900'lerin ikinci yarısında başlayan Postmodern oluşumlar yüksek sanat ve düşük sanat arasındaki farkı ortadan kaldırmayı kendilerine hedef haline getirmiş ve Modernizm'in çeşitli yapı ve erdemlerine karşı duruş sergilemiştir. Bu süreçte Postmodernizm, temelini endüstri devrimine ve Modernizm sonrası dönemde oluşan kitlesel kültüre ve üretim değişimlerine borçlu olan Kitsch sanat üretimine önemli bir imkan sunmuş ve beraberinde popüler kültürü de dayanak edinerek toplumsal kabul için ona gerekli altyapıyı da tahsis etmiştir. Tüm bunların sonucunda, zamanında değersiz ve bayağı görülen imzasız Kitsch yaratılar çağdaş sanat camiasında yeniden değerlendirilmiş, adeta üstün sanatmış gibi kabul görmesiyle beraber ise çeşitli argüman ve anlaşmazlıkların temeli haline gelmiştir. Yapılan bu çalışmada, beraberinde birçok tartışma getiren "Kitsch" kavramının, çağdaş sanat mabetlerine hızlı bir giriş yapması neticesinde piyasanın ilgi odağı haline gelerek saygınlık kazanma ve kabul görme serüveni ele alınmış, bunun yanı sıra, global bir ekonomik başarı yakalayan ve günümüz sanatında tartışmalı bir üne de sahip olan Amerikalı Kitsch sanatçısı Jeff Koons'un eserleri üzerinden ''Kitsch'' kavramı yeniden yorumlanmış ve tahlil edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çağdaş Sanat, Kitsch, Jeff Koons, Popüler Sanat

Makale Bilgisi:
Geliş: 23 Şubat 2021 *Düzeltme: 14 Nisan 2021* *Kabul: 20 Nisan 2021*

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

Giriş

1950'li yıllardan itibaren sanatın sahip olduğu tüm faziletler kasti bir şekilde yerle bir edilmiş ve adeta sanatın ne olup olmadığına dair kriterlerin belirlenmesi imkânsız hale gelmiştir. Hatta Kitsch adı verilen orijinallikten ve sanatsal bir istemden uzak ürünler, sanatı yönlendiren ekonomik gücün varlığı sayesinde saygınlık kazanmış ve bu şekilde kabul görerek seçkin ve kıymetli bir yapıya kavuşmuştur. Nitekim, Walter Benjamin (2009: 72) bu oluşumu sanatta "değer kaybı" olarak açıklamaktadır. Bu yeni sanat türü bir "fast food" gibi hızla kitlenin tüketimine bırakılmıştır, bu sayede bu taze-sanat'ın dağılımı ve kabulü de aynı hızda olabilecektir. Bu şekilde hızla tüketilen Pop Art'ın desteğiyle adeta kapitalist düzenin bir uzantısı olan Kitsch'in önemi artmış, yaptığı öncülük sayesinde Kitsch modern basın yapıları tarafından sürekli pazarlanarak ve yüceltilerek kitleye karşı bir nevi legalleştirilmiştir. Bu yaklaşım bahsi geçen eserlerin kıymetini, önemini, aleladeliğini arttırmış ve şüphesiz sanat piyasasının ortaya koyduğu kültür yıkımını da süratlendirmiştir.

Halen süregelen post-modern dönem, öncülü Modernizm'in savunduğu ideallerin zıttına, onun karşı koyduğu fenomenleri sahiplenmekte ve övmektedir. Başka bir deyişle krallıklar, aristokrasi ve eski hiyerarşilerin yıkıldığı çağımızda, postmodernizm demokratik tavrı sanat eserinin değerlendirilmesinde temel bir yaklaşım olarak öne sürmüş ve geçmişin iyi sanat olgusunu yerle yeksan etmiştir. Dahası, bu süreçte postmodernizm bir adım daha ileri gitmiştir ve eşitlik, plüralizm ve hatta özgürlüğü temel alarak daha önce sanatsal sistemin dışında bırakılan envai çeşitte Kitsch sanat formunu dolaşıma sokarak, pragmatik bir perspektifle, tüketime yönelik sanat piyasasının bu durumundan yararlanmasına da olanak sağlamıştır. İşte bunu gerçekleştirirken de postmodernizmin öncülü modernizmin aforoz ettiği "Kitsch" i savunmuş, savunduğu karşı estetiğin varlığını sağlamlaştırmak için ise bu temsil formunun tüketicinin kullanımına geçmesi için popülizmi felsefe haline getirmiş, sanatta yepyeni bir sunuma başvurmuştur.

Baudelaire (Baudelaire: 2003) Postmodern sanatın temel oluşumlarından ve üretim biçimlerinden biri olan eklektisizmi *Kitsch* olarak tanımlamıştır. Öyle ki, bu yaklaşımın içerdiği çoğulcu yapı, hem en kalitesizi hem de en yetkini kendi içinde kabul ederken, yaşamın sanat ile bir araya gelmesini ve kültürel değişimlere rağmen popüler kültür ile yüksek kültürü bir amalgam haline getirmek maksadıyla da aralarındaki farkı yaratan ayrım noktasını ortadan kaldırmaktadır. Oldukça masumane görünen bu girişim, aslında sanatı farklı bir zemine doğru da kaydırmakta, sanatın piyasanın desteğini aldığı müddetçe sanat olarak kabul görülebileceği bir durum -ki bunun en iyi örneği Kitsch'de görülmektedir- yaratılmaktadır. Nihayetinde, Post modern dönemle beraber zamanında modernizmin lanetlediği Kitsch yaratılar, Pop Art'ın da yardımıyla saygı görmeye, medyanın ve özellikle de büyük kampanyalarla yapılan reklam çalışmalarının desteğiyle yaratılan mitvari sergilerde yer almakta, bir nevi çağdaş sanatın temel alanlarını ele geçirmişlerdir. Nitekim, Hans Haacke (2019: 236) kalabalık çeken ve popüler medyada geniş yer tutan bu sergileri ''mitlere dayanan, mitleri doğuran sergiler (blockbuster)'' olarak nitelendirmiştir.

Thomes Kindkade, Frederic Dielman, Odd Nerdrum, Richard Hamilton ve makalede ele aldığımız Jeff Koons gibi sanatçılar Sanayi Devrimi sonrası toplumun ihtiyaçlarını gidererek onları yeniden harekete geçirecek yepyeni bir sanatçı türü/tipolojisini ortaya koymuşlardır. Bu yeni post-sanatçı örneği ait olduğu toplumun ortalama değerlerini göz önünde bulundurarak üretim yapmakla yetinmez, aynı zamanda kendisini çevreleyen kültür ve üretim alanlarını da etkileyerek onları "Kitsch"i temel alan yeni sanata doğru manipüle de eder. Bu sanatçıların ürettiği eserler ait oldukları toplumun ortalama değerlerinden oluşmaktadır. İşte bu yaratıları anlamlandırabilmek için öncelikle Kitsch'in ne olduğunu irdelememize ve onu incelememize ihtiyaç vardır.

Kitsch Olgusu Üzerine

Kitsch olarak adlandırılan bu terim hem kendisine dahil ettikleri hem de hali hazırda olan içerikleri açısından oldukça alengirli bir örgüye sahiptir. Zira, bu kompleks yapı, öğenin olağandışılığı ve belirlenmesi zor olan tanımı, onu doğru şekilde ifade etmeyi epey güçleştirir. İşte bu sebeple, bu terimi tek bir şekilde ifade ederek anlamlandırmaktansa, Kitsch'i içtimai ve güzel duyusal alanlarda irdelemekte fayda olacaktır. Kitsch kavramı temelini Alman dilindeki "werkitschen" (bayağı, ucuz ve kolayca satılabilir hale döndürme) kelime öbeğinden almakta ve "kıymetsiz eser; zevksizlik" anlamına gelmektedir (Steuervald, 1972:327). Kitsch endüstriyelleşmiş ekonomik yapının vasıtasıyla sanatta yer bulmuş, tüketicinin genel arzusuna karşılık veren, ucuzluğuyla, alınabilirliği kolay, popülaritesi yüksek, dolayısıyla tüketimi hızlı, rahatça okunabilen, sanatsal bir formu olsa dahi asli yapılış amacı ticaret olan ürünler için kullanılmış bir tanım bütünüdür. Baudrillard (2012a: 124) Kitsch'i ''genel olarak yabancı mermerlerden yapılmış, tüm 'taklit' nesneler, aksesuarları folklorik biblolar, anı eşyaları, abajurlar ya da siyahların ürettiği maskeler yığını, her yerde,

özellikle tatil ve eğlence yerlerinde hızla çoğalan tüm tecim malları müzesidir. Kitsch söylendiği klişenin eşdeğerlisidir'' şeklinde ifade etmiştir. Nitekim, bu kavram ekseriyetle tüketici isteğine ve bilgi seviyesine yönelik, dejenere, yavan, bozulmuş, nitelik olarak düşük sanatsal üretimleri adlandırmak için tercih edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Kitsch'in başlıca esaslarını Kulka'nın (2002: 38) da açıkladığı üzere üç temel başlıkta ele alabiliriz:

1- Kitsch yüksek düzeyde kitle duygularıyla yüklü nesne ve temaları kullanır.

