

SANATSAL ÜRETİMİN TÜKETİMSEL DİRENÇLERE YÖNELİK STRATEJİK GEREKLERİ

Metin EKER*

Özet: Bugün, sanatsal her etkinliğin bir “üretim süreci”ne bağlandığı, sanat eserinin “ürün” olarak adlandırıldığı ve buna bağlı olarak da, sanat eserinin izleyici ile oluşturduğu etkileşimin “tüketim” olarak nitelendirildiği bir sanatsal ortam içindeyiz.

Bu kavramsal çerçeveler, aynı zamanda, sanatçı-eser ve izleyiciye ait etkileşimsel platformda yeni stratejilerin gerekliliğini de ön plana çıkarmaktadır. Daha geniş bir anlamda ise; toplumsal, kültürel, ekonomik ve çevresel açıdan kitlelerle sanatın buluşması noktasında “tüketim” boyutunun önemine ilişkin gözlem ve önerilerin vurgulanması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Üretim, tüketim, kültür, sanat eserleri

I. Giriş

Sanat, insanın kendisini ifade biçimi olarak tarihsel gelişimi içinde çeşitli anlayış ve kavrayış birliği üzerine kurulmuş, etkililiğini ve buna bağlı olarak da anlamını temellendirmeye çalışmıştır. Endüstrileşme süreçleri ile birlikte önem kazanan toplumların teknolojik donanımları, sanatsal üretimin de amacını ve sürecini belirleyen etkenler olarak bugün daha da dikkat çekmektedir. Yaşanılan yoğunluğun, çeşitliliğin ve hareketliliğin sosyo-kültürel yansımaları, kültürel dinamik olarak sanatı da etkilemektedir. Bu bakımdan sanatsal üretimler ve ürünlerin tüketiminde yeni boyutlara kapı açabilecek birtakım mekanizmalar gündeme gelmektedir. Sanatsal olgular, normlar, standartlar değişime uğrayarak, hedef kitesinin beklentilerine ve dolayısıyla içinde geliştiği kültüre odaklanma noktasında sorunlar yaşayabilmektedir.

A. Problem

Sanat, bir kültürün en önemli dinamiği olarak toplumsal açıdan hedef kitesinin ortak duyuş ve yaşantı durumları içinde önemli bir motivasyon aracı olarak dikkat çekmektedir. Bu bakımdan sanat, içinde olduğu kültürel bağlam ile çelişki oluşturabilecek üretim ve tüketim süreçlerine yönelik problemlerin varlığı ile üzerinde tartışılan bir duruma taşınmaktadır. Ayrıca, toplum ile sanatın arasındaki mesafenin açılmasına etki eden “üretim” ve “tüketim” kavramları ve bunlara ilişkin sanatsal etkileşim süreçlerinden daha yoğun bahsedildiğine şahit olmaktayız. Söz konusu problemlerin oluşturduğu bu mesafenin karakterinin analizi, çalışmanın problemini teşkil etmektedir.

* Yrd.Doç.Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi ABD.

B. Amaç

“Sanatsal Üretim Tüketimsel Dirençlere Yönelik Stratejik Gereklere” başlıklı bu çalışmanın amacı; günümüzde yaygın biçimde ikame edilmeye çalışılan “sanatta üretim ve tüketim” kavramlarını irdelemek, bu kavramların kültürel ve toplumsal yansımalarını değerlendirmek, bu yansımalar içindeki tüketimsel dirençleri değerlendirmek ve söz konusu dirençlere yönelik stratejik yaklaşım ve uygulama biçimleri üzerine odaklanmak olarak gösterilebilir.

C. Yöntem

Çalışma; söz konusu amaçlara uygun literatür ışığında betimsel-tarama yöntemiyle yapılandırılmıştır. İlgili literatürün desteklediği görüş ve tespitler değerlendirilmiş ve tartışılmıştır. Çalışmanın “bulgular” başlığı altında, sanatsal üretimdeki yeni dinamikleri incelenmiş, bu dinamiklerin özelliklerine dayalı olarak oluşan sanatsal tüketimin belirleyenleri saptanmış ve her iki unsurun sosyo-kültürel açıdan oluşturduğu sanatsal üretim ve tüketim süreçlerine ilişkin dirençlerin karakteri analiz edilmiştir. Tartışma kısmında ise, sanatsal üretimin tüketimsel dirençlerine ait stratejik gereklere ilişkin öneriler sunulmuştur.

