

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI

POPÜLER KÜLTÜR OLGUSU KITSCH VE TEKSTİL VE MODA
TASARIMI ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Amine Hande TUNCER

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2023

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEKSTİL VE MODA TASARIMI ANASANAT DALI

POPÜLER KÜLTÜR OLGUSU KITSCH VE TEKSTİL VE MODA
TASARIMI ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Amine Hande TUNCER

Danışman: Prof. Dr. Fatma Engin ALPAT

Jüri Üyesi: Doç. Dr. Sevim Tuğba ARABALI KOŞAR

Jüri Üyesi: Doç. Özgür TOSUN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2023

ukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu alışma, jürimiz tarafından Tekstil ve Moda Tasarımı Anabilim Dalında
YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Fatma Engin ALPAT

(Danışman)

ye: Doç. Dr. Sevim Tuğba ARABALI KOşAR

ye: Doç. Özgür TOSUN

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen ğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

... /... /2023

Prof. Dr. Serap ÇABUK

Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, izelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. / / 2023

Amine Hande TUNCER

ÖZET

POPÜLER KÜLTÜR OLGUSU KITSCH VE TEKSTİL VE MODA TASARIMI ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Amine Hande TUNCER

Yüksek Lisans Tezi, Tekstil ve Moda Tasarımı Ana Sanat Dalı

Danışman: Prof. Dr. Fatma Engin ALPAT

Ocak 2023, 135 Sayfa

Sanayi Devriminin bir sonucu olan kitlesel üretimin de etkisiyle, sanattaki yavaş üretim ve biriciklik fikri yavaş yavaş gücünü yitirmiş ve popüler olanın metalaşması bunların yerini almaya başlamıştır. Kitsch nesnenin çıkışı bu metalaşma süreciyle paralellik göstermektedir. Kökenini Almanca'dan alan '*kitsch*' kavramının, sanatsal bir bağlamda ilk kez 1870'li yıllarda Münih'teki bazı ressam ve sanat tacirlerinin siparişlerini tanımlamada kullanıldığı gözlenmiştir.

Popüler kültürün sanat olgularından birisi olan Kitsch, melez bir tasarım anlayışına sahiptir denebilir. Çoğu zaman çok renkli ve süslü, bazı durumlarda baştan savma ve rastgele üretilmiş hissi uyandıran ama hemen ilk bakışta dikkat çeken, dini sembolleri bazen esprili, bazen ciddiyetsiz bir üslupla tasarıma dahil eden, estetik açıdan eleştirilir olsa dahi ilgi ve merak uyandıran, herkes tarafından sanat olarak kabul görmeyen ama sanattan beslenen bir olgudur.

Sanatın hemen hemen tüm kollarında, özetle başta plastik sanatlar olmak üzere heykel, seramik, resim, grafik tasarım, fotoğraf, mimari, dekorasyon ve moda tasarımı gibi alanlarda kitsch ile karşılaşmak mümkündür. Bu olgunun, günümüz moda anlayışında ve hatta ileri gelen lüks moda markalarının *haute couture* tasarımlardaki yansımaları bile mevcuttur.

Bu çalışma, tekstil ve moda tasarımı lisans öğrencileri arasında, başta moda tasarımı alanında olmak üzere, genel bağlamda diğer sanat kollarında kitsch etkilerinin varlığına dair bir farkındalığın olup olmadığını ve bunun boyutunu ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu tür olgusal bir farkındalığın, ilgili bireylerin tasarım anlayışlarındaki eğilim ve etkileri saptamalarına yardımcı olacağı ve böylece daha bilinçli ve kontrollü analiz ve üretimlere katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırmada, başta

tekstil ve moda tasarımı bölümleri olmak üzere, Güzel Sanatlar Fakülteleri bünyelerindeki tasarım eğitimi programları ve öğrencileri için Türkçe kaynak oluşturulması da planlanmıştır.

Çalışmada, literatür taramasının sonucunda elde edinilen bilgi ve analizler ışığında, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümlerinde eğitim gören öğrencilere, betimsel tarama tekniği olan online bir anket uygulanmıştır. Anket verilerine dayanarak, kitsch olgusunun günümüz sanat ve moda tasarımındaki etkileri hakkındaki farkındalıkların varlık ve boyutu genel olarak tahlil edilmiştir.

Değişen estetik anlayışla birlikte kitsch tanımı yeni anlamlar kazanırken, araştırmamızda sanatsal bir ifade olarak ele alınan kitsch kavramının farkındalığına dair bu çalışmanın, eserlere yüklenen bu tür değerleri tanıma hususunda, ulaştığı bulgular ve uyguladığı yöntem bağlamında da katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Kitsch (kiç), tekstil, moda tasarımı, popüler sanat

ABSTRACT**POPULAR CULTURE PHENOMENON KITSCH AND EFFECTS ON
TEXTILE AND FASHION DESIGN STUDENTS****Amine Hande TUNCER****Master of Science Thesis, Textile and Fashion Design****Advisor: Prof. Dr. Fatma Engin ALPAT****January 2023, 135 Pages**

With the effect of mass production resulted from the Industrial Revolution, the idea of slow production and uniqueness in art gradually lost its power and the commoditization of the popular began to take place. The emergence of the kitsch object parallels this commoditization process. It has been observed that the concept of 'kitsch', which had its origin in German, was used for the first time in an artistic context to describe the orders of some painters and art dealers in Munich in the 1870s.

Kitsch, one of the art phenomena of popular culture, can be said to have a hybrid design concept; it is often very colorful and ornate; in some cases it feels sloppy and randomly produced, but attracts attention at first glance; it includes religious symbols mostly in a humorous or lighthearted style; it arouses interest and curiosity even if it is criticized from an aesthetic point of view; it is not accepted as an art form by everyone although it is definitely fed by art.

It is possible to encounter kitsch in almost all branches of art, in short, in plastic arts, sculpture, ceramics, painting, graphic design, photography, architecture, decoration and fashion design. This phenomenon has reflections in today's fashion understanding and even in the haute couture designs of leading luxury fashion brands.

This study tries to reveal whether there is an awareness of kitsch influences among textile and fashion design students, whose artistic and stylistic awareness is thought to be above average, especially in the field of fashion design, but also in other branches of art in general. It is thought that this kind of factual awareness will help relevant individuals to identify trends and their effects better, and thus incorporate these into their analysis and production more consciously and in a better controlled

way. In addition, in the research, it is planned to create Turkish resources for design education programs and students of Fine Arts Faculties, especially for textile and fashion design departments.

In the study, in the light of the information and analyzes obtained through the literature review, an online questionnaire, which is a descriptive scanning technique, was applied to the students studying in the Textile and Fashion Design Department of the Faculty of Fine Arts. Based on the survey data, the existence and extent of awareness about the effects of the kitsch phenomenon on today's art and fashion design has been analyzed in general.

While the definition of kitsch gains new meanings with the ever-changing aesthetic understanding, it is thought that this study on the awareness of the concept of kitsch, which is considered as an artistic expression in our research, can also contribute to recognise such values more accurately with the help of its findings and its method used in the study.

Keywords: Art, Kitsch, Fashion Design, Pop Art

ÖN SÖZ

Araştırma ve çalışma sürecim boyunca bilgi ve desteği ile beni yönlendiren tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Fatma Engin ALPAT'a, aldığım kararları her daim sabırla destekleyen, beni cesaretlendiren canım annem başta olmak üzere kıymetli aile bireylerime, yüksek lisans serüvenimin başından sonuna güleryüzlü tavrı ile her konuda yanımda olan hocam Sayın Arş. Gör. Fazilet CEYHANLI'ya, özellikle araştırmanın anket çalışması hazırlama aşaması başta olmak üzere, her zaman yardımlarıyla yanımda olan saygıdeğer hocam Sayın Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Emre SEZGİN'e, araştırma konusuna karar aşamamda fikir alışverişinde bulunduğum ve lisans yıllarımdan bugüne kadar destek ve ilgisini esirgemeyen hocam Sayın Doç. Özgür TOSUN'a teşekkürlerimi sunarım.

Amine Hande TUNCER

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET	iv
ABSTRACT.....	vi
ÖNSÖZ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xi

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1.Problem.....	4
1.2.Araştırmanın Amacı.....	5
1.3.Araştırmanın Önemi	6
1.4.Sınırlılıklar	7
1.5.Tanımlar.....	7

BÖLÜM II

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1.Popüler Kültür, Popüler Kültürü Oluşturan Etmenler ve Popüler Sanat	8
2.2.Kitsch' in Tanımı, Sözlük Anlamları ve Genel Özellikleri	13
2.3.Sanat ve Kitsch Bağlamında Meta.....	19
2.4.Farklı Sanat Disiplinlerinde Kitsch Örnekleri	22
2.5.Bir Kitsch Sergisi Örneği: Zevk Meselesi	45

BÖLÜM III

KITSCH OLGUSUNUN 21. YÜZYIL MODASI İLE İLİŞKİSİ

3.1.Modanın Tanımı, Sözlük Anlamları ve Sanatla İlişkisi Üzerine	61
3.2.21. Yüzyıl Modasından Kitsch Esintiler	71

BÖLÜM IV

YÖNTEM

4.1.Araştırmanın Modeli.....	86
4.2.Çalışma Grubu	86
4.3.Verİ Toplama Araçları ve Verİ Toplama Süreci.....	87
4.4.Verİlerin Analizi	87

BÖLÜM V

SONUÇ

KAYNAKÇA.....	131
ÖZGEÇMİŞ	134



ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1.** Pop Art akımı sanatçısı Andy Warhol 1966-89 yıllarına ait “Cow/İnek” serisi, serigrafi baskılı duvar kağıdı çalışmaları 11
- Şekil 2.** Andy Warhol’un 1962 yılına ait “Campbell’s Soup Cans/Campbell’in Çorba Konserveleri” isimli eseri, toplam 32 tuval üzeri sentetik polimer, her tuval 50,8x40,6 cm 12
- Şekil 3.** Sanatçı Takashi Murakami’nin 2008-11 yıllarında Kai Kai Kiki and Me; and Flower Smile isimli ofset litagrofi tekniği ile yaptığı baskı tasarımları 18
- Şekil 4.** Ekspresyonist sanatçı Edvard Munch’un 1893 yılında yapmış olduğu “The Scream/Çılgılık” isimli yağlıboya tablosu 20
- Şekil 5.** Meta nesnesi olarak üretilmiş bir sandalye ve sağında kitsch özelliği taşıyan özel tasarım bir sandalye 21
- Şekil 6.** Van Gogh’ un Ocak 1889’da yapmış olduğu “Sargılı Kulaklı” isimli şövaleli ve Japon baskılı otoportresi ve sağında Yasumasa Morimura’nın 1985 yılındaki “Portrait (Van Gogh)” isimli kitsch sanat çalışması örneği; renkli fotoğraf çalışması 23
- Şekil 7.** Hollandalı ressam Jan van Eyck’in 1433 yılına ait “Portrait of a Man in a Red Turban/Kırmızı Türbanlı Adam Portresi” isimli yağlıboya çalışması ve sağında Yasumasa Morimura’nın 2016-2018 yılındaki “Self-Portraits through Art History/Sanat Tarihindeki Otoportreler” isimli renkli fotoğraf çalışması
- Şekil 8.** Jeff Koons’un 1998 yılında yapmış olduğu “Michael Jackson and Bubbles” isimli porselenden üretilmiş heykeli (Bubbles Michael Jackson’ ın şempanze olan evcil hayvanının ismidir.) 24
- Şekil 9.** Jeff Koons’un açık arttırmada 58.4 milyon dolara satılan, 1993-2000 yılları arasında ürettiği “Celebration” isimli koleksiyonun bir parçası olan ve paslanmaz çelikten üretilmiş “Balloon Dog (orange)” isimli heykel çalışması ve altta Jeff Koons..... 25
- Şekil 10.** Jeff Koons tarafından tasarlanan Lady Gaga’nın “ARTPOP” isimli albümünün kapak resmi 26

Şekil 11. Çekimi ve tasarımı Koons’a ait olan Lady Gaga’nın “ARTPOP” albümü fotoğraf çekimlerinden bir kare ve Jeff Koons’un tasarladığı ve alçıdan ürettiği Lady Gaga heykeli	26
Şekil 12. Jeff Koons’un 2003 yılına ait “Elephant/Fil” isimli ve 1986 yılına ait “Rabbit” yani “Tavşan” isimli paslanmaz çelikten üretilmiş heykel çalışmaları.....	27
Şekil 13. Jeff Koons’un 2010-2014 yılları arasında ürettiği ve “Antiquity” serisine ait “Ballerinas” yani “Balerinler” isimli paslanmaz çelikten üretilmiş heykel çalışmaları	27
Şekil 14. Jeff Koons’un 2003 yılına ait “Popeye” isimli yağlıboya çalışması	28
Şekil 15. Bruno Amadio’nun 1950’de yaptığı “Ağlayan Çocuk” isimli yağlıboya tablosu ve sağında Avrupa Yakası isimli Türk televizyon dizisinden bir kare	29
Şekil 16. Bruno Amadio’nun “Crying Boy/Ağlayan Çocuk” serisinden yağlıboya eserler.....	29
Şekil 17. Thomas Kinkade’nin 2005 yılına ait “Christmas Evening /Noel Akşamı” isimli yağlıboya tablosu	30
Şekil 18. Thomas Kinkade’nin 2010 yılına ait “Holiday at Central Park/Central Park’ta Yeni yıl” isimli yağlıboya tablosu.....	31
Şekil 19. Kitsch kartpostal örnekleri	31
Şekil 20. Odd Nerdrum’un 1992 yılına ait “Sleeping Boy” yani “Uyuyan Çocuk” isimli yağlıboya tablosu	32
Şekil 21. Odd Nerdrum’un 1990 yılına ait “Dawn/Şafak” isimli yağlıboya tablosu	33
Şekil 22. Odd Nerdrum’un 1986 yılına ait “Return of the Sun/Güneşe Dönüş” ve sağında 1991 yılına ait “Self Portrait With Eyes Closed/Gözler Kapalı Bir Şekilde Özportre” isimli yağlıboya eserleri.....	34
Şekil 23. Keith Haring’in 1990 yılında oluşturduğu “The Radiant Baby/Işık Saçan Bebek” isimli serigrafi ikonu.....	34
Şekil 24. Keith Haring’in 1988 yılında tamamladığı, toplam 10 çalışmadan oluşan “Apocalypse /Kıyamet” isimli serisine ait serigrafi çalışmaları.....	35
Şekil 25. Keith Haring’in 1988 yılına ait “Untilted /Başlıksız” isimli serigrafi çalışması ve sağında 1988 yılına ait “Girl with Cigarette /Sigara İçen Kız” isimli tuval üzeri akrilik çalışması	36

Şekil 26. Maurizio Cattelan’ın 2019 yılına ait, Art Basel Miami’de “Comedian/ Komedyen” isimli duvara bantlanmış bir şekilde sergilediği muz	37
Şekil 27. Marcel Duchamp’ın 1917 yılında sergilediği ‘Fountain/Çeşme’ isimli seramik pisuvarı	38
Şekil 28. Maurizio Cattelan’ın 2016 yılında yapmış olduğu “America”18 ayar som altından üretilmiş olan tam işlevli klozeti	39
Şekil 29. Allee Willis’in kitsch müzesi evi	40
Şekil 30. Allee Willis ve kitsch tarzda dekore ettiği evi	40
Şekil 31. Amerikalı sanatçı Chris Antemann’ın 2014 yılına ait “Delicate Domain/Hassas Alan” isimli porselen çalışması	41
Şekil 32. Laura Wilensky’a ait “Well-dressed Cat Couple/Şık Giyimli Kedi Çifti” isimli porselenden üretilmiş kitsch tuzluk ve biberlik takımı	41
Şekil 33. Kitsch seramik ve porselen tasarım ve biblo örnekleri	42
Şekil 34. Soasig Chamaillard’ın 2010 yılına ait “My Little Mary” isimli alçı, reçine ve akrilik boyayla yapmış olduğu heykel çalışması	43
Şekil 35. Soasig Chamaillard’ın 2018 yılına ait “Maria Lisa” isimli alçı ve ahşap çerçeve içi kartpostaldan yapmış olduğu heykel çalışması	43
Şekil 36. Soasig Chamaillard’ın 2018 yılına ait “Jeans-Mary” isimli alçıdan yapmış olduğu heykel çalışması	44
Şekil 37. Soasig Chamaillard’ın 2021 yılına ait Sandro Botticelli’ nin “Birth of Venus/ Venüs’ün Doğuşu” tablosundan esinlenerek yaptığı “Venus- Mary” isimli alçı heykel çalışması	44
Şekil 38. Kitsch Porselen Biblo	44
Şekil 39. 23 Şubat- 8 Ağustos, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	45
Şekil 40. “Mabet/Shrine”, FAILE, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	46
Şekil 41. “Cezaevi İşİ Boncuklar” , Taylan Aygün Koleksiyonu, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	48
Şekil 42. “Sihirli Ayna/Magical Mirror”, 2015	49
Şekil 43. Çiçekler ve “Gözyaşları/Flowers and Tears” (Lolly Wish), 2016,	49
Şekil 44. “Sihirli Ayna/Magical Mirror”, 2015, Pierre et Gilles, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	49
Şekil 45. “Sarmal/Spiral”, 1981, plastik, kontrplak üzerine akrilik boya, kumaş, Jülide Aral Koleksiyonu	50

Şekil 46. “Kaplaniye/Tigerella”, 1983, kumaş kolajı, Tansa Mermerci Ekşioğlu Koleksiyonu / Tansa Mermerci Ekşioğlu,	50
Şekil 47. “Uçuş”, 1981, kontrplak, buluntu nesne, kumaş	50
Şekil 48. “Karpuz/Watermelon”, 1986, kumaş, buluntu nesne, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	50
Şekil 49. “Seni Gördüğüme Sevindim/Nice to See You”, Volkan Aslan, 2021, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	52
Şekil 50. “Cameron’un Dünyası/Cameron’s World”, Cameron Askin, 2009	53
Şekil 51. “Aradığın Ben Miyim?/Is It Me You’re Looking for?”, 2014, Miao Ying.....	54
Şekil 52. “Görölmek Kolay Değil 7/It’s not easy to be seen 7”, 2016	55
Şekil 53. “Dünya Batıyor/The World”	55
Şekil 54. Is Sinking”, 2014“Oturma Odası / Living Room Vape”,2016.....	55
Şekil 55. “Yansıma/As Reflection” , 2019	55
Şekil 56. “Dragon Mart Light Display”, 2019, Farah Al Qasimi, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	55
Şekil 57. “Doğusporları/Easternsports”, Alex Da Corte, 2014, Ses: Devonté Hynes, 4 kanallı video, 146', Pera Müzesi, 2021, İstanbul.....	56
Şekil 58. “*Define*/*Treasure Trove*”, 2017, Olia Lialina, Mike Tyka iş birliğiyle hazırlanmış GIF, Pera Müzesi, 2021, İstanbul.....	57
Şekil 59. “Turşu Suyu ve Ceza/Brine and Punishment”, 2019-2021, Turşu suyu, cam şişe, Slavs and Tatars	58
Şekil 60. “Dönmek/To Turn”, 2019, UV baskı, PVC, çelik, Pera Müzesi, 2021, İstanbul	58
Şekil 61. Bruno Miguel’in “Yemek Odasındaki Bu İnsanlar/These People in the Dining Room”, 2012-2014	59
Şekil 62. Fransız moda tasarımcısı Maison Margiela’nın “Spring 2017/İlkbahar 2017” (2017 SS Couture) moda koleksiyonundan giyilebilir sanat örnekleri.....	64
Şekil 63. Japon moda tasarımcısı Kansai Yamamoto’nun şarkıcı David Bowie için tasarladığı ‘giyilebilir sanat’ örneği tulum tasarımı ve (sağdaki): tasarım tulum ile Kansai Yamamoto	65
Şekil 64. İtalyan moda tasarımcısı Elsa Schiaparelli’nin 1937 yılında sürrealist ressam Salvador Dali’den ilham alarak tasarladığı “Lobster Dress/Istakoz Elbise” isimli elbise	66

Şekil 65. Piet Mondrian’ın 1930 yılına ait “Composition II in Red, Blue and Yellow/Kompozisyon II Kırmızı, Mavi ve Sarı” isimli çalışması, sağında 1921 yılına ait “Tableau/Tablo” isimli çalışması	67
Şekil 66. Yves Saint Lauren’in 1965 yılında Mondrian tasarımlarından esinlenerek tasarladığı elbiseler	68
Şekil 67. Alexander Mcqueen’in 2008 yılına ait “Butterfly Headdress of hand painting turkey feathers/Hindi tüylerinden oluşan el boyaması Kelebek Başlığı” ve sağında 2006 yılına ait “Tulle and lace dress with veil and antlers/Duvaklı ve boynuzlu tül ve dantel elbise” isimli tasarımları	69
Şekil 68. Alexander Mcqueen’in 2010 yılına ait “Duck Feather/Ördek Tüyü” isimli tasarımının başlık görüntüsü ve 1998 yılına ait baskılı ceket tasarımı	70
Şekil 69. Sanatçı Rebecca Horn’un 1991 yılına ait “High Noon/Öğle Vakti” isimli enstalasyonu ve sağında Alexander Mcqueen’in 1999 yılına ait defilesinin “No:13” isimli final şovu	70
Şekil 70. Tasarımcıları Viktor Horsting ve Rolf Snoeren tarafından kurulan Hollandalı bir avangard lüks moda markası Victor & Rolf’un Autumn/Winter 2015 giyilebilir sanat koleksiyonundan tasarım örnekleri	73
Şekil 71. Moschino Spring/Summer 2019 koleksiyonundan kitsch tasarım örnekleri	75
Şekil 72. İspanyol moda tasarımcısı Agatha Luiz de La Prada’nın Spring/Summer 2013 defilesinden kitsch tasarım örnekleri	75
Şekil 73. Amerikalı tasarımcı Betsey Johnson’ın “Pumpkin/Balkabağı” kitsch çanta tasarımı	76
Şekil 74. Kitsch bir look örneği	76
Şekil 75. “Balenciaga Resort 2018” koleksiyonu için tasarlanmış kitsch baskılı çanta ve hoodie	77
Şekil 76. “Balenciaga Resort 2018” koleksiyonundan kitsch örnekler	78
Şekil 77. KENZO, AW14 (Autumn/Winter 2014), Kenzo x Toilet Paper kitsch dergi çekimleri	78
Şekil 78. KENZO, AW14 (Autumn/Winter 2014), Kenzo x Toilet Paper kitsch dergi çekimleri	79
Şekil 79. KENZO SS18 (Spring/Summer 2018) “YO! MY SAINT” isimli koleksiyonunun kitsch esintili reklam çekimleri	79

Şekil 80. KENZO SS18 (Spring/Summer 2018) “YO! MY SAINT” isimli koleksiyonunun kitsch esintili reklam çekimleri	80
Şekil 81. Gucci SS19 defilesinden	81
Şekil 82. Gucci SS19 koleksiyonundan kitsch detaylar	81
Şekil 83. Gucci AW18 (Autumn/Winter 2018) koleksiyonundan kitsch örnekler.....	82
Şekil 84. Gucci AW18 (Autumn/Winter 2018) koleksiyonundan kitsch örnekler.....	82
Şekil 85. İtalyan moda markası Prada’ya bağlı olan Miu Miu markasının 2017 Resort koleksiyonundan kitsch esintileri taşıyan tasarım örnekleri	83
Şekil 86. Victor & Rolf’un Fall 2005 defilesinden kitsch örnekler.....	83



BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde, yapılan araştırmanın ve gerçekleştirilen uygulamanın problemi, amacı, önemi ve sınırlılıklarına yer verilmiş olup, araştırma konusu ile ilgili bazı terimlerin tanımlaması yapılmıştır.

Bu araştırma konusu olan sanat akımının çağdaş sanat kavramları arasında yer bulmaya çalışması ve çağdaş sanat akımlarından etkilenmesi nedeniyle, tarihsel süreçten bahsedilmelidir.

Dünya sanayisi, endüstrisi, ekonomisi, sanatı ve kültürü açısından dönüm noktası olan sanayi devrimi, 1750'li yıllarda İngiltere'de o dönemdeki mali ve ekonomik durumun parlaması nedeniyle ortaya çıkmıştır. İngiltere 18. yüzyılda Avrupa Devletleri arasında dönemin ekonomi merkezi olmuştur. Bankacılık ve borsa gibi sektörlerde gelişim sağlamış olan İngiltere, bünyesinde bulunan Menkul Kıymetler Borsası, aktif bir hisse satışına sahip olduğunu göstermektedir. Bu şekilde İngiltere'de sanayileşme sürecinin ilk adımları atılmış ve sanayi devrimi gerçekleşmiştir.

İngiltere'nin ada ülkesi olmasından ötürü mezhep savaşlarından, derebeylik mücadelelerinden coğrafi konumu sebebiyle uzak kalmıştır. Bu durumun sonucunda ise savunma masrafları ve savaş harcamaları diğer devletlere göre düşük olmuştur. İçerisinde bulunduğu dönemin en önemli sömürge devleti olan İngiltere, her yönüyle sanayileşmeye uygun bir konumda olmuştur.

Sanayi devriminin gerçekleşmesine sebep olan icatlar içerisinde en önemlisi 1763 yılında James Watt'ın bulduğu Buharlı Makine'dir. İskoç asıllı ve İngiltere'de yaşamını sürdüren James Watt'ın Buharlı Makine keşfi ile Sanayi Devrimi öncesinde de İngiltere'nin önemli bir sektörü olan tekstilde modern makinelerle üretime başlanmıştır. İngiltere'nin üretim hacmi %60 dolaylarında bir artış sergilemiştir (Arslan, 2017, s.5).

İngiltere'de ortaya çıkan Sanayi Devrimi, sonrasında bütün Avrupa'ya yayılarak toplumsal alanda birçok değişikliğe neden olmuştur. Avrupa'da 18. ve 19. yüzyıllardaki buhar gücüyle çalışan makinelerin üretimde kullanılması, Avrupa'daki sermaye birikimini arttırmıştır. Artan sermaye birikimi ile girişimcilik ve ticaretin gelişmesine

sebepe olmuştur ve bu gelişim sonucu bankacılık ve sigortacılığın gelişmesiyle çok ortaklı büyük şirketlerin sayısı artmıştır. Bütün bu gelişmeler kapitalist sistemin sürecini hızlandırmıştır.

Kapitalizm 11. ve 12. yüzyıllarda soyluların parayla işçi çalıştırmaları ve daha sonra 16. ve 17. yüzyıllarda zanaatkarların evlerinde, kapasitelerinden fazla sipariş alarak bunları dışarda işçilere yaptırıp kâr elde etmeleriyle başlamıştır. Kapitalizm; Karl Marx'a göre 16. yüzyılda ortaya çıkmıştır. Üretici olan patronların önemli kısmının sömürgelerden kazandıkları servetleriyle, öncelikle soylu kesimin, paraları ile; makineleşme çağı sayesinde satın aldıkları üretim araçlarıyla büyük arazileri ve fabrikalarında eleman olarak işçi kesimini çalıştırıp kâr amacı gütmeleri, böylece arz talep aktivitelerinin yaratılması kapitalizmin temel yaklaşımıdır. Patronların ürettikleri üretim fazlasını işçi, burjuva, zengin ve soylu kesime satarak kâr payı ile giderek zenginleşmeleriyle "kapitalist" tabaka oluşmuştur. Sanayi veya endüstri devrimi, kapitalizm sürecini hızlandırmıştır. Sanayi devrimiyle birlikte makineleşme, endüstrileşme, sanayileşme ve seri üretimin başlamasıyla ve varlıklı köylülerin şehirlere gelip ticaret yoluyla soylu sınıf dışında zengin sınıfı oluşturarak, burjuvazinin doğmasıyla başlamış ve böylece kapitalizm İngiltere'den bütün Avrupa'ya yayılmıştır.

Yaşanmış olan bu kabuk yenileme dönemleri sanat, kültür, toplum yapısı ve ekonomiyi de geliştirmiştir. Yukarıda bahsedilen tarihlerden yüzyıllar sonra ismi konulan popüler kültür, kapitalist ekonomik düzenin ve dolayısı ile kültür endüstrisinin oluşturduğu hayat tarzı ya da bu hayat tarzına egemen olan ve onu biçimlendiren; biçimlendirdiği ölçüde de son şeklini alan kültür olarak tarif edilmiştir.

1763 yılında James Watt tarafından bulunan Buharlı Makine ile başlayan sanayi devriminden sonra 1870'li yıllarda boyut kazanmış olan modernite kavramı, düşünsel olarak Aydınlanma Çağı, politik olarak Fransız Devrimi ve ekonomik olarak da sanayi devrimi etkileşimleriyle doğmuştur. Modernite toplumsal hayatı ve bireysel hayatı değiştirmiştir. Modernite insan ve akıl odaklıdır ve laikliği savunur. Modernizm ve modern kavramının üzerinde ve farklıdır ancak ilişkilidir. Modernizm 19. yüzyılda moderniteye göre daha geç dönemde geleneksel hayatın getirilerinin, sosyalleşmenin, gündelik hayatın geçersizleşmesi ile başlayan sanatsal ve kültürel akıma verilen bir addır. Modernite ise dünya görüşüyle ilgili benimsenen yaklaşımdır.

Modernleşme de bir ideoloji olarak tanımlanabilmektedir. Modernleşme süreci aslında modernite kavramının gerçeklik biçiminde bilincimize yerleştirilmesi ile ilgili olarak bulunan girişimleri işaret etmektedir. Modernizm ise diğer sanat akımları veya

kültürel akımlar gibi kültürel ve sanatsal bir akım olarak ifade edilmektedir ve 20. yüzyılın başları klasik modernizm olarak tanımlanmaktadır. 19. yüzyılın sonlarında sanat tarihi açısından ele alınan modernist hareket olarak adlandırılan Fransa’da ortaya çıkan akım da modernizmin ilkelerinden etkilenmiştir. Çünkü Modernizm 20. yüzyılın yenileşmelerinin, değişikliklerinin, iyileştirmelerinin topluma dünya görüşü olarak benimsetilmesi prensibine dayanmıştır.

En geniş anlamıyla Modernizm, modern çağın karakteridir. Edebi eleştiri, felsefe, sosyoloji, dilbilim, mimarlık, müzik ve görsel sanatlar dahil olmak üzere bir dizi kültür alanı ve akademik disiplin tarafından üstlenildi ve her disiplin Modernizm’i farklı tanımlayıp, farklı tarihlendirdi. Modernizmin görsel sanatlarda temel özelliği gelenekle bağı koparmak ve yeni sanatsal mecralarda ilerleme kaydetmektir. Bu da 19. yüzyılın sonlarında, akademilerden bağımsız sergi açan izlenimciler ve Sezessioncular gibi kurum karşıtı sanatçıların cesareti ile başladı (Phillips, 2016, s. 28).

Sam Phillips modernizme yönelik; “Modernizm çok geniş kapsamlı bir terim, modern çağda toplum, kültür ve düşünceyi aynı anda ifade ediyordu. Sanatta Rönesans’tan itibaren öğretilen klasik gelenekten kopuş anlamındaydı. Ancak Phillips (2016) “Modernizm tam olarak nedir, ne zaman başlamıştır ve sona ermiş midir soruları hala tartışmaya açıktır” (s. 28) ifadesini kullanırken, Erol (1999) sanat tarihi bölümü doktora tezinde; “Modernizm, kentsel-endüstri içerikli olma yönüyle geleneğin parçalanışını ifade ederken, aynı zamanda esas olarak kır kökenli ve yeni oluşmakta olan (yeni) kent insanların estetik değerlerini taşıyan halka ait sanat ile büyük ölçüde kentin yerleşik kültürü içinde üretilip tüketilen yüksek sanatı buluşturmuş ve popüler kültürle ilişki içindeki sanata dönüştürmüştür” (s. 2) ifadesiyle geleneksel ve burjuva yaşam biçimi arasındaki ilişkinin yansıması üzerinden Sam Philips’in ifadelerini detaylandırmaktadır.

Modern sanatın hedefi ve boyutlanmasına yönelik Demir (2009) ‘Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine’ adlı kitabında şu şekilde açıklamıştır; “Modernizm, 1880’lerde başlayan ve 20. yüzyıl ortalarına kadar süren, geleneksel Avrupa kültüründen bir dizi kopuşu içeren empresyonizm, expresyonizm, fütürizm, kübizm, sürrealizm, konstrüktivizm vb. çeşitli sanatsal etkilerde ortaya çıkmış öncü sanat akımlarıdır. Modernizmle birlikte düşünce sistemine ilişkin farklılaşmalar ortaya çıkmıştır. Sanatçılar geleneksel sanat anlayışını yıkıp, ortaya Avangard ruhunu taşıyan, yenilikçi bir sanat anlayışı koymuşlardır. Bu sanatta nesneye bakış açısı ve sanat eserinde uygulanması yönünden önemli bir gelişmedir” (s. 22).

1.1.Problem

Sanatın kanonik ve katılık içerisindeki tutumu, modern sanat anlayışları çerçevesinde daha esnek ve daha özgün bir hal almıştır. Bu bağlamda sanatçının daha özgür olduğu ve bireyselliğini öne çıkarabileceği ‘yeni’ yapıtlar ortaya konmuştur. Modernizmin elitist tarzı veya özgünlük arayışları onun yüksek kültür sanat özellikleri içerisinde kimi çelişkiler taşımasına yol açmıştır. Daha önce hiçbir nesneye öykünmemiş veya özgünlük saplantısı altındaki tutucu görüşler, modern sanat ile popüler kültür arasında çelişkilere sebep olmuştur. Böyle bir ortamda kitsch ürünlerin ortaya çıkması, sınıflar arasındaki ayrımın ortadan kaldırılması, bir bakıma kitsch ve ürünlerini meşru bir alana getirmektedir (Demir, 2009, s. 48).