2- Kitsch tarafından kullanılan nesne ve temalar hızla ve emek harcanmadan algılanır .

3- Kitsch tasvir edilen nesne ve temalarla ilgili algı ve düşüncelerimizi değiştirmez.

Kulka'nın ifade ettiği üzere bu koşulların ilki, herkesçe kabul görmüş genel geçer duygulardır. Bu duygu ve temalar tatlı, hoş, sempatik oluş ya da hissiyat olarak çok yoğun yaratılardır (hamile veya bebek sahibi anneler, viyaklayan çocuklar, canan sevgililer veya gün doğumu/batımı, aşırı romantize edilmiş sahneler gibi). Nitekim makalenin daha sonraki bölümlerde bahsedileceği üzere bu tür hissi yoğunluk Kitsch eserlerin olmazsa olmazlarıdır. İkinci koşulda, yaratılan bu hissi yoğunlukla birlikte yaratının niteliksizliği nedeniyle tüketicinin mental olarak hiç zorlanmadan etkilenmesinden bahsederken, üçüncü koşulda ise sanatın değişim dönüşüm gücünün savunan Modernizmin aksini iddia eden bir yaklaşımla alımlayıcı/izleyici ve eser arasındaki etkileşimi nitelendirmiştir. Zira, Kulka'ya (2002: 38) göre bir eserin Kitsch olarak kabul görebilmesi için bu koşulların yerine getirilmesi yeterlidir.

Bu kavramın tarihsel gelişiminden bahsetmek gerekirse, Sanayi Devrimi'nin bir ürünü olan Kitsch, öncelikle şehirleşmeyle birlikte okuryazarlık kazanan Batı Avrupa ve Amerikan halklarını etkisi altına almıştır. 1850'lerden itibaren köyden şehre göçün artması ile birlikte ise kitleler üzerindeki gücü ve saygınlığı da artmaya başlamıştır. Genellikle işçi sınıfı veya en iyi ihtimalle ise küçük kentsoylu haline gelerek kırsaldan kente gelen insan kitleleri temel eğitim alarak okuyup yazabilseler dahi, şehir kültürünün parçası olabilmek adına ihtiyaç duyulan boş zaman ve konfora bir türlü erişemediler. Ancak bu sırada köy yaşamında bıraktıkları kırsal kültürleriyle bağları çözüldükçe, bir yandan da yeni arayışlara yöneldiler. Nihayetinde kentleri dolduran bu kırsal topluluklar, kentte kendi hayat tarzlarına uyumlu bir kültürel yapının oluşması için şehir kültürleri üzerinde değişim baskısı yarattılar. Zira bilindiği gibi her zaman öncül bir değişim ardıl bir yapıyı da beraberinde getirmiştir. Bunun en temel örneği, biraz önce belirtildiği üzere endüstriyelleşen batı şehirlerinin, ardıl bir kültürel değişimi de beraberinde getirmesidir.

Özetlemek gerekirse, üzerinde durulması gereken en önemli noktalardan birisi, Kitsch'in endüstriyelleşme ile paralel şekilde ortaya çıkmasıdır. Bu endüstriyelleşmenin en temel etkisi popüler kültüre yönelik olmuştur, bu; pek tabii gelişen endüstrilerin getirdiği üretim avantajlarının kültürel yaşama araç ve anlam olarak da girişidir. Bir başka deyişle, endüstriyelleşme kitlesel üretimi desteklerken, bir yandan da onun getirdiği birbiriyle tıpatıp benzer ürünlerin insanların yaşamına sokulması da gerçekleşmiş olmuştur. Ne de olsa, ''teknik kültür endüstrisinde dağıtım, seri üretim ve kar mantığıyla oluşur'' (Adorno, 2003: 36).

Tüm bu durumu değiştiren bir başka unsur ise 1900'lerin ortalarına doğru şehirli orta sınıflar yeniden ekonomik olarak yükseliş göstermesidir. Bu vesileyle yeni orta sınıfın daha önce sahip olamadıkları imkânlara kavuşmalarıyla beraber, kırsaldan yeni kopmuş kitleler şehrin kültürel ve sanat piyasasını etkilemeye başlamıştır. Şehirli soylu sınıfının yaşamını bir ideal haline getiren bu yeni kitle için kültürel ve sanatsal yapılarla ilgilenmek ayrıca onlara sosyal bir mevki de sağlamıştır. İşte bu sebeple zanaatın hükmündeki geleneksel sanatlar vasıfsız işçilerin vasıtasıyla kaybolurken, artık kırsalla bağlarını terk etmiş yarı-kentli sınıf yeni kültürel arayışlara girmiş ve sanatta onlar için yepyeni alanlar açılmaya başlanmıştır. İşte Kitsch tam da bu değişimin göbeğinde, değişim talep eden ve tüketimi daim, olan bu yeni orta sınıfı hedef alarak ve bu kültürü hedefleyen yapısal üretimleri oluşturmuştur. Calinescu (1987: 229) bu süreci modern yaşamın renksizliğinden zevkli bir kaçış olarak görür ve Kitsch kavramını taklit, sahtecilik, hırsızlık, aldatma ve kendini aldatma estetiği olarak adlandırırken, Modernizmin ateşli savunucularından Amerikalı sanat eleştirmeni Greenberg (2004: 251-252) ise ''yeni pazarın gereksinimini karşılamak için yeni bir mal tasarlanıp geliştirildi: yapay, taklitçi kültür ya da ucuz, bayağı (Kitsch) kültür: gerçek, incelikli kültürel değerlere duyarsız, kayıtsız, ama yine de ancak bir tür kültürün sağlayabileceği bir dönüşümün açlığını çeken yığınlara dönük bir etkinlik'' olarak ifade etmektedir.

Üzerinde durulması gereken ve bu aldatma estetiğini ortaya koyan önemli deneyimlerden biri ise Kitsch'in baskıcı hükümetlerin kendi propagandalarında halka kendilerini sevimli göstermek için kullandıkları metotlardan biri olmasıdır, bu bağlamda daha önce bahsettiğimiz gibi Kitsch yapmacık ve aldatıcı duyguları kullanmaktadır. Bu sanatsal yapıyı açıklarken dikkat edilmesi gereken en önemli hususlar ise; onun dönemsel yaşamımızda kopya veya aldatıcı ne varsa onların özünü oluşturması, onun izleyicisinden para ve zaman dışında hiçbir beklentisi olmadığı yanılsamasıdır. Kitsch'in vazgeçilmez şartı ise zamanında olgunlaşmış bir

sanatsal geleneği kendisine her zaman yancı belirlemesi ve geçmişin yarattığı tüm kazanım ve ilerlemeleri, bireysel bilinç yükselişi ne olursa olsun kendi faydası için kullanmasıdır. Kısaca belirtmek gerekirse, bir nevi imzasız olan Kitsch ürünlerde niteliksel olarak aitlik yoktur, basmakalıp formları tekrarlar ve sık rastladığımız medya organlarında yaşam bulur. Ayrıca, sahteliğin olduğu her yerde, kuru yapma çiçeklerde, bir apartman planı veya süs objelerin detaylarında, herhangi bir galerinin/müzenin başköşesinde karşımıza çıkan Kitsch'in en temel özellikleri; kişiyi düşündürmemesi, hayallere boğmaması, muamma hiçbir yanlarının olmaması ve ancak sistemin tamamen takipçisi olmasıdır. Bu yüzden, sundukları yapı ne sizi başka fikirlere yöneltir ne yaşadığınız durumları sorgulatır. Amaçları sadece ve sadece tüketicinin hemen beğenisini kazanacak, tanıması çok kolay olan formlara sahip yaratılar olmaktır. Nihayetinde denilebilir ki; Kitsch eserlerde/ürünlerde sanatçının nasıl anlattığı ne anlattığından çok daha mühimdir. Kitsch adeta gerçekliğin ve orijinalliğin kalitesi düşürüşmüş ve akademik sosa bulanmış bir kopyasından faydalanarak, niteliksiz ve sorgulatmayan sanata alan yaratarak, onu kültürün bir parçası kılmış ve kabul görebilmek adına çeşitli düşüncelerin ardına saklanmış ve laf ebelikleri yaratarak günümüze ulaşmıştır.