D. Bulgular

1. Sanatsal Üretimde Yeni Dinamikler

Günümüzdeki gerçekliğiyle ele alındığında modern teknolojinin ve iletişim unsurlarının aracı görev üstlenmek durumunda olduğu bir toplumsal durum, insanın yaşam biçimleri üzerindeki tesiri ile gücünü daha farklı bir doğrultuda hissettirmektedir. “Sanatın nesnesi sorunu” ile temellenen yeni dinamik arayışlarının modernist yaklaşımlar çerçevesinde “gerçeklik” sorgulaması ile sürece yayıldığı bir dönemi geride bıraktık. Kahraman’ın ifadesiyle “nesnenin yeniden üretilmesi ve kurulması” (Kahraman 1995, s.23) günümüzün en belirgin dinamiği olarak dikkat çekmektedir. Görüntü üretimi mantığındaki aşamalar, teknolojik gelişmeler sayesinde ve toplumsal beklentiler bağlamında bir çeşit mühendisliğe taşınmaktadır. Görüntü mühendisleri, sanatsal üretimin nesnesi üzerinde oldukça söz sahibi olurken, koordinatlarını kendilerinin belirlediği algılama biçimleri oluşturmayı da dolaylı olarak başaracaklarına inanmaktadırlar. Bunu da, teknolojinin imkanları sayesinde gerçekleştirebilecekleri kanısı yaygınlık kazanmaktadır. Dolayısıyla görüntü mühendisliği ile teknoloji mühendisliği arasında bir bağ kurulması zorunluluğu ön plana alınmaktadır. Söz konusu mühendislik tutkusu, modernleşme içinde biçimsel araştırma ve kurgulamanın karakterine de yansımak durumunda olmuştur. Baudrillard modernleşme için; “topyekün denilebilecek bir şekilde toplumsal, politik, ekonomik ve psikolojik alanlara ait hakikatin ortaya çıkması için mücadele etmiştir. Ancak nesneye özgü gerçeklik konusunda işi giderek abartmakta ve bunu biçim oyunlarından bir formül arayışına, biçimlerin en basit ve moleküler bölünmesine kadar götürerek nesneyi ortadan kaldırmakta ve tüm

olası nesnelerin üretilmesini sağlayacak formülün peşinden koşmaktadır” (Baudrillard 2002, s.16) diyerek, bu mühendislik tutkusunun genel amaçlarına işaret etmektedir.

Sanatsal üretime dinamik oluşturan yeni boyutlardan biri de, günümüzün sanatsal üretimlerinde ortak eğilimlerin yerini alan yoğun bireysel eğilimlerin oluşturduğu düzey ve kapasiteyle eşdeğer sanatsal anlayışlardır. Sanatın gelenekselliğine ait olan akılcı ve duygusal tabanlı ifadenin yerini, daha dışsal ve nesnel olarak ifade edebileceğimiz araçsal anlatımların soyutlama tabanlı kurguları almaktadır. Postmodern (Modern sonrası) üretim mantıkları üzerine fikir veren bu olgu, yine postmodern’in ortaya koyduğu yaklaşımlardan biri olan “kültür ve sanatsal estetik alan” (Kale 2002, s.33) kaynaklı boyutun temellerini de ortaya çıkarmaktadır. Yansıtmanın karşısına geçen kurgulama, postmodern estetik anlayışlara uygun bireyseldi açılımının sanatsal üretimi olmuştur artık. Söz konusu gelişmeler, kültürel dinamik olarak sanatın varmış olduğu yeni sistemler üzerinde fikir vermekte yeterli görünmektedir. Bu bağlamda, sanatsal üretimin tekelleşme olgusunun karşısında postmodern estetik düşüncenin çağa uygun biçimleri; “satır araları” (Bkz: Seelinger 2002, s.119) olarak yerleşmeye başlamıştır. Ayrıca genel kanaatlerden biri de, son 25 yılın sanatında, büyük oranda temsil, moral düşkünlük, kültürel özellikler ve çağdaş sosyal mücadeleleri merkez alan bir kimlik üretildiği yönündedir (Debeljak 2000). Şaylan, postmodern sanat estetiğinin özelliklerini sayarken; “estetik ölçüt için artık toplum değil, sanatçının kendisi için bilinci belirleyicidir” demektedir ve ardından “bireyin bütünleşmiş kişiliği ve tutarlılığı bir tarafa atılmakta, insani (hümanist) değerlerden ve yapısallıktan arındırılmış (dehumanized, destructured) kişilik belirleyici olmaktadır” görüşünü ortaya koymaktadır (Şaylan 2002, s.103-104).