Yani bu tanımdan da anladığımız üzere, kendisini kitsch sanatçı olarak tanıtan Odd Nerdrum dahi kitschin bir sanat olmadığını söylemiştir. Kitsch olgusu bir sorun mu yoksa bir gereklilik mi tartışması sürmeye devam etmektedir. Sanatın tüketilmesi adına önem arz eden kitsch olgusu, modernite çağının önemli ve tartışılmaya devam eden olgularından biridir. Yüksek sanat ile düşük sanat arasında kalmış kitsch olgusunun, mimari, dekorasyon, plastik ve görsel sanatlar gibi çeşitli alanlarda etkileri görüldüğü kadar, bu etkiler modada da gözlenmektedir. Ayrıca günümüzde mevcut toplumsal kitle, seri üretim ve tüketim, yaratılmış popüler kitle kültürü arasında kendine yer bulan kitsch ürünler, kültür düzeyi, estetik ve beğeni anlayışlarındaki farklılıklar bağlamında önemli göstergeler taşıyabilmektedir.

Modernizm ve postmodernizm ile birlikte gelişip değişen olaylardan bağımsız bir şekilde ele alınamayacak olan kitschin etimolojisi, tanımları ve varsayımları öncelikli olarak incelenmelidir. Araştırmanın problemi olan “Kitsch”in, elde edilen bilgiler sonucunda, öncelikle sanattaki ve daha sonra modadaki yerine dikkat çekmek hedeflenmiştir. Tasarımcıların algı düzeylerini ne yönde ve ne denli etkilediğini anlamak, kitschin sanattaki yerini ortaya koymaktadır. Tasarımların multi-disipliner yaklaşımla üretildikleri takdirde başarılı oldukları bir gerçek iken, kitsch olgusu bu disiplinde nerede sorusu üzerinde durulması gerektiği düşünülmüştür.

Bu araştırmanın gerekçesi; dünya çapında 1850’li yıllardan sonra başlayıp, özellikle ülkemizde 1980’lerden sonra yaygınlaşan popüler kültür ve onunla kendini yaratan kitsch olgusunun sanat ve moda tasarımı üzerindeki etkileriyle birlikte, bu etkilerin tekstil ve moda tasarımı lisans eğitimi alan öğrencilerin genel beğeni, fikir ve tasarım estetiği anlayışlarına yansımaları olarak belirlenmiştir. Türkiye genelinde

belirlenen Güzel Sanatlar Fakültelerinde Tekstil ve Moda Tasarımı lisans eğitimi alan öğrencilere uygulanan anket çalışması ile tasarımda neyin Kitsch tasarım özelliklerine sahip olduğu nesnel olarak tespit edilmiştir. Bu tespit araştırmanın temel problemidir.

Problem Cümlesi: 19. yüzyılda popüler kültür olgusu kitschin sanat ve moda tasarımı üzerindeki etkileri nedir ve bu etkilerin tekstil ve moda tasarımı eğitimi alan öğrencilerin genel beğeni, fikir ve tasarım estetiği anlayışlarına nasıl yansımaktadır?

Alt problem 1. : Sosyal ve ekonomik değişimlerin ışığında gelişen popüler sanata, kitsch olgusunun etkisi nasıl olmuştur?

Alt problem 2. : Kitsch sanatçıları kimlerdir? Kitschi tanımlayan özellikler nelerdir?

Alt problem 3. : Kitsch, günümüzde genel olarak eleştiri toplasa da, ilerleyen zamanın sanat ve moda anlayışı doğrultusunda kötü tanınan kimliğinden sıyrılıp, olumlu olarak da nitelendirilebilir mi?

Alt problem 4. : Kitsch olgusunun moda tasarımı üzerine etkileri nelerdir?

Alt problem 5. : Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı lisans öğrencilerinin estetik beğeni ve tercihleri üzerindeki kitsch olgusunun etkileri ve öğrencilerin bu olgu hakkındaki farkındalıkları ne düzeydedir?

1.2. Araştırmanın Amacı

Modern kültüre özgü olan kitsch basit ve avam olarak tabir edilen ve genellikle düşük bir estetizme hizmet ettiği düşünülen bir olgudur. Kitsch çoğu sanat eleştirmeni ve sanatçı tarafından, ‘sanat karşıtı’ bir olgu olarak tanımlanırken, duygusal bir gerçekçilik ile kendisini ifade ettiği de düşünülmektedir. Bu araştırmanın amacı, sanat ve tasarım camiasının genelinde reddedilmesi ve eleştirilmesine rağmen, günümüz modern kültür olgusu olan kitschin, sanatın başlıca dalları da olmak üzere, moda tasarımı alanındaki kaçınılmaz etkisi, ortaya çıkış tarihinden günümüze değin genel özelliklerinin ve başlıca örneklerinin ele alınmasıdır. Tarihsel süreci, sanattaki yeri, bu konuda fikir beyanında bulunmuş sanatçı ve eleştirmenlerin görüşleri ışığında, kitsch olgusu tanımlanmaya çalışılacak, moda tasarımı alanındaki etkileri üzerinde durulacaktır.

Elde edilen veriler ışığında, kitsch özellikleri taşıyan eserler ve moda tasarımı alanında üretilmiş kitsch özellikleri taşıyan giysi tasarımları irdelenecektir. Çalışmanın bir sonraki sürecinde, Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı

öğrencilerinin kitsch olgusuna bakış açılarının değerlendirilmesi amacıyla anket uygulaması yapılacaktır. Anket sonucu elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirilerek yorumlanacaktır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Kitsch, popüler veya kültürel simgeleri kullanan, kitlesel üretilen sanat veya tasarımın alçakgönüllü bir stili olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, çoğu insan tarafından çirkin, tarzdan yoksun veya yanlış olarak kabul edilen ancak diğer insanlar tarafından genellikle komik ve esprili oldukları için zevk alınan sanat, dekoratif nesneler veya tasarım olarak da tanımlanmaktadır.

Sanatın tüketilmesi adına önem arz eden kitsch olgusu, modernite çağının en önemli ve tartışılmaya devam eden olgularından biridir. Yüksek sanat ile düşük sanat arasında kalmış kitsch olgusunun, mimari, dekorasyon, plastik sanatlar ve görsel sanatlar gibi çeşitli alanlarda etkileri görüldüğü kadar modada da görülmektedir. Ayrıca günümüzde var olan kitlenin, seri üretim ve tüketimin, kitle kültürünün ve popüler kültürün tercihleri temel alınarak üretilen kitsch ürünleri tercih eden toplumların kültür düzeyi, estetik ve beğeni anlayışlarındaki değişimi incelemek açısından önem teşkil etmektedir.

Kitsch olgusunu görmezden gelen ve tamamen sanat karşıtı olduğunu savunan görüşlerin yanında, bu olgunun varlığının kesin olduğu, moda ve tasarım camiasını etkilediği gerçeği bu araştırmanın temelini oluşturmaktadır. Bunun yanında, araştırmada kitsch olgusuna örnek teşkil eden sanat eserlerine ve sergi örneklerine de değinilmiştir.

Günümüzde kitleye ve popüler kültüre yönelik üretilen kitsch ürünlerin sanat, sanat eseri ve modaya etkisini incelemek adına önemlidir. Bunun yanı sıra kitsch olgusunun; sanattaki yerini incelemenin ardından, moda tasarımı üzerinde yarattığı etkiler adına da önemlidir. Araştırma sonunda elde edilen bilgiler ışığında, moda tasarımının üzerinde kaçınılmaz etkilerinin görüldüğü kitsch olgusunun, ankete tabii tutulacak öğrencilerin beğeni, fikir ve tasarım estetiği anlayışlarında genel bir istatistik çıkartabilmek amaçlanmıştır. Bu anket çalışması ile elde edilecek sonuçlar, Türkiye genelinde belirlenen pilot okullardaki, geleceğin tasarımcı adayları olan Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı eğitimi alan lisans öğrencilerinin kitsch olgusu

hakkındaki farkındalığının, kitsch tasarım ve kitsch moda eğilimleri ile ilgili bakış açılarının saptanabilmesi açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

1.4. Sınırlılıklar

Araştırmanın sınırlılıkları aşağıda sıra ile belirlenmiştir.

1. Araştırma, mevcut yazılı ve görsel kaynaklarla sınırlandırılmıştır.
2. Sanat ve estetik kavramlarının geniş yelpazesinde, konuya yönelik temel ve ön bilgiler özet niteliğindedir.
3. Araştırma sonucunda hazırlanacak olan anket sorularının yöneltileceği öğrenci kitlesi, belirlenen Güzel Sanatlar Fakültelerindeki, Tekstil ve Moda Tasarımı lisans öğrencileri olarak sınırlandırılmıştır.
4. ‘Google Online Document Editor’ üzerinden online olarak hazırlanan anket, toplam 60 sorudan oluşmaktadır. Katılımcıların telefon, tablet veya bilgisayarlarına online link aracılığı ile ulaştırılan anket aracılığıyla farklı okullardan toplam 302 katılımcıya ulaşılmıştır.

1.5. Tanımlar

Avam: Alt tabaka, havas anlamında kullanılarak halkın alt tabakasını ve cahil kesimini belirtmek için kullanılır. Ayrıca eski ve modası geçmiş anlamında da kullanılmaktadır.

Dekorasyon: Dekor yapma işi ve bir yeri süsleme olarak tanımlanır. Genelde iç mekanların süslemesi ve dekore edilmesi demektir.

Estetik: İsim olarak anlamı; sanatsal yaratının genel yasalarıyla sanatta ve hayatta güzelliğin kuramsal bilimi, güzel duyu şeklinde tarif edilmektedir. Sıfat olarak ise; güzellik duygusuna uygun olan demektir.

Görsel sanatlar: TDK güncel sözlükte; ressamlık, oymacılık, heykelticilik, mimarlık vb. sanatlar, plastik sanatlar şeklinde tanımlanmaktadır.

Hiciv: Kelime anlamı yergi demektir. Sanatta tasarımın dilinin iğneleyici bir şekilde ya da alaylı bir biçimde kullanılması o sanat eserinin hicivli bir anlatıma sahip olduğu anlamına gelmektedir.

Kanonik: Genel olarak kabul edilen, otoritelerce doğrulanmış, kural, kanun demektir.

BÖLÜM II

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1.Popüler Kültür, Popüler Kültürü Oluşturan Etmenler ve Popüler Sanat

Kültür sözcüğü, TDK Türkçe Sözlük'te, aşağıdaki gibi açıklanmaktadır:

- a)- Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü.
- b)- Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü.
- c)- Muhakeme, zevk ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirilmiş olan düşünce biçimi.

Popüler Kültür ise TDK Türkçe Sözlük'te “belli bir dönem için geçerli olan, hızlı üretilen ve hızlı tüketilen kültürel öğelerin bütünü” olarak açıklanmaktadır.

Popüler kültürün özellikleri şu şekilde özetlenebilir:

1. Biçim olarak orta karmaşıklıktadır.
2. Aktarımı ya da iletimi, ortam ve teknoloji olarak dolaylıdır.
3. Bilinen bir kaynağı ya da üretim süreci vardır.
4. Kültürel değerleri ve gelenekleri, başka bir forma dönüştürerek yansıtır.
5. Ürün tüketiciye dönüktür.
6. Oldukça ucuza, fakat parayla elde edilir (Oktay, 2003, s. 16).

Popüler kültür kavramının hayatın içinde yer almasının, çeşitlenmesinin ve gelişmesinin temel nedenleri arasında başta sanayi devrimi olmak üzere kentleşme, bilimsel ve teknolojik gelişmeler yer almıştır. Her ne kadar popüler kültürle diğer kültürlerin ayrımı sanayileşme sonrasında belirginleşmiş olsa da popüler kültürün de bir tarihi söz konusudur. Latince *popūlaris*'ten türeyen ve daha çok halkla ilgili olan popüler kültürün ortaya çıkmasında yerleşik yaşama geçilmesi önemli bir rol oynamaktadır.

Popüler kültür; kapitalizmle birlikte değişen toplumsal, politik, ekonomik yapı, üst kültür, alt kültür, milli kültür, gayri milli kültür, yerel-evrensel kültür gibi ayrımların literatürde iyice belirginleşmesi, uzlaşmaz görünen yapılar gibi algılansa dahi, kültürel yapılar kendilerine yakın buldukları sanatsal alanlar oluşturmuşlardır. Bazen farklı kültür yapıları birbirleriyle yan yana veya karşı

karşıya da gelmektedirler. Söz gelimi üst kültür, var olan, sadece kendine ait bulduğu kültürünü şiddetle koruma çabası içindeyken, kültürel bir ikilem yaşayan ya da diğer bir deyişle var olan kültüre erişemeyen, var olan kültürle uzlaşma yolu bulamayan kesim, kendine ait yeni bir kültürel oluşum yaratma gereğini ortaya koyar. Popüler kültür, bir anlamda, ‘popüler olmayan’, diğer bir deyişle ‘çoğunluğa/halka’ ulaşamamış kültürel hâkimiyete tepkidir, başkaldırıdır (Demir, 2009, s. 42).

Popüler kültürün tarihi; Mısır’ın, Sümer’in, Asur’un ve Roma’nın geniş siyasi dünyalarının düzenlediği toplumsal hayata kadar uzanmaktadır. Bu uygarlıklarda ortaya çıkan kentler, yeni bir yaşam şekli de yaratmıştır. Buralarda yaşayan insanların ticaret yapmaları, halk arasında çıkan sorunlar nedeniyle hukuk sistemleri geliştirmeleri, sanatla uğraşmaları, askerlik yapmaları ve farklı mesleklerin oluşması gibi toplumsal hiyerarşiyi meydana getiren unsurlar popüler kültürün çekirdeklerini oluşturmuştur. Zamanla da popüler kültür somut hâle gelmiştir.

Yirminci yüzyıl, tüketim arzusunun bir kültür biçimi olarak kendine yer ettiği, belki de popüler kültürü tanımlayan tek unsur olarak belirlendiği bir çağ; kültür göstergelerinin tüketimle birlikte çoğaltıldığı, kültürün gündelik yaşamda dolaşımda olan her şeyin görüntüsüyle kendini gösterdiği bir dönem olarak tamamlanmıştır. Bu tamamlanan çağın, özellikle, ikinci yarısında başlayan, şimdilerde başlamış olduğu yerlerden uzaklara doğru yayılan popüler kültüre ait tüketim isteği, var olan kavramların anlamlarını değişime uğratmış, yeni tecimsel kültürel değerler yaratmıştır. Tüketiciliğin yarattığı değerler kitle kültürü ya da bir tür popüler kültür olarak adlandırılmakta; kültürün endüstriyel bir üretim sürecinde üretildiği, üretilen nesnelerin -resim, müzik, sinema filmi- kitlelerin tüketim zincirinde dolaşımının gerçekleştiği, iyi olanın, güzel olanın, moda olanın ya da ünlü olanın sürekli yer değiştirdiği bir kültür tasarımı olarak her yerde kendini inşa etmektedir (Cengiz, 2010, s. 7).

20. yüzyıl kültür göstergelerinin tüketim ile birlikte çoğaltıldığı, kültürün gündelik yaşamla her şeyin görüntüsü ile beslenerek kendini ortaya koyduğu bir dönem olarak tanımlanmaktadır. Tüketiciliğin yarattığı kültürel değerler kitle kültürü olarak adlandırılmakta veya popüler kültür olarak tanımlanmaktadır. Sanat, popüler kültürle bağdaştırılabilir hale gelmiştir.

Popüler kavramının içinde barındırdığı temel anlamlardan bir tanesi de gündelik yaşamın içinde olan, halkı ilgilendiren ve halk arasında varlığını sürdürenden beslenen kültür demektir. Bu tanıma örnek olarak sanat akımlarından ‘Pop Art’ gösterilmektedir. Pop Art sanat akımı kitsche temel teşkil etmektedir.

‘Pop’ sözcüğü, sanat etkinliklerinde geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu sayısız etkinliklerin paylaştığı ortak yön kitle iletişim imgelerine dayanmaları ve bazen de aynı yaratma sürecinden geçmeleridir. Bu yeni akım için başka pek çok isim önerilmiştir. Bunlardan ‘New Vulgarianism’ (Yeni Bayağılık, Adilik), eleştirmenlerin duyduğu tiksintiyi ifade ederken, ‘Yeni Gerçekçilik’ ve ‘Yeni Dadacılık’ gibi isimlerse bu akımların sanat tarihiyle olan bağlarını vurgular. ‘Pop’ isminin tutulmasının nedeni, televizyon, radyo, gazete gibi kitle iletişim araçlarına ilgiyi çekmesidir. Kitle iletişim araçları (televizyon, radyo, gazete, dergiler vb.) başka hiçbir sanat akımında görülmemiş bir katılımla, Pop Art adlı bu hareketin gelişmesine destek olmuştur (Norbert, 2004, s. 289).

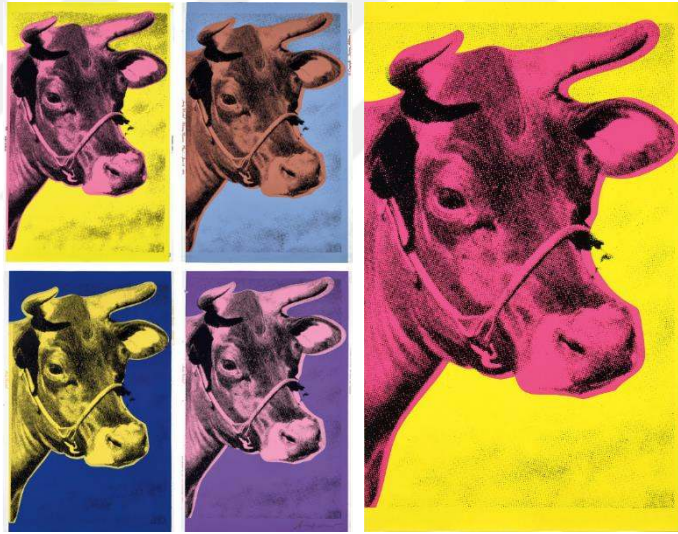
Pop Art sanat akımı, 1950’li yılların sonlarına doğru New York’ta ortaya çıkmış ve 1960’ların başlarında popüler hale gelmiştir. Bu akımın baş temsilcileri; Amerikalı ressam Andy Warhol, Richard Hamilton, Eduardo Paolozzi, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg ve Jasper Johns’tur.

Postmodern zamanlarda, sanatın özgünlük ilkesinin terk edilmesiyle birlikte, ‘sanatın mekanik röprodüksiyonu’ yaygınlaşmıştır. Sonuçta sanat, yer yer, birçok sanat emekçisinin çalıştığı bir imalat halini almıştır. Bu dönüşümü en iyi ifade eden, Andy Warhol’un atölyesine ‘Fabrika’ adını vermesidir. Warhol; sanatın aslında girişimcilik, bir para kazanma becerisi olduğunu açık açık savunan ilk sanatçıdır. Damien Hirst ‘işe parayı sokanın Warhol olduğunu’ söylemiştir (Artun, 1982, s. 19).

1960’lı yıllarda, tüketim toplumunun bakış açısı, teknolojik gelişmelerin büyük bir bölümü Pop Art’ın temaları olarak karşımıza çıkmaktadır. Pop Art bir anlamı tanımlamaktan ve anlam arayışından daha çok, göze aşına, gündelik nesneler ve bilinen unsurların kişisel bir bakış açısıyla sunulması, bu akımın tarzıdır. Pop Art terimi, modern olan, sanayiye ve toplum bilimine ilişkin özellikler gösteren ve kentsel nitelikler taşıyan doğaya özgü yeni bir anlamın keşfiyle ortaya çıkmış çağdaş gerçekçilik alanının tümünü kucaklamaktadır (Batur, 2003, s. 347). Sanatın güttüğü

estetik kaygıdan sıyrılıp, gündelik olanla ve gündelik olanın öne çıkarılmasıyla ilgilenmiş, anlık alınan haz Pop Art'ta ön planda tutulmuştur.

Pop Art sanat akımında göze aşına simgelere ve nesnelere sanatın ana malzemesi olarak bakılmıştır. Her an sanatla karşı karşıya kalılabileceğini savunan bu olgunun ilgilendiği somut dünya ve soyut dünya harmanlanmış, eserlerde somut ve soyut anlayışın hangisinin ağır bastığı tartışma konusu olmuştur. Yorumlama ve ifadelerden daha çok görünenin ön planda tutulduğu Pop Art akımının sanatçılarından Andy Warhol; “Sanat hakkında hiçbir şey bilmeyen insanlar, Pop Art ürünlerinden daha çok hoşlanmakta. Çünkü Pop Art zaten bildikleri şeyin kendisi. Sergide gördükleri şey üzerine düşünmeleri gerekmiyor. Her gün gördükleri ve bildikleri şeyler zaten gördükleri” şeklinde ifade etmiştir (Bencley, 1997, s. 312).



Şekil 1. Pop Art akımı sanatçısı Andy Warhol 1966-1989 yıllarına ait “Cow/İnek” serisi, serigrafi baskılı duvar kağıdı çalışmaları

Kaynakça: <https://www.artsy.net/artwork/andy-warhol-cow-the-complete-series-f-11a-12-and-12a> Erişim Tarihi: Eylül, 2021

Hayatın içerisinde tanındık ve bilindik figürleri seçen Pop Art akımının bir özelliğidir. Çabuk tüketilen bir sanat dalıdır.

Pop Art akımı toplumda paylaştırılmış rollere uygun olarak dağıtılan tüketim nesnelerinin arasında sıradan bir tüketim nesnesidir. Artık sanat ne soyut ne de gerçekçi sanattır; sanat göstergeler ve gösterge dizgeleri üzerinedir. Birer

gösterge olarak hali hazırda olan gündelik yaşamın tüketim nesneleri üzerinedir: konserve kutularının dizilişi, çizgi film kahramanlarının kanvas üzerine yağlıboya tablolarıyla sunumu, sadece film olsun diye çekilen filmler, çoğaltılan fotoğraflar artık sanatın kendisidir. Pop Art'ta sanattan bahsedersek popüler kültürün her nesnesini kendisine konu edinmiştir. Önceden sunulanan yeniden sunumu yoluyla, tüketilirken duyumsanan bir gerçeklik anlayışıyla, sanat, göstergeler ve gösterge dizgelerinin parçalarını sanatçının kendi tarzıyla yeniden üretmesidir. Sanat bir anlatı olmaktan öte hem bir birleştirme, bir araya getirme hem de bir yer değiştirme, yerinden koparma çabasıdır (Cengiz, 2010, s.10).



Şekil 2. Andy Warhol'un 1962 yılına ait "Campbell's Soup Cans/Campbell'in Çorba Konserveleri" isimli eseri, toplam 32 tuval üzeri sentetik polimer, her tuval 50,8x40,6 cm

Kaynakça: <https://www.moma.org/collection/works/79809> Erişim Tarihi: Eylül, 2021

Eleştirmenlerin Pop Art akımına öncü olarak katkı sağlayan Warhol'un eserlerine getirdiği yorumlamayı dikkate aldığımızda; Pop Art'ın, sanatın görsel zenginliği ve tinsel doygunluğundan çok nesnelerin ne şekilde resmedilerek izleyiciye sunulduğuyla ilgilendiği düşünülebilir. Bu yaklaşımın tamamen nesneye odaklanan ve çoğaltılabilir eserler üretmeyi sanatçıya ulaşılabilir bir kolaylık olarak sunan metalaşma sürecinin başlangıcı olduğunu söyleyebiliriz. Amerika'da Pop Art, figüratif yönü kadar sıradan konular ve objeler kullanmasıyla da Soyut Dışavurumculuğa karşı bir eğilim olarak algılanmıştır. Andy Warhol'un yapıtları bize Walter Benjamin'in mekanikleşen yeni üretim çağında sanat eserlerinin aurasını kaybettiği ile ilgili düşüncelerini tekrar örneklemektedir. Warhol zaten bir imge olanı yeniden üretme üzerine odaklanırken, yapıtlar mekanikleşmiş bir yeniden üretim sürecinin anlatımına

dönüşmektedir. İpek baskılarında orijinali olmaksızın kopyaları kullanmasıyla bir anlamda sanat eserinin orijinalliği düşüncesi tersine çevrilmiştir. Warhol'un çalışmalarında orijinalin yerini gazetelerden kesilen fotoğraflar almış, her şey gerçek objeden uzaklaşmıştır (Türkmenoğlu, 2007/2, s. 98).

Pop Art'la birlikte kitsch ürünlerin sanat alanında kullanımlarının ilk örnekleri başlamıştır. Pop Art sanat örneklerinde, geçmişe ait eserler yeniden üretilerek ve popüler kültür ile birlikte harmanlanarak sunulmaktadır. Pop Art eserler, daha sonraları ortaya çıkan kitsch akımının eserleri ile benzer etkiyi yaratmışlardır. Sanat eleştirmeni Clement Greenberg tüm popüler kültür ürünlerini ve figüratif eğilimleri kitsch olarak kabul etmiştir (Greenberg, 1939).

2.2.Kitsch' in Tanımı, Sözlük Anlamları ve Genel Özellikleri

Kitsch nedir?

Almanca'dan gelen '*kitsch*' kelimesi, 19. yüzyılın bir icadıdır. İlk olarak 1870'li yıllarda Münih'teki ressamların ve sanat tacirlerinin siparişlerini tanımlamak için kullanılmaya başlanmıştır.

Kitsch İngilizce '*sketch*' (taslak) sözcüğünün bozulmuşudur. Münih'te İngiliz ve Amerikalı alıcılar için piyasaya sürülen ucuz resimleri tanımlamak için kullanılmıştır. Genel olarak sanatsal değeri olmayan, ucuza satın alınabilen, genel beğeni düzeyine uydurulmuş nesneleri dile getirmektedir (Lukacs, 1988, s. 204).

Oxford sözlüğüne göre kitsch; popüler olan, ancak gerçek bir sanatsal değeri olmayan, duygusal oldukları için zevkli olmadığı kabul edilen sanat veya nesneler olarak tanımlanmaktadır.

Kitsch sanat akımının tam olarak anlaşılabilmesi için konunun kökeninde yatan sebeplere bakmak gerekmektedir. Sanayi devrimi dünya sanatıyla ilgili olarak yeni bir dönem başlatmıştır, bu nedenle kitschin temellerini atmasında önem teşkil etmektedir.

Aksoy (2017); "Sanayi devrimi ilk olarak 18. yüzyılda İngiltere'de ortaya çıkmıştır" şeklinde belirtmiştir (s.36). 1760-1840 tarihleri arasında İngiltere'de başlayan sanayi devrimi; tarihte bir kırılma noktası olmuştur. İnsan ve hayvan gücüne dayalı üretim tarzından, makine gücünün dayalı olduğu üretim tarzına geçiş olarak tanımlanmış olup, dünyadaki en önemli olaylardan biri olarak tarihe geçmiştir (Jensen

1993, De Vries 1994, Ashton 1997). İngiltere’de cereyan eden sanayi devrimi sonrasında bütün Avrupa’ya yayılarak toplumsal alanda birçok değişikliğe neden olmuştur. Avrupa’da 18. ve 19. yüzyıllardaki buhar gücüyle çalışan makinelerin üretimde kullanılması, Avrupa’daki sermaye birikimini arttırmıştır. Artan sermaye birikimi ile girişimcilik ve ticaretin gelişmesine sebep olmuştur.

Sanayi devrimi dediğimiz şey, bilimsel buluşlara dayalı teknik ilerlemelerin olanaklarıyla sağlamış olan makineleşme düzeneğinin geniş çaplı birikimlerinin de desteğiyle büyük bir üretim mekanizması durumuna geçmesiyle belirginleşmiştir. Bu dönüşüm üretimi artırırken tarihi akışı hızlandırmış, yaşam biçimlerini değiştirmiş, yeni düşünceler, yeni duyuş ve sezış biçimleri buna bağlı olarak yeni sanat anlayışları getirmiştir. Sanayi devriminin kökeninde ortaçağın sonunu getiren iktisadi ve toplumsal oluşumlar, yani feodal düzenin yavaş yavaş tarih sahnesinden çekilmesi ile ve yerine sermayeciliğin koşullandığı etkin bir üretim ve ticaret düzeninin almasıyla belirgin değişimler vardır (Afşar, 1992, s. 381-382).

Sanayi devriminin yarattığı kalabalık, hızlı ve değişken yaşam şekline uygun olarak sade, işlevsel ve ucuz olana ilgi artmıştır ve teknolojinin de etkisiyle zamanla hızlı üretim ve tüketim anlayışı ortaya çıkmıştır. Bu anlayışın doğurduğu sonuçlardan birisi olan kapitalizm; 16. yüzyılda ortaya çıkmış ve günümüze değin etkisini sürdürmüştür. Kâr sağlama amacını temelde tutularak arz ve talep dengesinin toplumun yararına olacak şekilde serbestçe belirlendiği bir ekonomi sistemidir. Kapitalist sistemde kazanılmış her türlü ilişki ve davranış henüz daha kalıplaşmadan eskimektedir ve yeniye ihtiyaç duymaktadır. Bu kapitalist kültürün vazgeçilmez bir özelliğidir.

Tüketim çılgınlığı, tüketilenin eskimesi, eskiyenin yerine hemen yeninin konması ve yeninin arzu edilmesi kapitalist sistemin temel fiillerini oluşturur. Hızlı sanayileşme ise daha zengin ve tüketimden beslenen bir kitle ortaya çıkarmıştır. Her alanı kaplamak üzere özellikle de sanat piyasasında geniş bir pazarın doğmasına sebebiyet vermiştir. Daha eski zamanlarda, sayıları ve isimleri belirli olan ve toplumun ileri gelen zanaatkarlarının sadece asiller ve soylular için ürettikleri resimden dekorasyona kadar pek çok sanat eseri, daha sonraları sanayileşen ve tüketimin teşvikini sağlayan toplumun arz ve talepleri doğrultusunda hızlı ve çok üretilerek metalaştırılmış ve herkesin ulaşabileceği düzeyde bir pazar satışına tabii tutulmuştur. Sanayileşme bu alanda bir dönemin açılmasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Sanayi Devrimi, diğer adıyla endüstri devrimi, kapitalizmin sürecini hızlandırmıştır. Endüstri devrimi, gelişen

endüstrinin meydana getirdiği bir hayat tarzının kültürü veya böyle bir hayat tarzına egemen ve onu biçimleyen; biçimlediği ölçüde de biçimlenen kültür şeklinde tarif edilmektedir.

19. Yüzyılın sonunda kitschi belirginleştiren gelişmeler söz konusu tarihin başlarında yapılmış ve giderek (19. yüzyılın sonlarına doğru) kültürel gelişmelere daha çok yansımıştır. Örneğin sanatsal ürünlerdeki pazar nesnesi haline dönüşüm 19. yüzyılın sonunda artık belirgin hale gelmiş, kitschin belirginleşmesi bu koşullar içinde gerçekleşmiştir (Chambers, 1986, s. 107).

Bu süreçte sanayi devriminin getirdiği olumsuz etkilere tepki olarak şekillenmeye başlayan ve estetik açıdan da klasik üsluplara karşı çıkan sanatsal bir akım olan Romantizm akımı doğmuştur. Romantizm, 18. yüzyılın ortasında Batı’da sanayi devriminin yol açtığı toplumsal sorunlara tepki olarak doğan bir sanat akımıdır. Kitsch ise artık günümüzde estetik bir kategori olarak kabul edilse bile, literatürde Sanayi Devrimi’nin getirdiği teknik olanaklarla çoğaltılabilir yapay/sahte/kopya sanat olarak tezahür etmiş olan sosyolojik bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kitsch’in ve Romantizm’in Batı’da farklı biçimlerde ortaya çıkmasında bazı biçimsel ortak noktalar ve bazı zıtlıklar bulunmaktadır. Kitsch Romantizm’in aksine sanayileşen şehirlerde hızla yayılan, giderek daha fazla tüketilen bir olgu haline gelmektedir. Batı’da 18. yüzyılın sonundan itibaren felsefe, sanat, edebiyat, mimari ve müzik gibi birçok kategoride kendini hissettiren Romantizm, duygulara hitap eden doğası ve anlaşılabilir üslubuyla tarihsel olarak kendisinden sonra ortaya çıkmış olan Kitsch kavramının temel özellikleriyle birebir benzerlik göstermektedir. Bu benzerlikler Kitsch’in tarihsel olarak Romantizm’in bir sonucu olarak yorumlanmasına sebep olmuştur (Berk, 2018, s. 349). Ayrıca endüstriyel kültürün getirdiği “herkes için sanat” anlayışı, beraberinde “kitsch” denilen olguyu da doğurmuştur.

19. yüzyılda ortaya çıkmaya başlayan modernizm ve sanatı ticari bir meta kültürüne dönüştürme çabaları, kapitalist kültürün bir sonucu olarak, popüler kültürü ortaya çıkarmıştır. Böylelikle halkın genelinin beğeni düzeyi, sanat eserlerinin üretilmesi veya ortaya sanat özelliği taşımayan nesnelerin çıkmasına sebep olmuştur. Bu da, sanat ve estetik değerlerinin erozyonuna yol açmış, sanatın değer kaybetmesine neden olmuştur.

Sanatın metalaşması 19. yüzyılın sonlarında popüler kültürle birlikte ve endüstriyel yaşamla doğru orantılı olarak artış göstermiş, sanat ürünü geçmişe oranla

daha çok bir anlatım nesnesi haline gelmiş ve sanat pazarlarda yerini belirginleştirmeye başlamıştır.

Sanayi devriminden sonra boyut kazanmış olan modernite kavramı, geleneksel olandan uzaklaşan bir görüş olarak tanımlanmaktadır.

Moderninden türetilen modernite terimi, Avrupa’da (özellikle Batı Avrupa’da) 17. yüzyıldan itibaren meydana gelen ekonomik, toplumsal, kültürel ve siyasal değişiklikler neticesinde yaşanan büyük ve köklü değişimleri anlatmak için kullanılır. Dolayısıyla modernite, geleneksel olanla karşıtlık içerisinde olan, bireysel, toplumsal ve politik yaşamdaki dönüşümü ve değişimi ifade etmektedir. Diğer bir deyişle modernitede, modern kelimesinin anlamına uygun olarak, eskiye karşı çıkış ve ondan kopma, yeni ilişkiler ağı oluşturma söz konusudur (Türköne, 2006, s. 484).