Çağdaş Sanat Perspektifinde Bir Üretim Biçimi: Kitsch

Yirminci yüzyılın Amerikalı sanat eleştirmeni ve resimsel soyutlamanın ilk destekçisi olan Clement Greenberg'e (2004: 252) göre Kitsch, endüstriyelleşen bir kültür sürecinin öncülüğünde sosyal ve fiziksel oluşumlar üzerine farklılaşmaları barındıran kentleşmeyle başlar ve şehirleşmiş bir yapıda alt kültüre yönelik istemeleri karşılamak adına pratik ve anlaşılabilir formlar üretir. Sanayi Devrimi'nin beraberinde getirdiği ekonomik ve sosyal dönüşümlerle birlikte kültürlerini terk eden kırsal kesim, kentlere göç ederek sanayinin bir uzantısı olan kitle kültürünün üretim-tüketim zinciri içerisinde yeni bir konum kazanmışlardır. Dolayısıyla, yaşanan bu süreç ardıl başka bir değişimin habercisi olmuştur. Ne de olsa, ''her nerede bir öncül varsa, orada aynı zamanda bir artçı (rareguard) da görürüz. Doğrusu bu ya, öncünün ortaya çıkışıyla eşzamanlı olarak sanayileşen batıda ikinci bir yeni kültürel oluşum gündeme geldi. Almanların Kitsch adını verdiği şey kromotipleri, magazin, çizgi romanları, Tin Pan Alley müziği, tepinme dansı, Hollywood filmleri vb. şeylerle bir arada boy gösteren popüler, tecimsel (ticari) sanat, edebiyat'' (Greenberg, 2004: 251).

Bilindiği üzere özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında Pop art sanatçılarının üretim biçimi olan popüler kültür ürünlerinin sanat üretimine dahil edilerek, meşru kılınması ve kabul görmesi, beraberinde sanat piyasasında Kitsch'e yönelik tutumun da öncül belirleyicisi olmuştur. Böylece, Popüler Sanat ile birlikte Kitsch kitle kültürünü en hızlı şekilde kabullenişi gerçekleşmiştir. Nitekim, 1920'lerin ikinci yarısında başlayarak özellikle 1960'larda, Postmodern yaklaşımların da baş göstermesiyle birlikte, popüler kültür ve beraberinde gelen Kitsch konuları sanat eleştirisinin merkezinde yer alan temel kavramlar olmuştur. Özellikle, İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan Amerikan sanatına yönelik tartışmalar çerçevesinde kavramsal çerçevesi oluşan ve oldukça değişken anlamları barındıran Kitsch ve onunla birlikte benzer paydada yer alan pop terimleri, yaygın duruma gelmiş, yapay bir evrensellik kazanarak oldukça hızlı bir şekilde sıradanlaşmıştır. Öyle ki, Modernizm'in popüler ve sanat-karşıtı bir kavram olarak tanımladığı ve ötekileştirerek sanat kategorisine koymadığı Kitsh ürünleri, ticari kültürü de sanat piyasası içerisinde sokmaya çalışan Postmodernizm, sanatsal bir üretim biçimi olarak benimsemiştir. Bunu yaparken de merkeze aldığı ''everything goes/her şey gider'' politikası çerçevesinde, bazı mümessilleri öncülüğünde oldukça açık bir popülist yaklaşımın yönettiği gerçekler dizgisi yaratma girişiminde bulunmuş ve oldukça başarılı olmuştur. Nitekim, Baudrillard (2012b: 51) Çağdaş Sanat'ın ''bayağılıya, atıklara, vasatlığa, değer ve ideolojiye el koymak suretiyle, tam olarak bunu yaptığını'' ifade etmiştir. Ne de olsa ''belirli bir şey olmadığı halde her şeymiş gibi görünmek Postmodenizme özgüdür'' (Kuspit, 2014:174).

Dolayısıyla, Pop art sanatçıların Kitsch ürünleri benimsemeleri neticesinde sanat piyasasında saygınlık kazanan; bayağı ve sevksiz gibi sıfatlarla tanımlanan ve alt kültürün zevk anlayışını barındıran Kitsch estetik, ticari kültürün sanattaki karşılığı olarak benimsenerek kabul görmüş ve kitle kültürünün zevk anlayışı avant-garde olana galip gelerek günümüze varana kadar varlığını sürdürmüştür. Nihayetinde, Artun (2012: 41) bu süreç beraberinde sanata dair tüm sınırların ortadan kalktığına vurgu yaparak, bu yeni oluşuma "her şey Kitsch, her şey poptur'' şeklinde yaklaşırken, Kuspit (2014: 205) ise bu süreci değerlendirirken çağdaş sanatın üretim pratiğinin yoksunluğuna vurgu yaparak, sanatın bir boşluk içinde debelenerek, Kitsch sanatın kısır ruhlarının öykülerini anlattıklarını öne sürmüştür.

Madalyonun diğer yüzüne bakmak gerekirse, Kitsch post-fordist üretim perspektifinde olduğu gibi oldukça hızlı ve mutlak üretim/tüketim şeklini temsil etmekle kalmaz; kitlelere yapay ve özgün olmayan bir deneyim yaşatır. ''Bu nedenle ifadenin kutsanmış formları çerçevesinde kitsch ile sanat tamamıyla karşıttır'' (Benjamin, 1999: 395, Artun, 2011: 29). Öte yandan, toplumun bireysel iradesini yadsıyan Kitsch ''izleyiciyi

kendi inandığı şeye inandırmaya çalışır'' (Kuspit, 2014: 52). Bu nedenle Greenberg'e göre kistch ''sentetik bir sanattır ve zamanımız yaşantısındaki bütün düzmecelerin şahikasıdır'' (Greenberg, 1961: 10, Artun, 2011: 29). New York'ta ortaya çıkan, üretildiği anda tüketilen kitsch'in, hedonist bir çağın temsilcisi olarak sahte deneyimler ve yapay duyguları ifade eden bir oluşum olduğunu söylemek mümkündür. Modern sanatın bilinçli bireyinin aksine bireye yönelik yapay bir imaj doygunluğu yaşatan, gerçek olmayan değerler ve yapay imajlar üzerine sahte deneyimler yaşatarak alımlayıcıyı ikna eden Kitsch, yaradılış gereği yarattığı simülasyon evreninde sahte duygular ve deneyimler yaratmıştır. Baudrillard'a göre "gerçek dünyayla birlikte görünümler dünyası da yitirdiğiniz zaman içinde yaşadığını evren olgusal, olumlu ve bu haliyle de gerçek olmasına gerek kalmamış bir evrendir. Bu Ready Made türünden bir evrendir" (2004: 23). Nitekim, Greenberg 1939 yılında yazdığı *"Avangard ve Kitsch"* (2004: 252) adlı makalesinde bu konuya yönelik düşüncelerini "Kitsch, mekanik olduğundan ve formüllerle çerçevesinde işler. Kitsch başkası adına yaşantı, sahte duygulardır. Kitsch biçime göre değişirse de hep aynı kalır. Kitsch, çağımızın yaşamında sahte, düzmece olarak ne varsa, hepsinin özüdür'' şekilde ifade etmiştir.