Sanatçılar ve tasarımcıların görsel kültür üreticileri görevini üstlenmesi olgusu da ayrıca dikkat çeken bir başka özelliktir. Sanatsal çalışmaların birer üretim olarak değerlendirildiği günümüzde, ticareti yapılabilir sanat ürünü üzerine daha fazla vurgu yapılmaktadır. Bu bakımdan sanatsal üretimlerin nitelikleri, tüketim durumlarına göre de sınıflandırılmıştır. Bunlar: “canlı performans sanatları (konserler, oyunlar, operalar, baleler, gösteriler vb.), biricik ve yeniden üretilmez sanatlar (resim, heykel vb.) ile yeniden çoğaltılabilir (üretilbilir) sanatlar (edebiyat, müzik kayıtları, filmler vb.) şeklinde özetlenebilir (Schulze 1999, s.111). Bu sınıflandırma içindeki sanatsal üretimlerin sistematik olarak kurumlarca veya gruplarca gerçekleştirildiği kültürel etkinlik alanları da gündeme taşınmaktadır. Barnard’a göre “sanatçı ve tasarımcıların kendilerini örgütlemek üzere oluşturdukları gruplar, okullar ve akımlar, görsel kültürün analiz ve açıklamasın bir parçasıdır. Çünkü sanat ve tasarımın görünüşleri, kısmen bu toplumsal kuruluşların ürünüdür” (Barnard 2002, s.108). Bu durum, postmodern sanatsal üretimin bireysel tavırlara karşılık olarak grup veya kuruluşlarca desteklenerek gerçekleştirilmesinin önemini vurgular niteliktedir. Bugün bu tür yönelimlerin dikkat çekmesinin

nedenlerinden biri de, görsel kültür üretiminin tüketici kitleye ulaşmasına aracılık etmedeki gücü elinde bulunduran medya unsurlarının etkisinin daha fazla artması olarak gösterilebilir. Estetik-teknolojik meydan okumalar açısından bir tespit yapan Seelinger; bu modern medyatik üretim biçimleri ve sanatsal deneyim durumlarının, geleneksel eser kavramı ve sınırlılığına yönelik sosyal, küresel, yaşamsal bağlamlarda genişletmeye başladığının ve sivil sanat merkezlerinin eleştirel ve değişimci tavırlarına yönelik gelişmelere doğru ilerletildiğinin altını çizmektedir (Seelinger 2002, s.121)

2. Sanatsal Tüketimin Belirleyenleri

Yukarıda açıklanmaya çalışılan sanatsal üretime yönelik yeni dinamiklerin sanatsal tüketimi de yönlendirdiği gerçeği ön plandadır. Günümüz sanatına ve dolayısıyla kültürüne anlam olarak yeni atıflarda ve montajlarda bulunan bu türden olguların varlığı dikkat çekmektedir. Bu da, uluslararası boyutlarda etkin bir rol ve güç ile gündemde olan “küreselleşme” olgusu ile gelişip yayılan bir durumdur. Küreselleşmenin en önemli hedeflerinden birini oluşturan kültürel alanlar, yeni anlamlar yüklenen konumlarda yeniden tartışılır olmaya başlamıştır. Küreselleşme ve sanat üzerine araştırmalar yapan Duncum, küreselleşmeyi; “dünyayı kapsayan yoğun bir iletişim ağı karşısında kültürel kimliği tanımlamak için verilen büyük mücadele açısından bir seri fenomeni içine alan bir sıfat olarak tanımlamaktadır” (Duncum 2000, s.171). Küreselleşmenin temel kavramlarından biri olan kültür ve onun sanatsal dayanakta ele alınan boyutuyla postmodern sanat, ticari temelli ve meta merkezli kitlesel tüketim ortamlarıyla buluşma noktasında yeni açılımlara açık kapı bırakmaktadır. Tüketim, “çağdaş kapitalizmle özdeşleşmiş ve bireyin de kendisini yoğun biçimde özdeşleştirdiği, neredeyse olmazsa olmaz mantığıyla benimsediği edimler” olarak izah eden Kahraman, “çağdaş kapitalist toplumlarda her şeyi üretim gerçeğine, olgusuna, giderek üretim ilişkilerine dayanarak, üretici bir kavrayışla çözümlenmek kabil değil. Tüketim olgusunu ve onun getirdiği açılımları da ele almak gerekiyor” (Kahraman 1995, s.99) diyerek, sanatın tüketilebilirliği için bir tespiti de ortaya koymamıza yardımcı olmaktadır. Ayrıca, sahip olduğu karakteri, anlamı ve işlevi açısından bakıldığında sanatın, “tüketilebilir bir duruma yönelik özellikler sergilemez” görüşü de yavaş yavaş terk edilme noktasında olduğu gözlemlenmektedir. Bu durum, tabii olarak sanatı olumsuz etkileyen bir anlayış, kavrayış ve paylaşım biçimi öngörmekte ve bunun bir takım tüketim olgularıyla açıklanmasına yönelik öneriler artmaktadır.