Modernizmin temelleri ise 17. ve 18. yüzyıllarda atılmıştır. Kumar’a (1999) göre; “20. yüzyılın ortalarına kadar hayatın her alanında kullanılan modernizm kavramı, Latince kökenli modo’dan türeme modernus kelimesinden gelmektedir” (s. 88). Habermas (1994) “Modern kavramını; 5. yüzyıldan bu yana sürekli olarak eskiden yeniye geçişi ifade etmek için kullanılmıştır” (s. 31-32) şeklinde tanımlamıştır. Anderson (2002); “Modern kavramı, İngilizce’de 20. yüzyılın ortalarında genel kullanıma dâhil olmuş, çağdaşlaşma anlamında kullanılarak gündelik dilin bir parçası haline gelmiştir” (s. 9). Modernizm kavramını çağdaşlaşma anlamıyla ilişkilendirerek, akla hep yeni olanı ve eskiden uzaklaşmış olan anlamına geldiğini söylemek mümkündür. Ayrıca modernizm kavramı ‘yakın zaman’ın eş anlamlısı olarak kullanılmaktadır.

Modernlik, herhangi nesne, görüş ve olayların niteliği şeklinde ifade edilebilir. Modernizm ise bir çağı oluşturan bütünlüktür. Bugün olanın yarın eskimiş olduğu, sürekli değişim halinde bir yeniliğin öne sürüldüğü modernizm, geçmiş olandan ayrılmaktadır.

En geniş anlamıyla modernizm, modern çağın karakteridir. Edebiyat, felsefe, sosyoloji, dilbilim, mimarlık, müzik ve görsel sanatlar dahil olmak üzere bir dizi kültür alanı ve akademik disiplin tarafından üstlenilmiştir. Modernizmin görsel sanatlardaki temel özelliği gelenekle bağı koparmak ve yeni sanatsal mecralarda ilerleme kaydetmektir (Phillips, 2016, s. 28).

Modern zamanlar ile birlikte köylü halkın kentlere göçü, orta sınıfın ortaya çıkışı, kentleşme, kitlesel üretim, kültürel yozlaşma, savaşların sonucunda toplumların

ekonomik olarak sarsılması ve zorunlu göçler, farklı kültürlerin karşı karşıya kalması, ucuz üretime dayalı ekonomi; kitsch olgusunun nesnel zeminini oluşturan unsurların bazıları olarak sayılmaktadır. Kitschin tam tanımının bu kadar karmaşık olmasının birkaç nedeni vardır: Birincisi; kitsch kelimesinin net bir tanımı yoktur. Fakat sözcük anlamına, sanatsal değeri olmayan, rüküş, bayağı, estetik değeri pek bulunmayan gibi anlamlar yüklenirken, bazı görüşlerde ‘sanat’ olarak anlamlandırılmaktadır. İkincisi; sanatsal üretimleri bir kitsch sanatı olarak tanımlamak bazı sanatçı ve sanat eleştirmenleri tarafından yanlış bir bakış açısı olarak görülmektedir ve bu kitschin aslında “kötü ve çirkin” bir sanat olduğunu düşündürmektedir. Ancak kitsch ne kötü ne de bayağı olmak zorunda değildir. Üçüncü olarak; kitsch oldukça belirsiz bir şekilde anlaşılmaktadır. Plastik sanatlar başta olmak üzere, resim, heykel, moda, film ve müzik gibi pek çok farklı alana atıfta bulunmaktadır. Yelpazesi oldukça geniş olan bir olgu olan kitschin tanımlamalarını, farklı sanatçı, yazar ve eleştirmenlerin tanımlarını karşılaştırarak anlamaya çalışmakta fayda vardır. Pek çok sanat eleştirmeni, kitsch sanatının abartılı duygusallık ve melodramla karakterize edildiğini savunmaktadır. Ancak, tüm bu tanımların ortak yanı, görsel sanatı kitsch olarak adlandırmanın genellikle aşağılayıcı olmasıdır.

Kitsch, has kültürün bayağılaştırılmış ve akademikleştirilmiş taklidini ham madde şeklinde alarak, bir duyarsızlık geliştirir ve bunu işler. Kârının en büyük kaynağı budur (Greenberg, 1939).

Kendisini kitsch ressamı olarak tanıtan Odd Nerdrum (2010), kitsch ve sanatı felsefi bir yaklaşımla karşılaştırmıştır; “En üst düzeyinde kitschin görevi yaşamda gülmeyi durduracak kadar yüce bir ciddiyet yaratmaktır. Sanatın ironisi ve tutkusuzluğunun tersine, kitsch yaşama hizmet eder ve bu yüzden bireyi arar. Sanatın yeni için can atmasının tersine, kitsch tarihe aşına biçimler arar.. Kitsch; geçmiş kültürlerde yaratılan şeyin en iyisini çalar..” (s. 12-27). Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere kitsch kitlenin zevkine hitap etmektedir.

Kitsch olgusunun sanattan bağımsız gibi düşünülmesi gerçekten zor gibi görünmektedir. Örneğin günümüz sanatçıların kitsch estetiğini benimseyerek eserler verdiği görülmektedir. Jeff Koons, Takashi Murakami gibi isimlerin ‘bilinçli’ olarak kitsch eserler verdiği iddia bile edilebilir. Ancak bu ve benzeri sanatçıların ‘bilinçli’ kitsch eserler yaptığı düşüncesine başka bir yorum olarak nitelendirilebilir. Bu gibi sanatçılar eserlerini, yarattıkları sanat anlayışlarını, kitschten veya sanattan ayrı şekilde yüceltmezler, kitschi sanatın dilinin içine

alırlar. Belki de varolan sanatsal dil zaten çoktan Kitschin içinde olduğu için onu sanata da dahil ederler. Koons ve Murakami işlerini Warhol'un popüler kültür sembollerini kullanma tarzını izleyen sanatçılardandır. Bu gibi sanatçılar kitsch ile sanatın arasında sınır olmayacağını, günümüz yüksek ve alçak kültür ve beğeni gibi hiyerarşilerin çoktan geçerli norm olmaktan çıktığını örneklemeleriyle ilgiye değerdir (Ümer, 2015, s. 400).



Şekil 3. Sanatçı Takashi Murakami'nin 2008-2011 yıllarında Kai Kai Kiki and Me; and Flower Smile isimli ofset litagrofi tekniği ile yaptığı baskı tasarımları

Kaynakça: <https://www.sothebys.com/en/buy/auction/2020/from-japan-with-love/takashi-murakami-kaikai-kiki-and-me-and-flower> Erişim Tarihi: Mart, 2022

Kitsch sanatın her dalını kapsayabilir ve ilgilendirebilir. Kitsch estetik düzeyi düşük sanat yapıtı anlamında değildir ve sanatın yozlaşması da değildir. Kitsch başka bir kategoridir. Çevremizde ve hayatımızın içerisinde fazlasıyla aşına olduğumuz objeler, görüntüler ve mekanlar kitsch özelliği taşımaktadır. Anlamlarından soyutlanmış simgelerden oluşan karışım (hibrid) tasarımlara kitsch denmektedir. Farklı kültürlerin bileşenleri gelişigüzel biçimde yeni bir bütün oluşturduğunda kitsch özelliği taşıyor anlamına gelmektedir. Kitsch, ayrıca, entelektüel ve yeni olmayan, aşırı duygusal ve acıklı olan her şey için kullanılan bir kavramdır. Kitsch, tarihte aşına biçimler aramakta ve bu biçimleri ifade ederken abartılı bir yol seçmektedir.

Günümüz toplumunun sanatsal kültür ve sanata bakış açılarıyla ilgili geldiği noktayı şu paragrafla açıklayabiliriz:

Toplumlarda geleneğin sürdürülmesi yaşamın sürekliliği için bir zorunluluktur. Gelenek toplumun kolektif yapısının bir özelliğidir. Küreselleşme sonucunda yalnızca kamusal kurumlar değil, gündelik yaşam da geleneğin kısılcısından

kurtulmalıdır. Küresel kozmopolit toplum, geleneğin bitişinden sonra yaşamını sürdüren toplumdur. İçeriği boşaltılmış ve ticarileştirilmiş gelenek, ya bir miras ya da bir *kitsch* haline gelmektedir (Giddens, 2000, s. 46-48).

Kitsch, toplumların gereksinimlerine, ekonomik ve sosyal yapıya, kültürel eğilimlere ve tarihsel birikime göre değiştiğinden, ürünleri de her toplumda farklılaşmaktadır. Hayatın pek çok alanına dair olan ve hayatın içerisinde fazlasıyla kendine yer edinmiş olan kitsch, modernizmle birlikte gelişmiş, kapitalist kültürün sonucunda ise önemli bir konum edinmiştir. Seri ve ucuz üretim tekniklerinin gelişmesi ile çeşitliliği ve sayısı artmış, bu gibi gelişmelerin sonucunda kitschi her yerde görebilmeyi mümkün kılmıştır. Herhangi bir tanıdığımızın evinin salonunda, reklam panolarında, yolda, sokakta, mimaride, televizyon ve radyoda, gazete ve dergilerde, modada, seramikte ve bu örneklerle çok daha fazlasını ekleyebileceğimiz pek çok yerde kitsch ile karşılaşmak mümkündür.

2.3.Sanat ve Kitsch Bağlamında Meta

Bu başlık adı altında, metaya ve sanata değinmeden önce, anlamlarının ne olduğunu bilmemiz gerekmektedir. Bu sebeple aşağıda sanatın ve metanın tanımları, farklı sözlüklerdeki anlamlarına yer verilecektir:

TDK güncel Türkçe sözlükte meta; mal, ticaret malı olarak tanımlanmaktadır.

Oxford sözlüğüne göre sanat; özellikle resim, çizim veya heykelde fikir veya duyguları ifade etmek için hayal gücünün kullanımı olarak tanımlanmaktadır.

TDK güncel Türkçe sözlükte sanatın ikinci anlamı; bir duygu, tasarı, güzellik vb.nin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılık olarak tanımlanmaktadır.

Sanatın birbirinden pek çok farklı nitelikleri, her bir sanatın kendine has tasarım süreci ve disiplini bulunmakta olduğundan, sanat tek bir forma sahip bir bütün olamaz ve tek bir yöntem ile üretilmesi mümkün değildir. Ayrıca sanat eseri insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak adına kaygı gütmeyiz. Maddi ihtiyaçlarını karşılamış insanların manevi ihtiyaçlarını hedef almaktadır.

Marx (2011) meta hakkında; “Meta ise insan ihtiyaçlarını gideren ve her biri hizmet ettiği ve karşıladığı ihtiyaca karşı farklılık gösteren niteliklere sahip, bizim dışımızda nesneler bütünüdürün genel adıdır” (s. 47). Metanın kullanım değeri yararlılık seviyesine göre değişkenlik göstermektedir. Meta ya da maddenin değeri tüketime bağlı

olarak, insanlar açısından tercih edilme seviyelerine göre de ölçülebilmektedir. Ayrıca meta üretilirken harcanan emek gücü, onun değerini de belirleyebilecek bir unsurdur. Emek gücünün değerini belirleyen unsur ise zamandır. Bir metanın üretiminde ne kadar zaman harcanmış ise, bu metanın üretim süresine kıyasla daha az zaman harcanarak üretilen bir metanın, daha az değerli olduğu kanaatinde olmamız için yeterlidir. Buna ‘emek-zaman’ ölçütü denmekte ve bu ölçüt hafta, gün, saat olarak ifade edilmektedir (Marx, 2011, s. 51).

Aynı zamanda Marksist anlayışa göre metalar el değiştirmesi şartı ile meta özelliği taşımaktadırlar. Üretilmelerindeki amaç doğrudan değişim amacıyla olmalıdır. Bu noktada sanat nesnesi ile metanın arasındaki farkı vurgulamak mümkündür. Sanat nesnesinin amacının el değiştirmek olmadığını ve diğer nesnelerden ayrılması gerektiğini bilmemiz önemli bir konudur. Çünkü sanatçılar seri üretim için eser yaratmaz. Ayrıca bu konu başlığının altında daha önce de değindiğimiz üzere sanatçı eserini insanlığın temel ihtiyaçlarını gidermeye dayalı üretmemektedir. Bu bağlamda sanat eseri ve meta keskin bir çizgi ile birbirlerinden ayrılmaktadır.



Şekil 4. Ekspresyonist sanatçı Edvard Munch’un 1893 yılında yapmış olduğu “The Scream/Çığlık” isimli yağlıboya tablosu

Kaynakça:

https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87%C4%B1%C4%9F%C4%B1k_%28tablo%29, Erişim Tarihi: Nisan, 2022

Sanat eseri biricik ve eşsizdir. Bu durumda istisna teşkil eden örnekler de bulunmaktadır. Örneğin ekspresyonist sanatçı Edvard Munch’ un “Scream/Çığlık” isimli tablosundan dört adet bulunmaktadır (Şekil 4). Fakat dört eserde de spesifik

farklılıklar görülmemektedir. Bu örneğe rağmen, eser biricikliğini korumaktadır. Meta olarak değerlendirilemez.

Meta ile sanat arasındaki ilişkiye değindikten sonra şimdi ise değinmemiz gereken nokta, kitsch eserler ve meta olgusudur. Kitschin üretilme sebepleri arasında, meta ile kıyaslayacak olursak, insanlığın faydasına ya da kullanım ihtiyacına göre bir ortak nokta elde edilememektedir. Kitsch ne sanat kadar biriciktir ne de meta gibi yarar kaygısı gütmektedir. Fakat sanattan haz alanlar kadar, kitsch alıcıları da kitsch eserlerden haz almaktadır. Bu noktada kitschin estetik bağlamda çöp olduğunu söylememiz mümkün değildir. Belirli bir kitleye hitap eden kitsch olgusu, arz talep doğrultusunda üretilmiştir ve günümüzde de üretilmeye devam etmektedir. Kitsch ve sanat arasında nasıl ki ince bir çizgi var ise, kitschi metadan ayıran çizgi de bi o kadar ince denilebilir. Estetik bağlamda insanların tercih ettiği bir olgu olmaya devam ettiği müddetçe, hitap ettiği kitlenin manevi hazlarını ve beğenilerini belirli bir noktada karşıladığı müddetçe kitschin meta olarak sınıflandırılması mümkün değildir. Fakat meta ile kitschin bazı benzer noktalarını tespit etmek mümkün olabilmektedir. Bunlardan birisi; kitsch sanat kadar zor erişebilir bir nesne değildir. Ancak meta gibi seri üretime dayalı olmakla birlikte, kolay erişilebilmekte ve satın alınabilmektedir. Ayrıca kitsch bir sanat eseri gibi zor el değiştiren bir ürün olmamakla birlikte, meta kadar kolay ve sık el değiştirebilen bir nesnedir. Meta ile kitschin ortak noktalarının tespit edilmesi, kitschin meta olarak nitelendirileceği anlamına gelmemektedir. Kitsch kitsch'tir.



Şekil 5. Meta nesnesi olarak üretilmiş bir sandalye ve sağında kitsch özelliği taşıyan özel tasarım bir sandalye

Dışardan bakıldığında kitsch alıcısının, ciddi sanattan haz alanlar kadar çok keyif aldığını görürüz. Eğer durum böyleyse kitsche estetik bağlamda nasıl çöp diyebiliriz? Güzelliğin şeylerde yapısal olarak bulunmadığı, onun sadece bakanın zihninde olan bir anlayış olduğunu biliriz. Zevkler ve renklerin

tartışılmadığı bir dünyada yaşayan kişiler olarak bizler nasıl olur da iyi, güzel, kötü ya da çirkin yakıştırmalarımızı evrenselleştirebiliriz? (Kulka, 2014, s. 34).

2.4.Farklı Sanat Disiplinlerinde Kitsch Örnekleri

Postmodern sanatçı, her malzeme ve nesneyi sanat yapıtı olarak ele alabilmektedir. Sanatçı atölyeden dışarı çıkmıştır.

Sokak, gündelik yaşamın: kitsch, kaotik, sıradan ve yüzeysel mekanı olarak sanatın da temsil mekanına dönüşmüştür. Sadece mekanına değil aynı zamanda gündelik yaşamın sıradan konuları da temsile girmiştir. Böylece gündelik yaşam estetikleşir. Ancak gündelik yaşamın her türlü malzeme ve teknik ile estetik bir imaja dönüşmesi, yani her türlü imaj ve nesnenin estetikleşmesi ile sunulan temsil, bir bakıma sanatın ve estetiğin de sonunu getirmiştir (Koçak, 2012, s. 111).

Modern dönemde sanat eseri üreten sanatçının en çok dikkate aldığı hususların başında özgünlük ve farklılık gelmektedir. Fakat Pop Art sanat akımına ve postmodernist sanat anlayışına göre, sanat eseri üretiminde özgün bir anlam ifade etmemektedir. Çünkü Pop Art sanat akımının iddiasına ve akımın kendi içerisindeki anlayışa göre, sanatın varmış olduğu nokta, varabileceği en üst seviye olduğundan, Pop Art sanatçılarına göre 1960’larda yeni ve farklı bir tasarım üretme çabasına girmek anlamsızdır. Pop Art’a göre yeni bir akım arayışı, üretim sırasında sanatta avangard bir tasarım anlayışı geliştirmek gereksizleşmiştir. Durum bu şekilde olduğu için geriye sadece daha önce üretilmiş olan bir sanatın taklidini gerçekleştirmekten başka bir seçenek kalmamaktadır. Bu üretimin sonucu olarak ortaya çıkan ürünler kitsch kavramını doğurmuştur.

Kitlelerin zaten önceden bildiği biçimlerin ve nesnelerin taklidi olarak kitsch, kuşkusuz özgünlüğe, yeniliğe ve farklılığa önem veren modern sanat anlayışı tarafından aşağılanan, değersiz bir şeydir. Ancak postmodernistler bu görüşe kesinlikle katılmazlar ve taklidi, sanat açısından estetik bir yaratıcılık olarak görürler. Yine postmodern sanat anlayışı, estetik ölçüt olarak, kitlelerin beğenisini ön plana alır, ortalama insanın beğendiği şey sanat açısından estetikdir. Kuşkusuz bu anlayış, sanatın metalaşmış yönüyle örtüşür, çünkü kitlelere ne kadar çok sanat satılırsa, ticari getiri de o oranda artar. Bu nedenle postmodern sanatın bu anlayışı, açıkça popülisttir ve bu popülizm,

dönüştürülmüş popüler kültürün egemen anlamıyla ve popülist yanıyla büyük bir uyum içindedir (Şahin, 2016, s.15).



Şekil 6. Van Gogh'un Ocak 1889'da yapmış olduğu "Sargılı Kulaklı" isimli şövaleli ve Japon baskılı otoportresi ve sağında Yasumasa Morimura'nın 1985 yılındaki "Portrait (Van Gogh)" isimli kitsch sanat çalışması örneği; renkli fotoğraf çalışması.

Kaynakça: <https://www.luhringaugustine.com/artists/yasumasa-morimura#tab:thumbnails;slide:23> Erişim Tarihi: Mayıs, 2022



Şekil 7. Hollandalı ressam Jan van Eyck'in 1433 yılına ait "Portrait of a Man in a Red Turban /Kırmızı Türbanlı Adam Portresi" isimli yağlıboya çalışması ve sağında Yasumasa Morimura'nın 2016-2018 yılındaki "Self-Portraits through Art History/Sanat Tarihindeki Otoportreler" isimli renkli fotoğraf çalışması

Kaynakça: <https://www.luhringaugustine.com/artists/yasumasa-morimura#tab:slideshow;slide:1;enlarge:true> Erişim Tarihi: Mayıs, 2022

Postmodern zamanda sanat eseri, topluma ve toplumun değerlerine yön veren bir unsur olmaktan çıkarak, toplumun talebine göre ve anlık ihtiyaçları doğrultusunda; çabuk, seri ve yüzeysel bir şekilde üretilen bir nesne haline gelmiştir.

Kitschin geçmişte ve günümüzde; plastik sanatlar ve tasarım branşlarında; resim, grafik tasarımı, heykel, mimari, fotoğraf, moda tasarımı, seramik vb. disiplinlerde pek çok örneği bulunmaktadır. Kitsch de, popüler kültüre paralel olarak, toplumun ilgi, yönelim ve tercihleri doğrultusunda, pek çok farklı disiplinin çatısı altında üretim gerçekleştirmektedir. Hızlı ve ucuz üretimin yegane temsilcisi olan kitsch, estetikten yoksun olmakla birlikte; tercih edilebilirliği yüksek, sıradışı, monotonluktan uzak, abartılı, süslü, rüküş; ‘bozulmuş sanat’ diye nitelendirebileceğimiz kendisine has olan çizgisini korumaktadır.



Şekil 8. Jeff Koons’un 1998 yılında yapmış olduğu “Michael Jackson and Bubbles” isimli porselenden üretilmiş heykeli (Bubbles Michael Jackson’ın şempanze olan evcil hayvanının ismidir)

Kaynakça:<https://www.billboard.com/music/music-news/jeff-koons-controversial-michael-jackson-sculpture-the-story-behind-it-6150392/> Erişim Tarihi: Mayıs, 2022

‘Kitsch’in kralı’ olarak tanımlanan, günümüz popüler kültür sanatçılarından Jeff Koons, 1955 doğumlu Amerikalı bir plastik, heykel ve resim sanatçısıdır. Eserlerinin çoğu, sıradan figürlerden oluşmuştur. Koons, figürlerini yorumlarken Pop Art akımını kendine çıkış noktası olarak belirlemiş olsa da, tasarımın ürüne dönüşmüş hali popüler kültür olgularının kitschleştirilmesi olarak nitelendirilebilir. Koons, 2013 yılında New York’ ta *Christie’s* müzayede evinde düzenlenen *Savaş Sonrası Modern Dönem Müzayedesi*’nde, eserinin 58.4 milyona satılması üzerine, yaşarken eseri en yüksek meblağa satılan sanatçı olmuştur.



Şekil 9. Jeff Koons'un açık arttırmada 58.4 milyon dolara satılan, 1993-2000 yılları arasında ürettiği “Celebration” isimli koleksiyonun bir parçası olan ve paslanmaz çelikten üretilmiş “Balloon Dog (orange)” isimli heykel çalışması ve altta Jeff Koons

Kaynakça: <http://www.jeffkoons.com/artwork/celebration/balloon-dog-0> Erişim Tarihi: Haziran, 2022

Jeff Koons'un heykel çalışmalarının yanısıra, fotoğraf, kolaj, yağlıboya resim çalışmaları da bulunmaktadır. Koons, 2013 yılının kasım ayında, Amerikalı şarkıcı, şarkı yazarı ve oyuncu Lady Gaga'nın “Artpop” isimli stüdyo albümünün kapak çalışmasını tasarlamıştır. Albüm kapağı, iç kapak tasarımları ve fotoğraf çekimleri Koons'a aittir. Jeff Koons albüm kapağını tasarlarken, Rönesans dönemi ressamı Sandro Botticelli'nin “The Birth of Venus” yani “Venüs'ün Doğuşu” isimli tablosundan esinlenmiştir.



Şekil 10. Jeff Koons tarafından tasarlanan Lady Gaga'nın "ARTPOP" isimli albümünün kapak resmi

Kaynakça: <https://www.udiscovermusic.com/stories/artpop-lady-gaga-third-album/> Erişim Tarihi: Haziran, 2022

Koons'un Lady Gaga ARTPOP albüm kapağı tasarımının arka planında, Sandro Botticelli'nin Venüs'ün Doğuşu tablosundan bazı parçaları kolaj tekniği ile yerleştirdiği görülmektedir. Pop Art akımının esintilerini taşıyan albüm kapağı, Koons'un kendine has tasarım anlayışı ile kitschleştirilmiştir.



Şekil 11. Çekimi ve tasarımı Koons'a ait olan Lady Gaga'nın "ARTPOP" albümü fotoğraf çekimlerinden bir kare ve Jeff Koons'un tasarladığı ve alçıdan ürettiği Lady Gaga heykeli

Kaynakça: <https://www.mtv.com/news/wktct5/lady-gaga-artpop-album-art-jeff-koons> Erişim Tarihi: Haziran, 2022

Jeff Koons sanatçılığa adım atmaya karar vermeden önce borsa simsarlığı yapmıştır. Koons popüler kültüre ve tüketim piyasasına uygun olan ve piyasada talep edilebilecek, avam ve sıradan olarak nitelendirilen figürleri seçerek tasarıma

dönüştürmekte, pornografik görüntü ve billboardları da sanat eseri adı altında sunmaktadır. Koons eserlerinde popüler kültüre karşı eleştirel bir tavır içerisinde değildir. Bunun aksine Koons, kitschi eserlerinde kullanmakta ve yüceltmektedir. Çoğu sanat eleştirmeni ya da simsarına göre, Koons’un başarılı bir sanatçı olarak anılmasının sebeplerinin başında, piyasayla ve pazarlama ile olan güzel ve başarılı ilişkisi gelmektedir.



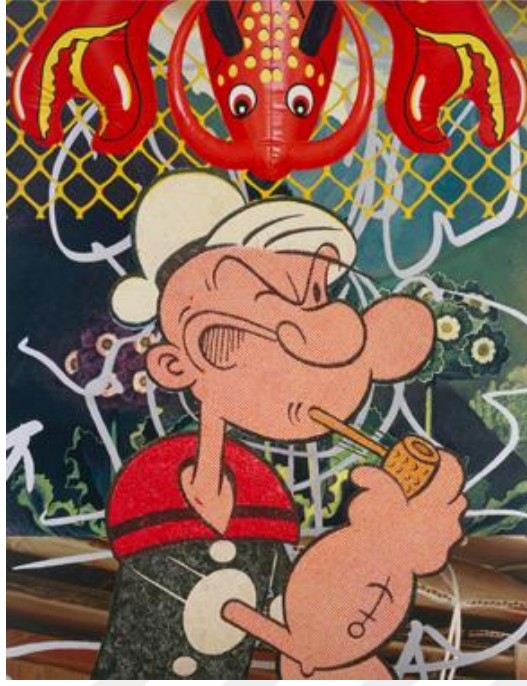
Şekil 12. Jeff Koons’un 2003 yılına ait “Elephant/Fil” isimli ve 1986 yılına ait “Rabbit” yani “Tavşan” isimli paslanmaz çelikten üretilmiş heykel çalışmaları

Kaynakça: <http://www.jeffkoons.com/artwork/elephant> Erişim Tarihi: Haziran, 2022



Şekil 13. Jeff Koons’un 2010-2014 yılları arasında ürettiği ve “Antiquity” serisine ait “Ballerinas/Balerinler” isimli paslanmaz çelikten üretilmiş heykel çalışmaları

Kaynakça: <http://www.jeffkoons.com/artwork/antiquity/ballerinas> Erişim Tarihi: Haziran, 2022



Şekil 14. Jeff Koons'un 2003 yılına ait "Popeye" isimli yağlıboya çalışması

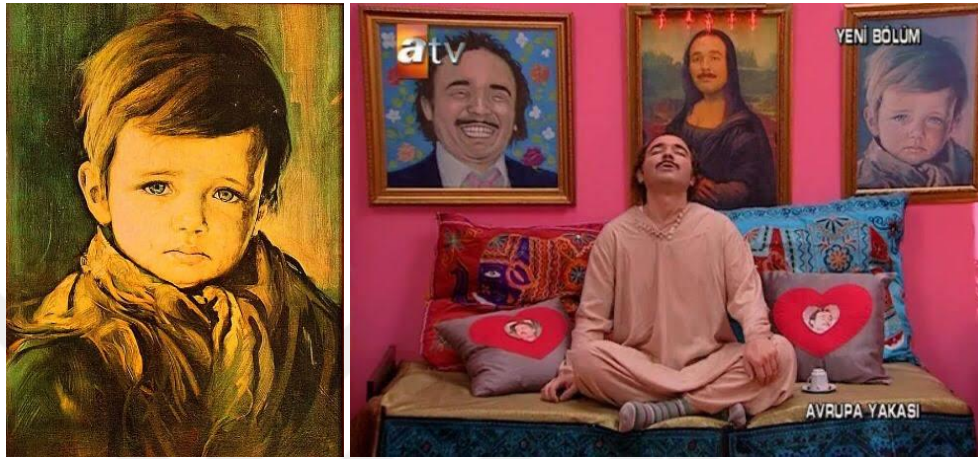
Kaynakça: <http://www.jeffkoons.com/artwork/popeye/popeye> Erişim Tarihi: Haziran, 2022

Günümüz popüler sanatına hizmet eden bir sanatçının başarılı olması, eserinin sanatsal açıdan Amerika ve Avrupa'da modern sanatla ilgilenen camia tarafından beklenen anlamda değerli olduğu anlamına gelmemektedir. Popüler sanatın ya da diğer bir deyiş ile pop sanatının günümüze evrilmiş olan hali, hızlı üretilen ve çabuk tüketilen bir sanat anlayışına dönüşmüştür. Sanatçının kendini pazarlama becerisi ve eserleri ile sanat camiasında, medyada; özellikle de sosyal medyada, yankı uyandırabilme yeteneği, sanatçıyı başarılı kılan unsurlara dönüşmüştür. Bu noktada kitsch çok faydalı bir konumdadır.

Kuşkusuz sanat piyasasında yer alan her sanatçı kitsch ürünler üretmemektedir; sorun sanat piyasasının varlığı ya da sanat sermaye ilişkisi değil, sermayenin sanata müdahale edip yön vermesidir. Zaten sanat dünyası markalaştırılan bu sanatçılardan ibaret değildir ve isimlerini duyuramasalar da birçok sanatçı kendi köşesinde sanat yapmayı sürdürmektedir. İnsanın trajedisi sürdüğü sürece derinliksiz, bayağı kitsch ürünlerle gerçek sanat yapıtları arasındaki mücadele de devam edecektir (İlkyaz, 2015, s. 9).

Resim sanatında ise kitsch denildiği zaman ilk akla gelen eserlerden bir tanesi de kuşkusuz 'Ağlayan Çocuk' isimli yağlıboya tablosudur. İtalyan ressam Bruno Amadio 1980'lerde İngiltere'nin popüler ressamlarından biri konumundadır. 'Ağlayan Çocuk'

yağlıboya tablolar serisinin sahibi olan sanatçı, yaptığı kitsch tablolar ile şehir efsanelerine konu olmuştur. 1980 ve 90’ların Türkiye’sinde şehrin içinde tanık olabileceğimiz mekanların duvarlarından (lokanta, dükkan, iş yerleri vb.), bazı toplu taşıma araçlarının camlarından, dergilerin kapaklarından, hatta televizyon dizilerinden tanık olduğumuz ‘Ağlayan Çocuk’ tam anlamıyla bir kitsch resim örneğidir.



Şekil 15. Bruno Amadio’nun 1950’de yaptığı “Ağlayan Çocuk” isimli yağlıboya tablosu ve sağında Avrupa Yakası isimli Türk televizyon dizisinden bir kare

Kaynakça: <https://www.biyografi.info/kisi/bruno-amadio> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022



Şekil 16. Bruno Amadio’nun “Crying Boy/Ağlayan Çocuk” serisinden yağlıboya eserler

Kaynakça: <https://www.flickr.com/photos/mashulja/7003188501> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Resim sanatı alanında üretilmiş olan doğa resimlerinde karşılaşılan kitsch yansımaların en büyük özelliklerinden birisi, yapılan doğa tasvirinin yüzeysel olmasıdır. Özensiz üretilmiş ve derinlik etkisi bulunmayan eserlerdir.

Manzara resminin olmazsa olmaz koşullarından biri de doğanın parçalara ayrılarak ama bir bütünlük görüngüsü içinde resmedilmesidir. Kitschin sunduğu

doğa tinsel açıdan derinlik ve anlamdan yoksundur. Kitsch doğa resimlerinde görülen yoğun hassasiyetin ana hedefi düşünceyi atlayarak direkt beğeniye seslenmektir (Acartürk, 2009, s.104).

1958 Kaliforniya doğumlu tanınmış ressam Thomas Kinkade, yapmış olduğu pastoral kır evleri, kilise ve manzara resimleri ile ünlüdür. Her yirmi Amerikan evinin birinde bir çalışması olduğunu iddia eden sanatçı, eserlerinde izleyicisi ve alıcısına yalnızca hoş ve huzurlu hisler beslemelerini amaçladığı tablolar üretmiştir. Eserleri çoğunluğa hitap etmektedir. Popüler zevk ve beklentileri tatmin eden çalışmaları, ev eşyalarının satıldığı sitelerde satışa çıkarılarak pazarlama kanallarıyla satılmıştır. Kinkade'in eserleri sakin, huzurlu ve hayatın hızlı temposundan uzak bir hissiyat vermektedir. Doğa içerisinde pastoral hayatın sakinliği ve izleyicinin hayalgücünü harekete geçiren bir betimleme hakimdir.



Şekil 17. Thomas Kinkade'in 2005 yılına ait "Christmas Evening/Noel Akşamı" isimli yağlıboya tablosu

Kaynakça: <https://thomaskinkade.com/art/christmas-evening/> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Kinkade, kitsch sanatçıları arasında popüleritesini korumaktadır. Sanatçının pek çok eseri kartpostallara, pullara basılarak, üretildiği günden bugüne çok fazla insana ulaşabilmiştir. Eserleri kitleyi içine alarak, hiçbir kaygı gütmeksizin, çaba sarf etmeksizin bir şekilde duvarları süslemiştir. Resimlerin bilinmeyen bir sırrı, düşündürücü bir tarafı bulunmamaktadır. İzleyicisini herhangi bir sorgulama fiili içerisine dahil etmeden, yalnızca anlık olarak iyi hissetmelerini ve dikkatlerini çekmeyi hedefleyen bu resimler, tam da birer kitsch örneğidir. Ayrıca eserlerin kartpostallara basılarak çok ucuz yollar ile satın alınabilmesi de kitsch olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Türkçe'ye Fransızca “*carte postale*” kelimesinden geçmiş olan kartpostal sözcüğü Türk Dil Kurumu tarafından “genellikle dikdörtgen biçiminde ince kartondan yapılmış, bir yüzü resimli, zarflı veya zarfsız gönderilen posta kartı, kart” olarak tanımlanmaktadır. 1840 yılında İngiliz yazar Theodore Hook’un karton üzerine çizimi bulunan ve üzerinde bir kuruşluk pul ile Londra’dan gönderilen kart ilk kartpostal olarak kabul edilmektedir (Kasap, 2022, s. 49).

Kartpostallar kitsch nesneler arasında önemli bir yer teşkil etmektedir. Özellikle Kinkade’in eserleri gibi manzara resimlerinin basılmış olduğu ve çok ucuza temin edilebilen kartpostallar, kolay el değiştirebilen kitsch örnekleridir.