Kitsch'in endüstriyelleşmiş bir dünyada, kapitalist düzenin siyasi buyurganlığının sözcülüğüne soyunmasından, güzelliğinde seri ve yapay hale dönüştürülmesinde kaynaklanmaktadır (Çelikkan, 2008:183). Modernizmin güzele yönelik takıntılı ruhuna ve elistist bir güzellik anlayışına karşın yapay ve maddi standartlar tarafından düzenlenen bir estetik anlayış sunan Kitsch, ticari dolaşıma soktuğu sahte güzellerden bir derleme yaparak oluşturduğu estetik anlayışı ile çağdaş sanatın temel postulasını oluşturmuştur. Gerçek dünyaya dair tüm algıların yok olduğu bu Ready Made dünyasında, taklitin yeniden takliti olmanın ötesinde bir niteliğe sahip almayan Kitsch, aynı zamanda sanata yönelik yapılan darbenin öncüsü olmuştur. Nitekim, Baudrillard (2012a: 126-127) Kitsch'in üretim süreci deneyiminden yoksunluğuna ve yoksul değerine gönderme yaparak bu durumu şu şekilde özetlemiştir:

> Kitsch güzelliğin ve orijinalliğin karşısına kendi ''simülasyon estetiğini'' koyar: (…) Malzemelerin taklidini kullanır, uyumsuz tarzda biçimleri ve plakları taklit eder, yaşamadığı tarzı tekrarlar. Kitsch bu nedenle teknik planda gandget'in türdeşidir: Gadget de bu teknolojik parodi, yarasız işlevin artması, gerçek pratik göstergesi olmayan işlevin bu sürekli simülasyonudur. Simülasyonun bu estetiği, toplumsal olarak Kitsch'e atfedilen toplumsal sınıf özlemini, öngörüsünü, üst sınıfın bir kültürünü, biçimlerine, geleneklerine göstergelerine sihirli katılımı ifade eden işleve derinden bağlıdır.

Diğer bir noktada, yüksek sanat keşiflerin kanunlarına bağlıyken Kitsch kolay tüketim etkileri üretir (Sandler, Irving, 1996: 6). Bunu yaparken de kitleye yabancı olmayan kodları/formülleri ya da kabul görmüş değerleri ele alır; onları harmanlayarak tek bir potada eritir ve kalıp biçimler ortaya koyar. Kısacası yenilik ve yaratıcılık kavramlarından uzak bir yaklaşım sergiler; toplumun genel beğeni düzeyi perspektifinde kabul görmüş ve standardize edilmiş beğeniyi çıkarları doğrultusunda kullanmayı tercih eder. Çünkü kitlenin ilgi alanına girmek, kabul görerek dikkat çekmek ve fark edilmek Kitsch için nihai hedeftir. Kitsch üretim yapan sanatçılar, üretimlerini belli kültürel kodlara dayandırarak, standart bir çerçevede değerlendirip, bazı öngörülerde bulunarak üretim yaparlar. O nedenle, anonim bir üretim biçimi olan ''Kitsch'te şaşırtıcı bir şey yoktur; teklifsizliği Kitsch'in rahatlığına katkı sağlar'' (Barrent, 2019: 54). Nitekim makalenin bir sonraki bölümünde ele alacağımız Jeff Koons'un eserlerinde olduğu gibi, Kitsch sanat bir çırpıda tanınacak türdendir ve çabuk alımlanmasına olanak verecek, gündelik arzu taleplerini karşılayacak biçimsel özelliklere sahiptir. Kuspit (2014: 70) Postmodern sanatçıları modern sanatçılardan farklı olarak kimliklerini gündelik arzularına cevap verdikleri kitlelerden aldıklarına dikkat çekerek, bu durumu ''kendilerini popülerleştirecek bir izleyici kitlesine sahip olmakta ve sanatçı olarak hak ettiklerine inandıkları üne ve karizmaya kavuşmakla ilgilenirler. Ne var ki kendilerini izleyici kitlesinin gündelik auralarını yansıtan eğlendiriciler olarak gördükleri an, varoluş nedenlerini de kaybetmişlerdir; böylece kitlelerle birlikte eğlenen ünlüler haline gelirler'' şeklinde ifade etmiştir. Öte yandan, popüler beğeni açısından, sanat bir gayeye hizmet etmeli, sanatın bir amacı olmalıdır (Fiske, 2012:170). Nitekim, ticari bir amaçla varlığını sürdüren Kitsch'in bu gayeye hizmet eden bir fenomen olduğunu söylemek isabetli olacaktır. Öyle ki, sermayenin Kitsch'e yaptığı yatırım küçümsenemeyecek derecede büyüktür, bu nedenle pazardaki konumunun sürdürülebilirliği ve muhafaza edilmesi adına, Kitsch bir yandan modadan beslenirken, bir yandan yaygınlaşmaya mecburdur. Greenberg (1961: 12, Artun, 2011: 29) Kitsch'in Batı endüstriyalizminin başka bir kitlesel ürünü olarak, bir sömürgeden diğerine turlayıp yerli kültürü kovacağını vurgulayıp; böylece dünyanın ilk evrensel kültürü haline geleceğini ön görmüştür. Nitekim, günümüzde sanat piyasasına baktığımızda onun bu öngörüsünde yanılmadığını

söylemek mümkün olacaktır. Özellikle, 1950'lerden sonra Amerikan Sanat Piyasası bu pazar piyasasının belirleyeni ve en büyük ihracatçısı konumunu kazanmışken.

Kısacası, Kitsch'in sanat piyasasında kabul edilebilir bir üretim biçimi olarak kabul görmesindeki en büyük nedenlerden biri sermaye ile yaptığı işbirliğidir; özellikle 1950 sonrası sanat piyasasının özerliğini yitirmesi ve sermaye sahiplerinin piyasanın geleceği konusunda başat güç olduğu bir dönemde, Kitsch'in bu yaklaşımı beslediği ve sanat eserinin niteliği üzerine değil, pazarlama yetisi yüksek olan ürünü/işi dokunulmaz kılacak ve onun sanatsal değerini belirlemeye yetecektir. Nitekim, Greenberg'in de (Murray, 2009: 172) belirttiği üzere, Kapitalizm, Stalinizm ve Faşiszm hepsi Kitsch'den yararlanırlar. Dolayısıyla artık sanat piyasasında iyi pazarlanan her şey sanat olabilmektedir.

Diğer bir açıdan, Koons gibi Kitsch bir sanatçıya yatırım yapan alıcının bir taşla iki kuş vurduğunu söylemek isabetli olacaktır. Çünkü, hem beğenisine uygun bir yapıt satın alırken, hem de ''marka'' etiketiyle onurlandırılmış - ki bu Thompson'ın ifadesiyle (2011:136) ''biri sizi markalaştırana kadar çağdaş sanatta bir hiçsiniz'' söyleminden güç alan sembolik bir kavramdır- bir sanatçıya yatırım yaparak büyük bir sermaye sahibi olmaktadır.

Kitsch Sanata Dönüştüğünde: Jeff Koons Örneği

"Jeff Koons, küçük bir tacir ve koleksiyoncu çevresinin desteğiyle, bayağılığı kıymet, pornografiyi avangard, ıvır zıvır prestij simgesi haline getirdi."
Kelly Devine Thomas, Sanat Muhabiri (Thompson, 2011: 115).

19. yüzyılın ortalarına doğru ortaya çıkan Modernizm ve küresel olarak yaygınlaşan ve kapitalist sermaye tarafından yönlendirilen yapay kültürün sanat ürünlerini metalaştırma çabasıyla; kapitalist bir yaklaşımın sonucu olarak beliren popüler, kültür toplumun geneline hitap eden estetik beğeniye yönelik eser üretimini desteklemiş ve neticede nitelik açısında sanat değeri taşımayan *Kitsch* ürünlerin ortaya çıkmasına kaynaklık etmiştir. Özellikle 1950'lere gelindiğinde ise ekonomi ve sanat arasındaki sınırların iyice bulanıklaştığı ''sanatın şirketleşme süreci''yle birlikte estetik anlayışın oluşumuna yönelim veren sermaya sahiplerinin ve şirketlerin içinde bulunduğu organize yapı, sanat piyasasının, dolayısıyla sanatçının geleceğine dair öngörüde bulunan öncül bir güç olmuş; hem estetik, hem de teknik anlamda yetersiz bir sanat anlayışa sahip ürünlerin sanat piyasasında imtiyazlı bir pozisyon kazanmaları konusundaki üstünlüklerine olanak vermişlerdir. Nitekim, bu organize yapının öncüllerinden biri olan, sanata finansal olarak bir kaynak sağlamanın yanı sıra, aynı zamanda sanat piyasasının belirleyenleri arasında yer alan ve bu açıdan en iyi örneklerden biri olan İngiliz Reklamcı Charles Saatchi'nin, sanatsal estetiğe ve bu paralelde beğeni hiyerarşisinin oluşumuna yönelik yürüttüğü kampanyalar sayesinde ışığı parlayan birçok sanatçı, çağdaş sanatın o büyülü kapısını aralamıştır. Bu sanatçılar arasında yer alan Damien Hirst eserlerine koyduğu dikkat çekici isimlerle sanat camiasında bir ün yaratmış, eserleri yüksek fiyatlara ulaşmıştır; Warhol medyatik sanatçıların timsali olarak çağdaş sanatta yerini almış; makalenin bu bölümde ele alacağımız, kendi işlerinin CEO su olarak bilinen ve piyasa simsarı olarak tanınan Jeff Koons ise sansasyonel bir kişilik olarak çağdaş sanatın sembolik bir markası olarak tanınmış, pek dolayısıyla bu durum galeri ve müzelerdeki fiyatlandırma standardına da yansımıştır.