Çağdaş sanatın varmış olduğu gelişim çizgisi; üretim mekanizmalarının bağlı olduğu bireysel ele alışların karşısına, tüketici olarak kitleleri çıkarmak durumundadır. Kitlelerin içinde bulunduğu toplumsal yapı, bu bağlamda sosyo-kültürel bir etkileşim alanındadır. Tüketim ve kültür kavramlarının oluşturduğu yapı, sanatsal üretimin hedefi üzerinde yön tayin etme yetkisi ve gücünü elinde bulundurmaktadır. Zicdervald’ın ifadesiyle birey ikili bir varlık olarak ortaya

çıkar; aynı anda hem üreticidir, hem de ürün. Bu ilişki her elemanter sosyal gerçeklikte kendisini gösterir (Zijdervald 2001, s.45). Üretici ve tüketici kimliği ile insan, toplumun bir üyesi olarak, o toplumu nicelik olarak etkileyen bireysel sorumluluğu ve kişisel dünyası ile toplumsal kültürün hem amacı hem de aracı konumundadır. Ayrıca insan, sosyal bir aidiyetlik niteliği ile o toplumun kültürel yapıtaşlarından biridir aynı zamanda. Kültür ise “mülkiyet ilişkilerinin bir parçasıdır; mülkiyet ilişkilerine bağlı olarak, bazı insanlar kültürel üretimdeki uygulamaların sahipleridir, diğerleri ise sadece üretilenin ücretli üreticisi, bazıları satın alıcısı, kullanıcısı, tüketicisi veya taşıyıcısıdır” (Erdoğan 2001, s.70-71). Uğur; kitle kültürü üzerine düşünürken, “beğenilerle yakın ilişkisi olan estetik ölçütlerin yanı sıra, en az onlar kadar alımlama süreçlerini de odağa alarak, insanların bu kültürün ürünlerini kullanırken belli seçim stratejilerini geliştirdiklerini anlamalarına katkıda bulunuyoruz” (Uğur 2002, s.153) derken, estetik açıdan belli tüketim doğrultuları ve normlarına ilişkin bir özelliği de vurgulamaktadır.

Sanattaki tüketim olayını üç maddelik açılım içinde ele alan Barnard, bunun gerçekleşmesini pazarlara, kamu kuruluşlarına ve izleyicilere yönelik bir biçimde sunmaktadır (Geniş bilgi için bkz: Barnard 2002, s.111-130 arası). Burada dikkat çeken ilk olgu olarak Pazar, küreselleşme başlığı altında çok değişken ve etkili bir görev üstlenirken, görsel kültür üretiminin tüketimi boyutunu da özellikle dünyaya lanse etmekte etkili bir mekanizma olarak ön plandadır. Postmodern sanat ve eşdeğer uygulamaların en önemli karakteri, Giderer’in ifade ettiği gibi, “sanatın kiteselleşmesi, kiteselleşirken endüstrileşmesi ve endüstrileşirken de kitlelerce para karşılığı ‘tüketilmesi’ anlamı” (Giderer 2003, s.108) açısından değerlendirilmektedir. Para ile sanat arasındaki ilişkinin cazip unsuru olan Pazar, ayrıca, tüketimin belirleyici özelliği olarak söz sahibi olduğu bir gücü simgelemektedir. Baudrillard’a göre sanat, “elindeki ayrıcalıklı bilgileri Borsa’da kendi çıkarı için kullanan bir kişinin suçuna benzer bir suçun işleyiş sürecinde yerini almıştır. İşin içinde sadece sanat söz konusu değildir; politika, ekonomi ve bilişim de ‘tüketiciler’ yönünden aynı suç ortaklığına katılırlar” (Baudrillard 2002, s.12). Lee ise, Adorno’dan bir alıntısında; “kültür endüstrisine değinerek söz konusu endüstrinin özünde, bir taraftan liberalizmin gerekli bir etkisi olarak izlenilen serbest piyasa ve serbest rekabetin paranın genel yasalarına göre gerçekleştirildiği ve bu sayede ekonomik tekelleşmenin oluşması için şart olan ‘kültür tekelleşmesi’ni ifade ettiğinden” bahsediyor (Lee 1999, s.53). Ortaya konulan bu tablo, postmodern çağa ve sanata ait kültürün kitlelerce değerlendirilişi veya paylaşılması esnasında Pazar gibi, medya gibi, kurum veya şirketler gibi yönlendirici unsurların etkisini hissettirmektedir. Bu türden araçların belirlediği tüketim mantıkları ve pratikleri de, tabii olarak kitlelerce benimsenebilmektedir. Bir başka ifadeyle “kültür endüstrisi, konumunu sağlamlaştırdıkça tüketicilerin ihtiyacını topluca karşılayabilmekte, bu ihtiyacı

üretmekte, yönlendirmekte, disiplin altına almakta hatta eğlenceye de el koyabilmektedir” (Horkheimer-Adorno 1996, s.35).