Şekil 18. Thomas Kinkade’in 2010 yılına ait “Holiday at Central Park/Central Park’ta Yeniyl” isimli yağlıboya tablosu

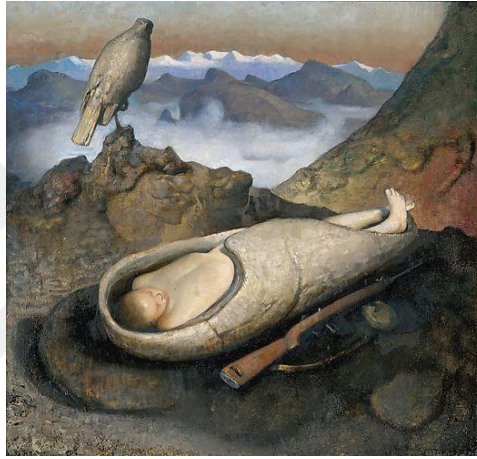
Kaynakça: <https://thomaskinkade.com/art/holiday-at-central-park/> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022



Şekil 19. Kitsch kartpostal örnekleri

Diğer sanatçılara nazaran kendisini kitsch ressam olarak tanımlayan Odd Nerdrum, 1944 doğumlu Norveçli figüratif bir ressamdır. Piyasadan ve kitle kültüründen uzak duran bir sanatçıdır. Edvard Munch ekolünün bir takipçisi olan

Nerdrum'un, eserleri; izleyene yoğun duygular aşılamaı hedefleyen, dramatik, zamandışı ve karanlık sahnelerden oluşmaktadır. Kitschi savunan ve ebedi olduğunu iddia eden sanatçı, tekniği, sanatsal tavrı ve kitsche karşı yaklaşımı sebebiyle akademik camia tarafından dışlanmıştır. Bilinçli bir şekilde kitsch üreten Odd Nerdrum, kaleme aldığı 'Kitsch Üzerine' adlı eserinde bu konuda makaleler yayımlamıştır. Çalışmalarının arka planlarında doğa tasvirlerine fazlasıyla yer vermiştir. Kendisi sanat ve kitsch arasındaki farkı şu cümleler ile ifade etmiştir; "Sanat kendisi için vardır ve kamuya hitap eder. Kitsch yaşama hizmet eder ve insana seslenir. At sırtında uyursanız, at uğuruma geldiğinde duracaktır. Sanat otomobildir. Kitsch ise bir attır..." (Nerdrum, 2001, s. 13).



şekil 20. Odd Nerdrum'un 1992 yılına ait "Sleeping Boy/Uyuyan Çocuk" isimli yağlıboya tablosu

Kaynakça: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022



Şekil 21. Odd Nerdrum'un 1990 yılına ait "Dawn/Şafak" isimli yağlıboya tablosu

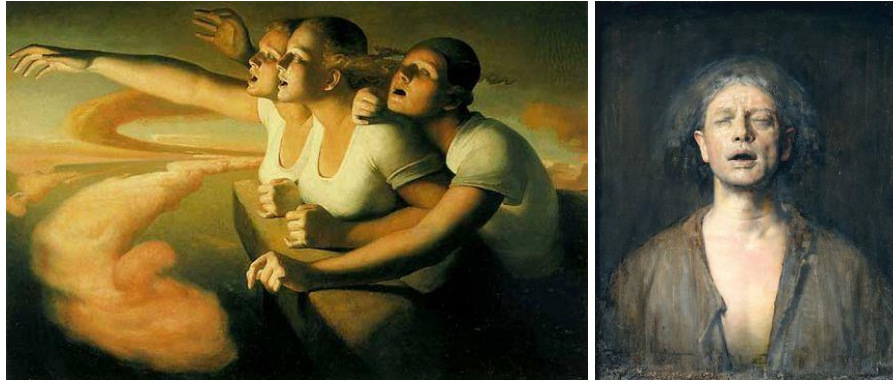
Kaynakça:

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/210007110?rpp=60&pg=4&ao=on&ft=%2A>

Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Odd Nerdrum 'Şafak' isimli tablosunu, kendisinin yapmış olmaktan en memnun kaldığı eseri olarak tanımlamıştır. Eser Berlin'deki Raab Galerisinde rock şarkıcısı David Bowie tarafından 1.5 milyon dolara satın alınmıştır (Şekil 21). Nerdrum'un eserlerindeki hüznü hava ve absürt diye nitelendirilebilecek olan figüratif teknik, kitsch'in abartılı ve duygusal bir anlatımı olduğunu tekrar gözler önüne sermektedir.

Kitsch ebedi insan meseleleriyle, biçimi ne olursa olsun acıklı olan, 'insan' olarak adlandırdığımız şeyle ilgilidir. En üst düzeyinde Kitsch'in görevi yaşamda gülmeyi durduracak kadar yüce bir ciddiyet yaratmaktır. Sanatın ironisi ve tutkusuzluğunun tersine, Kitsch yaşama hizmet eder ve bu yüzden bireyi arar (Nerdrum, 2001, s.11).



Şekil 22. Odd Nerdrum'un 1986 yılına ait "Return of the Sun/Güneşe Dönüş" ve sağında 1991 yılına ait "Self Portrait With Eyes Closed/Gözler Kapalı Bir Şekilde Özportre" isimli yağlıboya eserleri

Kaynakça:

<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/486894?sortBy=Relevance&ft=Odd+Nerdrum&offset=0&rpp=40&pos=2> Erişim Tarihi: Ağustos, 2022

1958 doğumlu Amerikalı ressam, graffiti sanatçısı ve sosyal aktivist olan Keith Haring'in kariyeri, New York kentinin alt geçitlerinde ve metro istasyonlarında tebeşir ile çizdiği graffiti çalışmalar ile başlamıştır. Sanatçının 'The Radiant Baby' (emekleyen ve ışık saçan bebek) isimli ikonu zamanla sanatçının imzası haline gelmiştir. Bu ikon gençliğin saflığını, temizliğini, masumiyetini ve potansiyelini temsil etmektedir. Sanatçı 31 yaşında AIDS sebebiyle hayatını kaybedene dek, eserleriyle uyuşturucu bağımlılığı, AIDS, ırkçılık, barış ve hoşgörü temalarına dikkat çekmiştir. Çalışmalarında pop-art akım izleriyle birlikte, kitschin basitliği, çok renkliliği ve özensiz tekniği birleşmiştir.



Şekil 23. Keith Haring'in 1990 yılında oluşturduğu "The Radiant Baby/Işık Saçan Bebek" isimli serigrafi ikonu

Kaynakça: <https://www.haring.com/art-work/773> Erişim Tarihi: Ağustos, 2022

Haring, ‘Apocalypse/Kıyamet’ isimli graffiti baskı serisinde, kıyamet sırasında New York şehrinde meydana gelecek olayları gelişigüzel bir teknikle ve esprili dini semboller ile anlatmıştır. Haring’in bu tekniği kitschle bağdaşmaktadır. Kitschte esprili anlatıma, dini ve kutsal sembollere sıkça yer verilmektedir. Haring’in tasarım anlayışı, kitsch tasarımlarda dini sembollerin esprili ve alaylı bir anlatımla bağdaştırılmasına örnek teşkil etmektedir. Amerikalı roman ve deneme yazarı William Seward Burroughs, takma adıyla William Lee, ‘Kıyamet’ portföyünde Keith Haring’ in çalışmalarını şiirsel bir kalem kullanarak metinlerle betimlemiştir:

Gezegen demir bağlarından kurtuluyor, uzaya doğru yalpalıyor, şehirleri, dağları ve denizleri boşluğa taşıyor, günler ve geceler metro istasyonları gibi yanıp sönerken gittikçe daha hızlı dönüyor.
Demir penis bacaları, ozon kokusunda mavi kıvılcımlar saçıyor, tüneller beton ve çelik dişleri eziyor, arabaları bira kutuları gibi yassılaştırıyor. Graffiti, camı ve çeliği asit gibi yer, alevli renklerin kasırgalarında gökyüzünde yarışır.. (William S. Burroughs, 1988, Edition: 90) (Şekil 24).



Şekil 24. Keith Haring’in 1988 yılında tamamladığı, toplam 10 çalışmadan oluşan “Apocalypse /Kıyamet” isimli serisine ait serigrafi çalışmaları

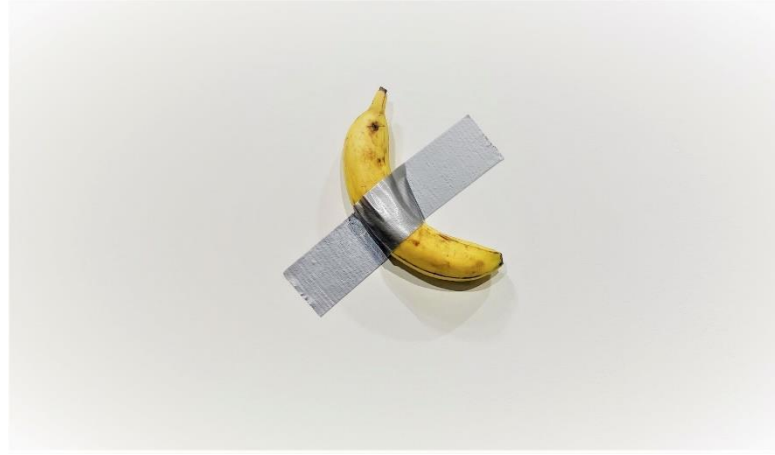
Kaynakça: <https://www.haring.com/!art-work/113> Erişim Tarihi: Ağustos, 2022



Şekil 25. Keith Haring'in 1988 yılına ait "Untilted/Başlıksız" isimli serigrafi çalışması ve sağında 1988 yılına ait "Girl with Cigarette/Sigara İçen Kız" isimli tuval üzeri akrilik çalışması
Kaynakça: <https://www.haring.com/!art-work/350> Erişim Tarihi: Ağustos, 2022

Modernizme karşı çıkan ve 1950'lerin sonlarına doğru ortaya çıktığı düşünülen Postmodernizm, evrensel estetik anlayışını reddetmektedir. Sıradışı olan, teklik değil çeşitlilik içeren, alışlagelmiş değil alışılmışın dışındakini savunan Postmodernizm, objektif olanı değil subjeyi ve seziyi kullanmaktadır. Günümüzde sıkıcı ve alışlagelmiş tekdüzelikten sıyrılmış, farklı ve şok edici unsurları seçmektedir. Postmodern sanat anlayışında özgün olmanın bir anlamı olmadığından ötürü, bu özelliği ile kitschi desteklemektedir.

1960 doğumlu İtalyan sanatçı Maurizio Cattelan, sanattaki hicivli tarzı ile bilinmektedir. Sanatçı hiperrealist heykelleri ve esntalasyonları ile tanınırken aynı zamanda küratörlük ve yayıncılık da yapmaktadır. Eserleri ile 'sanat dünyasının şakacısı' olarak anılmaktadır. Sanatçı manavdan aldığı bir muz, 2019 yılında Art Basel Miami'de düzenlenen bir sergide, sergi salonunun bir duvarına gri bir bantla yapıştırarak ve bunu 'Komedyen' isimli bir sanat eseri olarak sergilemiştir. Duvara bantlı bir şekilde sergilenen muz, 120 bin dolara alıcı bulmuştur.



Şekil 26. Maurizio Cattelan'ın 2019 yılına ait, Art Basel Miami'de "Comedian/Komedyen" isimli duvara bantlanmış bir şekilde sergilediği muz

Kaynak: <https://news.artnet.com/art-world/maurizio-cattelan-banana-explained-1732773> Erişim

Tarihi: Kasım, 2022

Cattelan'ın bu çalışması, 1917'de Marcel Duchamp'ın Grand Central Galerisi'de sergilediği "R. Mutt" imzalı ters çevrili bir şekilde kaide üzerine yerleştirilmiş, 'Fountain/Çeşme' ismini verdiği sıradan pisuvar heykelini hatırlatmaktadır. 1887 doğumlu Fransız-Amerikan bir sanatçı olan Marcel Duchamp Amerika'da kavramsal sanatın temellerinin atılmasında etkili olan postmodern bir sanatçıdır. Postmodern sanat pratiklerine göre 'her şey sanattır' ve 'herkes sanatçıdır' ilkeleri benimsendiğinden dolayı, postmodern süreçteki sanat anlayışı daha kavramsal bir boyuta taşınmıştır. Postmodern anlayışa göre sanatçı, meta olarak üretilmiş herhangi bir şeyi sanat olarak sunabiliyorken, kişi de bu sunumla sanatçı olarak anılabilmektedir. Sunduğu metayı sanatçının üretmiş olması şartı dahi aranmamaktadır. Marcel Duchamp'ın pisuvarı, kendisinin de jüri olarak katılmış olduğu bir sergide sergilenmiş ancak pisuvarın sergilenmesi uygun bulunmamıştır. Tartışmalara sebep olan seramik pisuvar yüzyılın sanat anlayışının ve sanat tarihinin yönünü kavramsal boyutta keskin bir şekilde değiştirmiştir.



Şekil 27. Marcel Duchamp'ın 1917 yılında sergilediği 'Fountain/Çeşme' isimli seramik pisuvarı

Kaynakça: <https://artsandculture.google.com/asset/fountain/1QGek4Lw6B5sBQ?hl=tr> Erişim

Tarihi: Kasım, 2022

(...) 1960'lar; Eylemler (Actions), Yoksul Sanat (Arte Povera), Vücut Sanatı (Body Art), Kavramsal Sanat (Conceptual Art), Yeryüzü Sanatı (Earth Art), Fluxus, Oluşumlar (Happenings), Gösteri Sanatı (Performans Art) ve Süreç Sanatı (Process Art) gibi postmodern ifade biçimleri ile sanatta büyük kırılmaların yaşandığı bir dönemdir. Bu ifade biçimlerinin ortaya çıkmasında sanatçıların, hem eserin sadece 'beyaz küp' olarak tanımlanan galeri mekânı ile sınırlandırılmasına karşı alternatif mekân arayışları hem de eserin alınıp satılan bir meta olmasına karşı tavırları etkili olmuştur. Diğer taraftan, gelişen teknolojiyle birlikte video ve yeni medyanın sanat alanında yaygın biçimde kullanımı da sanatta disiplinler arası yeni paradigmalara olanak sağlamıştır. Tüm bu yeni ifade biçimleri başta sanat, sanatçı, sanat eseri ve mekânın tanımlarının değişmesi olmak üzere sanat alanının genişlemesini ve estetik üzerine tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Zira sanatta kavram ve düşünce, algı ve biçimin önüne geçmiş böylece sanatta estetik kaygı da önemini yitirmiştir (Demir, 2021, s. 694).

Bu örneklerden de anlayacağımız üzere Maurizio Cattelan'ın 'Komedyen' isimli duvara bantlanmış muz ya da Duchamp'ın 'Fountain/Çeşme' isimli seramik pisuvarı; sanatta olmazsa olmaz olan estetik ve biçim kaygılarının önüne geçerek anti estetik bir tavır sergilemektedir. Yüksek sanat olarak değerlendirilen her türlü sanat anlayışının karşıtlığını savunan anti estetik, diğer bir deyimle karşı sanat anlayışı, tavır olarak kitsche yakın bir duruş sergilemektedir. Duchamp'ın pisuvarı ve Cattelan'ın

duvara bantlı muzı gibi avangard girişimlerin bir çeşiti olarak nitelendirilen kitsch, alternatif sanat olarak değerlendirilebilmektedir. Bu örnekler, kitsch olan herhangi bir nesnenin bir sanat mekânında sergilendiği zaman sanat statüsü kazandığını göstermektedir.



Şekil 28. Maurizio Cattelan’ın 2016 yılında yapmış olduğu “America” 18 ayar som altından üretilmiş olan tam işlevli klozeti

Kaynakça: <https://www.guggenheim.org/exhibition/maurizio-cattelan-america> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

1947 doğumlu, Songwriters Hall of Fame şirketine çalışmış ödüllü şarkı sözü yazarı, koleksiyoncu ve yönetmen olan Amerikalı Allee Willis bir kitsch koleksiyoneridir. 2019 yılında hayatını kaybeden Willis yaşadığı evi bir kitsch müzesi haline getirmiştir. Kendi ismiyle kurmuş olduğu bir blog sitesinde, bütün dünyadaki kitsch alıcıları ve kitsch severler ile iletişim kurmuştur. Ayrıca bu blog sayfası ziyaret edildiğinde, kitsch müzesine çevirmiş olduğu evinin online bir turu da mümkündür. Kendisinin bir ‘kitsch aşığı’ olduğunu söyleyen Willis’in büyük bir kitsch koleksiyonu bulunmaktadır. Blog sayfasında yaşadığı şehirden kitsch mimari örnekler, bit pazarlarında keşfettiği kitsch ürünler ve kitsch müzesi olan evinin görüntülerinin kaydedildiği YouTube videoları da bulunmaktadır.



Şekil 29. Allee Willis'in kitsch müzesi evi

Kaynakça: <https://www.nytimes.com/2018/06/07/arts/music/allee-willis-songwriters-hall-of-fame> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 30. Allee Willis ve kitsch tarzda dekore ettiği evi

Kaynakça: <https://www.nytimes.com/2018/06/07/arts/music/allee-willis-songwriters-hall-of-fame> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

Kitsch aykırı tavrı ve üretim anlayışı ile resimden heykele, grafik tasarımdan fotoğrafa, modadan seramik sanatına kadar tüm sanat dallarında kendine yer bulabilmiştir. Kolay şekillendirilebilme ve renklendirilebilme özellikleri ile çok sayıda, kolay ve seri olarak üretilebilen seramik, kitschten esinlenen ve kitsch örnekleri fazlasıyla bulunan bir sanat dalıdır. Seramiğin üretiminde renklendirme sürecinde seramik nesnesinin 'güzelleştirilmesi' adına kullanılan boyalar (soğuk boyalar, vernik, cila vb.) seramiğin klasik üretim sürecini değiştiren boyarmaddelerdir. Bu durum seramikten üretilen her türlü nesnenin kitschle olan ilişkisini güçlendirmektedir (Demir, 2021, s.130). Çünkü seramiğin temel üretimine dahil olmayan bu boyama ve süsleme

işlemleri (seramik sır boyası hariç), üretilen seramik malzemenin esas işlevini aşarak abartılı bir nesne haline gelmesine sebep olmaktadır. Bu da seramikten üretilen nesnenin kitschleşmesine zemin hazırlamaktadır.



Şekil 31. Amerikalı sanatçı Chris Antemann'ın 2014 yılına ait "Delicate Domain/Hassas Alan" isimli porselen çalışması

Kaynak: <https://www.thecynthiacorbettgallery.com/artists/29-chris-antemann/biography/> Erişim

Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 32. Laura Wilensky'a ait "Well-dressed Cat Couple/Şık Giyimli Kedi Çifti" isimli porselenden üretilmiş kitsch tuzluk ve biberlik takımı

Kaynak: <https://www.ebay.com/itm/403245149755> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 33. Kitsch seramik ve porselen tasarım ve biblo örnekleri

Garaj satışlarında keşfettiği hasarlı heykelleri ve bibloları restore eden ve dönüştüren Fransız sanatçı Soasig Chamaillard'ın alçıdan ürettiği bibloları ile kitsch plastik sanatına nokta atışı yapmaktadır. Sanat tarihi boyunca tasvir edilmiş 'Meryem Ana' figürünü farklı popüler kültür imgeleri ile harmanlayarak kitsch biblolar üreten sanatçı, Hristiyan dindar kesim tarafından zaman zaman eleştirilere ve tepkilere maruz kalmaktadır. Hristiyan bir toplumda büyüdüğünü söyleyen sanatçı Soasig Chamaillard, toplumun popüler ikonlarını fiziksel bir dönüştürme ile yeniden ürettiğini söylemektedir. Sanatçı çalışmalarının ilham kaynağını; "Kadının rolünün içsel bir sorgulaması, çalışmalarımda en kutsal ikonlardan birini, yani Meryem Ana'yı kullanmama yol açtı. Başlangıçta, bağışlanan veya garaj satışlarında keşfedilen hasarlı heykellerle başlıyorum ve daha sonra bunları restore edip dönüştürüyorum" şeklinde açıklamıştır. Ayrıca Hristiyan dindar kesimin tepkilerine yönelik olarak açıklamasına şu cümleyi de eklemiştir; "Amacım inanan kesimi ezmek değil, çalışmalarımı görenleri duygulandırmaktır" (<http://www.soasig-chamaillard.com/> Erişim tarihi: Kasım, 2022).



Şekil 34. Soasig Chamaillard'ın 2010 yılına ait "My Little Mary" isimli alçı, reçine ve akrilik boyayla yapmış olduğu heykel çalışması

Kaynakça: <https://www.soasig-chamaillard.com/plascticienne-paris-detournement-statue-little-mary> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 35. Soasig Chamaillard'ın 2018 yılına ait "Maria Lisa" isimli alçı ve ahşap çerçeve içi kartpostaldan yapmış olduğu heykel çalışması

Kaynakça: <https://www.soasig-chamaillard.com/maria-lisa> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 36. Soasig Chamaillard'ın 2018 yılına ait “Jeans-Mary” isimli alçıdan yapmış olduğu heykel çalışması

Kaynakça: <https://www.soasig-chamaillard.com/jeans-marie> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 37. Soasig Chamaillard'ın 2021 yılına ait Sandro Botticelli'nin “Birth of Venus/Venüs'ün Doğuşu” tablosundan esinlenerek yaptığı “Venus-Mary” isimli alçı heykel çalışması

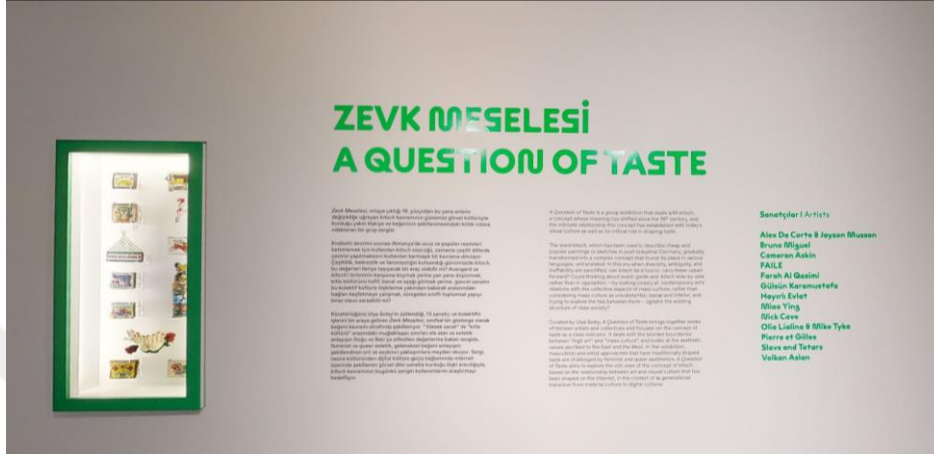
Kaynakça: <https://www.soasig-chamaillard.com/venus-marie> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 38. Kitsch Porselen Biblo

2.5. Bir Kitsch Sergisi Örneği: Zevk Meselesi

23 şubat- 8 ağustos 2021 yılında İstanbul Pera Müzesi'nde gerçekleştirilen “Zevk Meselesi: A Question of Taste” isimli grup sergisi gerçekleştirilmiştir. Serginin küratörü Ulya Soley’ in açıklamaları eşliğinde, Kitsch eserlerden oluşan karma sergiye dünyanın farklı ülkelerinden sanatçıların katılım göstermiştir:



Şekil 39. 23 Şubat- 8 Ağustos, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Zevk Meselesi, ortaya çıktığı 19. yüzyıldan bu yana anlamı değişikliğe uğrayan kitsch kavramının günümüz görsel kültürüyle kurduğu yakın ilişkiye ve beğenin şekillenmesindeki kritik rolüne odaklanan bir grup sergisidir.

Endüstri Devrimi sonrası Almanya’da ucuz ve popüler resimleri betimlemek için kullanılan kitsch sözcüğü, zamanla çeşitli dillerde çevirisi yapılmaksızın kullanılan karmaşık bir kavrama dönüşmüştür. Çeşitlilik, belirsizlik ve tanımsızlığın kutsandığı günümüzde kitsch, bu değerleri ileriye taşıyacak bir araç olabilir mi? Avangard ve kitsch’i birbirinin karşısına koymak yerine yan yana düşünmek, kitle kültürünü hafif, avam ve aşağı görmek yerine, güncel sanatın bu kolektif kültürle ilişkilerine yakından bakarak aralarındaki bağları keşfetmeye çalışmak, süregelen sınıflı toplumsal yapıyı biraz olsun sarsabilir mi? Beğeni sınıfsal bir gösterge olarak tanımlanamamak mümkün olabilir mi?

Günümüzde beğeni hala bir sınıfa işaret ediyor olabilmekte, fakat bu işareti besleyen, güçlendiren mekanizmaların yapısı artık farklılaşmaktadır. 13 sanatçı ve kolektifin işlerini bir araya getiren Zevk Meselesi, sınıfsal bir gösterge olarak beğeni kavramını ele alır, estetik anlayışın Doğu ve Batı’ya atfedilen değerlerine bakar, yüksek

sanata karşın kitle kültürünün yükselişine odaklanmaktadır ve nesne kültüründen dijital kültüre geçiş sürecinde şekillenen görsel dilin sanatla kurduğu ilişki üzerine, serginin sanatçılarıyla diyalog içinde kitsch kavramının bugünkü zengin kullanımlarını araştırmayı hedeflemektedir. Hem nesneler hem de 90'ların başından itibaren internette egemen olan görsel dil üzerinden, toplum yapısındaki sınıfsal ayrışmayı güçlendiren beğeni kavramını sorgulamaktadır.

Ulya Soley küratörlüğünde düzenlenen sergi, Alex Da Corte ve Jayson Musson, Bruno Miguel, Cameron Askin, FAILE, Farah Al Qasimi, Gülsün Karamustafa, Hayırlı Evlat, Miao Ying, Nick Cave, Olia Lialina ve Mike Tyka, Pierre et Gilles, Slavs and Tatars ve Volkan Aslan'ın yapıtlarını sunmaktadır.

Sergiye eşlik eden yayında küratör Ulya Soley'in yazısı sınıfsal bir gösterge olarak beğeni kavramını ele alıp, estetik anlayışın Doğu ve Batı'ya atfedilen değerlerine bakıyor, yüksek sanata karşın kitle kültürünün yükselişine odaklanıyor ve nesne kültüründen dijital kültüre geçiş sürecinde şekillenen görsel dilin sanatla kurduğu ilişki üzerine kitsch kavramının bugünkü zengin kullanımlarını araştırmıştır.



Şekil 40. “Shrine/Mabet”, FAILE, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Eserde heykel, çini ve yapma çiçek kullanılmıştır. FAILE, Patrick McNeil ve Patrick Miller arasında Brooklyn merkezli bir sanat işbirliğidir.

Sanatçı ikilisi FAILE, *Mabet* projelerinde 2016 yılında ürettikleri bir yerleştirmeyi sergi için yeniden düzenlemiştir. Yol kenarı mabedi, dua çarkı, tapınaklar gibi farklı ibadet öğelerinden ilham alan ve bu yapıları güncel bir görsel dille yeniden ele alan sanatçılar ilahi olanla gündeliği bir arada düşünmüştür. Böyle bir yapıda görmeye alışkın olduğumuz Meryem Ana figürünün yerini, elinde kaykay tutan bir kız figürü alıyor, arka planda ise İslami motiflerle bezenmiş çini yerleştirmesi bir caminin duvarlarını çağrıştırmaktadır. Dini sembollerin doğrudan işaret ettiği inanç sistemlerinden çeşitli ipuçlarını bir araya getiren yerleştirme, Batı'yı merkeze alan modern ve güncel sanat pratiklerine karşı, sıradan bir gündelik hayatın ötesinde gerçekliğe inanmanın umudunu taşımaktadır. *Mabet*, sınıfsal bir farklılık gözetmeksizin paylaşılan anılar ve öngörülemeyen geleceklerin herkesi ortak paydada buluşturabileceği kurgusal bir hafıza mekanıdır (Soley, 2021) (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Şekil 41. “Cezaevi İşi Boncuklar” , Taylan Aygün Koleksiyonu, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Sergiye dağılan cezaevi işi boncuk koleksiyonu, 1900’lerin başından 90’lara kadar cezaevlerinde mahkumların yaptığı çeşitli boncuk işlerinden oluşmakta ve melankolik kitsch kavramı ile bağlantı kurmaktadır. I. Dünya Savaşı’nın ardından İngiliz esir kamplarında hüküm giyen askerler tarafından başlatılan bu gelenek, bugün Türkiye’deki cezaevlerinde hala devam etmektedir. Cam ve opalin boncuklarla cüzdan, çanta, sigaralık, kolonya kabı veya çeşitli süs eşyaları üreten mahkumlar bu nesneler aracılığıyla dışarıdaki yakınlarına mesaj gönderebilmekte veya onları satarak gelir elde edebilmektedir. Detaylı ve dikkatli bir işçilik gerektiren bu boncuk işleri, mahkumların vakit geçirebilmesine de yardımcı olan bir pratiktir. Yazar Celeste Olalquiaga’nın tanımladığı melankolik kitsch kavramı, her birinin taşıdığı kişisel tarih ve daha geniş baktığımızda temsil ettikleri durum, yani tutuklu olma, özgürlüğün kaybedilmiş olma hali üzerinden yansımaktadır. Sergi, güncel sanat bağlamında kitsche bakarken, bu koleksiyon aracılığıyla da güçlü bir hikâyeye sahip gündelik nesnelerde kitschin izini sürmeye devam etmektedir (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Görsellerdeki eserler sırasıyla;

Şekil 42. “Magical Mirror/Sihirli Ayna”, 2015

Şekil 43. “Flowers and Tears/Çiçekler ve Gözyaşları” (Lolly Wish), 2016,

Şekil 44. “İkarus”, 2015, Pierre et Gilles, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Pierre Commoy ve Gilles Blanchard’dan oluşan sanatçı ikilisi Pierre et Gilles, fotoğraf ve resmi bir arada kullanarak arkadaşlarının veya ünlü figürlerin stüdyo fotoğraflarından yola çıkan çok katmanlı işler üretmektedir. Popüler kültür imgelerini sanat tarihinden alıntılarla harmanlayan sanatçılar, akışkan toplumsal cinsiyeti öne çıkaran görsel bir dil kullanmaktadır. Sergide yer alan çalışmalardan İkarus, Yol Gösteren Kuş, dansçı Jonathan Forte Scannapieco’nun Yunan mitolojisinde Güneş’e çok yakın uçtuğu için kanatları yanan İkarus’tan esinlenerek yapılan bir portresini sunmaktadır. Çiçekler ve Gözyaşları, showgirl ve diva Lolly Wish’i pembe ve mor

çiçeklerin arasından sahne kostümüyle ihtişamlı ve ikonik bir pozda resmetmiştir. Sihirli Ayna ise moda tasarımcısı Olivier Rousteing'i altın yaldızlı bir aynada kendine bakarken betimlenmiştir. Sanatçılar, moda, popüler kültür ve eğlence sektöründen figürleri büyük boyutlu, çok renkli, çiçekli ve boncuklu portreler aracılığıyla pratiklerinin öznesi haline getirmiştir (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Görsellerdeki eserler sırasıyla;

Şekil 45. “Spiral/Sarmal”, 1981, plastik, kontrplak üzerine akrilik boya, kumaş, Jülide Aral Koleksiyonu

Şekil 46. “Tigerella/Kaplaniye”, 1983, kumaş kolajı, Tansa Mermerci Ekşioğlu Koleksiyonu/Tansa Mermerci Ekşioğlu

Şekil 47. “Uçuş”, 1981, kontrplak, buluntu nesne, kumaş

Şekil 48. “Watermelon/Karpuz”, 1986, kumaş, buluntu nesne, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Gülsün Karamustafa uzun yıllardır zamanlar ve coğrafyalar arası kaymalardan beslenen kitsch kavramı üzerine düşünmekte ve üretmektedir. Beğeni, yüksek ve aşağı kültürün sınırlarını, tam olarak tarif etmeden göstergeler üzerinden belirlerken, kitsch bu sınırları esnetmiş ve iki taraf arasındaki gri bölgeyi genişlemektedir. Sanatçının çalışmalarında da köy estetiğinin kente taşınması önemli bir rol oynamaktadır. 1980’lerde filmlerin sanat yönetmenliğini üstlendiği süreçte evlerden topladığı kumaşlarla yaptığı kolajlar ‘Karpuz ve Kaplaniye’, kentin yoğun göç alınca tabakalaşan yapısına sızarak bazı görsel işaretleri yeniden kullanmıştır. Uçuş ve Sarmal ise kurgusal bir film setinden, plastik bitkiler ve buluntu nesnelerle boyut kazanan kareleri çağrıştırmaktadır. Evlerde kullanılan ve dolayısıyla filmlere yansıyan nesnelerin, kumaşların görsel dili sanatçının eserlerinde sık sık karşımıza çıkmaktadır.

Ertem Eğlimez’in 1988 yılı yapımı absürd komedi filmi Arabesk’ten önce bir çok başka Türk filmi de bu alt kültürü anlatan senaryolar üzerine kurulmuştur; masumiyetini köyden şehire kaçtığında kaybeden kadın figürleri, yozlaşan erkekler, içli şarkılarıyla pavyonlarda küskün hayatlar yaşayan şarkıcılar, zengin İstanbul’lu kız ile taşradan gelmiş fakir delikanlı gibi kavuşamayan sevenlerin hikayeleri bu filmlerin vazgeçilmez öğeleri olmuştur (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).





Şekil 49. “Nice to See You/Seni Gördüğüme Sevindim”, Volkan Aslan, 2021, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Sanatçının ürettiği porselen figürler ve Suna ve İnan Kırâç Vakfı Kütahya Çini ve Seramikleri Koleksiyonu’ndan seçilen eserlerden oluşan yerleştirme Zevk Meselesi sergisi için üretilmiştir.