Gündelik ürünleri sanat adı altında sergileyen Jeff Koons sanatı pazarlayan kişilerin en iyi örneklerinden biridir (Kuspit, 2014: 98). Popüler imgelerin yanı sıra gündelik hayatta kullanılan nesneleri –ışıltılı bir pleksiglas vitrinin içine yerleştirdiği oldukça dekoratif elektrikli süpürge çalışmaları- üretiminin temel dayanağı haline getiren Koons, bu nesneleri işlevsel bağlamından koparıp, neredeyse kusursuz bir sunumla sergileyerek onlara ulaşılamaz bir değer ve konum kazandırmıştır (Resim 1). Öte yandan, bu endüstriyel ürünleri sergileyerek alımlayıcıya yönelik yarattığı yapay birer arzu nesnesi mertebesine ulaştırmakla kalmamış; aynı zamanda ''bu tüketim nesnelerini mağazadan alıp galeriye taşıyarak, Warhol'un çorba konserveleriyle yaptığı gibi, bunları yeni bir bağlama yerleştirmiştir''(Thompson, 2011:127). Müzenin/Galerinin en cezbedici yerine yerleştirilerek izleyiciye takdim edilen ve endüstriyel bir nesne olan bu elektrikli süpürge, kışkırtıcı bir sunumla endüstri ürünü olduğuna dair bütün izlerden arındırılarak adeta dokunulmazlık kazanmış bir sanat eseri konumuna yükselmiştir.

Resim 1: Jeff Koons, iki elektrikli süpürge, floresan ışıklar, 58 x 41 x 28 inches, 147.3 x 104.1 x 71.1 cm, 1984

Bilindiği üzere hazır nesnenin sanattaki ilk saygınlığı Duchamp'ın onu bağlamından koparıp galeride sergilemesiyle başlamıştır. Fakat, Koons'un eserlerine/hazır nesnelerine yönelik bu estetik kaygının aksine; Duchamp hazır nesnelerinin alımlayıcının estetik deneyimine yönelmesini reddetmektedir. Ne de olsa Duchamp'ın aksine Koons, sanatçının varlığı reddettiği, alımlayıcıyı tahrik edercesine parmak izinin dahi olmadığı pürüzsüz yüzeye sahip endüstriyel nesnelerini işlevsel bağlamından koparak galeride sergilemiştir. Dolayısıyla, hazır nesneleri bir sanatsal üretim olarak sunan ve sanat eserinin estetik bir kaygı taşımaması gerektiğini savunan Duchamp ve eserlerini alan ya da sipariş olarak ortaya koyan Koons, bu açıdan birbirlerinden oldukça farklı perspektife bir sahiptir. Nitekim Şahiner (2013: 108) bu konuya yönelik düşünceleri şu şekilde ifade etmiştir:

> Duchamp, Çeşmeyi ürettiğinde, sanat yapıtına dair tüm anlamsal içerikleri ters düz etmiştir; ama pisuarın üzerine ''R.Mutt'' diye imzalayarak, bu önermeyi üreten sanatçının varlığını ironikte olsa vurgulamıştır. Bu nokta da, Duchamp'ın temel ereği, elbette imzayı koyan sanatçının ürettiği değer ilkesiyle sanat denen ve neredeyse dini doktrin'e dönüşmüş olan değerler bütününü de alaşağı etmektedir. Oysa, Koons bu yapıtlarda değil bir rumuz, onun insan elinden çıktığına dair bir iz bile bırakmaz. Bu tarzda olan çalışmalarda sıradan günlük bir nesne fetişleştirilerek sonsuzmuşçasına var edilmektedir. Dahası bu nesne, kullanışsız bir üründür; soğuk bir hareketsizliğe ve görkemli bir yalnızlığa mahkûm edilmiştir.

Resim 2: Jeff Koons, Puppy, 1992

Resim 3: Jeff Koons, Fiyonklu Pürüzsüz Yumurta, 1994

Madalyonun diğer yüzüne bakıldığında ise, bilindiği üzere eski borsa simsarı Amerikalı sanatçı Jeff Koons sanat dünyasında 1970'li yılların sonunda oldukça kötü bir popülariteye sahip çağdaş bir sanatçıdır. Popüler sanatın temsili olan Warhol'un "herkes bir gün 15 dakikalığına ünlü olacak" sözü halen daha sanat piyasasında yankılanırken, Koons'un çelik bir konstrüktür üzerine canlı çiçekleri kullanarak inşaa ettiği ve Almanya'da 18.yy'dan kalma eski bir şatonun bahçesinde, daha sonrasında ise New York (Rockefeller Plaze) ve İspanya (Guggenheim Müzesi) olmak üzere farklı mekanlarda sergilenen sıradışı büyük heykeli "Puppy" (1992) ile sanat camiasında ilk şöhretini yakalamıştır (Resim 2). Koons bu çalışmanın üretimi esnasında binlerce doğal çiçek kullanmış ve eklektik ifadenin bir temsilcisi olarak sergilediği ''bu budanmış dev oyuncak, büyük hükümdarları büyülemeyi amaçlayan o muhteşem bahçe çardaklarına dair anıları karıştırarak yeni ve eski barok sanatı iç içe geçirmiştir'' (Rosenblum, 1992: 21, Barrent, 2019: 66).

Bu çalışma Platon'un mimesis kavramı perspektifinde ele alınırsa, sanatçının klasik Grek heykeltıraşlarının alışılageldik metotları ve teknikleriyle olmasa da olağanüstü büyüklüğe sahip bir köpek heykeli yapmıştır. Öte yandan bu eser klasik dönem heykellerinin aksine bir "kopya" eser niteliği taşımamasıyla birlikte kullanılan malzeme olarak da farklılık göstermektedir. Diğer bir açıdan, heykelin ismiyle çelişen bir görüntüye sahip olması neticesinde kazandığı ironik anlamın yanı sıra, klasik eserlerin aksine, oldukça renkli bir yapıya sahip olan bu sevimli Kitsch heykel adeta klasik geleneğin baş yapıtlarıyla alay etmektedir. Nitekim Boudrillard'ın (2012a:126) "Kitsch her yerde nesneleri doğalından daha küçük ya da büyük olarak yeniden üretir" ifadesinden de anlaşılacağı üzere, Koons bu olağan dışı büyüklüğe sahip Kitsch heykeli ile bu söyleme hizmet etmiş, aynı zamanda olduğundan daha görkemli heykeller yaratarak "görkemli ve ihtişamlı eserler, büyük şöhretler" gibi oldukça iddalı bir yaklaşımla sanat piyasasındaki konumunu sağlama almıştır (Resim 3).