3. Sanatsal Üretimin Tüketim Süreçlerinde Karşılaştığı Dirençler

Çağdaş bilişim, iletişim teknolojileri ve telekomünikasyon sistemlerinin baş döndürücü işlerliği, sanatsal üretim ve tüketim süreçleri üzerinde daha fazla odaklanılmasına yönelim göstermektedir. Kültürel açıdan küresellik, farklı kültür yapıları, inançlar ve yaşantılarda etkili dirençlerle karşı karşıya kalabilmektedir. Kültürde ve dolayısıyla da toplumsal düzenin insan ilişkilerinde dikkat çeken bir olgu olarak sanat, bu hız içinde farklı, hareketli ve değişken karakterli yönelimlerin etkisi altında kalmaktadır. Sanatın evrensel ve ulusal boyutunun buluşma noktası olan kültürel tabanların maruz kalacağı etkileşimler ve içerdiği çatışmalar, genel olarak bir direnç yapısı sergileyebilir. Ama buradaki direnç kavramı, bir çatışmadan çok, kabullenme, benimseme noktasında sosyo-kültürel kriterlerin işleyişindeki problemleri ifade eder nitelikte ele alınmaktadır. Kültürel etkileşimin varmış olduğu dinamik unsurlar, enformasyon teknolojileri ve medyanın üstlendiği misyonlar sayesinde hareketli (mobilize) olmaya başlayan bir sanat yapısı ve dolayısıyla iletişim ve etkileşim platformları oluşturmada etkilidirler. Bu hareketli etkileşim ortamlarının doğurduğu tüketim mantıkları, kültürler arası farklılıklar oluşturmakla kalmayıp, aynı zamanda aynı kültür içinde farklılıklar sergileyebilen ifadelere de yansiyabilmektedir. Davis’e göre, “aynı kültür ürünlerinin farklı gruplar veya kitleler için farklı anlamlar taşıdığı görüşü, modern kültürün ifadesi olan hemen hemen her ürün için geçerlidir” (Davis 1997, s.20-21). Bu bakımdan, bir toplumun ortaya koyduğu doku itibarıyla ortak görüş, duyuş ve kavrayış bütünlüğü denen olgunun varlığı günümüzün önemli sorunsallarından biri olmakla beraber, sanatsal üretimlerin kitlelere yöneldiği zaman, tüketim aşamalarında da karşılaşılabileceği engeller haline gelmektedir. Ortak üretimin sarsılmaya başladığı, estetik beğeni durumlarının değişime uğradığı, hedef kitlesi ile yabancılaşmaya yüz tutmuş bir çağdaş sanat anlayışı egemen olmaya yada egemen kılınmaya başlanmıştır. Blumer’den bir alıntısında Davis, “kolektif beğeni için, onu izleyen seçme sürecinde, sınırları belirlemede ve yol göstermede aktif bir kuvvettir dedikten sonra aynı zamanda da belli toplumsal biçimlerle ilişkilenerek ve onlar içinde vücut bularak gitgide incelikli ve örgütlü bir yapı kazanmaktadır” demektedir (Davis 1997, s.131).

Sanatın hitap ettiği kitle, sosyo-kültürel bağlam içinde ele alındığında doğrudan ilişkiyi gerektirir gibi görünse de, bu ilişkiyi zaman zaman bozabilecek yaklaşımları da bünyesinde yoğun biçimde hisseden bir ortam içindedir. Hal böyle iken sanatsal iletişim ve dolayısıyla sanatsal etkileşimin niteliği üzerinde kayda değer aşamaların gerçekleştirilmesi, problemin yapısı gereği zorunlu gibi görünmektedir. Her toplum kendi kültürünün dinamiklerini muhafaza edici veya geliştirici atılımları gerçekleştirirken “kitle kültürü egemenliğine” (Uğur 2002 s.49) dayalı kurumsal desteklere ihtiyaç duyar.

Sosyo-kültürel kurumlar olarak nitelenebilecek bu kurumsal yapılar; siyasal, eğitimsel ve kültürel içerikli olanlar şeklinde izah edilebilir. Bu kurumların en önemli işlevleri, kültürel yapı içerisinde söz konusu olabilecek ayrımları (Geniş bilgi için bkz: Sözen 2001, s.53-64 arası) daha bütünleştirici ve yönlendirici olmaları ile açıklanabilir.