Bulut porselenleri üretimlerinde sık sık kullanan Volkan Aslan, Suna ve İnan Kırâç Vakfı’nın üç ana koleksiyon alanından biri olan ve tematik seçkilerle Pera Müzesi’nde sergilenen Kütahya Çini ve Seramikleri Koleksiyonu’ndan ilhamla sergiye özgü bir yerleştirme üretmiştir. Koleksiyonda yer alan ve 20. yüzyıla tarihlenen, farklı ustalar tarafından üretilen seramik figürlerin göz alıcı renkleri, Aslan’ın onlardan yola çıkarak sergi için ürettiği yeni eserlerle yerleştirme aracılığıyla bir araya gelmiştir. Sanatçının üretimleriyle koleksiyondaki eserler bazen ayırt edilemeyecek kadar birbirine yaklaşılmaktadır. Sanat ve zanaati bir araya getiren yerleştirme, orijinal ve kopya, gerçek ve sahte gibi karşıt düşünölegelen kavramların iç içe geçtiği, dolayısıyla da bu karşıtlığın sorgulandığı bir platforma dönüşmektedir (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Şekil 50. “Cameron’s World/Cameron’un Dünyası”, Cameron Askin, 2009

Javascript, backend development: Anthony Hughes Müzik: Robin Hughes

Video, 7'58" , Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Link:

https://www.youtube.com/watch?v=v_x6uxlttY&t=1s&ab_channel=PeraM%C3%BCzesi

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Cameron Askin’in Cameron’un Dünyası adlı çalışması, 1994’te açılan GeoCities adlı web sayfası sağlayıcısından görsel ve metinleri bir araya getiren bir internet kolajı projesidir. GeoCities, kullanıcıların kendi web sitelerini açabildiği ve bu sitelerin temalarına göre aratılabildiği ücretsiz bir platform olarak 1994-2009 yılları arasında aktif olarak kullanılmıştır. Kapatıldığında en az 38 milyon web sitesine sosyal internet ağı sağlamıştır. Cameron’un Dünyası bu zengin kaynaktan binlerce ikonik arşivsel materyali bir araya getirmektedir: “yapım aşamasında” tabelaları, Furby GIF’leri, simli güller, neon gezegenler, sevgili arayanlar, dramatik özlü sözler vb. dir. İnternetin en kişisel köşelerinden detayları sunan video, o dönemin görsel kültürüne dair gerçekçi bir fikir vermektedir. Tüm kullanıcılara ücretsiz erişim imkânı tanıyan Geocities platformunda herkesin yaratıcılığını özgürce ortaya koyabildiği son derece detaylı sayfalara rastlamak mümkündür. Bugün ise internet üzerindeki görselliğin daha yalın, ticari amaçlara hizmet eden, farklı dünyalarda kaybolmamıza izin vermeden bizi alışkın olduğumuz içeriğe yönlendiren ve fiziksel dünyamıza yakın bir dili vardır. Cameron’un Dünyası, “Eskinin internetine bir aşk mektubu” şeklinde tanımlanabilir (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Şekil 51. “Is It Me You’re Looking for?/Aradığın Ben Miyim?” 2014, Miao Ying Video, 1'14", Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Link:

https://www.youtube.com/watch?v=msfcG4HLr98&t=1s&ab_channel=PeraM%C3%BCzesi

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

‘Aradığın Ben Miyim?’ başlığını Lionel Richie’nin Hello [Merhaba] şarkısının sözlerinden almaktadır. Richie klipte bir resim öğretmeni rolünde, görme engelli öğrencisi onun bir heykelini yapmıştır ve ‘ben seni bu şekilde görüyorum’ diyerek ona aşkını ilan etmiştir. Sanatçı, kendisinin Çin’deki internetle kurduğu ilişkiyle klipteki görme engelli kadının Lionel Richie ile kurduğu ilişki arasında bir paralellik kurmaktadır. Çin’de uygulanan internet sansürü dünyadaki uygulamalar arasında en kapsamlısı: Çin’de erişilemeyen popüler platformlar arasında Facebook, YouTube ve Twitter da yer alıyor. İnternete ‘Çin Güvenlik Seddi’ veya ‘çinternet’ gibi isimler takılmasına sebep olan bu durumu ele alan video, sansürlenmiş sayfaların ekran görüntülerinden oluşturulan GIF’leri, “Özlenmek başka türlü bir güzelliştir” veya “Sigara kibrite âşık olursa yanan sigara olur” gibi Çince internet şiirleriyle bir araya getirmektedir. İnternet üzerindeki görsel kültürden beslenen kitsch yazı karakterleri ve Richie’nin YouTube çerçevesinde izlediğimiz 80’ler romantizmi, sanatçının devam eden sansür uygulamalarına rağmen internete duyduğu hayranlığı dile getirmektedir (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Görsellerdeki eserler sırasıyla;

Şekil 52. “It’s not easy to be seen/Görölmek Kolay Değil”, 2016

Şekil 53. “The World/Dünya batıyor”, 2014

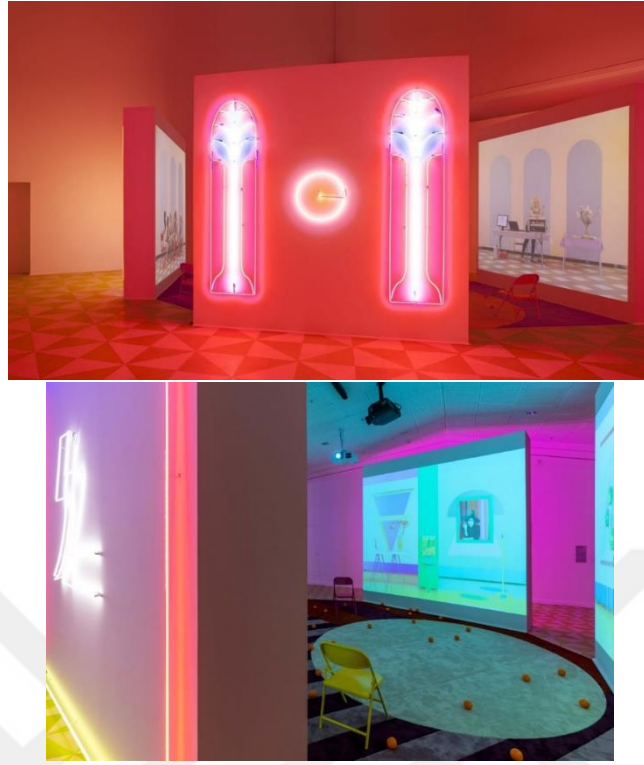
Şekil 54. “Living Room Vape/Oturma Odası”, 2016

Şekil 55. “As Reflection/Yansıma” , 2019

Şekil 56.“Dragon Mart Light Display”, 2019, Farah Al Qasimi, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Farah Al Qasimi’nin fotoğraf çalışmaları Zevk Meselesi sergisinde sergilenmekte. Sanatçı çalışmalarında yüz ifadesi veya görünürlükten ziyade jest, hareket veya sosyal dinamikte anlam aramaya çalışmaktadır.



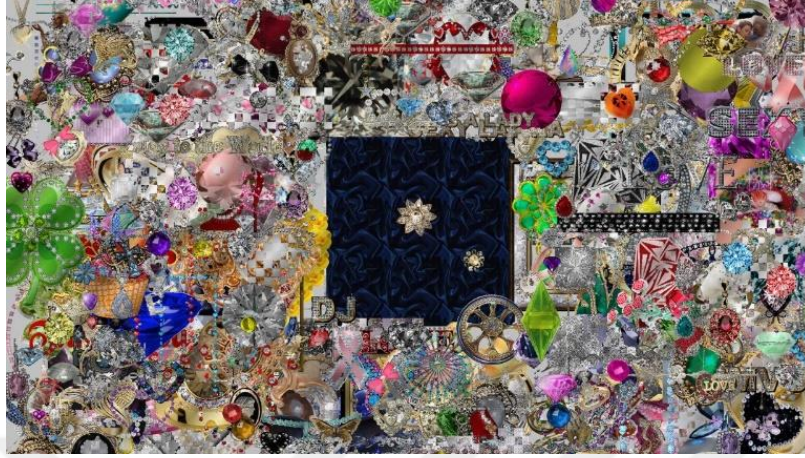
Şekil 57. “Easternsports/Doğusporları”, Alex Da Corte, 2014, Ses: Devonté Hynes, 4 kanallı video, 146', Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Yer karosu, halı, neon, metal sandalye, yapay portakal, difüzör, esansiyel portakal yağı

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Doğusporları, sanatçı Alex Da Corte'nin yönetmenliğini Art Thoughtz başlıklı web serisiyle tanınan Jason Musson'un metniyle buluşturmaktadır. Amerikalı oyun yazarı Thonton Wilder'in 1938 tarihli, dönemin gündelik hayatını konu alan Kasabamız oyununun yanı sıra Peter Greenaway, Jim Henson, David Lynch gibi yönetmenlerden de ilham alan yerleştirme, sanat teorisinden sosyal medyanın banallığına, sınıf, ırk, toplumsal cinsiyet ve tüketim kültürü üzerine teatral yorumlar sunmaktadır. Yoga yapan, selfie çeken kadınlar, birayla içki oyunu oynayan ikizler, karaoke yapanlar, kaykaycılar, mumya, at binen bir adam ve sigara içen bir cadı gibi gerçek ve gerçeküstü karakterler, kostümleriyle arka plana karışmaktadır. Pop bir görselliğe sahip video, sahte bir dünya kurguluyor ve sahteliğini saklamaya çabalamamıştır. Videodan yerleştirmeye uzanan renkli sandalyeler ve sahte portakallar eşliğinde, videonun yansıtıldığı duvarların üzerinde yer alan neon semboller ve plastik yer kaplamalarıyla günümüz görsel kültürünü şiirsel ve yer yer absürt bir dille anlatmaktadır. Batı'nın Doğu'dan esinlenip araçsallaştırdığı kültür üzerine düşünürken, kitle kültürü ve yüksek

kültür arasındaki hiyerarşiyi sorgulamaktadır <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Şekil 58. “*Treasure Trove*/*Define*” 2017, Olia Lialina, Mike Tyka iş birliğiyle hazırlanmış GIF, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Link; http://blingee.geocities.institute/treasure_trove/

Post-internet sanatın en ikonik örneklerini üreten Olia Lialina’nın *Define* adlı yapıtı, Blingee platformunda yer alan GIF’lerden oluşan bir kolajdır. Blingee, kullanıcıların görsellerine simli çiçekler, kalpler, mücevherler veya hareketli yazılar ekleyerek onları eğlenceli GIF’lere çevirmelerini mümkün kılan araçlar sunan bir platformdur. “Dijital folklörün” önemli bir yapıtaşı haline gelen bu platformda kullanıcılar bir görselden diğerine blingee’ler ve damgalar aracılığıyla geçebilmektedir. Platform üzerindeki 440 mücevher animasyonunu bir araya getiren *Define*, parlayan, dans eden, kendi etrafında dönen bu görsellerde erken dönem hareketli GIF’lerden 2000’ler sonrasının parlak taşlı GIF’lerine geçiş sürecini de ele almaktadır. Kedi fotoğrafları, simli objeler, gradyan gökkuşağı gibi sıkça karşımıza çıkan, kullanıcıların kendi aralarında oluşturduğu internete özgü görsel dili “aşağı kültür” ögesi olarak kodlayıp görmezden gelmek, güncel görsel kültürün çok önemli bir işaretini göz ardı etmek anlamına gelecektir. *Define*, kültürel anlamda zengin bir birikime sahip bu alana dikkat çekmektedir (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Görsellerdeki eserler sırasıyla;

Şekil 59. “Brine and Punishment/Salamura ve Ceza”, 2019-2021, Turşu suyu, cam şişe, Slavs and Tatars

Şekil 60. “To Turn/Dönmek” 2019, UV baskı, PVC, çelik, Pera Müzesi, 2021, İstanbul

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Sanatçı kolektifi Slavs and Tatars’ın Turşu Politikaları serisi; çürüme, yozlaşma, ekşime gibi iki anlamda kullanılan ifadeler üzerinden fermantasyon sürecinin sembolizmini araştırmaktadır. Turşu suyu, sanatçıların kültürel farklılıkları okuyabilmek için kullandıkları bir mecradır. Doğu’da akşamdan kalmaya iyi geldiği düşünülen ve genelde ev yapımı olarak satılan turşu suyu, Batı’da bir sporcu içeceği olarak pazarlanmaktadır; Doğu’nun yenik düşmüş melankolik duruşuna karşın, Batı her zaman pozitif bir tavır takınmıştır. Dönmek başlıklı çalışma, hijyen sağlama ve ısı kontrolü gibi amaçlarla market veya kasapları mekânsal olarak bölen PVC perdelerden esinlenmiştir. Perde, fermantasyonun karşıt gibi görünen çürüme ve saklama kavramlarıyla aynı anda ilişkilenebilmesine ve bir sporcu içeceği şişesini çağrıştıran logosuyla turşu suyunun farklı coğrafyalardaki kullanım pratiklerine dikkat çekmiştir. Üzerinde yer alan “Salclection de luxe” (Lüks Karışık), “Turşu und termie” (Turşu ve Kapanış), “High Yield Infidillity” (Yüksek Verimli İhanet) gibi kelime şakaları ve

salatalık turşusuna yapılan feminist meme ucu müdahalesiyle yerleşik kavramları mizah yoluyla kırmaktadır. Brine and Punishment (Turşu Suyu ve Ceza) adlı içecek otomatında ise sanatçıların tasarladığı şişelerde turşu suyu sunulmaktadır (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>).



Şekil 61. Bruno Miguel'in "These People in the Dining Room/Yemek Odasındaki Bu İnsanlar", 2012-2014

Sprey boya, soğuk porselen, poliüretan köpük, tel, akrilik reçine ve porselen üzerine kâğıt hamuru

Kaynakça: <https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265> Erişim Tarihi: Temmuz, 2022

Brezilyalı sanatçı Bruno Miguel'in Yemek Odasındaki Bu İnsanlar yerleştirmesi, başlığını 60'ların sonunda Brezilya'daki diktatörlük döneminde Tropicalia hareketinin bir parçası olarak kurulan OsMutantes grubunun Panis et Circenses (Ekmek ve Oyunlar) şarkısının sözlerinden alıyor. Heykellerin her biri, sanatçının müzayedelerden veya bit pazarlarından topladığı porselenleri köpük, tel, kâğıt hamuru gibi malzemeler ve çarpıcı renkler kullanarak dönüştürdüğü, yapay ve doğal, taklit ve gerçeği aynı anda çağrıştıran

melez formlarda sunuluyor. Zamanında en önemli misafirler için saklanan ve belki de çok az kullanılan fincan ve tabaklar, sanatçının kurguladığı bu coşkulu ormanın parçası haline geliyor. Brezilya'nın kolonyal geçmişiyle Rio de Janeiro'da gerçekleşen ve tarihi 17. yüzyıla dayanan Rio Karnavalı'nın renkli dünyasını bir araya getiren yerleştirme, ülkede tarihsel olarak bir arada var olmuş ve kültürel kimliği şekillendirmiş yüksek/aşağı kültür, üst/alt sınıf gibi karşıtlıklara işaret ediyor. Ulaşılması güç sınıfın temsili porselenler ve kitle kültürü tarafından benimsenen neon renkli palmyeler, yemek masasında bir araya gelebilir mi? (<https://www.peramuzesi.org.tr/sergi/zevk-meselesi/1265>)

İstanbul Pera Müzesi'nde gerçekleştirilen 'Zevk Meselesi: A Question of Taste' isimli kitsch sergisi 23 Şubat-8 Ağustos 2021 tarihleri arasında sanatseverler ile buluşturulmuştur. Kitsch olgusunun sanattaki karşılığını ve yansımalarını tam anlamıyla anlayabilmemiz açısından, eserleri ve açıklamaları ile değindiğimiz bu grup sergisi önem teşkil etmektedir.

BÖLÜM III

KITSCH OLGUSUNUN 21. YÜZYIL MODASI İLE İLİŞKİSİ

3.1.Modanın Tanımı, Sözlük Anlamları ve Sanatla İlişkisi Üzerine

TDK güncel Türkçe sözlükte moda; değişiklik gereksinimi veya süslenme özentiisiyle toplum yaşamına giren geçici yenilik şeklinde tanımlanmıştır. İkinci tanımı; belirli bir süre etkin olan toplumsal beğeni, bir şeye karşı gösterilen aşırı düşkünlük şeklindedir.

Belirli bir zaman dilimi boyunca tüketiciler tarafından benimsenmiş geçici dönemsel bir olgu olan moda, yaşam dönemlerinin kuramsal ürünleriyle uyumlu olarak değişir. Bu değişim, tüm modaları bekleyen kaçınılmaz düşüş olan eskimeye yüz tutmuşluk, yükselen yeni değerler, kitlesel uyum, moda öncüleri tarafından benimsenme ve sunulma evreleri ile gelişir (Sproles, 1981, s.11).

Oxford sözlükte moda; belirli bir zamanda veya yerde bir kıyafet tarzının, saçın vb. popüler olma durumu olarak tanımlanmıştır.

“Latince moda, *modus* ve *modernus* kelimelerinden türetilen moda ve modern kelimeleri, genel olarak, hemen şimdi, düne ait olmayan anlamlarını taşımaktadır” (Pektaş, 2006, s.1). Sanatın sözlük anlamını tekrar hatırlayacak olursak; bir duygu, tasarı, güzellik vb.nin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılık olarak tanımlanmaktadır. Moda (mode), Latince, oluşmayan bir sınır anlamındaki “*modus*” tan gelir.

Moda, aynı zamanda, toplumsal olarak bir iletişim aracı olarak kabul edilebilir. Giyim, bireylerin, kimliklerini oluşturan cinsiyet, yaş, toplumsal sınıf, yaşama bakış, inanç, kültür gibi unsurlarını yansıtırken, moda bu unsurların zaman içerisinde edindiği biçimleri (üslupları) ve bireyin bu biçimler ile olan ilgisini yansıtmaktadır... Giyim modası, Batı toplumlarında, üst sınıfın kendini diğer sınıflardan farklılaştırdığı, bir ayrıcalık olarak gelişmiştir. Sanayi devriminden sonra, artan kumaş üretimi ve 1851’de dikiş makinesinin bulunması, alt toplumsal sınıfların, üst toplumsal sınıfın giyim tarzını daha ucuz kumaşlar ile taklit edebilmesini sağlamış ve modanın demokratikleşmesi başlamıştır. Ancak, üst sınıf, bu duruma modayı değiştirerek cevap vermiştir. 19. yüzyılın ikinci

yarısında “*haute couture*” (yüksek dikiş)’in ortaya çıkması, daha önceki mütevazı terzilerden farklı olarak, moda tasarımcısını bir sanatçı ya da deha konumuna yükseltmiş ve yeni bir elitizm yaratmıştır (Alpat, Papila, 2019, s. 561).

Modanın en temelde ve etkin bir biçimde gerekliliği, insan oğlunun giyinme ihtiyacının, yani dördüncü bedensel fonksiyonumuz olarak tanımlanan bu ihtiyacın, bir sonucu olarak doğmuştur. Moda kavramı temel ihtiyaç olan giyinme ihtiyacını kapsamaktadır. Aynı zamanda moda, yaşanılan dönemin genel toplum özelliklerine; sosyokültürel göstergelerine, siyasi, coğrafi hatta ekonomik konumunu da ışık tutar. Bu şekilde zamanın toplumsal şartlarına şahitlik eden moda olgusu, geleceğin tercihlerine de yön vermektedir.

Moda; modayı tüketen ya da benimseyen bireylerin bakış açılarından çözümlenmiştir. Bu durumun sebebi; endüstrileşmeden önce moda toplumsal statü bakımından üst sınıfa ait erkek ve kadınlardan ortaya çıkmış, moda üretici ve tüketici kesim aynı kaynağı paylaşmışlardır. Eğilimleri benimseyen ve uygulayan bireyler en son modaya uygun kıyafetler giymiştir. Tasarım, bir meslek alanı olarak modern bir olgudur ve 1868 yılında Fransa’da kurumsallaşan moda sistemi ile başlamıştır (Kawamura, 2005, s. 23).

Moda kavramı, en yaygın kullanımıyla ‘değişim’ demektir. Giyim-kuşam ve aksesuar ile özdeşirilen bir olgudur. Moda bir döngüdür. Dönemin yaşam tarzı, düşünce şekli, estetik algısına, arz-talebine göre şekil alan ve sonrasında bu önerilerden vazgeçilerek yeni öneriler ile değişen ve sürekli kendi içerisinde kendini tekrar eden bir döngüdür. Moda olgusu toplumun her alanında mevcut olan beğenileri kapsayan bir olgudur. Uzun ya da kısa vadeli değişimleri söz konusudur. Moda adına üretilmiş, arz-talep doğrultusunda toplumun istek ve ihtiyaçlarına uygun olarak piyasaya sürülmüş ürünler, tüketim için üretilmiş ürünler olduğundan ötürü, sanat eseri olarak değerlendirilemeyeceğini düşünen bir akademik camia mevcuttur.

Fakat günümüzde ‘giyilebilir sanat’, veya diğer bir adıyla ‘giyim sanatı’, olgusu altında üretilen ve sanattan ilham alınarak, tekstil ürünlerinin sanat malzemesi niteliğinde üretilip, toplumun beğenisine sunulan pek çok tasarım bulunmaktadır. “Herhangi bir giyim eşyası veya başka giyilebilir bir nesnenin yapımı tipik olarak estetik kaygılar içerse de giyilebilir sanat terimi, eserin ciddi ve benzersiz bir sanatsal yaratım veya ifade olarak kabul edilmesinin amaçlandığını ifade eder. Sanat parçaları satılabilir ve/veya sergilenebilirler (Green, 2003).

Giyilebilir sanat, 1960 yıllarında ilk örneklerini vermiştir ve 1970 yılından itibaren ilerleme kaydetmiştir. 2000’li yıllardan itibaren giyilebilir sanatın, dünyanın ileri gelen haute couture moda markaları da dahil, pek çok moda markalarında örnekleri bulunmaktadır. Modanın sanatla ilişkisi, 18. yüzyılın sonlarında ‘Moda Sistemi’nin başlangıcıyla, yani giyim ve giysiden modaya geçişle yakından bağlantılıdır.

Modanın müzelerde ve sergilerde bir sanat eseri olarak sergilenebilmesi durumu, bu giyim parçalarının tasarımcısına bir tür kendini ifade etme imkânı sunarken, yeni ve popüler bir giysi üretim tarzına dönüşmesini kaçınılmaz kılmıştır. Öyle ki günümüzde moda tasarım ürünleri üretiliş amaçlarından saparak daha çok galeriler ve ihtisas fuarları aracılığıyla önce sergilenmekte ve daha sonra da pazarlanarak satılmaktadır. İhtisas fuarları, yalnızca düzenlendiği konuda üretilen ürün ve hizmetlerin sergilenmesine izin verilen ve genellikle geniş halk kitlelerinden ziyade o sektörle ilgili hedef kitleler tarafından ziyaret edilen fuar organizasyonları olarak tanımlanmaktadır.

Henri Matisse, Roul Duffey ile Paul Poiret, Roy Lichtenstein ile Gianni Versace, Tony Grag ile Karl Lagerfeld gibi birçok sanatçı ve modacı birbirlerinden etkilenererek farklı tatlarda çalışmalar yapmıştır. Gustav Klimt giysi tasarımcısı eşi Emilie Flöge Klimt’le beraber ortak çalışmalara imza atmışlardır. Moda tasarımcıları eskiden beri sanata yakın durarak, bilhassa heykel ve resim sanatından beslendikleri gibi, birçok sanatçı da modayla ilgilenmiş, bazı dönemlerde içinde yer almışlardır. Cezanne, Monet gibi ustalar moda dergileri için de çizim yapmıştır. Bazı portre ressamaları müşterilerinin beğenisine bağlı kalmışlar ve onları kendi giyim kuşamları içinde resmetmiştir (Laver,1997, s.13).



Şekil 62. Fransız moda tasarımcısı Maison Margiela'nın "Spring 2017/İlkbahar 2017" (2017 SS Couture) moda koleksiyonundan giyilebilir sanat örnekleri

Kaynakça: <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-couture/maison-martin-margiela/slideshow/collection#24> Erişim Tarihi: Eylül, 2022

Rönesansı yaşayan sanatçıların birçok becerisi vardı ve bu dönemde sanat dalları arasında ayrım yapıldığı söylenemezdi. Bellini, aynı zamanda kumaş desenleri de çizmiş, Leonardo Da Vinci Vatikan muhafızlarının giysilerinin tasarımını yapmıştır. Moda ve sanat/sanatçı ilişkisinde sanatla modanın her zaman iç içe olduğu, geçmişten günümüze birçok moda tasarımcısının sanatı tanımlayıcı birçok prensip ve mantıkla çalıştığı yazılı ve görsel kaynaklar araştırıldığında somut olarak görülebilir (Aktepe, 2012, s.56).



Şekil 63. Japon moda tasarımcısı Kansai Yamamoto'nun şarkıcı David Bowie için tasarladığı 'giyilebilir sanat' örneği tulum tasarımı ve (sağdaki): tasarım tulum ile Kansai Yamamoto

Kaynakça: <https://www.vogue.com/article/kansai-yamamoto-obituary> Erişim Tarihi: Eylül, 2022

Türkiye'de moda tasarımı lisans eğitimi, güzel sanatlar fakültelerine bağlı bölümlerde verilmektedir. Modanın tecimsel tarafı ikinci plana atılarak, sanat kavramları ve disiplinleri ile iç içe bir moda eğitimi verilmektedir. 19. yüzyılın ikinci yarısından günümüze, moda ve sanat iç içe iki olgu olarak ve moda tasarımında sanattan ilham alınarak piyasaya ve toplumun beğenisine sunulmaktadır. Moda tasarımcılarından bazıları ise kendilerini bir sanatçı ve sanat dünyasına ait bir tasarımcı olarak tanıtmaktadırlar. Bu moda tasarımcılarından en bilinenleri ilk moda tasarımcısı olarak anılan Charles Frederic Worth ve modanın kralı olarak tanınan Paul Poiret'dir. C. F. Worth hiçbir zaman sanatçıların bulunduğu ortamlarda bulunmamasına karşın kıyafetlerine etiketler koyarak bir sanatçının eserini imzalayarak o eserdeki varlığını kanıtlaması gibi onları imzalamıştır. Paul Poiret ise hem kıyafetlerine isimler koymuş hem moda tasarımcısının kıyafeti üstündeki fikri mülkiyet hakkı için mücadeleler vermiş hem de gündelik hayatında bir sanatçı gibi davranmış ve sanat çevresi ile yakın ilişkiler kurmuştur (Troy, 2003). Ayrıca Paul Poiret, tasarımlarının birçoğunu gerçekleştirme sürecinde Salvador Dali'den Jean Cocteau'ya uzanan sürrealist ve avangart tarz sanatçılardan güçlü bir şekilde etkilenmiştir. Gabrielle Coco Chanel ve Elsa Schiaparelli de zamanının avangart sanatçılarıyla yakın bir ilişki sürdürmüştür.



Şekil 64. İtalyan moda tasarımcısı Elsa Schiaparelli'nin 1937 yılında sürrealist ressam Salvador Dali'den ilham alarak tasarladığı "Lobster Dress/Istakoz Elbise" isimli elbise

Kaynakça: <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1937-schiaparelli-lobster/> Erişim Tarihi: Eylül, 2022

Elsa Schiaparelli 'Lobster/Istakoz' elbiseyi 1937 yılında, sürrealist İspanyol ressam Salvador Dali'yle birlikte tasarlamıştır. 'İstakoz Elbise' 20. yüzyılın başlarında moda ve sanat dünyasının birbirine bağlı doğasını en iyi kanıtlayan örneklerden biridir.

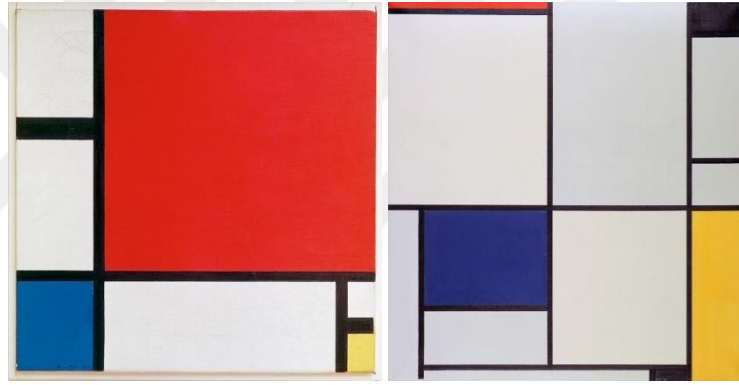


Şekil 81. Moda tasarımcı Elsa Schiaparelli (solda), sürrealist sanatçı Salvador Dali ile (sağda) 1950 yılında Fransa'nın Neuilly şehrinde bir baloda

Kaynakça: <https://www.theguardian.com/books/2014/oct/26/elsa-schiaparelli-biography-review-dali-chanel> Erişim Tarihi: Ekim, 2022

1872 doğumlu Hollandalı neoplastisizm stiline kurucusu olan ressam Piet Mondrian'ın temsil ettiği bu stilde beyaz zemin üzerine enine ve boyuna siyah çizgilerden ve 3 ana renkten oluşan blok çalışmalarından oluşmaktadır.

Resim dersleri alan Yves Saint Laurent (YSL), Mondrian, Pablo Picasso, Henry Matisse gibi ressamların eserlerini toplayarak bunları koleksiyonlarında kullanmayı amaçlamıştır. Piet Mondrian'dan esinlenerek tasarladığı “shift dress- daily dress” isimli elbise serisi moda tarihinin gelmiş geçmiş en iyi parçalarından biri olarak gösterilmektedir. Bu koleksiyonda Mondrian resimleri bire bir olarak moda silüetine aktarılmıştır. Yedi farklı halini hazırladığı yuvarlak yaka, tüp-line, “sack line” roblarını şeritlerle bölerek beyaz, kırmızı, sarı ve mavi renkleri tablonun orijinaline bağlı kalarak tasarımına yansıttı. Eserine “Pop Art Look” adını verdi ve renk bloklarında özel dikiş teknikleri kullandı.



Şekil 65. Piet Mondrian'ın 1930 yılına ait “Composition II in Red, Blue and Yellow/Kompozisyon II Kırmızı, Mavi ve Sarı” isimli çalışması, sağında 1921 yılına ait “Tableau/Tablo” isimli çalışması

Kaynakça: https://tr.wikipedia.org/wiki/Piet_Mondrian#/media/Dosya:Tableau_I,_by_Piet_Mondrian.jpg Erişim Tarihi: Eylül, 2022

Resim sanatına ilgi duyan Yves Saint Laurent bunlardan biridir. Mondrian, Picasso, Matisse gibi ünlü ressamların eserlerinden etkilenecek giysi tasarımları yapan Laurent, özellikle 60'lı yıllarda hazırladığı koleksiyonlarda, ressamların tablolarının orijinallerine sadık kalarak yeni giysi tasarımları yaratmıştır. Giysi tasarımlarını özel dikiş teknikleriyle diken sanatçı ilham kaynağı olarak ressam Mondrian'ı seçmiştir. Aynı yıllarda Mondrian'dan etkilenecek tasarladığı kostümlerle kadın modasında etkisi günümüze kadar uzanan yeni giysi tarzları geliştirmiştir (Kodaman, 2012, s. 59- 60).



Şekil 66. Yves Saint Lauren'in 1965 yılında Mondrian tasarımlarından esinlenerek tasarladığı elbiseler

Kaynakça: <https://museeyslparis.com/en/stories/la-revolution-mondrian> Erişim Tarihi: Eylül, 2022

‘Giyilebilir sanat’ denildiği zaman akla gelen moda tasarımcılarından bir diğeri de şüphesiz 1969 doğumlu İngiliz moda tasarımcısı ve desinatör Alexander McQueen’dir.

Sanatçının giysi koleksiyonları genellikle kendi yaşamını ve önceki çalışmalarını referans alan aynı zamanda geleceğe de gönderme yapan çalışmalarla doludur. Giysilerin hiç değişmeyen temel kuralı ise sanat temelli uygulamalar ve tasarım unsurlarında görülen alışılmadık, sıra dışı formlardır. Bu sıra dışı formlar, sanatçının çalışma çeşitliliğinde bazı bağdaştırmalarla forma yansıtılmıştır.



Şekil 67. Alexander McQueen'in 2008 yılına ait "Butterfly Headdress of hand painting turkey feathers/Hindi tüylerinden oluşan el boyaması Kelebek Başlığı" ve sağında 2006 yılına ait "Tulle and lace dress with veil and antlers/Duvaklı ve boynuzlu tül ve dantel elbise" isimli tasarımları

Kaynakça: <https://www.artsy.net/artwork/alexander-mcqueen-tulle-and-lace-dress-with-veil-and-antlers> Erişim Tarihi: Eylül, 2022

Giysiyi klasik formundan çıkararak hiç olmadık yerde, hiç olmadık bağdaştırmalarla kullanan sanatçı, bilinçaltının görüntülerini tasarımlarına yansıtırken olması gereken klasik formlar yerine, kendi dünyasındaki anlamlandırmalarla yeni baştan ele almıştır. Mantık ve iradenin devre dışı kaldığı bu sıra dışı formlarda, sanatsal yaklaşımlı temellerin etkisi belirgin bir şekilde görülmektedir (Sari, 2020, s. 1595).



Şekil 68. Alexander McQueen'in 2010 yılına ait "Duck Feather/Ördek Tüyü" isimli tasarımının başlık görüntüsü ve 1998 yılına ait baskılı ceket tasarımı

Kaynakça: <https://www.artsy.net/artwork/alexander-mcqueen-duck-feather-dress> Erişim Tarihi: Eylül, 2022

McQueen'in giysi çalışmalarındaki tasarım unsurlarının temelinde bariz bir şekilde sanat akımları yer almaktadır. Sıra dışı giysi formları, gotik ve avangart stil ile birlikte, sürrealizm, fütürizm ve barok esintiler tasarımlarının başlıca ilham kaynaklarını oluşturan stil ve akımlardan oluşmaktadır.



Şekil 69. Sanatçı Rebecca Horn'un 1991 yılına ait "High Noon/Öğle Vakti" isimli enstalasyonu ve sağında Alexander McQueen'in 1999 yılına ait defilesinin "No:13" isimli final şovu

Kaynakça: <https://www.galeriethomasschulte.de/wp-content/uploads/2020/03/REBECCA-HORN-PORTFOLIO.pdf>

Defile Şovunun Linki: https://www.youtube.com/watch?v=P13oZsD-t4s&t=7s&ab_channel=BartMoore Erişim Tarihi: Eylül, 2022

Marjinal aksesuarlar, tasarımları ve görünimleri tamamlayan sıra dışı makyajlar ve abartılı look'lar Mcqueen'in imzası niteliğindedir. Ayrıca sunduğu defile şovlarıyla da farklılık yaratan Mcqueen, performans sanatçısı denilebilecek bir moda tasarımcısıdır.