Resim 4: Jeff Koons, Fil, 96,5x76,2x50,8cm, 2003

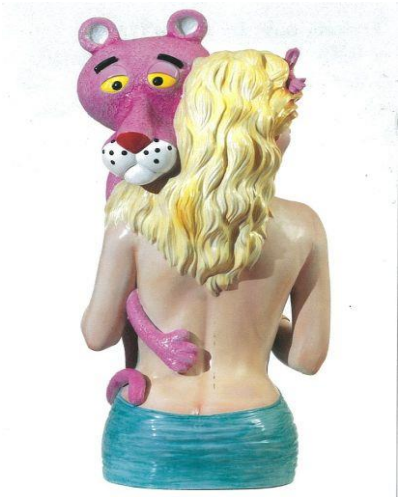
Resim 5: Jeff Koons, Tavşan, 1986

Öte yandan Greenberg'in (2004: 257) ''yapay sanat'' olarak tanımladığı Kitsch eserler, temsil kavramının üzerine yüzeysel bir bakış açısıyla yaklaşarak ve duygusal eğilimlere oldukça sadık stereotipler kullanarak izleyiciyi asla şaşırtmamaktadırlar (Resim 4 ve 5). Bu nedenle alımlayıcı eserle karşılaştığında onun neyi betimlediği konusunda asla kuşkuya düşmez; Kitsch sanatçı ise üslup konususun da muhafazakârdır ve yorumlanmaya ihtiyaç duymaz. Çünkü, ''bu objeler, sanatsal alana birer hazır-yapıt olarak girmeden önce hangi işlevi yerine getiriyorlarsa o olarak yer alırlar. Kendilerine dair hiçbir şeyi gizlemedikleri gibi, güncel karakterlerine de sonuna dek direnirler'' (Şahiner, 2013: 107). Kısacası, eserin tetiklediği çağrışımlar, temsillerinin nesnesi tarafından çağrılanlarla hemen hemen aynıdır. O nedenle, özgün veya yaratıcılık gibi kavramların çevresinde dolaşmak yerine, duygusal yoğunluğu yüksek ve toplumun sahip olduğu temel güdüleri (zevk, şefkat, sevgi, aile, hissiyatı yüksek, geçmişe özlem vb.) eş paydada eriten Kitsch, risk teşkil etmeyecek bir şekilde apolitik bir tavır ve yaklaşım sergileyerek sanat piyasasında varlığını sürdürmüştür. Nitekim Kulka (2002: 42) Kitsch'in kendi güzelliğini yaratmadığı, çekiciliğin eserin kendisinin estetik değerinden değil, tasvir edilen nesnenin duygusal çekiciliğinden kaynaklandığını öne sürerek, bunun gerçek sanat eserlerindeki durumdan oldukça farklı olduğunu; o nedenle ciddi sanatçıların genellikle güzel veya duygusal olarak yüklü olduğu düşünülen nesneleri tasvir etmekten kaçındığını savunmuştur. Öte yandan bunların aksine, Koons gibi sanatçılar -tıpkı *Bubby (1992)* ve paslanmaz çelik yüzeye sahip *Tavşan (1986)* da olduğu gibi- bir yandan da eserini yüksek sanatın taşıdığı kriterleri anlamlandırmakta güçlük çeken alımlayıcıya duygusal bir çekimle hitap etmiş, bir yandan da eserini popüler beğeniye sunarak bir yatırım aracına dönüştürmüş ve en nihayetinde büyük sermayecilerin ilgisini çekerek, Kitsch'e saygınlık kazandırmıştır. Fakat, Greenberg (2004: 261) bu durumu totaliter rejimlerin kendilerini halka benimsetmek, şirin göstermek için başvurdukları ucuz yöntem olarak değerlendirirken, Fiske (2012: 69) bu tür bedensel duyguların red edilmeleri gereken adi zevk konumları olduğunun altını çizerek durumu ''duygulara seslenen sanat 'güzel değil', 'hoşa giden'dir; haz üretmekten çok 'zevk' üretir'' şeklinde ifade eder; Barrent (2019: 67) ise Puppy'ye göndermede bulunarak, Platon'nun sanatın bizi duygusal olarak kendini bağlayabildiğine yönelik fikirlerine tekrardan gündeme getirerek durumu şu şekilde ifade etmiştir:

> *Yavru Köpek'in güçlü bir duygusal cazibesi vardır: Pek çok insana hatta bugün yapılan sanata pek sıcak bakmayanlara ve tepki vermeyenlere bile sevgi, sevgi ve sıcaklık, mutluluk veriyor. Bu tür duygusal çekim platonik bir endişe yaratabilir çünkü, çekicilik, bizleri ideal köpek hakikatinden ve gelen hakikat kavramından uzaklaştıran bir durum olarak görülebilir. Öte yandan Yavru Köpek hakikatten ve genel hakikat kavramından uzaklaştıran bir durum olarak görülebilir.*

Resim 7: Jeff Koons, Michael Jackson ve Bubbles, 1988

Kısacası, Koons alımlayıcıda etrafındaki nesnelere karşı çocuksu bir beğeni anlayışı uyandırmayı hedeflerken onlara yeni bir anlam kazandırıyor: masumiyet. Öyle ki, izleyici bu kavramla özdeşleştirdiği eserlerin meta imajına yönelik duyulan hazzın tatminini yaşıyor. Koons'un, 1988 yılında sergilediği çizgi romanları, aziz heykelcikleri, porselen yapımı olan sevimli karakterleri, popüler çizgi kahramanları ve pop şarkıcısı Michel Jackson'ın oyuncakları gibi küçük popüler nesnelerin imitasyonunda oluşan, aynı zamanda Chicago'da ve New York'ta sergilenen, tanıtımı büyük yatırımcılar tarafından desteklenen reklam kampanyaları ile yapılan ve bir gösteri olarak sunulan ''Banallık (Banality)'' dizisi, sanatçının temel üretim kaynağı haline gelmiş *Kitsch* kavramının bir dizi örneğinden oluşmaktadır. Özellikle popüler kültürün temel kodlarından faydalanarak ve kültürü kendine mal ederek, hem sanat piyasasının hem de Kitsch kitlenin saygınlığını büyük oranda kazanmasına öncülük eden bu eserler, sanatçının denetimindeki yardımcılar tarafından büyük bir hassasiyetle üretilmiş ahşap, porselen, renkli-bazıları ise altın kaplama-eserlerdir. Koons klasik heykel anlayışını ''alaycı'' bir yaklaşımla ve yüzeysel bir tavırla ele aldığı, gösterişli popüler kültür nesnelerinin olağan kopyaları izlenimi yaratan bu işlerle ''banallık'' olarak nitelendirdiği kavrama tüm samimiyetiyle tamamen teslim olmuştur (Resim 6-7).



Resim 6: Jeff Koons, Pembe Panter, 1988

Bu eserler arasında en dikkat çekici olanlardan biri 1988 yılı yapımı olan ve 5.6 milyon dolara rekor bir satışla alıcı bulan Michael Jackson ve evcil şempazesi Bubbles'in basın fotoğraflarından faydalandığı ve klasik dönem Roma heykellerini alaycı bir tavırla ele aldığı, gerçek boyutta ve yaldızlı porselen yapımı *''Michael Jackson ve Bubbles''* olmuştur (Resim 7). Öyle ki, amaçlarından biri olabildiğince popüler kültürün taleplerine karşılık vermek olan sanatçı, daha sonrasında popüler şarkıcılardan biri olan Lady Gaga'nın da (2013) heykelini yapmıştır. Sanatçının "sanatım, izleyiciyle iletişim kurmak adına her türlü yola başvurur. İzleyicinin ilgisini çekebilmek için her türlü hileye, ne gerekiyorsa, ama ne gerekiyorsa ona

başvurmaya hazırım'' ifadesinden de anlaşılacağı üzere izleyicinin baktığı anda hemen ilişki kurabileceği popüler temsillerden faydalanmıştır (Antmen, 2008: 293). Koons, endüstriyel bir objenin kullanıldığına dair hiçbir iz bırakmadan, onu cam bir fanusun içine yerleştirerek ilahlaştırırken, bu çalışmada ünlü bir pop yıldızını gösterişli bir şekilde tasvir ederek, popüler sanatçıların şöhretini yeniden konumlandırmış, kendi şöhret basamaklarını da sağlamlaştırmıştır. Fakat, sanatçının diğer çalışmalarında olduğu gibi oldukça cezbedici ve parlak yüzeylere sahip olan bu çalışma, çeşitli eleştirilere maruz kalmıştır. Nitekim, sanat eleştirmeni Littlejohn'a (Littlejohn, 1993: 91, Barrent, 2019: 67) göre bu çalışma ''şurup kayganlığında, rengi iğrenç derecede parlak; model ve boyama ise bu pop örneklerinden ne iyi de de kötü!''dür. Kramer (Barrent, 2019: 73) ise Koons'un çalışmalarına ''çerçöp'' der, eserlerini erişilebilir olduğu için suçlamaz, ancak erişilebilirlikleri dışında bir anlam taşımadıklarını, zaten olan bir zevki bozduklarını, oysa büyük sanat eserlerinin her zaman kendi zevkini yarattığını, konusunun ''sığ'' ve bu yüzden de ''başarısız sanat'', yani ''içi boş'' olduğu ifade etmiştir.