Toplumsal kültürün dinamiği olarak sanatsal üretimlerin tüketime dönüşmesi sürecinde yaşanan bu karmaşıklık ve hareketlilik, sanatsal üretimlerle karşı karşıya olan izleyicileri, kültürel diğer unsurları, toplumu etkileyen tüketim süreçlerinde de aynı ölçüde yaşanabilmektedir. Bu karmaşıklık ve hareketliliğin tüketime yansması durumlarında büyük oranda yaşanan tüketimsel dirençlerin altını çizmek gerekmektedir. Söz konusu yaklaşımlar çerçevesinde bu dirençleri şöyle açıklayabiliriz:

- Günümüzde sanatsal üretimin tüketimine yönelik olarak yaşadığı ilk direnç, sanatsal üretimlerin özellikle hangi kültürel tabakaya hitap ettiği sorunundan kaynaklanmaktadır. Özellikle ülkemizde, sanatsal üretimin ve üreticisinin hedef kitlesini tam ve doğru olarak adlandırılması noktasında sorunlar vardır. İlk olarak; bu kitlenin sosyo-kültürel karakteri ve bu bağlam içindeki niceliğinin ortaya koyduğu hacmi bilmek gerekmektedir. Bu kitle, bir toplumun sosyo-kültürel çemberinde elit bir tabaka mıdır? Yoksa daha geniş çerçeveli tüm kültür çevresini içine alan bir halk kültürü kitlesi midir? Bu sorunların bir direnç olarak değerlendirilmesinde, elit tabaka, kentliler veya yüksek tabakanın yanında, üretimin benimsenmesi aşamasında söz konusu olabilecek halk kültürü kitlesinin ortaya koyduğu zamana ve kabullenmeye dayalı sürecin uzun ve sonuçsuz kalabilmesi dikkat çekmektedir.

- Sanatta yaşanan aşırı parçalı ve dağınık diyebileceğimiz yeni, öncü (avangard) hareketlerin sergilediği bireysel tutum ve ifade çeşitliliğinin sınırlarını zorlayarak artması, bu hareketlerin içinde geliştiği toplum ve kültürü ile yaşadığı mesafenin de artmasında rol oynamaktadır. Bu türden öncü tavır ve anlayışların biçimsel karakterinin benimsenmesi de bir başka direnç karakterinin oluşumuna yol açmaktadır.

- Toplumsal tüketimin günümüzdeki anlamını en çok pekiştiren kavram olan moda kavramı ile orantılı olarak sanatsal niteliğin aynı derecede geniş kitlelere yayılmasını sağlayabilecek doğal yaşantı organizasyonu mevcut mudur? Bazen kendi içinde zaman boyutları ile orantılı olarak değişim gösteren renkler, giysiler, kullanım eşyaları ve bunların modelleri gibi değişimleri yaşayan moda özellikleri, sanat için de gerekli midir? Toplumsal kabul veya tercih mekanizması moda gibi sanata da uyarlanabilir mi? Tüm bunları da sanatsal tüketimde söz konusu olabilecek dirençler olarak ifade etmek mümkündür günümüzde.

- Sosyo-kültürel anlamda ve sanat ile kültür arasındaki bağ içinde birbirlerine dinamik olma açısından, sanatın toplumsal mülkiyet ve otorite içinde varlığının vazgeçilmez koşulu olarak gözetilen bir kültürel aidiyetlik sorunu dikkat çeker. Sanatsal üretimin, kültürün içinde yoğrulması açısından

bakıldığında, aidiyetlik adına yaşayacağı her kriz bir kültürel direnci doğurabilir.

- Çağdaş sanat, sanatçıyı yalnızlığa ve zorlamacı arayışlara itebilmektedir. Bu arayışların ürünlere yansımaları, tekrarlar veya kuramsız temelli yapıtlar olarak neticelendiğinde bu yalnızlık daha da artıyor. Bu yüzden bulanık veya karamsar göstergelerin tüketime yansımak durumunda olması söz konusudur. Çeşitliliğin ortaya koyduğu kalitesizlik, toplumsal bağlamda seçiciliği artırıyor ve çoğu sanatçının ummadığı bir dirençle sonuçlanabiliyor. Bu da sanatçının toplumsal kimliği ve konumu ile bağlantılı bir sorunla açıklanabilen, kendini toplumsal kılmaya ait sorunlar olarak gündemdedir.