Mcqueen'in SS99 (spring/summer 1999) koleksiyonunun defile finalinde, ortada bulunan hareketli platformdaki modelin üzerinde olan 'No:13' isimli elbiseye, iki robot kolun farklı renklerde boya püskürtmesi sonucu elbise bir performans sanatı gösterisi eşliğinde izleyicilere sunulmuştur. Bu şov, moda tarihinde önemli ve ikonik bir moda şovu olarak kayıtlara geçmiştir. Mcqueen bu sunumunda, 1944 doğumlu Alman görsel sanatlar sanatçısı Rebecca Horn'un birbirine kan kırmızısı boyayla ateş eden iki av tüfeğinden oluşan enstalasyonundan esinlendiğini söylemiştir (Şekil 69).

Bu örneklerden de anlayacağımız üzere moda olgusu, sanat ile iç içe bir olgudur. 19. yüzyılın ikinci yarısından günümüze değin pek çok örneği bulunan 'giyilebilir sanat' tasarımlarının gelecekte de tasarlanmaya devam edileceği aşıkardır. Günümüzde moda defilelerinin sunum şekilleri de kelimenin tam anlamıyla sanat şovlarına dönüşmüştür. Ayrıca moda eğitimi veren pek çok moda okulunda, ilk yıllarda alınan temel moda eğitiminin başlangıcında sanat kuramları, sanat kavramları, sanat estetiği, renk kuram ve uygulamaları gibi derslere yer verilmesinin temeli, sanat ve modanın vazgeçilmez bütünlüğünden kaynaklanmaktadır.

3.1.1. Yüzyıl Modasından Kitsch Esintiler

Leonardo da Vinci modanın *insanın çılgın yanı* olduğunu dile getirmiştir. Modada geleneksel olanın karşısında durabilmenin oluşturduğu özgüvenli duruş, modayı farkındalığı yüksek ve farklılığı tercih eden bir olgu olarak tanımlamayı sağlayabilmektedir.

Bireylerin farklı görünme isteği, modada sürekli döngüsel olarak değişikliklerin yapılmasının ileri gelen sebeplerinden birisidir. Modanın var olabilmesi için gelenek ile, gelenek karşıtlığı olan iki zıt hareketin devamlılığı zorunludur. Modanın varlığını daimi bir şekilde sürdürebilmesi için bu temel teşkil eden bir durumdur. Yeri geldiğinde moda; karşıtlıkların, uyumsuzlukların, farklılıkların bir bütünüdür. 'Moda kavramı; insanoğlunun farklı görünme isteklerinden

ortaya çıkarak belirli bir süre içerisinde dünya üzerinde hemen hemen tüm toplumlar arasında ortak bir kavram halini almaktadır (Pamuk, 2009, s.1).

Moda; 20. yüzyılda teknolojinin iyice gelişmesi sonucu bilgisayar programlarının, internet ve sosyal medya uygulamalarının kullanımının artışı ile, özellikle son 30 yıl içerisinde büyük bir ölçüde gelişme ve farklılık göstermiştir. Bu teknoloji sayesinde moda alanında tasarım, üretim ve pazarlama süreçlerinin tüm kontrolü tek çatı altında ve kontrollü bir şekilde toplanabilmektedir. Yeni tasarım fikirleri, üretim şekilleri tek bir kaynak üzerinde toplanarak, tasarıma dair üretim yolculuğunun haritası daha kolay bir şekilde oluşturulmaktadır.

20. yüzyıl başlarında modayı belirleyen sınırlı sayıda envanter mevcut iken günümüzde daha da artmış; tasarımcıların ve modacıların tasarlayabilme ve üretme gücü hız kazanmıştır. Önceki yıllarda moda eğilimlerini belirlemede; farklı kültürler, tarihi olaylar, eski kostümler, üst sınıfların giydiği kıyafetler, tasarımcıların belirlediği birkaç modelleme etkili olmaktadır. Günümüz moda endüstrisinde; yenilikler, gelişim ve oluşumlarda belirleyici rol oynayan önemli ilham kaynakları vardır. Bunlar; caddeleri, gazeteler, magazin dergileri, kataloglar, internet kaynakları, yabancı ticari ve moda dergileri, tasarım raporları, renk paletleri, endüstrideki gelişim, tarihi yayınlar, döküntü malzemeler, vitrin düzenlemeleri, kumaş ve benzeri malzemelerin koleksiyonu, müzeler, sanat dalları ve akımları, tarihi ve etnik kostümler, filmler, televizyon ve videolar, hayat tarzları ve iç dekorasyon trendleridir (Ceyhanlı, 2019, s. 59).

Günümüz moda tasarımcıları ve sanatçı-tasarımcı moda tasarımcılarının ürettikleri giysi tasarımlarını ‘giyilebilir sanat’ olgusuyla alıcılarla ve toplumla buluşturarak geniş kitleler ile bağlantı kurabilmektedir.

Endüstrileşme sonrasında, sanatçılar ve zanaatçılar arasında yaşanan mücadele, moda tasarımı alanında da görülmüştür. Sanayi Devrimi; el emeği ile ürettiklerini, dar bir çevreye yüksek fiyatlarla satabilen ve loncalarda örgütlenen nitelikli ve becerikli zanaatkarları, üretimin yanında tasarım, ekonomi, pazarlama bilen kişiler durumuna getirmiştir. Giysi üretimine birçok yenilik getiren ilk moda tasarımcılarından Worth, Poiret ve Schiaparelli; kendilerini sanatçı olarak tanımlarken ve modayı sanatsal olarak yorumlarken, aslında moda tasarımı ve sanat arasında köprü kurmuşlardır (Değerli, 2018, s. 1415).

Giyilebilir sanat ya da diğer adıyla Haute Couture, kişiye özel yalnızca bir taneye mahsus üretilen tasarımları ifade eden Fransızca bir terim olmakla birlikte,

ekonomik açıdan varlıklı kimseler için bilhassa tasarlanmaktadır. “İkinci Dünya Savaşı sonrası Christian Dior tarafından oluşturulan “New Look” akımından sonra, koleksiyonlar kişisel isteklerden çok tasarımcının kendi vizyonuna göre hazırlanmaya başlamıştır. Sonrasında, 1960’lı yıllarda Pierre Cardin, André Courrèges ve Paco Rabanne gibi tasarımcılar Haute Couture düşüncesinin deneysel ve sanatsal moda olması yönünde çaba harcamışlardır (Jones, 2014, s. 39).

Giyilebilir Sanat; sanat, zanaat ve modanın kesişim noktasında yer alır, üçü ile yakın ilişki içinde olmakla birlikte tam olarak hiç birine ait değildir. 1970’li yılların Giyilebilir Sanat Hareketi’nin ardında Sanat ve Zanaat (Arts and Crafts) Hareketi, Art Nouveau, Jugendstil, The Vienna Secession, Bauhaus gibi sanat ve zanaatı birleştiren akım ve düşünce okulları bulunmaktadır. Sanayi Devrimi ile çok hızlı üretilen ve tüketilen ürünlerin, toplumda yarattığı olumsuz etkiye tepki olarak ortaya çıkan Sanat ve Zanaat Hareketi; estetiğin yanı sıra ekonomik ve politik mesajlar veren bir akımdır (Günay, 2012, s. 51) . Aslında Sanat ve Zanaat Hareketi, fonksiyonel dekoratif sanatlar ile fonksiyonsuz güzel sanatlar arasında ki bitmeyen mücadeleyi başlatmıştır. Estetik giysi ve artistik giysi kavramları da bu dönemde ortaya çıkmıştır. (Leventon, 2005, s. 14)



Şekil 70. Tasarımcıları Viktor Horsting ve Rolf Snoeren tarafından kurulan Hollandalı bir avangard lüks moda markası Victor&Rolf’un Autumn/Winter 2015 giyilebilir sanat koleksiyonundan tasarım örnekleri

Kaynakça: <https://www.viktor-rolf.com/collection/haute-couture-wearable-art-autumn-winter-2015> Erişim Tarihi: Ekim, 2022

Victor&Rolf, Victor Horsting ve Rolf Snoeren tarafından 1993 yılında kurulmuş Hollandalı bir avangard lüks moda evi markasıdır. 21. yüzyıl modasının ileri gelen temsilcilerinden olan marka, sundukları sonbahar/kış ve ilkbahar/yaz kreasyonları ile moda camiasında tasarımları ve giyilebilir sanat çalışmaları ile her daim dikkat çekmeyi başarmıştır.

21. yüzyılda, yeni akımların ve ilhamı oldukları tasarım fikirlerinin ve moda anlayışlarının yanında, moda sisteminin de yenilenmesi ve gelişmesiyle birlikte, sunulan kıyafetlere ve sunum şekillerine artistik ve sofistike bir anlam katan yepyeni bir bakış açısı ortaya çıkmıştır. Moda artık sanatla iç içe olmasından da öteye giderek, sanat olduğu iddia edilen bir bakış açısı kazanmıştır. Öyle ki moda giyilebilir sanat kavramında yeni bir çağ açarak, sırf piyasada ve moda camiasında daha fazla ses getirebilmek ve yankı uyandırabilmek amacıyla, sunulan tasarımlar ciddiyetlerini kaybetmekle birlikte, sanat akımları ile bağdaştırılamayacak bir nitelikte sunulabilmektedir.

Harper's'ın ünlü moda editörü Diana Vreeland; “Çok fazla zevk sıkıcı olabilir” demiştir. Yani tasarımlardaki fazla uyum temelde biçimsel açıdan doğru olabilmekte fakat göze farklı gelmemektedir.

Kötü tat (zevk) aynı anda cezbeder ve iter. Kant insanın bu sahip olacağı kötü zevki şu duygularla anlatılır ve yücelik içerdiğini söyler; kötü zevk ya da “kitsch”, hem çekicidir hem de mideye yumruk yemeye benzer bir histir, bireyin merakını uyandıran öğelerle birlikte aynı zamanda iğrenme barındırır; cüret etme ve boşverme, durağanlık ve endişe aynı anda olagelir (Micali 2001, s. 10-11).

Kant'ın bu kötü zevk ve kitsch tanımı, duygusal açıdan kitsch olgusunu biraz daha olsun anlamamız için bize yardımcı olmaktadır.

“Kitsch” kelimesinin kötü zevk, eksantriklik, olumsuzlukta aşırılık ile eşanlamlı olarak kullanılması yaygındır. Bu Almanca terim olarak atık veya karışım anlamına gelir, ancak kitsch; estetik anlamda her zaman sanat dünyasında modadan daha çok atıfta bulunmaktadır. Bu okuyacağınız tanım tam olarak kitsche uygundur: “Basit taklit, kitlesel tüketim için sanatsal ve bayağı bir hazır giyim (...)”(Calò Scudero, 2009, s. 70-73); tanımdan da anlayacağımız üzere, kitschin günümüzde moda alanına, en az diğer sanat disiplinlerine bulunabildiği kadar atıfta bulunulabileceğinin altını çizmek uygun görünmektedir.



Şekil 71. Moschino Spring/Summer 2019 koleksiyonundan kitsch tasarım örnekleri

Kaynakça: <https://www.designscene.net/2018/06/moschino-ss19.html> Erişim Tarihi: Ekim, 2022

20. yüzyıldan bu yana kitsch terimi kendi içinde değişimler göstermiştir. 20. yüzyıldan itibaren sanat eseri, nesneye değer vererek geçmiş güzellik ideallerinden uzaklaşmıştır. Estetik kalitesi dikkate alınmadan; daha önce kitsch diye nitelendirilen şey şimdi sanat sayılmaktadır. Bu moda için de geçerlidir (Nofri, 2014).



Şekil 72. İspanyol moda tasarımcısı Agatha Ruiz de La Prada'nın Spring/Summer 2013 defilesinden kitsch tasarım örnekleri

Kaynak: <https://www.agatharuizdelaprada.com/> Erişim Tarihi: Ekim, 2022

Tıpkı bir Andy Warhol çalışmasına yaptığımız gibi, kitschin olmazsa olmaz özelliklerinden bir tanesinde 'göze çarptığında insanların iki kez bakmasına sebep

olması’ olarak açıklanabilir. Kasıtlı olarak kusurlu üretilen kitschin, sıradışı ve çılgın desenleri, absürt kombinasyonları ile günümüz moda tasarım giysilerinde örnekleri bulunmaktadır. Kitsch modada popülerliğini korumaktadır.



Şekil 73. Amerikalı tasarımcı Betsey Johnson’ın “Pumpkin/Balkabağı” kitsch çanta tasarımı
Kaynakça: <https://www.lyst.com/bags/betsey-johnson-pumpkin/> Erişim Tarihi: Ekim, 2022

Ekose baskı ile çiçekli baskılı kumaşların ve puantiyenin nasıl ki bir arada kullanılması tasarımda gözü yorabiliyorken ve genelde estetik açıdan tercih edilmezken, kitsch tasarımda farklı desen kombinasyonlarını sık sık görmek mümkündür. Üstüne üstlük bu desen kombinasyonları ile kombinlenen giysilere bir de ek olarak tasarımları ve renkleri ile öne çıkan abartılı aksesuarlar da eklenmektedir. Modada kitsch trendinde ‘fazla’ kelimesi asla fazla olarak nitelendirilmemelidir. Kitsch abartıyı seven bir anlayıştır ve modada örneği hayli bulunmaktadır.



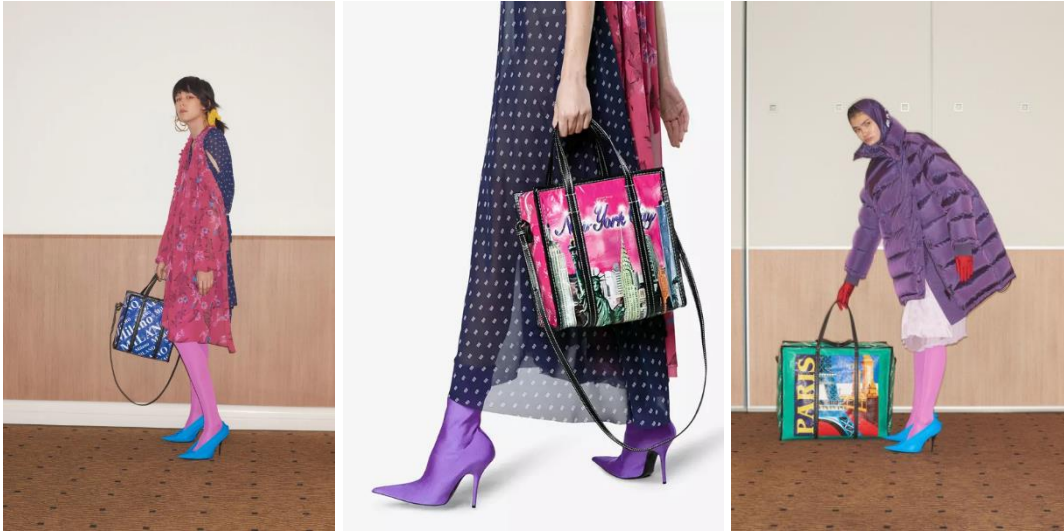
Şekil 74. Kitsch bir look örneği

Hediyelik eşya dükkanları, bit pazarları, indirimli ve ikinci el eşya satan mağaza vb. gibi mekanlar ‘Kitschin evi’ olarak nitelendirilebilir. Turistlerin New York’da, Merchandise Inc. isimli bir şirket tarafından üretilen ve hediyelik eşya dükkanlarından satın alabilecekleri hediyelik eşya çantalarının birebir kopyasını; 21.yüzyılın ileri gelen moda markalarından biri olan Balenciaga, 2018 yılında bir defilesi için tekrar üretmiştir (Şekil 75).



Şekil 75. “Balenciaga Resort 2018” koleksiyonu için tasarlanmış kitsch baskılı çanta ve hoodie
Kaynakça: <https://designandculturebyed.com/2017/11/08/tongue-in-cheek-balenciaga-resort-2018/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

Gürcü asıllı, Balenciaga markasının kreatif direktörü olan moda tasarımcı Demna Gvasalia’ nın imzasını taşıyan ‘Balenciaga Resort 2018’; kitschin kendine has tavrı ve şık parçaların birlikte kullanılmasıyla hazırlanmış bir koleksiyon olarak değerlendirilmektedir. Kült parçalar, renkli pantolonlar, hacimli yorgan kumaşından üretilmiş montlar, logolu kürk şallar, plastikten üretilmiş üzüm şeklinde küpeler, XXL boyutta ve üzerinde Paris, Londra ve Tokyo gibi farklı başkentlerin simgeleri olan mimari yapıların baskılarının bulunduğu pazar çantaları ve zıt renklerin kombinlendiği bu koleksiyon tam bir kitsch modası örneği teşkil etmektedir.



Şekil 76. “Balenciaga Resort 2018” koleksiyonundan kitsch örnekler

Kaynakça: <https://designandculturebyed.com/2017/11/08/tongue-in-cheek-balenciaga-resort-2018/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

1970 yılında Japon tasarımcı Kenzo Takada tarafından kurulmuş Fransız lüks moda evi KENZO, AW14 (Autumn/Winter 2014) koleksiyonunun çekimlerini; İtalyan sanatçı Maurizio Cattelan ve fotoğrafçı Pierpaolo Ferrari’nin ortaklığı ile oluşturulan ve yılda iki kez yayınlanan deneysel sanat dergisi Toilet Paper ile gerçekleştirmiştir. Koleksiyonun bu sıradışı çekimleri kitsche örnek teşkil etmektedir.



Şekil 77. KENZO, AW14 (Autumn/Winter 2014), Kenzo x Toilet Paper kitsch dergi çekimleri

Kaynakça: <https://www.designboom.com/art/maurizio-cattelan-toiletpaper-design-kenzo-fw13-campaign/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



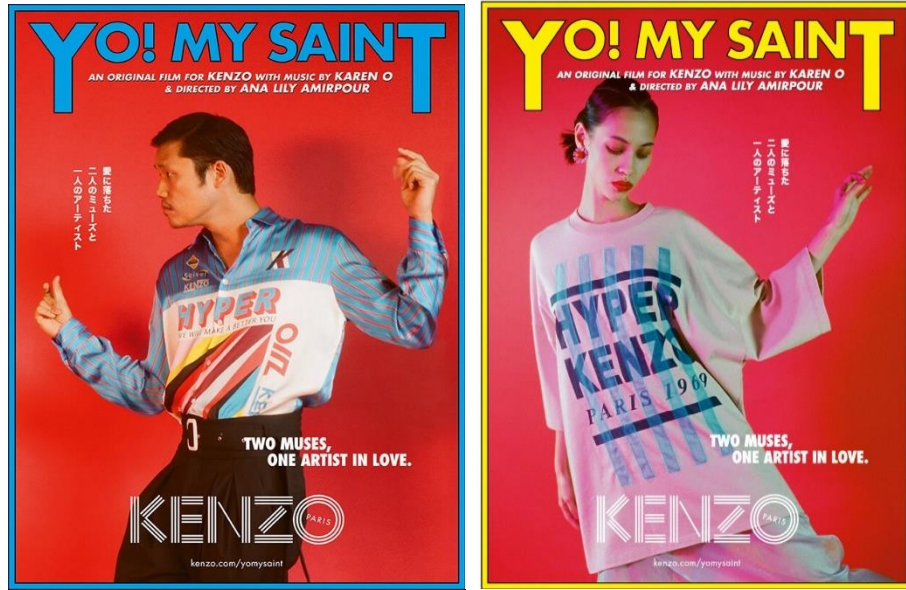
Şekil 78. KENZO, AW14 (Autumn/Winter 2014), Kenzo x Toilet Paper kitsch dergi çekimleri
 Kaynakça: <https://www.designboom.com/art/maurizio-cattelan-toiletpaper-design-kenzo-fw13-campaign/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022 KENZO SS14 Reklam Filmi Linki: https://www.youtube.com/watch?v=ZtZLE2D8X4s&ab_channel=KENZO

Ayrıca KENZO'nun SS18 (Summer/Spring 2018) koleksiyonunun reklam çekimlerinde yine kitsche ve nostaljik unsurlara gönderme vardır.



Şekil 79. KENZO SS18 (Spring/Summer 2018) “YO! MY SAINT” isimli koleksiyonunun kitsch esintili reklam çekimleri

Kaynakça: <https://www.voirfashion.co.uk/post/2018-01-20-yo-my-saint-kenzo-goes-kitsch-cool-and-classy-for-spring/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 80. KENZO SS18 (Spring/Summer 2018) “YO! MY SAINT” isimli koleksiyonunun kitsch esintili reklam çekimleri

Kaynakça: <https://www.voirfashion.co.uk/post/2018-01-20-yo-my-saint-kenzo-goes-kitsch-cool-and-classy-for-spring/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

1921 yılında kurulan İtalyan moda markası Gucci’nin kreatif direktörü İtalyan moda tasarımcısı Alessandro Michele’in tasarımlarından oluşan SS19 koleksiyonunda; müziğin ikonlarından Mickey Mouse çantalara, 60 ve 70’ler modasından günümüz popüler kültür detaylarına yer verilmiştir. Koleksiyon yüzlerce gösterişli, gereksiz ikonik detaylardan oluşmaktadır. Tasarımlarda danteller, geniş kollu kesimler, kristaller, püsküller, simli kumaşlar, desenler, pilili elbiseler, kloş pantolonlar, maksi kolyeler, ekstra büyük güneş gözlükleri ve şapkalar bulunmaktadır. Tasarımcı ‘kitsch look’ temasını kullanmıştır.



Şekil 81. GUCCI SS19 (Spring/Summer 2019) defilesinden

Kaynakça: <https://elzocco.com/coleccion/te-gusta-estilo-kitsch-amaras-nueva-coleccion-ss19-gucci/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 82. GUCCI SS19 (Spring/Summer 2019) koleksiyonundan kitsch detaylar

Kaynakça: <https://elzocco.com/coleccion/te-gusta-estilo-kitsch-amaras-nueva-coleccion-ss19-gucci/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

Kaşe ipek gömlekler, kedi başlı kolye, GG (gucci logosu) damalı kazaklar, arı logolu jakarlı kruvaze montlar, GG desenli taytlar, çiçek işlemeli kroşe çoraplar, yüksek taban sneakerlar, geniş kenarlı GG desenli jakarlı şapkalar, makrome elbiseler, dantel taylar, kısa kollu kaplan işlemeli gömlekler, fitilli kadife pantolonlar... Nostaljik desen ve aksesuarlarla birlikte aynı anda kültürel desenlerin de bir arada kullanıldığı karmakarışık bir estetiğe sahip olan Gucci AW18 koleksiyonu; günümüz moda anlayışı ile kitschin karmaşık uyumunu gözler önüne sermektedir. Bu koleksiyonda kullanılan baskılı eşarplar ve türbanlar dikkat çekmiştir.



Şekil 83. GUCCI AW18 (Autumn/Winter 2018) koleksiyonundan kitsch örnekler

Kaynakça: <https://www.theglassmagazine.com/mfw-aw18-gucci/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 84. GUCCI AW18 (Autumn/Winter 2018) koleksiyonundan kitsch örnekler

Kaynakça: <https://www.theglassmagazine.com/mfw-aw18-gucci/> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

GUCCI, Balenciaga, KENZO, Victor&Rolf, Moschino, Miu Miu ve daha örneklerini arttırabileceğimiz pek çok 21. yüzyıl lüks moda markasının

koleksiyonlarında kendilerine has çizgilerini tasarımlarına yansıtırlarken aynı zamanda popüler kültür olgusu kitsch'ten zaman zaman esinlendiklerini görmekteyiz.



Şekil 85. İtalyan moda markası Prada'ya bağlı olan Miu Miu markasının 2017 Resort koleksiyonundan kitsch esintileri taşıyan tasarım örnekleri

Kaynakça: <https://www.vogue.com/fashion-shows/designer/miu-miu> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 86. Victor&Rolf'un Fall 2005 defilesinden kitsch örnekler

Kaynakça: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2005-ready-to-wear/viktor-rolf> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 87. Meadham Kirchhoff 2014 defilesinden



Şekil 88. Richard Quinn Fall 2018

Kaynakça: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 88. GUCCI Resort 2019

Kaynakça: <https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2019/gucci> Erişim Tarihi: Kasım, 2022



Şekil 89. GUCCI Resort 2019

Kaynakça: <https://www.vogue.com/fashion-shows/resort-2019/gucci> Erişim Tarihi: Kasım, 2022

Kitschin sıradışı karmaşıklığının yanında nostaljik desenler, giysi kalıpları ve aksesuarları temsil ediyor olması ve bu temsili abartılı bir şekilde sunması, markaların gözde look'larından birisi haline gelmiştir. Kitsch günümüz modasında varlığını sürdürmekte olup bundan sonra da moda dünyasında yerini almaya devam edeceğe benzetilmektedir.

BÖLÜM IV

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları ve verilerin analizi açıklanmıştır.

4.1.Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, nitel veri elde etme yöntemlerinden betimsel tarama yöntemi kullanılmıştır. Tarama modelleri geçmişte ya da hâlen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır (Karasar, 2006). Nitel araştırmalar, doküman analizi, gözlem ve görüşme gibi nitel bilgi toplama yöntemlerinin kullanıldığı, olayların ve algıların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül olarak ortaya konması amacıyla nitel bir sürecin izlendiği araştırma yöntemidir (Yıldırım, 1999). Bu çalışmada Türkiye çapında belirlenen pilot okullardaki Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı lisans eğitimi alan öğrencilerin; kitsch olgusu hakkındaki farkındalıkları, kitsch olgusunun öğrencilerin genel beğeni, fikir ve tasarım estetiği anlayışlarına nasıl yansıdığı, tasarım tercihleri ve farklı sanat disiplinlerindeki kitsch özelliği taşıyan tasarımları ayırt edebilme düzeyleri sorgulanmıştır. Google Docs (google documents) üzerinden online bir şekilde hazırlanan ve çoktan seçmeli sorulardan oluşan web tabanlı anket aracılığı ile veriler toplanmış ve istatistik sonuçları değerlendirilmeye tabii tutulmuştur.

4.2.Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu olarak Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı dersleri veren üniversiteler kolay ulaşılabilir durum örnekleme olarak seçilmiştir. Örneklem belirlemenin değişik yolları olmakla birlikte bu yolları a) rastlantısal (tesadüfi) ve b) rastlantısal olmayan (kasti) örneklem olarak iki ana gruba ayırmak mümkündür (Churchill, 1999). Sonuçların genellenmesi amaçlandığından tesadüfi örneklemin seçilmesi gerekmektedir. Bu araştırma bilimsel nitelik taşıdığından rastlantısal örneklem türlerinden basit tesadüfi örneklem seçilmiştir. Bu tür örneklemin, çalışmanın genellenebilirliğini kolaylaştırmaktadır. Buna göre araştırmanın çalışma

grubunu; Çukurova Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ve bu fakültelerin Tekstil ve Moda Tasarımı ilgili bölümleri oluşturmuştur. Anket toplam 302 katılımcıdan oluşmaktadır.

4.3. Veri Toplama Araçları ve Veri Toplama Süreci

Literatür araştırmasına dayalı bu çalışmada; konuyla ilgili kitaplar, tezler, makaleler, süreli yayınlar ve internet kaynaklarından yararlanılmıştır. Araştırmacı verileri kendisi toplamıştır. Araştırmacı web tabanlı veri toplama aracı olan anketi katılımcıların bir kısmına bizzat ve bir kısmına ise e-mail ve internet mesajlaşma uygulamaları aracılığıyla iletişime geçerek ve katılımcıları bilgilendirerek ulaştırmıştır ve katılımlarını sağlamıştır. Çoktan seçmeli anket sorularını tamamen kendi bilgileri ve görüşleri dahilinde dolduran katılımcıların bilgi, fikir ve görüşlerine müdahale edilmemiştir. Anket katılımcıları kendilerine yöneltilen çoktan seçmeli soruları tamamen bağımsız ve subjektif olarak yanıtlanmıştır. Veri toplama süreci toplam sekiz hafta sürmüştür.

4.4. Verilerin Analizi

Veri analizi temel olarak iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada, katılımcıların cinsiyetleri, sınıf dereceleri, kitsch olgusu hakkındaki farkındalıkları tespit edilmiştir. İkinci aşamada ise katılımcılara kitsch olgusunun tanımı yapıldıktan sonra tasarım disiplinlerindeki kitsch özelliği taşıyan tasarımları, diğer disiplinlere ait tasarımlardan ayırt edip edememe ve kitsch olgusunu tasarım anlayışlarında tercih edip etmemeleri saptanmaya çalışılmıştır. Elde edilen veriler istatistik görselleri ile sunulmuştur.

BÖLÜM V

BULGULAR

Popüler kültür olgusu kitsch'in Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil ve Moda Tasarımı lisans öğrencilerinin olgu hakkındaki farkındalıkları, kitsch olgusunun öğrencilerin tasarım ve estetik tercihleri üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla uygulanmış olan anket sonuçlarının istatistik görselleri, sol tarafta sorular ve sağ tarafta katılımcı sayısı ve yanıtlar şeklinde aşağıda verilmiştir. N ibaresi katılımcı sayısını ifade etmek için kullanılmıştır:



Popüler Kültür Olgusu Kitsch ve Tekstil ve Moda Tasarım Öğrencileri Üzerine Etkileri

Aşağıda ilgili araştırma kapsamında "kitsch" olgusunun tasarım ve estetik anlayışınızdaki yerini anlamaya yönelik bazı sorular yer almaktadır. Anketin verileri yüksek lisans tezinin sonuç bölümünde kullanılacaktır. Anket sorularının cevaplanması ortalama 7 dakika sürmektedir. Katkılarınız için teşekkür ederim. Sanatla kalın.
Yüksek Lisans Tezi: Amine Hande Tuncer Tez Danışmanı: Prof. Dr. F. Engin ALPAT

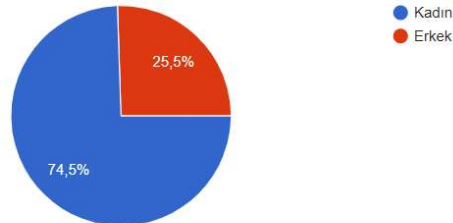
Cinsiyet *

☐ Kadın

☐ Erkek

Cinsiyet

302 yanıt



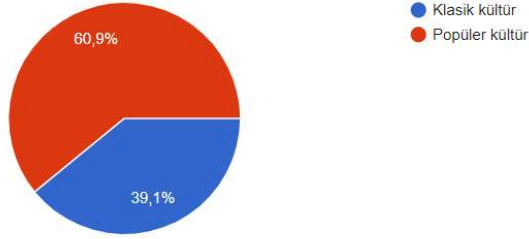
Soru 1. %74,5= N=225, %25,5= N= 77

Hangi kültür ögesi tasarım anlayışınızı daha çok etkiler? *

- ☐ Klasik kültür
- ☐ Popüler kültür

Hangi kültür ögesi tasarım anlayışınızı daha çok etkiler?

302 yanıt



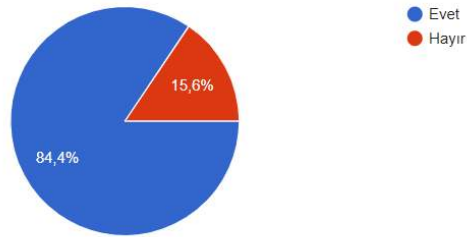
Soru 2. 60,9%= N= 184, 39,1%= N= 118

Sizce popüler kültür ile moda iç içe olmalı mıdır? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

Sizce popüler kültür ile moda iç içe olmalı mıdır?

302 yanıt



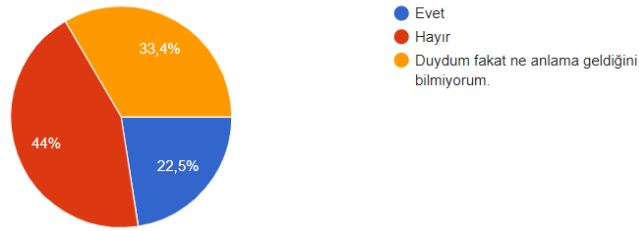
Soru 3. 84,4%= N= 255, 15,6%= N= 47

Daha önce "kitsch" olgusunu duymuş muydunuz? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Duydum fakat ne anlama geldiğini bilmiyorum.

Daha önce "kitsch" olgusunu duymuş muydunuz?

302 yanıt



Soru 4. 44%= N= 133, 33,4%= N= 101, 22,5%=N= 68

Bir sonraki sayfada "Kitsch" olgusunun kısa bir tanımı verilecektir. Sonrasında sizden farklı sanat disiplinlerine ve moda ile ilişkili görsellerdeki "Kitsch" olgusunu tahmin etmeniz istenecektir.

Katılımcılar bu ibareden sonra anketin 2. kısmındaki sorulara geçiş yapmıştır:

2. BÖLÜM

"KITSCH" NEDİR?

KITSCH NEDİR?

Kitsch, (Kiç diye okunur), tüketicilerinde (seyreden, izleyen, dinleyen, okuyan, bakan kişilerde) dikkat çekici bir etki yaratan ancak herhangi bir sanat akımı kapsamında değerlendirilmesi mümkün olmayan tasarımları ifade eden bir sanat terimidir. Genellikle var olan bir sanatın düşük seviyede bir kopyası olan tasarımları sınıflandırmak, ifade etmek için kullanılmaktadır. Estetik kaygı gütmmez.

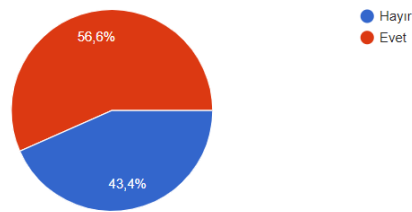
Evinizde "kitsch" özelliği taşıyan obje var mı? *

- ☐ Hayır
- ☐ Evet

2. BÖLÜM

Evinizde "kitsch" özelliği taşıyan obje var mı?