Daha önce de belirttiğimiz gibi Kitsch'in en temel iki özeliği: ''popüler beğeni'' ve ''tüketim odaklı'' bir kavram olmasıdır. Dolayısıyla, tüketim odaklı bir üretim sürecinden bahsedilecek olursa, pek dolayısıyla eski bir borsa simsarı olan Koons'un, ürünlerini pazarlama konusunda oldukça başarılı olduğu söylenebilir. Ne de olsa onun için ''hiç kuşkusuz kuralsız sanat piyasası, kurallı hisse senedi piyasasından daha tercih edilebilir bir alandır'' (Kuspit, 2014: 98). Bu alanın sınırsızlıklarından faydalanan Koons eserlerinin yapımında paslanmaz çelik kullanarak, onları birer arzu nesnesine haline dönüştürmüştür. Zira, bu heykellerden biri olan *Bob Hope* (1986) heykeli için sarf ettiği ''Bob Hope heykelimi açmak için bir dökümhaneye gittim. Bu bir çelik parçası paslanmaz, neredeyse bir Oscar'a benziyor, bir çeşit ödül'' söylemi onun sanat piyasasında müztehsi bir manipülatör olduğunun da göstergesidir (Popidou Centre:12) (Resim 8). Öyle ki, iyi bir pazarlamacı olan sanatçı yarattığı bu iddialı ve oldukça ikna edici söylemlerle sanatına yönelik bir talep ve arzuyu yeniden oluşturarak, sanat piyasasındaki konumunu da adeta meşrulaştırmıştır. Nede olsa, Postmodern sanat piyasasındaki sanatçıların birçoğu pazarlama ve söylem konusunda oldukça başarılıdırlar ve üretimlerini büyük rakamlara alıcı bulması amacıyla oluşturulan birtakım finansal analizlere dayandırarak yapmışlardır. Bu açıdan Kuspit (2014: 101,102) sanatı ''kumar'' olarak tanımlar ve kendisini hem satıcı hem de satılacak meta olarak gören sanatçının başarısının büyük ölçüde kişinin piyasada kendini ne kadar iyi sattığına ve ambalajının ne kadar güzel olduğuna bağlı olduğunu vurgular.

Resim 8: Jeff Koons, Bob Hope, 1986

Nihayetinde, Koons'un üretimlerine baktığımızda sanayi toplumunun getirisi olan popüler kültür üretimiyle etkileşime giren medyatik bir sanatçı örneğiyle de karşılaşıyoruz. Sanayi toplumundaki talepleri doğrultusunda önü alınamaz bir Kitsch üretiminin oluşması neticesinde, sanat piyasasında yer alan bazı sanatçıların üretimlerini bu ağırlık noktasında konumlandırdığını da söyleyebiliriz. Neticede ''kitlelerin ve sermaye sahiplerinin zevksizliği Koons'un yapıtlarında buluşup uzlaşmış; sanatçı, Kitsche iade-i itibarını kazandırmıştır'' (İlkyaz, 2015: 7). İşte bu şekilde, Koons yüksek sanatın kanonik akıbetini, popüler kültürün dayanaklık ettiği Kitsch ile sonlandırmış ve adeta sanat piyasasındaki yeni hükümdarlığını ilan etmiştir. Modernist yüksek sanat dışladığı, önemsemediği, küçümsediği Kitsch'in yükselişi altında yaşamak zorunda kalmıştır. Bunun sonucu olarak ise, ''günümüz estetiği artık güzel ya da çirkine değil, banal ve Kitsch vurgulamıştır''(Şahiner, 2013:110)

Sonuç

Kültürün gittikçe âlimlik özelliğinden kopartılarak ve özünden uzaklaşarak dejenere olması neticesinde sosyolojik, ekonomik, siyasal alanlarda değişen dinamikler sanatta da başat bir etki göstermiş ve günümüze değin bu etkiler varlığını sürdürmüştür. Popüler kültürden aldığı dayanakla, ayırt etmeden her görüngüyü içine alan ve onu kabullenen bir esnekliğe sahip olan Kitsch olgusu, bağımsızlıktan ve sisteme yönelik yapılan radikal eleştirilerden uzak bir tavır sergileyerek: 'kabul görme' ve 'işbirliği'ne yönelik yaklaşımı savunmuş, adeta gösteri toplumunun göstergelerle dolu renkli ve cezbedici dünyasına dâhil olmuş ve kendini görünür kılmayı başarmıştır. Bunu gerçekleştirirken de toplumun tüketime yönelik ihtiyaçlarına hitap etmenin yanı sıra, özellikle 1950 sonrasında kitlelerin davranış şekilleri ve değer yargısına yönelik en etkili ikna gücüne sahip medya kültürünü ve popüler kültür imgelerini pragmatik bir yaklaşımla kendi çıkarları için kullanmıştır. Nitekim, statükoya oldukça bağlı olan sanatçılardan biri olan, üretimlerinin büyük kısmı endüstriyel heykellerden ve enstalasyonlardan oluşan Jeff Koons gibi sanatçılar, kültür endüstrisinin bir uzantısı olan reklam, moda, eğlence gibi uzantılara sadık kalmış ve onlarla bilinçli bir bağ kurarak sanat piyasasının şöhretli sanatçıları arasında yerini almıştır. Çağdaş sanat piyasasındaki maddi standartlar tarafından belirlenen Kitsch'in galibiyetiyle birlikte, yaratıcı edimin saygınlığı tehlikeye girmiş; neyin sanat, neyin sanat olmadığına dair tüm ayrım yerle yeksan olmuştur. Endüstriyelleşmiş bir toplumda tabiatı gereği kolay tüketim etkileri üretmeyi kendine bir rol edinen Kitsch, Greenberg'in de değerli bulduğu sanatçının yaratıcı ediminin ve sanatı aracılığıyla ifade yetkinliğinin adeta içini boşaltmıştır. Bunu yaparken de hızlı üretim/ tüketim odaklı endüstri toplumunun bir uzantısı olan hedonist bir yaklaşımla, yapay haz ilkesiyle güzellikler yaratarak, faziletten ve estetikten yoksun ve görünenin ötesinde bir şey aramaya değer bulamayacak kadar yüzeysel bir sanatsal anlayışla varlığını sürdürmüştür. Bu nedenle, Kitsch yüksek sanatın varlığına ve değerlerine yönelik gerçekleştirilen en büyük darbedir. Öte yandan, Kitsch bugünün dünyasındaki güzele yönelik sahte derlemeleri tek bir potada eriterek bu kavramın kitleleşmesini ve sanat piyasasında dolaşıma girmesine olanak sağlayarak, madden pahalı, ama manevi değeri ucuz olan bir sanatla sonuçlanmasına sebep olmuştur. Böylece, öznel sanat eserleri ile meta kültür formları arasındaki sınırın korunması imkânsızlaştığından, artık bir çağdaş sanat nesnesi ile kültürel meta arasında görünürde hiçbir fark kalmamıştır. Nitekim, kapitalist sistemde bir meta olarak tanımlanan sanat, ticari bir amaca yönelik yapılan üretime dönüşmüş ve anlam kaybına uğramıştır. Dolayısıyla piyasada varlığını sürdürmek için kendi iç dinamiğinin aksine, daimi olarak ivme kazanan kapitalizmin dinamiklerine ve tüketim talebine karşılık veren; kurduğu ticari ilişkiler aracılığıyla varlığını tescilleyen Kitsch sanat üretimi meşrulaşmıştır.O nedenledir ki Kitsch çeşitli yozlaşmışlıklarla eş tutulmuş hatta bazı sanat eleştirmenlerince çok ağır şekilde ithamlarla karşılaşmıştır, örneğin Broch (Kuspit, 2014: 13) Kitsch üreten sanatçıları ''Kitsch üreten kişinin ahlakı bozuktur; en kötüyü arzulayan bir suçludur o'' şeklinde ifade etmiş, Kitsch'i adeta net bir sanatsal kötülük ve şeytanilikle bir tutmaya kadar gitmiştir. Bütün bu eleştiriler ve bilgiler göz önüne alındığında açıkça ifade edilmelidir ki; sanat ve sermaye bağının gücüne inanan, Kitsch'i sanatsal bir üretim biçimi olarak temel alan Jeff Koons gibi planlı bir şöhret ve servet meraklısı olan sanatçılar, sanatın ulvi mabedine girip, sanatı özgürlük, yenilik, özgünlük kavramlarının aksine, yüzeysel, sıradan, basit ve anonim kavramlarıyla ilişkilendirmiş; dahası bu yaklaşımın sanat piyasasında kabul görmesi adına sahte değerler üretmekten de çekinmemiştir. İşte tüm bu değişimler ve geçmiş sanat değerlerinin açık seçik paramparça edildiği bir sanat formu olarak kitleye kendisini yepyeni bir gözle sunduğu da düşünüldüğünde, özellikle çağdaş sanatın bir yatırım aracı olarak kabul gördüğü 1960 sonrasında Kitsch'in sanat piyasasındaki başarısı küçümsenemeyecek derecede büyüktür. Nihayetinde, bir zamanlar sanatsal perspektifte değer yoksunluğu olarak tanımlanan, bayağılık, sığlık, sıradanlık ve niteliksizlikle itham edilen Kitsch, tüm bu süreç sonucunda sadece kendi varlığını yeniden inşa etmemiş, ayrıca hem kendisini takip eden, onayan ve değerli bulan bir sanat izleyici kitlesi yaratabilmiş, hem de sürekli ivme kazanan kapitalizmin dinamiklerine, kullandığı pop kültürün ve endüstriyel araçların avantajlarını kullanarak durmaksızın cevap vermiş, bu sayede günümüze değin sanatta kabul görmüş ve piyasada yarattığı değer manipülasyonuyla itibarlı bir şekilde varlığını kabul ettirmiştir.