- Sanatsal üretimin kaymış olduğu aşırı bireysel tavır ve üretimleri, toplumsal bağlamda uzlaşım beğeni ile sonuçlandırma arzusu, rekabet kavramını da gündeme getirmektedir. Sanatta rekabet unsuruna ait mantık, ancak amacı ve sistemi sürekli tartışılabilir çeşitli sanat yarışmaları ile güncelleşmekte ve bu da sanatsal üretimin her türlü arayışa açık bir özellik sergilediği gibi bir sonuca yaslanmaktadır. Bu tip yarışmaların da bir direnç mekanizması oluşturmaya potansiyel olabileceği görüşü göz ardı edilmemelidir. Çünkü, sanatçının ödül amaçlı yarıştırılması, zorlama üretimlere açık olmasından dolayı amaca göre eser ortaya koymaya yol açmaktadır.

- Sosyo-kültürel unsurlar sabitler üzerine yaygın bir formallik ve konformize (uyuma, kabullenme) bir karakter sergiler. Zamana ve toplumsal ortaklığın yaşantıları üzerinde inşa edilen bu sabitler, kültürel anlamda, günümüzde oldukça aşınmakta olan bir olgu olarak göze çarpar. Küresellik ve ulusallık, kültürel ve dolayısıyla sanatsal üretimlerin toplumdaki sabitleme sürecini hızlandırırken, kalıcılığına yönelik dirençleri de zayıflatmaktadır. Artık oldukça hareketli bir tüketim ortamı içinde hızlı, dinamik, devingen bir trafik söz konusu. Küresel sanat ve ulusal sanat çatışmasını muhtemel görmek, toplumsal bir durum olarak beraberinde dirençler de geliştirebilecektir.

- Sanatın kurumsallaşma çabaları bugün daha da yoğun olarak gerekliliğini hissettirmektedir. Siyasal, ekonomik ve kültürel kurumsallaşmanın eğitim destekli olması daha zorunlu hale gelmiştir. Müzecilik, galericilik bilinenler olmakla beraber, konservatiflik, kuratörlük ve sponsorluk gibi hizmetlerin ülkemizdeki rolleri ve bu rollerin yaygınlaşıp etkinliğinin artması gibi bir durum tam oturmadığı için, sanatsal üretimler karşısındaki dirençleri kırıcı veya azaltıcı bir rol işlemekte gecikmelere yol açabilmektedirler.

- Sanat, bugün kendisi için meta kavramını daha da güncelle çekmektedir. Piyasa oluşturma çabaları ve ardından imaj oluşturucu reklam çalışmaları bir çeşit zorunluluk olarak algılanmaktadır. Sanatsal üretimlerin biçimini belirlemeye kadar giden bir deformasyon, eserlerin özgünlüğünü akademik tavır ve ele alış biçimlerinden uzaklaştırıcı bir beğeni platformunda, elit kitleye yönelik bir sürece taşımaktadır. Üretimin hedef kitlesinin bu süreçteki rolünü belirleyen beğeni düzeylerini yeni bir standarda taşımak için

yapılan ve tercih olarak gösterilebilen her yol, yukarıda saydığımız dirençlere bir yenisini daha eklemektedir.

• Sanatsal üretim, bugün seçtiği dil açısından soyut, karmaşık ve mikro düzeylere indirgenmiş araçlar kullanmakta, içerdiği şifrelemelerin ortaya koyduğu çeşitlilik veya kapalılık özelliği, sanat yapıtının çözümlenmesinde, yorumlanmasında veya anlamlandırılmasında güçlükler çıkarmaktadır. Şifreler ile eserde saklı kılınan yoğun biçim kurguları, izleyiciyi eser karşısında uzak bir konuma itmekte ve deşifre işlevinde yetersiz olmasına yol açan çıkmazlar oluşturabilmektedir. Bu da, eserin etkileşimsel işlevinde tüketim açısından farklı bir direnç alanı daha oluşturmaktadır.

E. Tartışma ve Öneriler

Günümüzün sosyo-kültürel açıdan gündemini oluşturan problemlerden biri olarak altını çizmeye çalıştığımız sanat, özellikle üretim ve tüketim kavramlarıyla ele alınır haldedir. Üretim ve tüketim kavramlarının sanatta böyle bir söylem oluşturmasına etki eden faktör, genel olarak sanatın eskiye nazaran daha da kitleselleşmesi ve dolayısıyla endüstrileşmesi ve tüketilebilir olduğuna yönelik görüşlerin varlığı olarak gösterilebilir. Bunda, kültür ürünleri sıfatının yerleşmesi, söz konusu kültür ürünlerinin mekanik üretimi ve çoğaltılması ilişkin teknolojik gelişmeler, sanatsal taleplerin Pazar ve şirketler aracılığıyla karşılanması ve yönlendirilmesi, sanat eserinin para ile değiş tokuşunun gündemde ağırlığını hissettirmesi gibi unsurlar, önemli ölçüde rol oynamaktadır. Bu bağlamda, sanatçı ve tasarımcıların üreticiler olarak; Pazar, kamu ve özel kuruluşlar ile izleyicilerin tüketiciler olarak adlandırılması kaçınılmaz olmaktadır. Böyle bir piyasa ortamının gerginliği içinde kendi varlığı ve saygınlığını ve özellikle sanat eserlerinin kimliğini yeniden gözden geçiren sanatçıların, bir tercih noktasında oldukları gözlemlenmektedir. Piyasaya mı, topluma mı, kitleye mi, paraya mı, isim yapmaya mı gibi sorulara aradığı cevaplar, sanatçının yaşadığı bu bunalımın başlıca nedenlerindedir. Kendi ile böyle bir hesaplaşma ortamında olan sanatçı, kendini, özellikle postmodern tablonun sunduğu karmaşa ve kaos içinde aşırı parçalı, formüleleştirilmiş, kurgulanmış, seri üretim mantıkları içinde çabalamak zorunda hissetmektedir.