302 yanıt



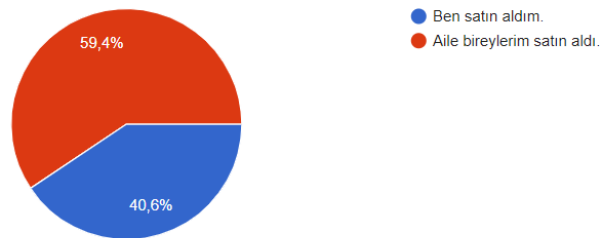
Soru 5. 56,6%= N= 171, 43,4%= N= 131

Evinizdeki "kitsch" objeyi siz mi yoksa aile bireylerinizden biri mi satın aldı?

- ☐ Ben satın aldım.
- ☐ Aile bireylerim satın aldı.

Evinizdeki "kitsch" objeyi siz mi yoksa aile bireylerinizden biri mi satın aldı?

219 yanıt



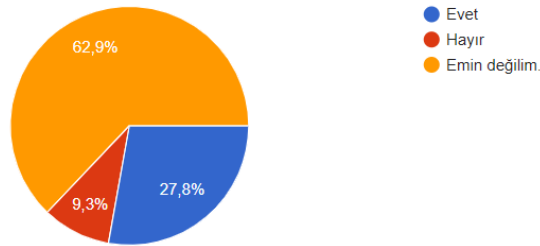
Soru 6. 59,4%= N=130, 40,6%= N= 89

"Kitsch" bir objeyi gördüğünüz zaman hemen ayırt edebiliyor musunuz? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Emin değilim.

"Kitsch" bir objeyi gördüğünüz zaman hemen ayırt edebiliyor musunuz?

302 yanıt



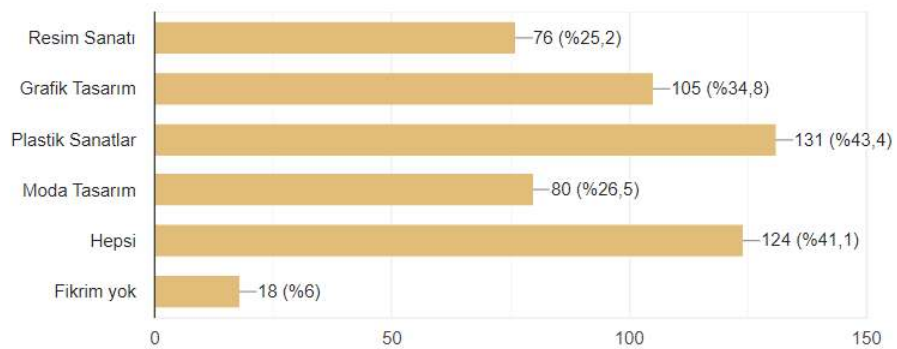
Soru 7. 62,9%= N= 190, 27,8%= N= 84, 9,3%= N= 28

Sizce "Kitsch" olgusu aşağıdaki sanat alanlarının hangisinde görülmektedir (Birden fazla seçebilirsiniz.) *

- ☐ Resim Sanatı
- ☐ Grafik Tasarım
- ☐ Plastik Sanatlar
- ☐ Moda Tasarım
- ☐ Hepsi
- ☐ Fikrim yok

Sizce "Kitsch" olgusu aşağıdaki sanat alanlarının hangisinde görülmektedir (Birden fazla seçebilirsiniz.)

302 yanıt



Soru 8.

Sizce aşağıdaki seçeneklerden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



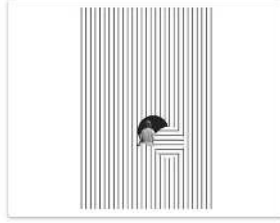
☐ 1



☐ 2



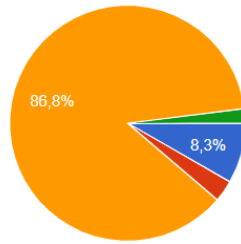
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki seçeneklerden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



1
2
3
4

Soru 9. 86,8%= N=262 , 8,3%= N= 25, 3% (2 numaralı seçenek)= N= 9, 2% (1 numaralı seçenek)= N= 6

"Kitsch" i sıra dışı buluyor musunuz? *

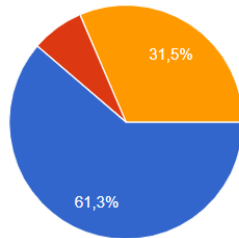
☐ Evet

☐ Hayır

☐ Bir fikrim yok.

"Kitsch" i sıra dışı buluyor musunuz?

302 yanıt



Evet
Hayır
Bir fikrim yok.

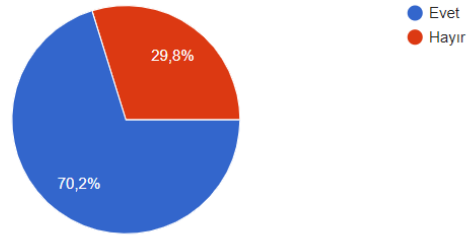
Soru 10. 61,3%= N= 185 31,5%= N= 95, 7,3% (Hayır seçeneği)= N= 22

Modada trend olup da "kitsch" özelliği taşıyan giysileri giyer misiniz? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

Modada trend olup da "kitsch" özelliği taşıyan giysileri giyer misiniz?

302 yanıt



Soru 11. 70,2%= N= 212, 29,8%= N= 90

Tasarımcı siz olsaydınız eğer aşağıdaki giysi tasarımlarından hangisini tasarlardınız? *



☐ 1



☐ 2



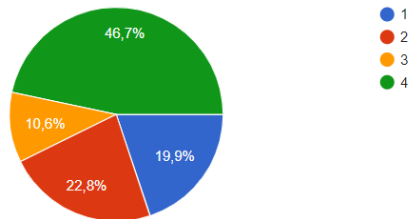
☐ 3



☐ 4

Tasarımcı siz olsaydınız eğer aşağıdaki giysi tasarımlarından hangisini tasarlardınız?

302 yanıt



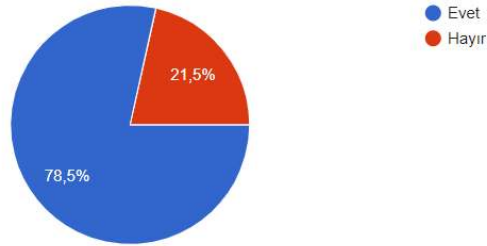
Soru 12. 46,7%= N= 141 , 22,8%= N= 69 , 19,9%= N= 60 , 10,6%= N= 32

İç dekorasyonda moda olan "kitsch" bir ürünü eviniz için satın alırmısınız? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

İç dekorasyonda moda olan "kitsch" bir ürünü eviniz için satın alırmısınız?

302 yanıt



Soru 13. 78,5%= N= 237 , 21,5%= N= 65

Aşağıdaki görsellerden hangisini tercih edersiniz? *



☐ 1



☐ 2



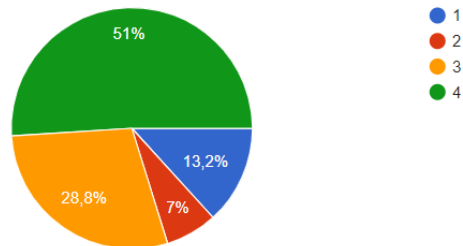
☐ 3



☐ 4

Aşağıdaki görsellerden hangisini tercih edersiniz?

302 yanıt



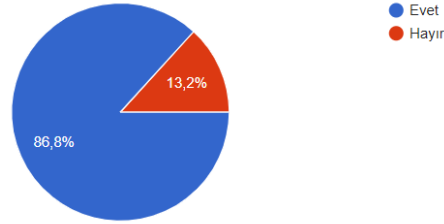
Soru 14. 51%= N= 154, 28,8%= N= 87, 13,2%= N= 40 , 7%= N= 21

Popüler modacılar ve moda markalarının sırf yenilik olsun diye "kitsch"i tercih ettiklerini düşünüyor musunuz? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

Popüler modacılar ve moda markalarının sırf yenilik olsun diye "kitsch"i tercih ettiklerini düşünüyor musunuz?

302 yanıt



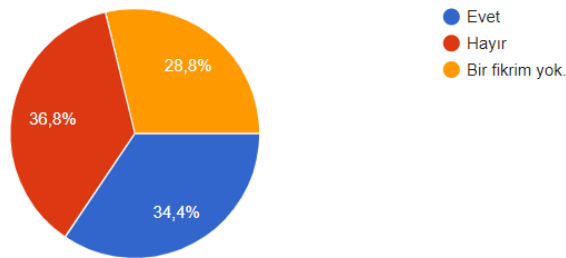
Soru 15. 86,8%= N= 262 , 13,2%= N= 40

Evinizde "kitsch" mimari özellikleri bulunuyor mu? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Bir fikrim yok.

Evinizde "kitsch" mimari özellikleri bulunuyor mu?

302 yanıt



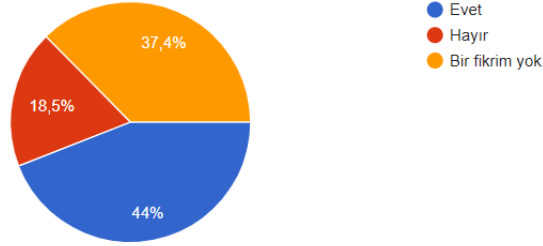
Soru 16. 36,8%= N= 111, 34,4%= N= 104, 28,8%= N= 87

Bir ev satın alsanız "kitsch" mimari özellikleri bulunan bir ev tercih eder misiniz? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Bir fikrim yok.

Bir ev satın alsanız "kitsch" mimari özellikleri bulunan bir ev tercih eder misiniz?

302 yanıt



Soru 17. 44%= N= 133, 37,4%= N= 113, 18,5%= N= 56

Sizce aşağıdaki mimari yapılardan hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



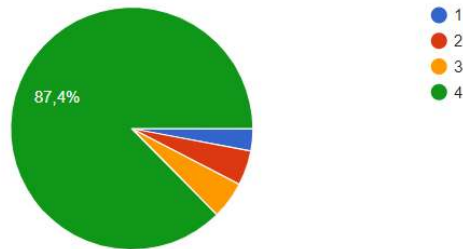
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki mimari yapılardan hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 18. 87,4%= N= 264 , 5% (3 numaralı seçenek)= N= 15, 4,6% (2 numaralı seçenek)= N= 14, 3% (1 numaralı seçenek)= N= 9

Sizce aşağıdaki mimari yapılardan hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



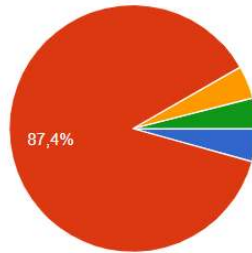
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki mimari yapılardan hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



1
2
3
4

Soru 19. 87,4%= N= 264, 4,3% (1 numaralı seçenek)= N= 13, 4,3% (3 numaralı seçenek)= N= 13, 4% (4 numaralı seçenek)= N= 12

Sizce aşağıdaki iç mimari örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



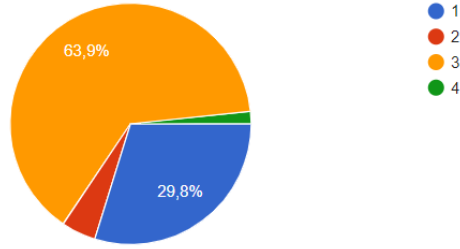
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki iç mimari örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 20. 63,9%= N= 193, 29,8%= N= 90, 4,6% (2 numaralı seçenek)= N= 14, 1,7% (4 numaralı seçenek)= N= 5

Sizce aşağıdaki iç mimari örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



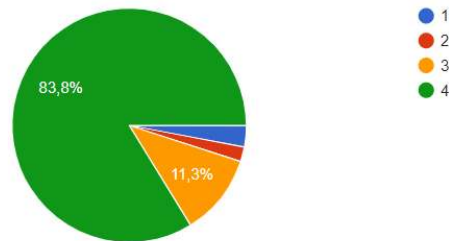
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki iç mimari örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



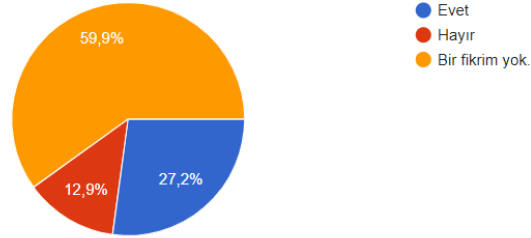
Soru 21. 83,8%= N= 253, 11,3%= N= 34, 3% (1 numaralı seçenek)= N= 9, 2% (2 numaralı seçenek)= N= 6

Yaşadığınız şehrin mimarisinde "kitsch" örnekler bulunuyor mu? *

- ☐ Evet
- ☐ Hayır
- ☐ Bir fikrim yok.

Yaşadığınız şehrin mimarisinde "kitsch" örnekler bulunuyor mu?

302 yanıt



Soru 22. 59,9%= N= 181, 27,2%= N= 82, 12,9%= N= 39

Sizce aşağıdaki grafik tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



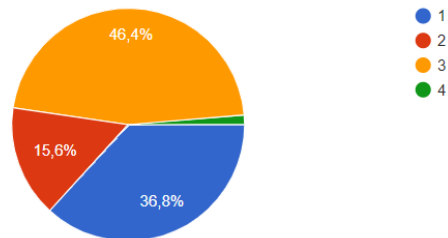
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki grafik tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 23. 46,4%= N= 140, 36,8%= N= 111, 15,6%= N= 47, 1,3% (4 numaralı seçenek)= N= 4

Sizce aşağıdaki grafik tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır?



☐ 1



☐ 2



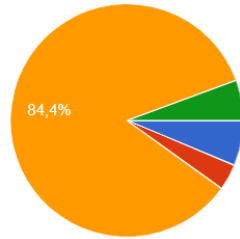
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki grafik tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır?

302 yanıt



1
2
3
4

Soru 24. 84,4%= N= 255, 6,3% (1 numaralı seçenek)= N= 19, 5,6% (4 numaralı seçenek)= N= 17, 3,6% (2 numaralı seçenek)= N= 11

Sizce aşağıdaki grafik tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır?



☐ 1



☐ 2



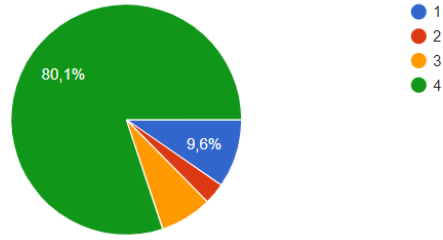
☐ 3



☐ 4

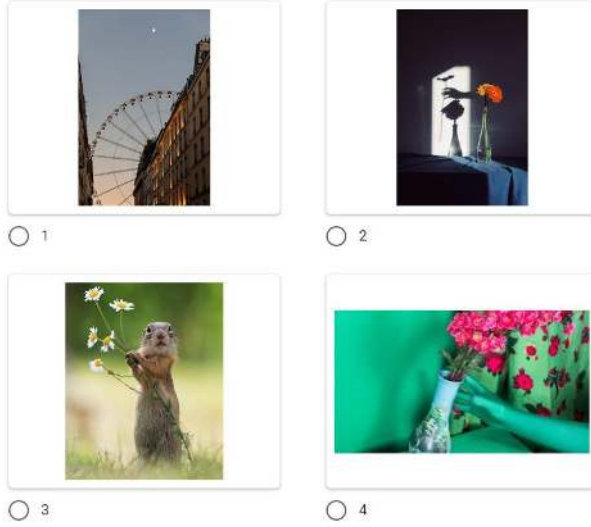
Sizce aşağıdaki grafik tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır?

302 yanıt



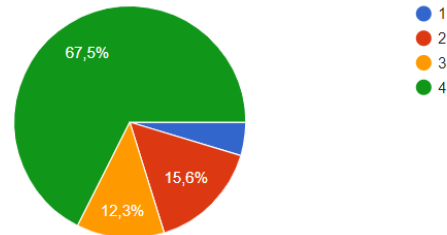
Soru 25. 80,1%= N= 242, 9,6%= N= 29, 7,3% (3 numaralı seçenek)= N= 22, 3% (2 numaralı seçenek)= N= 9

Sizce aşağıdaki fotoğraf çalışmalarından hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır? *



Sizce aşağıdaki fotoğraf çalışmalarından hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 26. 67,5%= N= 204, 15,6%= N= 47, 12,3%= N= 37, 4,6% (1 numaralı seçenek)= N= 14

Sizce aşağıdaki fotoğraf çalışmalarından hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



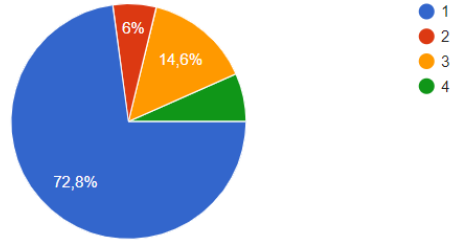
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki fotoğraf çalışmalarından hangisi "kitsch" olgusunun özelliklerini taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 27. 72,8%= N= 220, 14,6%= N= 44, 6,6% (4 numaralı seçenek)= N= 20, 6%= N= 18

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



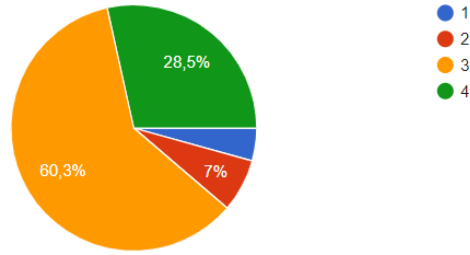
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 28. 60,3%= N= 182, 28,5%= N= 86, 7%= N= 21, 4,3% (1 numaralı seçenek)= N= 13

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



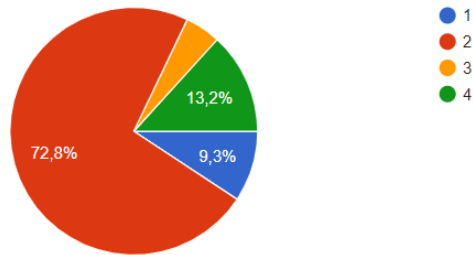
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 29. 72,8%= N= 220, 13,2%= N= 40, 9,3%= N= 28, 4,6% (3 numaralı seçenek)= N= 14

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



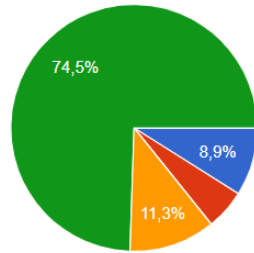
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



- 1
- 2
- 3
- 4

Soru 30. 74,5%= N= 225, 11,3%= N= 34, 11,3%= N= 27, 5,3% (2 numaralı seçenek)= N= 16

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



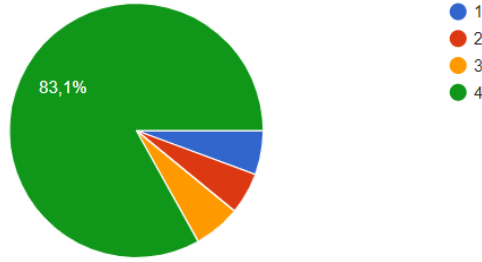
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki plastik sanat eserlerinin hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

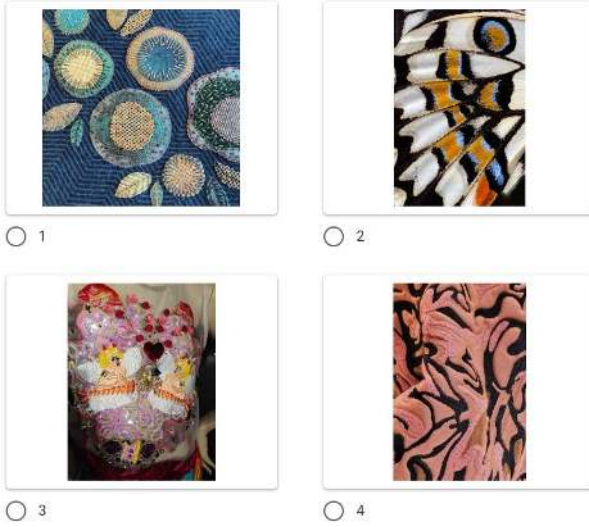
302 yanıt



Soru 31. 83,1%= N = 251, 6% (3 numaralı seçenek)= N= 18, 5,6% (1 numaralı seçenek)= N= 17, 5,3% (2 numaralı seçenek)= N= 16

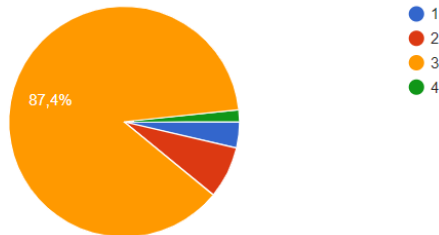
Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

*



Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 32. 87,4%= N= 264, 7,3% (2 numaralı seçenek)= N= 22, 3,6% (1 numaralı seçenek)= N= 11, 1,7% (4 numaralı seçenek)= N= 5

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



☐ 1



☐ 2



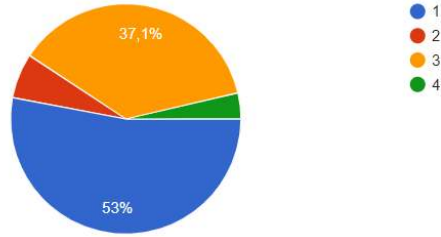
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 33. 53%= N= 160, 37,1%= N= 112, 6,3% (2 numaralı seçenek)= N= 19, 3,6% (4 numaralı seçenek)= N= 11

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



☐ 1



☐ 2



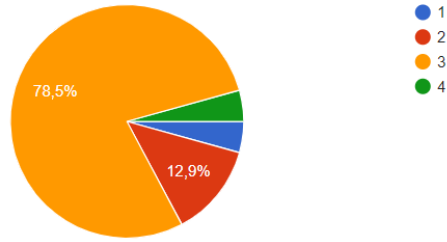
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



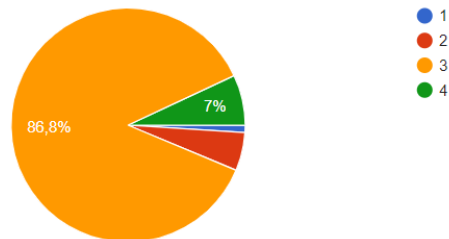
Soru 34. 78,5%= N= 237, 12,9%= N= 39, 4,3% (1 numaralı seçenek)= N= 13, 4,3% (4 numaralı seçenek)= N= 13

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 35. 86,6%= N= 262, 7%= N= 21, 5,3% (2 numaralı seçenek)= N= 16, 1% (1 numaralı seçenek)= N= 3

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



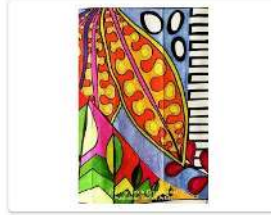
☐ 1



☐ 2



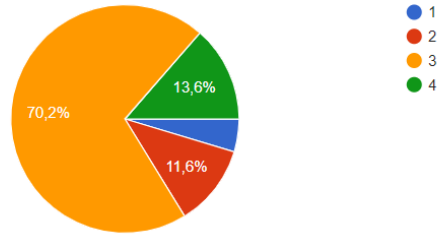
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 36. 70,2%= N= 212, 13,6%= N= 41, 11,6%= N= 35, 4,6% (1 numaralı seçenek)= N= 14

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



☐ 1



☐ 2



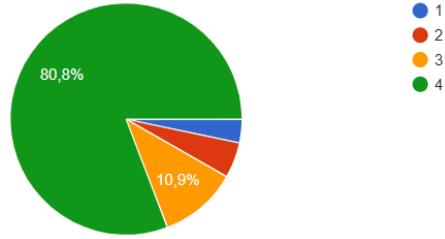
☐ 3



☐ 4

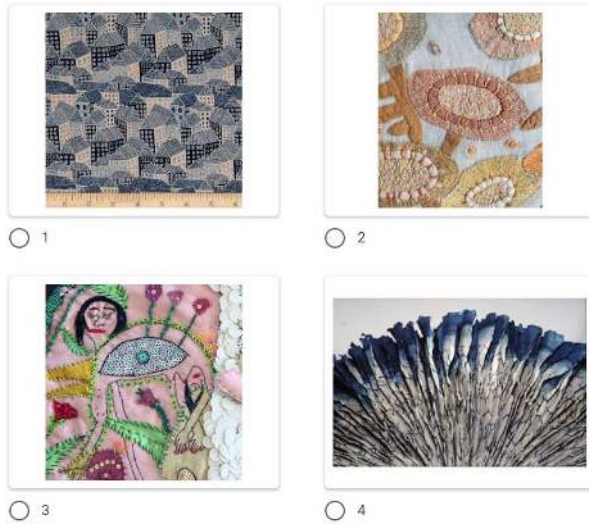
Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



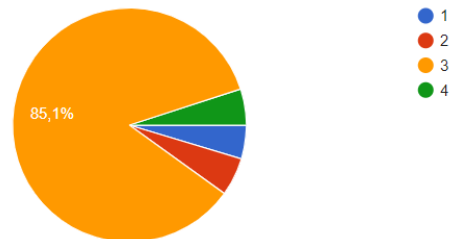
Soru 37. 80,8%= N= 244, 10,9%= N= 33, 5% (2 numaralı seçenek)= N= 15, 3,3% (1 numaralı seçenek)= N= 10

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 38. 85,1%= N= 257, 5,3% (2 numaralı seçenek)= N= 16, 5% (4 numaralı seçenek)= N= 15, 4,6% (1 numaralı seçenek)= N= 14

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



☐ 1



☐ 2



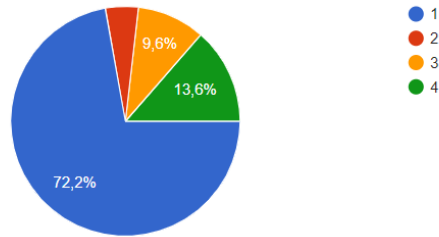
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 39. 72,2%= N= 218,13,6%= N= 41, 9,6%= N= 29, 4,6% (2 numaralı seçenek)= N= 14

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



☐ 1



☐ 2



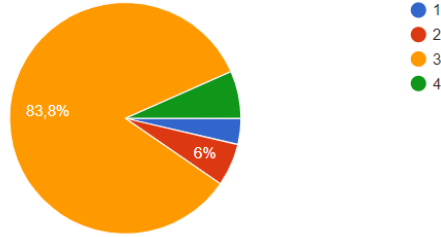
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



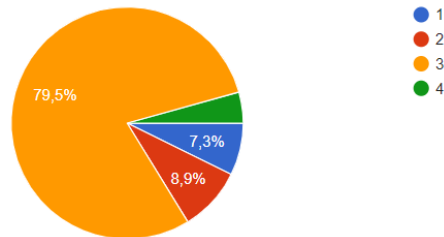
Soru 40. 83,8%= N= 253, 6,6% (4 numaralı seçenek)= N= 20, 6%= N= 18, 3,6% (1 numaralı seçenek)= N= 11

Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?



Sizce aşağıdaki tekstil tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özellikleri taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 41. 79,5%= N= 240, 8,9%= N= 27, 7,3%= N= 22, 4,3% (4 numaralı seçenek)= N= 13

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



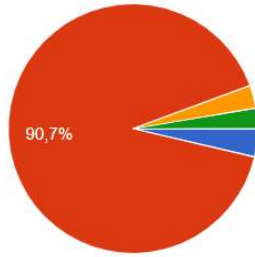
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



1
2
3
4

Soru 42. 90,7%= N= 274, 3,6% (1 numaralı seçenek)= N= 11, 3% (3 numaralı seçenek)= N= 9, 2,6% (4 numaralı seçenek)= N= 8

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



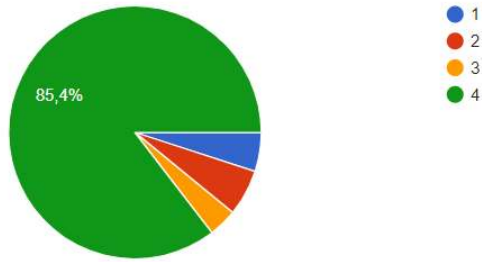
☐ 3



☐ 4

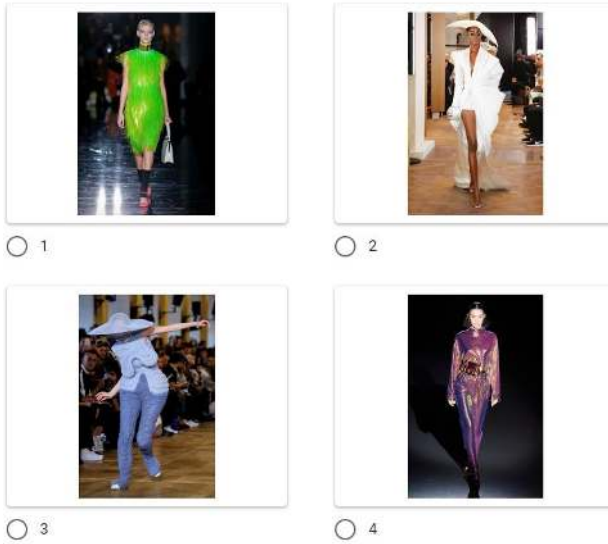
Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



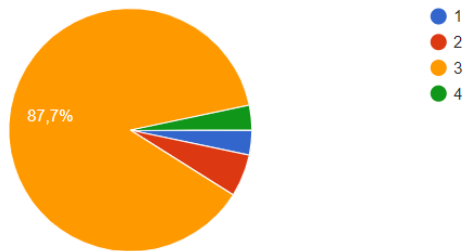
Soru 43. 85,4%= N= 258, 6% (2 numaralı seçenek)= N= 18, 5% (1 numaralı seçenek)= N= 15, 3,6% (3 numaralı seçenek)= N= 11

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 44. 87,7%= N= 265, 5,6% (2 numaralı seçenek)= N= 17, 3,3% (1 numaralı seçenek)= N= 10, 3,3% (4 numaralı seçenek)= N= 10

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



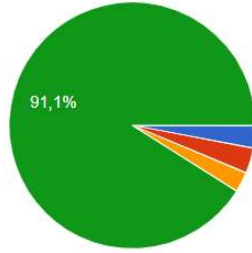
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



1
2
3
4

Soru 45. 91,1%= N= 275, 3,3% (2 numaralı seçenek)= N= 10, 3% (1 numaralı seçenek)= N= 9, 2,6% (3 numaralı seçenek)= N= 8

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



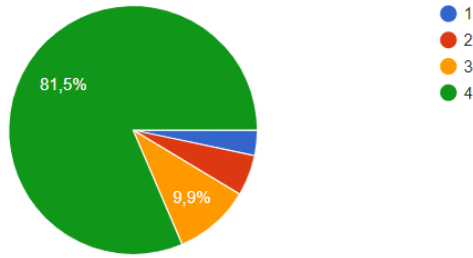
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 46. 81,5%= N= 246, 9,9%= N= 30, 5,3% (2 numaralı seçenek)= N= 16, 3,3% (1 numaralı seçenek)= N= 10

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



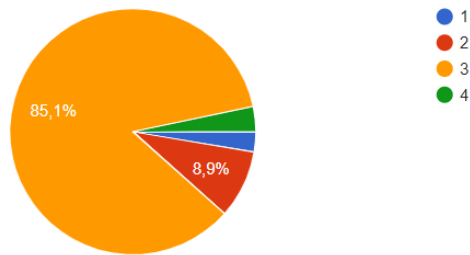
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 47. 85,1%= N= 257, 8,9%= N= 27, 3,3% (4 numaralı seçenek)= N= 10, 2,6% (1 numaralı seçenek)= N= 8

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



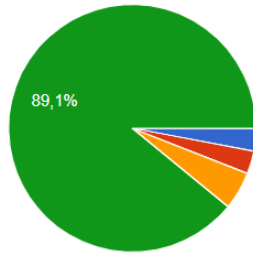
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



1
2
3
4

Soru 48. 89,1%= N= 269, 5% (3 numaralı seçenek)= N= 15, 3% (1 numaralı seçenek)= N= 9, 3% (2 numaralı seçenek)= N= 9

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



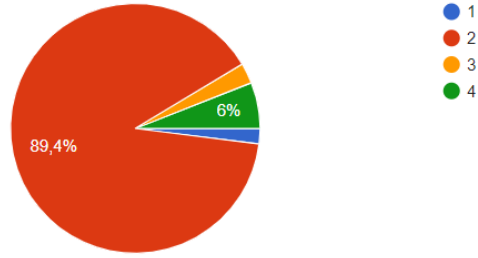
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 49. 89,4%= N= 270, 6%= N= 18, 2,6% (3 numaralı seçenek)= N= 8, 2% (1 numaralı seçenek)= N= 6

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



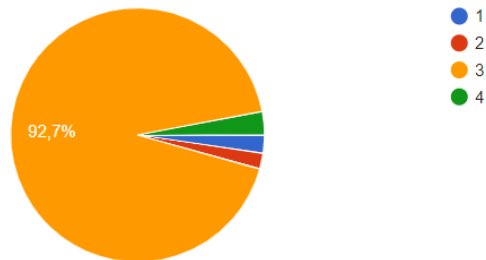
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 50. 92,7%= N= 280 3% (4 numaralı seçenek)= N= 9, 2,3% (1 numaralı seçenek)= N= 7, 2% (2 numaralı seçenek)= N= 6

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



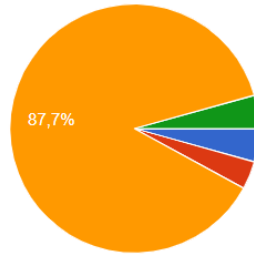
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



1
2
3
4

Soru 51. 87,7%= N= 265, 4,3% (4 numaralı seçenek)= N= 13, 4,3% (1 numaralı seçenek)= N= 13, 3,6% (2 numaralı seçenek)= N= 11

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



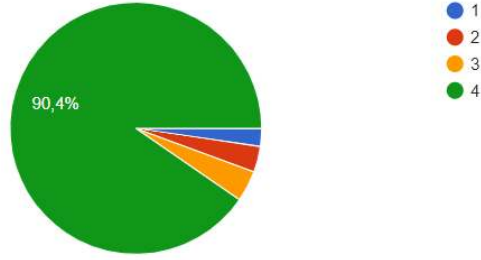
☐ 3



☐ 4

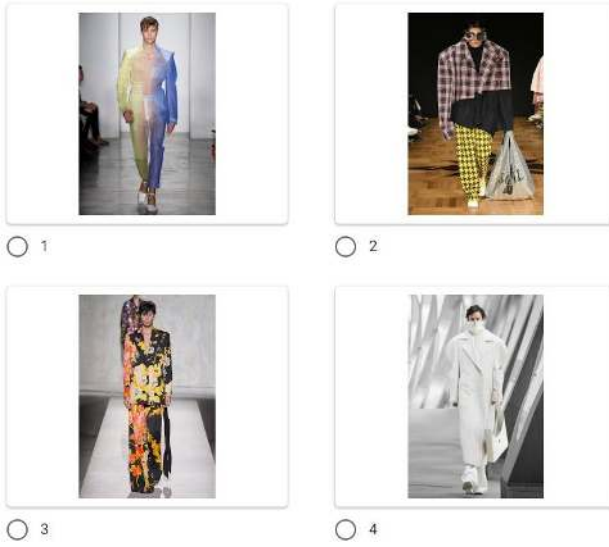
Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



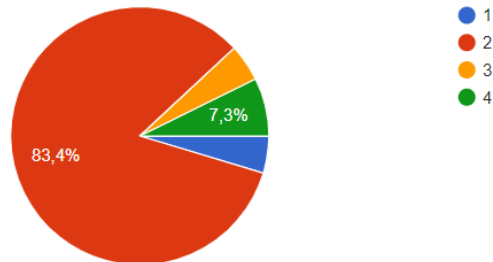
Soru 52. 90,4%= N= 273, 4% (3 numaralı seçenek)= N= 12, 3,3% (2 numaralı seçenek)= N= 10, 2,3% (1 numaralı seçenek)= N= 7

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 53. 83,4%= N= 252, 7,3%= N= 22, 4,6% (1 numaralı seçenek)= N= 14, 14,6% (3 numaralı seçenek)= N= 44

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



☐ 1



☐ 2



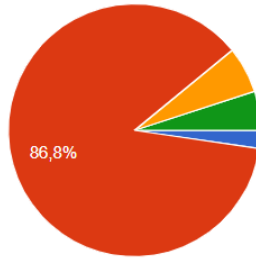
☐ 3



☐ 4

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4

Soru 54. 86,8%= N= 262, 6% (3 numaralı seçenek)= N= 18, 5% (4 numaralı seçenek)= N= 15, 2,3% (1 numaralı seçenek)= N= 7

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



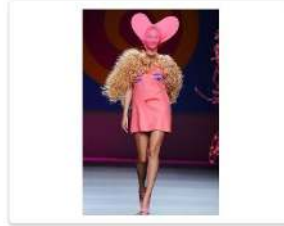
☐ 1



☐ 2



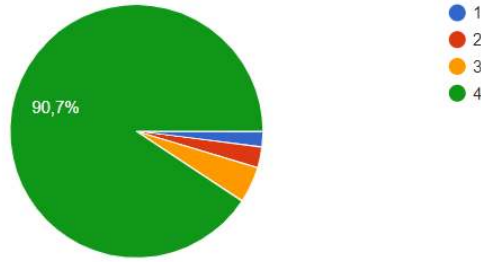
☐ 3



☐ 4

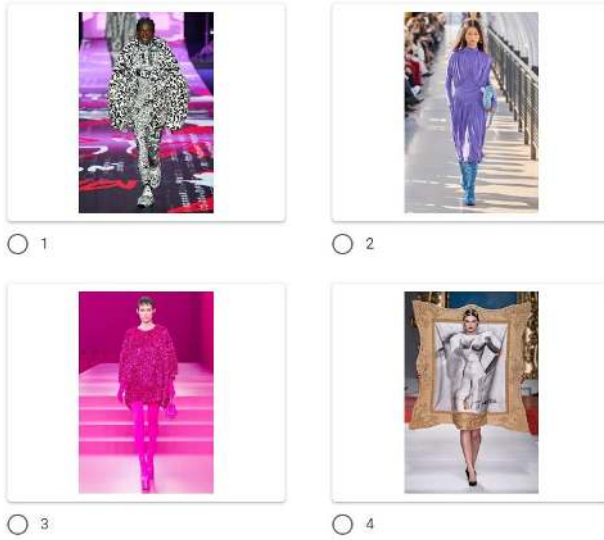
Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



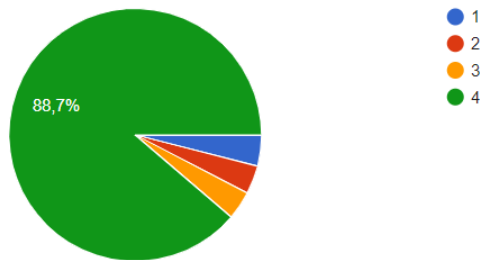
Soru 55. 90,7%= N= 274, 4,6% (3 numaralı seçenek)= N= 14, 2,6% (2 numaralı seçenek)= N= 8, 2% (1 numaralı seçenek)= N= 6

Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır? *



Sizce aşağıdaki giysi tasarım örneklerinden hangisi "kitsch" özelliği taşımaktadır?