Kaynaklar

Adorno, W. Thedor. "Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken", Çev: B.O. Doğan, Cogito Dergisi, sayı:36. 2003.
Antmen, Ahu. 20. Yüzyıl Batı Sanatına Akımlar, İstanbul: Sel Yayıncılık, 2008.
Artun, Ali. Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi, İstanbul: İletişim Yayınevi, 2011.
Barrentt, Terry. Neden Bu sanat? Çağdaş Sanatta Estetik Ve Eleştiri, Çev. E. Erment, İstanbul: Hayalperest Yayınevi, 2019.
Baudrillard, Jean. Şeytana satılan ruh ya da kötülüğün egemenliği, Çev. O. Adanır, Ankara: Doğu Batı Yayınları. 2004.
Baudrillard, Jean. Tüketim Toplumu, Çev. H.Deliçaylı & F.Keskin, İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 2012a.
Baudrillard, Jean. Sanat Komplosu, Çev. E. Gen& I. Ergüden, İstanbul: İletişim Yayınları. 2012b.
Baudelaire, Charles. Modern Hayatın Ressamı, Çev. A. Berktay, İstanbul: İletişim Yayınevi. 2003.
Benjamin, Walter. Pasajlar, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2009
Benjamin, Walter. Sanatta ve Edebiyatta Eleştiri-Alman Romantiklerinin Sanat, Çev. M Tüzen& E. Gen, İstanbul: İletişim Yayınları, 2010.
Bourriaud, Nicolas. PostProdüksion, Çev. N. Saybasılı, İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2004.
Bozkurt, Nejat. Sanat ve Estetik Kuramları, Bursa: Asa Kitapevi. 2000.
Calinescu, Matei. Five Faces of Modernity, Çev. E. Akas, Durham: Duke University Press. 1987.
Çelikkan, Gece, Şule. Modern ve Postmodern Dönemlerde Soyut Sanat Felsefesi, İzmir: Cem Yayınevi, 2018.
Demir, Gonca İlbeyi. Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine, Ankara: Ütopya Yayınları, 2009.
Fiske, John. Popüler Kültürü Anlamak, İstanbul: Parşömen, 2012.
Gans, Herbert J. Popüler Kültür ve Yüksek Kültür, Çev. Emine O. İncirlioğlu, İstanbul: YKY, 2005.
Greenberg, Clement. "Öncü ve Kiç", Sanatın Felsefesi-Felsefenin Sanatı, Ed. M. Yılmaz, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2004, 244-263.
Hacke, Hans.''Müzeler – Bilinç Yöneticileri'', Sanatçı Müzeleri, Ed. A. Artun, İstanbul: İletişim Yayınevi, 2019, 220-238.
İlkyaz, A. ''Çağdaş Sanatın Çıkmaz Sokağı: Kitsch'in Zaferi''. İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 1(1), 11-20, 2015.
Kahraman, H. Bülent. Sanatsal Gerçeklikler, Olgular ve Öteleri, İstanbul: Agora Kitaplığı. 2005.
Kukla, Thomas. Kitsch and Art, Pennsylvanya: The Pennsylvanya State Üniversity Pres. 2002.
Kuspit, Donald. Sanatın Sonu, İstanbul: Metis Yayıncılık.2014.
Murray, Chris. Yirminci Yüzyılda Sanatı Okuyanlar, Çev. S. Öncü, İstanbul: Sel Yayınları.2009.
Nerdrum, Odd. Kitsch Üzerine, Çev. A. Feyzi Korur, İstanbul: Mitos-Boyut Yayınları. 2010
Popidou Centre , '' Dırection De La Communıcation Et Des Partenarıats Dossıer De Presse Jeff Koons, La Retropectıve 26. Novembre 2014- 27 Avrıl 2015''. Erişim Tarihi: 18.04.2021.
Erişim Adresi: https://hautsdeseine.centres-sociaux.fr/files/2014/12/DOSSIER-DE-PRESSE-JEFF-KOONS.pdf
Sandler, Irving. Art of the Postmodern Era: From The Late 1960s To The Early 1990s. USA: Westview Press, 1996.
Steuerwald, Karl. ''Kitsch'', Almanca-Türkçe Sözlük, Otto Harrassowitz Verlag Yayınevi, 1974.
Şahiner, Rıfat. Postmodern Kırılmalar, Ankara: Ütopya Yayınevi, 2013.
Thompson, Don. Çağdaş Sanatın ve Müzayede Evlerinin Tuhaf Ekonomisi, Sanat Mezat, İstanbul: İletişim Yayınevi, 2011.

Görsel Kaynakça

Resim 1: Jeff Koons, iki elektrikli süpürge, floresan ışıklar, 58 x 41 x 28 inches, 147.3 x104.1 x 71.1 cm. 1984.
http://www.jeffkoons.com/artwork/the-new/new-hoover-convertibles
Resim 2: Jeff Koons, Pupyy, 1992.
https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/the-collection/works/puppy
Resim 3: Jeff Koons, Fiyonklu Pürüzsüz Yumurta, 1994.
https://www.pinterest.it/pin/230105862190526257/
Resim 4: Jeff Koons, Fil, 96,5x76,2x50,8cm, 2003.
https://chrisbillington.com/2016/10/on-koons-damien-hirst-newport-street-gallery/jeff-koons-elephant-damien-hirst-newport-street-gallery-chris-billington-2016/
Resim 5: Resim 5: Jeff Koons, Tavşan, 1986.
https://www.thebroad.org/art/jeff-koons/rabbit
Resim 6: Jeff KOONS, Pembe Panter, 1988.
http://aydanizlenimler.blogspot.com/2012/09/jeff-koons-painter-sculptor.html
Resim7: Jeff Koons, Michael Jackson and Bubbles, 1988.
https://speakingabouttravel.wordpress.com/2014/09/20/classical-modern-understanding-michael-jackson-and-bubbles-by-jeff-koons/
Resim 8: Jeff Koons, Bob Hope, 1986.
https://lisecrepeau.wordpress.com/2015/03/15/expo-jeff-koons-la-retrospective/jeff-koons-6-bob-hope1986/

İDİL

KITSCH AS A CONTROVERSIAL LABEL OF THE CONTEMPORARY ART AND JEFF KOONS' ART AS A REPRESENTATION OF KITSCH

Yudum Akkuş Gündüz

ABSTRACT

In the second half of the 1900s, postmodern systems aimed at removing the difference between high art and low art and stood against the various criteria and virtues of Modernism. During this period, Postmodernism has provided an important opportunity to the production of Kitsch, which owes its very foundation to the the mass culture and the industrial revolution with the production changes occurring in the post-modern period, and thereupon, by taking the popular culture as a basis, it also allocated the necessary infrastructure for its social acceptance. As a result of all these, the anonymous Kitsch creations, which were seen as worthless and vulgar at the time, have been reevaluated in the contemporary art community, and this has led to various arguments and disagreements upon their acceptance as superior art. In this study, the adventure of its gaining prestige and acceptance by becoming the center of attention of the art industry, and as a result of bringing many controversies with it, the amazingly rapid introduction of the "Kitsch" into the art industry is being discussed. Also; an important art figure Jeff Koons, an American Kitsch artist with a global economic success and a controversial reputation in today's art, and his artworks are also being analyzed in order to understand the reinterpretation of the "Kitsch" concept.

Keyword: Contemporary art, kitsch, jeff koons, pop art