302 yanıt



Soru 56. 88,7%= N= 268, 4% (1 numaralı seçenek)= N= 12, 3,6% (2 numaralı seçenek)= N= 11, 3,6% (3 numaralı seçenek)= N= 11

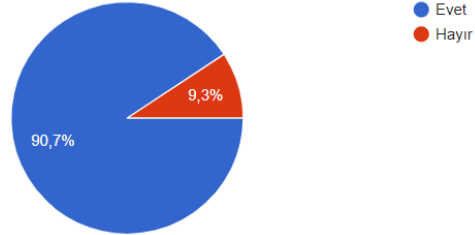
Sizce "kitsch", bir pop-art akımı gibi sanatta ve moda tasarım alanında zaman geçtikçe önemli bir yere gelir mi? *

☐ Evet

☐ Hayır

Sizce "kitsch", bir pop-art akımı gibi sanatta ve moda tasarım alanında zaman geçtikçe önemli bir yere gelir mi?

302 yanıt



Soru 57. 90,7%= N= 274, 9,3%= N= 28

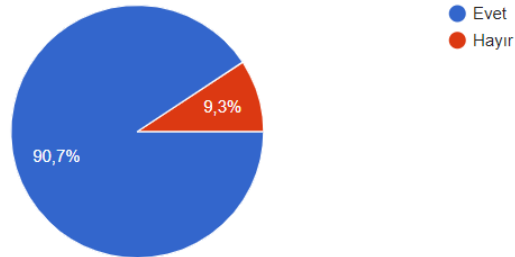
Sizce "kitsch" olgusu zaman geçtikçe 21. yüzyılın sanat akımları arasına katılır mı? *

☐ Evet

☐ Hayır

Sizce "kitsch" olgusu zaman geçtikçe 21. yüzyılın sanat akımları arasına katılır mı?

302 yanıt



Soru 58. 90,7%= N= 274, 9,3%= N= 28

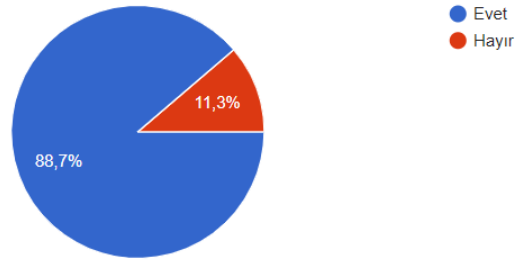
Bu anketin sonunda "kitsch" olgusu ilginizi çekti mi? *

☐ Evet

☐ Hayır

Bu anketin sonunda "kitsch" olgusu ilginizi çekti mi?

302 yanıt



Soru 59. 88,7%= N= 268 , 11,3%= N= 34

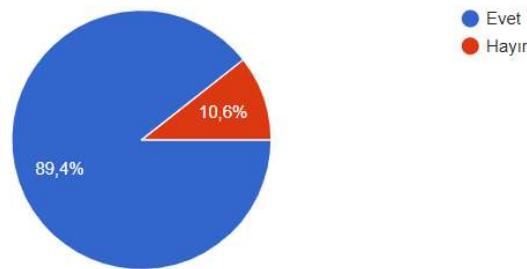
Bu anketin sonunda "kitsch" olgusunu daha detaylı araştırmayı düşünür müsünüz? *

☐ Evet

☐ Hayır

Bu anketin sonunda "kitsch" olgusunu daha detaylı araştırmayı düşünür müsünüz?

302 yanıt



Soru 60. 89,4%= N= 270, 10,6%= N= 32

İstatistik grafikleri ile analizi verilen anket çalışması toplam 60 sorudan oluşmaktadır. Anket çalışmasına 225'i kadın, 77'si erkek katılımcı olmak üzere toplam 302 öğrenci katılım sağlamıştır (Bkz. Soru 1).

‘Hangi kültür ögesi tasarım anlayışınızı daha çok etkiler?’ sorusunda 184 öğrenci popüler kültür seçeneğini işaretlerken, 118 öğrenci ise klasik kültür seçeneğini işaretlemiştir (Bkz. Soru 2). Bu da tekstil ve moda tasarım eğitimi alan öğrencilerinin genelinin popüler kültürden daha fazla etkilendiğinin göstergesidir.

‘Sizce popüler kültür ile moda iç içe olmalı mıdır?’ sorusuna yanıt olarak; 302 katılımcı içinden 255 öğrenci evet, 47 öğrenci ise hayır demiştir (Bkz. Soru 3). Günümüz moda anlayışı popüler kültürle iç içedir ve ankete katılan öğrencilerin %84,4’ü popüler kültürün modada bir gereklilik olduğunu düşünmektedir.

‘Daha önce "kitsch" olgusunu duymuş muydunuz?’ sorusuna 133 katılımcı hayır ve 68 katılımcı evet cevabını verirken, 101 katılımcı ise ‘duydum fakat ne anlama geldiğini bilmiyorum’ seçeneğini işaretlemiştir (Bkz. Soru 4). Kitsch olgusunu toplam katılımcıların %44’ü bilmemekte, %33,4’ü ise yalnızca terim olarak bilmektedir. 302 katılımcının %22,5’i kitsch olgusunu bilmektedir. Neredeyse toplam katılımcıların yarıya yakın oranı kitsch olgusundan haberdar değildir.

Dördüncü sorudan sonra anketin ikinci kısmına geçiş yapılmıştır. Anketin ikinci kısmına geçilmeden önce birinci kısımda öğrencileri yönlendirmeden yalnızca kendi bilgileri dahilinde kitsch olgusunun varlığını bilip bilmemeleri sorgulanmıştır. Bu veri elde edildikten sonra ikinci bölüme geçmeden hemen önce öğrencilere ikinci kısmın hemen başında kitsch olgusunun açıklanacağına dair uyarı yazısı eklenmiştir ve dikkatli okumaları istenmiştir. İkinci bölüme geçiş yapan öğrenciler soruların devamından hemen önce kitsch olgusunun tanımını okumuşlar ve bunun sonrasında bu bilgi dahilinde çoktan seçmeli soruları yanıtlamaya devam etmişlerdir.

‘Evinizde "kitsch" özelliği taşıyan obje var mı?’ sorusuna 171 öğrenci evet, 131 öğrenci hayır cevabını vermiştir (Bkz. Soru 5).

‘Evinizdeki "kitsch" objeyi siz mi yoksa aile bireylerinizden biri mi satın aldı?’ sorusuna 130 öğrenci aile bireylerim satın aldı cevabını, 89 öğrenci ise ben satın aldım seçeneğini işaretlemiştir (Bkz. Soru 6). (Bu soru cevaplanması zorunlu olmayan bir sorudur.)

‘Kitsch bir objeyi gördüğünüz zaman hemen ayırt edebiliyor musunuz?’ sorusuna 190 öğrenci emin değilim seçeneğini, 84 öğrenci evet seçeneğini, 28 öğrenci ise hayır seçeneğini işaretlemiştir (Bkz. Soru 7). Bu soru ile kitsch olgusunun tanımı yapıldıktan da sonra öğrencilerin tam anlamıyla olguya odaklanmaları istenmiştir.

‘Sizce "Kitsch" olgusu aşağıdaki sanat alanlarının hangisinde görülmektedir?’ sorusu birden fazla seçim yapılabilen bir soru olarak hazırlanarak bu şekilde öğrencilerin fikirleri kısıtlanmamıştır. Soruya 18 öğrenci fikrim yok cevabını verirken, en fazla seçilen seçenek 131 seçimle plastik sanatlar olmuştur. Ardından 105 seçimle grafik tasarım, onun da ardından 80 seçimle moda tasarım ve sonrasında 76 seçimle resim yanıtı gelmektedir. 124 kişi ise hepsi seçeneğini işaretlemiştir (Bkz. Soru 8).

9, 10, 11 ve 12. sorular görsel içerikli sorulardır ve öğrencilerin tercihlerini belirlemeye yönelik sorulmuştur (Bkz. 9- 12. Soru).

‘İç dekorasyonda moda olan "kitsch" bir ürünü eviniz için satın alır mısınız?’ sorusuna 237 öğrenci evet derken 65 öğrenci hayır demiştir (Bkz. Soru 13). Bu sonuca

göre dekorasyon öğelerinin kitsch özelliği taşıyor olması; öğrencilerin genelinin beğenisine hitap ettiğini göstermektedir.

‘Popüler modacılar ve moda markalarının sırf yenilik olsun diye "kitsch"i tercih ettiklerini düşünüyor musunuz?’ sorusuna 262 katılımcı evet, 40 katılımcı ise hayır cevabını vermiştir (Bkz. Soru 15).

18 ve 56. sorular arasında katılımcı öğrencilere sırasıyla mimari, grafik tasarım, fotoğraf, plastik sanatlar, tekstil tasarım ve giysi tasarım disiplinlerinden sorular yöneltilmiştir. Her bir soruda o disipline ait tasarımlar dört seçenek şeklinde görsel olarak sunulmuştur ve öğrencilerden bu dört seçenektan kitsch özelliği taşıyan tasarım seçeneğini ayırt ederek işaretlemeleri istenmiştir. 302 katılımcının ortalama %80’i kitsch olgusunun özelliklerini taşıyan tasarım seçeneklerini doğru ayırt ederek kitsch tasarımları işaretlemişlerdir. Kitsch tasarım seçeneğine en yakın olarak işaretlenen tasarımların Pop Art tasarımlar olduğu fark edilmiştir. Bu da Pop Art akımının kitschin temelini oluşturduğu gerçeğini doğrulayıcı bir sonuç olmuştur.

Anket çalışmasının son dört sorusu öğrencilerin kitsch olgusu hakkındaki fikirlerini tam anlamıyla anlayabilmemiz açısından subjektif yanıtlamalarını gerektiren sorulardan oluşmaktadır.

‘Sizce "kitsch", bir pop-art akımı gibi sanatta ve moda tasarım alanında zaman geçtikçe önemli bir yere gelir mi?’ sorusuna 274 öğrenci evet derken, 28 öğrenci hayır seçeneğini seçmiştir (Bkz. Soru 57).

‘Sizce "kitsch" olgusu zaman geçtikçe 21. yüzyılın sanat akımları arasına katılır mı?’ sorusuna 274 öğrenci evet, 28 öğrenci ise hayır demiştir (Bkz. Soru 58).

‘Bu anketin sonunda "kitsch" olgusu ilginizi çekti mi?’ sorusuna 268 katılımcı evet demiştir. 34 katılımcı ise hayır demiştir (Bkz. Soru 59).

‘Bu anketin sonunda "kitsch" olgusunu daha detaylı araştırmayı düşünür müsünüz?’ sorusu anketin son sorusu olmakla birlikte, katılımcıların 270’i soruya evet yanıtını verirken, 32 öğrenci ise hayır yanıtını işaretlemiştir (Bkz. Soru 60). Özellikle son dört soru dikkate alındığı zaman; anket çalışmasının birinci kısmında öğrencilerin neredeyse yarısının haberdar olmadığı bir olgu iken, anket çalışmasının bitiminde öğrencilerin ilgisini çeken ve estetik anlayışlarına yön veren bir olguya dönüştüğü sonucuna ulaşılmaktadır.

BÖLÜM VI

SONUÇ

Popüler kültürün sanatsal olgularından biri olan “Kitsch” çağımızın ve sanat camiasının bir gerçeğidir. 19.yüzyıldan bu yana varlığını devam ettiren kitsch olgusu, tüketicileri ve bazı tasarımcıları yoğun duygusallığı ile ele geçirebilecek nitelikte görülmektedir. İlk olarak 1870’li yıllarda Münih’teki ressamların ve sanat tacirlerinin siparişlerini ve ucuza ürettikleri resimleri için kullanılmış olan bu kelimenin kökeni İngilizce’deki *sketch* yani taslak kelimesinden gelmiştir. Ucuz ve hızlı üretimin sonucunda ortaya çıkmış olan kitsch, melez bir kavramdır. Kitsch ürünlerin en önemli özelliklerinden bir tanesi de esprili bir abartı içinde sunulmasıdır.

“Kitsch sanayileşmiş batının bir ürünüdür. Greenberg (1985); “Kitsch; halk kültürü ile resmi (formal) kültür arasındaki fark ve düşünce biçimidir” (s. 143) şeklinde açıklanmıştır ve kitschin ortaya çıkma sebeplerinin temelinde sanayi devrimi yatmaktadır. Bu devrimle birlikte dünya sanatıyla ilgili olarak yeni bir dönem başlatmıştır, bu nedenle sanayi devrimi kitschin temellerini atmasında önem teşkil etmektedir.

“Sanayi devrimi ilk olarak 18. yüzyılda İngiltere’de ortaya çıkmıştır” (Aksoy 2017 s.36). 1760-1840 tarihleri arasında İngiltere’de başlayan ve tarihte bir kırılma noktası olan sanayi devrimi ile birlikte buhar gücüyle çalışan makinelerin üretimde kullanılması; girişimcilik ve ticaretin gelişmesine sebep olmuştur. İngiltere’de cereyan eden sanayi devrimi sonrasında bütün Avrupa’ya yayılmıştır ve toplumsal alanda birçok değişikliğe neden olmuştur. Sanayi devrimiyle birlikte hız kazanan kapitalizmin de sonucunda ekonomik açıdan toplumsal farklar daha da keskinleşmiştir. Özellikle de savaflara maruz kalan ya da ekonomik krizin eşiğinden dönen toplumlarda bariz bir şekilde kitsch üretimi fazlalık göstermektedir. Bu toplumlar sonradan sonraya ekonomik açıdan tekrar toparlama aşamasında ucuz üretimin sonucu kitsch kaçınılmaz olmuştur. Örneğin 12 eylül 1980 yılında Türkiye’de gerçekleşen askeri darbe sonucunda ekonominin zayıflaması ile birlikte Türkiye’de ilk kitsch örnekler görülmeye başlanmıştır. Bir ülkenin ekonomik performansını etkileyen önemli unsurların başında siyasal istikrar gelmektedir. Siyasal istikrar, süreklilik ve sürdürülebilirlikle yakından ilişkili bir kavramdır. Basit anlamda, siyasal otoritenin sürekliliği ve siyasal sistemin

çok sıklıkla değişim geçirmemesi olarak tanımlamak mümkündür (Eckstein, 1992, s. 183).

Kitsch nesnelerin ortaya çıkışları ekonomik bir zorunluluk sonucu gerçekleşmiş olabilir fakat günümüzde farklı sanat disiplinlerinden pek çok sanatçı ve tasarımcı, bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde kitsch tasarımlar üretmektedir. Tüketici ve ilgili kitlesi hafife alınmayacak derecede kalabalık olan kitsch sanatçı ve severlerinin ortak yorumu kitschin cesurların tercihi olduğudur. Odd Nerdrum, Jeff Koons, Takashi Murakami gibi çağımızın tanınan sanatçıları kendilerine has ve sıradışı tasarımları, enstalasyonları, yağlıboya eserleri, heykel çalışmaları, baskı tasarımları kitschten esintiler taşımaktadır. Bu sanatçı ve tasarımcılar günümüz sanatını hicivli bir anlatımla bambaşka bir yöne evrilmesini sağlamaktadır.

Kelime karşılığı bayağı, düşük zevke seslenen anlamına gelen kitsch, bu özellikleri taşıdığı düşünülen bütün sanatsal ürünleri tarif etmek için kullanılan göreceli bir kavramdır. Yine batıda aynı zamanlar içinde ilk kez özellikle Amerika'dan Avrupa'ya gelen turistlerin satın almaları için yapılmış biblolar ve küçük süs eşyalarına yansıyan biçimsel zevki adlandırmak için kullanılmışlardır. Bu (sanata ait asıl üretim gerekçelerinin dışındaki) amaçlara dönük olarak üretilmeleri gerekçesiyle de bir kısım sanat ilgisinin kitschi karşı-sanat olarak tanımladığı da görülür. Bütün sanat dallarında karşılaşılması mümkün olan bu tür anlayışa dayalı sanatsal ürünler çok büyük ölçüde günlük kullanım nesneleri ya da salt süs amaçlı nesneler biçiminde üretilir. Tarihin her döneminde bu tür gerekçelere dayalı olarak üretilen bu malzemelerin bir sektör olarak kendini hissettirmesi ve bütün sanat ürünlerinde etkili bir anlayış olarak yaygın biçimde görülmesi, 19. yüzyılın sonlarından itibaren. Bu süreçte başlayan ve endüstriyel yaşamın ileri ölçüde hissedilen sorunları ile beraber teknolojik yeni aşama kitschi batıda ağırlıklı hale getirmiştir (Erol, 1999, s. 216-217).

Modernizm, endüstri içerikli tavrıyla geleneksel olanın karşıtlığını ve geleneğin parçalanışını ifade etmektedir. Bu aynı zamanda esas olarak kır kökenli ve yeni oluşmakta olan kent bireyinin estetik değerlerini taşıyan, halka ait sanat ile büyük ölçüde kentin yerleşik kültürü içinde üretilen ve tüketilen “yüksek” kültürü doğurmuş ve popüler kültür ilişkisi içinde, sanatla bütünleşmiştir. Popüler kültür ürünlerinin yüksek sanata kıyasla daha basit ve hızlı bir şekilde üretilebiliyor olması ve bu ürünlerin daha ulaşılabilir bir hal alması popüler kültür ürünlerini dikkat çekici bir duruma

sokmuştur. Popüler kültür ile birlikte ortaya çıkmış olan sanat akımları kitschi meşrulaştırmıştır.

20. yüzyıla gelindiğinde artık kitsch sanatın her dalında etkilerini gösterir bir hale gelmiştir. Çevremizde ve hayatımızın içerisinde aşına olduğumuz objeler, görüntüler ve mekanlar kitsch özelliği taşıyabilmektedir. Kitsch estetik düzeyi düşük sanat yapıtı anlamında değildir ve sanatın yozlaşması da değildir. Farklı kültürlerin bileşenleri gelişigüzel biçimde yeni bir bütün oluşturduğunda kitsch özelliği taşıdığı anlamına gelmektedir. Kitsch, ayrıca, entellektüel ve yeni olmayan, aşırı duygusal ve acıklı olan her şey için kullanılan bir kavramdır.

Thomas Kulka ‘Kitsch ve Sanat’ isimli eserinde ‘Kitsch neden değersizdir?’ sorusuna Hermann Broch’un sözüyle yanıt vermektedir: “Kitsch kesinlikle kötü sanat değildir. Kitsch, kendi kapalı sistemini oluşturur ve bu sistem, tüm sanat sistemi içerisinde yabancı bir bünye gibi barınır, ya da dilerseniz sanat sisteminin kenarında barınır da diyebilirsiniz.”

Kitsch ürünlerin sanat alanında kullanımının ilk örnekleri Pop Art sanat akımı ile birlikte başlamıştır. Pop Art geçmişe ait eserleri yeniden üreterek ve popüler kültür ile birlikte harmanlayarak sunmaktadır. Pop Art eserler, kitsch eserleri ile benzer etkiye sahiptir. Sanat eleştirmeni Clement Greenberg tüm popüler kültür ürünlerini ve figüratif eğilimleri kitsch olarak kabul etmiştir (Greenberg, 1939).

21. yüzyıl modası ve kitschin ilişkisine değinecek olursak eğer; günümüz popüler sanat anlayışıyla birlikte popüler sanat imgelerinin etkileri moda sektöründe de görülmektedir. Modanın beslendiği kollardan birisi olan popüler sanatın kitsch olgusu açısından önemli sonuçlarından bir tanesi de kitschin gözle görülebilir bir biçimde modaya olan yansımalarıdır.

Modada popüler bir akım olan ‘giyilebilir sanat’; moda ile sanatın iç içe olduğunun bir kanıtı niteliğindedir. Dönemlerinin ileri gelmiş lüks moda markalarının tasarımcıları sıklıkla o dönemin sanatçıları ile yakın ilişkiler kurmuşlardır. Giyilebilir sanat olgusunun sonucunda sanat akımlarının modayı etkilemesiyle birlikte, moda tasarımcılar kavramsal boyutta tasarımlar üretmişlerdir. Nasıl ki sanat eseri, nesneye değer vererek geçmiş güzellik ideallerinden uzaklaşmışsa, daha önce kitsch diye nitelendirilen şey ise şimdi sanat sayılabilmektedir. Bu moda için de geçerli bir hale gelmiştir. Bu noktada modada kitsch yansımalar sıklıkla karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmada, literatür taramasının sonucunda elde edinilen bilgi ve analizler ışığında, Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil ve Moda Tasarımı bölümlerinde eğitim gören

öğrencilerin anket çalışmasına katılımları sağlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu; Çukurova Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Mersin Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi ve bu okulların tekstil ve moda tasarımı bölümü oluşturmuştur. Anket toplam 302 katılımcıdan oluşmaktadır. Online şekilde uygulanmış olan anket toplam 60 sorudan oluşmuştur. Anket çalışmasına 225'i kadın, 77'si erkek katılımcı olmak üzere toplam 302 öğrenci katılım sağlamıştır betimsel tarama tekniği olan online anket uygulanmıştır. Kitsch olgusunun günümüz sanat ve moda tasarımındaki etkileri hakkındaki farkındalıkların varlık ve boyutu genel olarak tahlil edilmiştir.

Anket sonucunda öğrencilerin geliştirmekte olan tasarım anlayışının popüler kültür öğelerinden daha fazla beslendiği görülmüştür. Öğrencilerin geneli moda olgusu ile popüler kültürün iç içe olması gereken iki kavram olduğunu savunmuşlardır. Anketin birinci kısmında kitsch olgusunun öğrenciler açısından farkındalığı tespit edilmiş ve katılım sağlayan öğrencilerin yaklaşık %70'inin bu olguyu kesin olarak bilmediği görülmektedir. Fakat anketin ikinci kısmındaki görsel örnekler içeren ibarede kitsch olgusunun tanımı yapıldıktan sonra katılımcının ortalama %80'i, farklı tasarım teknikleri içeren dört görsel seçenek arasından kitsch özellikleri taşıyan tasarım seçeneğini doğru ayırt ederek işaretleme yapmışlardır. Kitsch tasarım seçeneğine en yakın olarak işaretlenen tasarımların ise Pop Art tasarımlar olduğu fark edilmiştir. Bu da Pop Art akımının kitschle benzerliği doğrultusunda; kitsch olgusunun temelini oluşturduğu gerçeğini doğrulayıcı bir sonuç olmuştur. Anket sonucunda katılımcıların ortalama %85'i kitsch olgusunun ilgisini çektiğine dair ve ilerleyen zamanlarda sanat akımları arasına bile katılabileceği fikrine yönelik işaretlemeler yapmıştır. Ayrıca katılımcıların %89,4'ü bu anketten sonra kitsch'i daha detaylı araştıracaklarını belirtmişlerdir. Anket çalışması sonrası katılımcı öğrencilerden anketin faydalı ve eğlenceli olduğuna dair geri dönüşler alınmıştır.

Popüler kültür olgusu kitsch 19. yüzyıldan bu yana varlığını sanat dallarında gösterdiği gibi, 21. yüzyıl modasında da etkilerini göstermiştir ve göstermeye de devam edecek gibi görünmektedir.

KAYNAKÇA

- Alpat, E., & Papila, A. (2019). Erté ve Tasarımlarının 20. Yüzyıl Kadın Modası ve Art Deco Akımının Ortaya Çıkışına Etkileri. *İdil*, 57, 559-576
- Acartürk, B. (2009). Popüler Kültürde Kitsch Olgusu ve Seramik Sanatına Yansımaları. Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü Seramik Anasanat Dalı Sanatta Yeterlik Tezi, İzmir.
- Aksoy, S. (2017). Değişen teknolojiler ve Endüstri 4.0: endüstri 4.0'ı anlamaya dair bir giriş. *SAV Katkı*, 4: 34-44
- Anderson, P. (2002), *Postmodernitenin Kökenleri*. (Çev. Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları, 9
- Artun, A. (1982). *Sanat Emeği, Kültür İşçileri ve Prekarite*. İstanbul: İletişim Yayınları, 1. Basım
- Arslan, Ç., Ü. (2017). Sanayi Devrimi: Sonuçları Ve Uluslararası Sisteme Yansımaları. *Başkent Üniversitesi*, 5
- Batur, E. (2003). *Modernizmin Serüveni*. Altıncı basım, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul,
- Becer, E. (2015). *İletişim ve Grafik Tasarım*, (10. b). Ankara: Dost Kitabevi, 2015
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu Söylenceleri/ Yapıları*. Ayrıntı Yayınları, 138
- Chambers, L. (1986). *Populer Culture-The Metropolitan Experience*, Methuen and Go. New York, 107
- Calò, G., & Scudero, D. (2009). *Moda e Arte: dal decadentismo all'ipermoderno*. Roma: Gangemi
- Demir, R. (2021). Kastetme Sanatı. Araştırma Makalesi, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Rektörlük, Güzel Sanatlar Bölümü SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi Cilt: 14 Sayı: 28*
- Demir, F., G., İ. (2009). *Kiç ve Plastik Sanatlar Üzerine*. Ütopya Yayınevi, Ankara
- Eckstein, H. (1992). *Regarding Politics*, California: University of Press
- Erol, İ., L. (1999). Türkiye'de Popüler Sanat ve *Kitsch*, HÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara
- Greenberg, C. (1939). *Avantgarde and Kitsch*. Rosenberg, B. Et al. (eds), Glencoe: Free Press, (Çev. Merve Yalçın)
- Green, P. (2003). *Books Of Style; Why Knit? The Answers*. New York Times
- Günay, A. (2012). Giyside Sanatsal Yaklaşım. *Akdeniz Sanat Dergisi*, Kasım 7(1), 51-54

- Giddens, A. (2000). *Elimizden Kaçıp Giden Dünya*. İstanbul: Alfa Yayınları
- Habermans, J. (1994). *Modernlik: Tamamlanmamış Bir Proje*. (Çev. Gülgül Naliş, Dumrul Sabuncuoğlu ve Deniz Erksan), Düzenleyen ve sunan: Necmi. Zekâ, İstanbul: Kıyı Yayınları, 31- 32
- İlkyaz, A., (2015). Çağdaş Sanatın Çıkmaz Sokağı: Kitsch' in Zaferi. *Aydın Sanat Yıl.1. sayı*, 1-10
- Jensen, M. C. (1993). *The modern industrial revolution, exit, and the failure of internal control systems*. the Journal of Finance, 48(3), 831-880
- Jones, S. (2014). *Moda Tasarımı*. Çev.Hüseyin Kılıç. İstanbul: Kerasus Yayıncılık.
- Karl Marx, (2011). *Kapital 1. Cilt*. (Çev. A. Bilgi), 10. Basım, İstanbul: Son Yayınları,47
- Kasap, A. (2022). İletişim Aracından Bilgi Kaynağına Kartpostallar. *İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Kütüphane, Arşiv ve Müze Araştırmaları Dergisi*, 3, 49.
- Kawamura, Y. (2005). *Moda-loji, moda çalışmalarına giriş*. (Çev. Ş. Özudoğru). İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Koçak, D., Ö. (2012). Sinemada Postmodernizm. *İstanbul: Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*
- Kumar, K. (1999). *Sanayi Sonrası Toplumdan Postmodern Topluma: Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*. Ankara: Dost Kitabevi, 88
- Kulka, T. (2014). *Kitch ve Sanat*. İstanbul: Altıkkırkbeş Yayınları, I. Basım
- Leventon, M. (2005). *Artwear: Fashion and Anti-Fashion*. Londra: Thames & Hudson
- Micali, L. (2011). *Kitsch*. Roma: Albatros
- Nofri, V. (2014). The aesthetics of kitsch: from Versace to Prada
- Oktay, A. (2002). *Türkiye 'de Popüler Kültür*. İstanbul: Everest Yayınları
- Osterworld, T. (2007). *Pop Art*. (İngilizce çeviri: Lain Galbraith). Taschen Publishing, Los Angeles
- Pamuk, B. (2009). Giysi moda eğilimlerini etkileyen faktörler ve model önerisi. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara
- Pektaş, H. (2006). Moda ve Postmodernizm. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Konya Selçuk Üniversitesi
- Phillips, S. (2012)...izimler: *Modern Sanatı Anlamak*. (Çev. D. Nüket Özer). YEM Yayın, İstanbul

- Sari, S., Kodaman, L. (2012). Yves Saint Laurent giysi tasarımlarında Piet Mondrian
ektisi, *Akdeniz Üniversitesi G.S.F. Moda ve Tekstil Tasarımı Bölümü.*
Uluslararası Moda ve Tekstil Tasarımı Sempozyumu bildirisi, 59- 62
- Sari, S. (2020). Alexander McQueen Giysi Tasarımlarında Deformasyon: Bir Vaka
Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (4), 1577-
1605
- Soley, U. (2021). Zevk Meselesi, ed. U. Soley, B. Akkoyunlu Ersöz, Y. Ülgen. İstanbul:
MAS Matbaacılık
- Sproles, G., B. (1981). Analyzing Fashion Life Cycles: Principles and Perspectives,
Journal of Marketing. C. 45, S. 4, 118
- Şahin, H. (2016). Sanatta Kitsch Olgusu Üzerine. *Akdeniz Sanat Dergisi*, Cilt 9, sayı17,
15
- Tanyeli, U. (Aralık 1990). Aslolan Kitsch'tir. *Arredamento Dekorasyon*, Sayı 21
- Troy, N. (2003). Couture Culture. Cambridge: The MIT Press
- Türköne, M. (2006). *Siyaset*. Lotus Yayınları, Ankara