Doğrudan tüketime endeksli seri üretimler, kitlelere ulaşma süreçlerini hızlandıran bir mekanizme olarak medya aracılığı ile gündelik hayata daha kolay monte edilebilmektedir. Ayrıca medya, görsel kültürün yayılmasındaki gücü ile tüketimin karakterini belirlemede de alternatifler sunmakta başarılıdır denilebilir.

Sanat ile toplum arasındaki mesafenin artmasına aracı olan kurumlar, eserlerin muhafazası, pazarlanması noktasında himaye, reklam ve sponsorluk gibi hizmetler sayesinde inisiyatifi elinde bulundurmanın avantajıyla, sanatçıyı toplumdaki yalıtılabilmektedirler. Çünkü, bu kurumlar vasıtasıyla estetik ölçütler ve beğeni düzeylerini belirlemede toplum değil, sanatçı öncelikli konumda

düşünülmektedir. Bu durum, kitlesel sanat unsurlarının endüstrileşmesi doğrultularına bir taraftan katkı sağlıyor görünse bile, Pazar'a yönelik angajmanlar ile aslında elit kültür tabakalarına hitap eder durumda değerlendirilebilmektedir. Ticareti yapılabilir bir olgu biçiminde algılanan sanat, tüketimin de bu mantıkta işlemesine zemin hazırlamaktadır. Ülkemiz için yavaş yavaş oluşmaya başlayan bu tekelleşme, Batı'da oturmaya başlayan sanat ve dolayısıyla kültür endüstrisinin potansiyel hedefleri arasında özellikle küreselleşme ile bağdaşık düşünülen kültürel yönelimleri mümkün kılabilir.

Genel olarak bakıldığında, sanatsal üretimin tüketimine ait süreçlerde çeşitli dirençlerle karşılaşmak gerçeği söz konusudur. Bu dirençler, gerek bireysel gerekse toplumsal açıdan alımlama, kabullenme, özümleme ve paylaşma süreçlerinde gündeme gelmektedir. Yukarıdaki tespitler dayanak alındığında, sanatsal üretimlerin tüketimsel dirençlerine ait stratejik gereklerine ilişkin öneriler ise şöyle şekillendirilebilir:

1. Sanatsal üretimin tüketimdeki dirençlerine yönelik stratejik gerekler

- Sanatsal üretim, tüketimi aşamasında hitap edeceği kitle üzerinde kültürel bir ayırım gözetmemelidir. Yani elit, kent veya yüksek kültür ile halk kültürü ayırımlarına yol açabilecek yaklaşımlardan kaçınmalı, ortak ve genel bir kitleye ulaşma çabasını ortaya koymalıdır. Kültürel göstergeler veya sınıfsal ayırımlar, sanatsal üretimin içinde olduğu kültür için olumsuz sonuçlar gösterebilir.

- Üretimin tüketime dönüşmesi, sanat içinde bir yeniden üretim (reproduksiyon) mekanizmasına işlerlik kazandırır ki, bu mekanizmanın işlemesine yönelik hedef kitlenin sahip olması gereken sanatsal donanımların gerekliliği daha da önem kazanır. Bu donanımın sağlamada sanat eğitiminin önemini bir kez daha vurgulamak gerekir.

- Ulusal sanat-evrensel sanat ikilemi, bir kültürel bünyenin içinde sürekli gündemde olan bir olgudur. Ancak, sanatsal üretimin kaynağı yine içinde geliştiği toplum tarafından öncelikli olarak benimsenmek veya kabul görmek durumundadır. Sanat, kaynağını aldığı kültürel bünye ile ilintili düşünülmeli ve evrenselliğe buradan açılmalıdır.

- Sanatçıyı toplumdan toplumu da sanatçıdan uzaklaştırıcı her türlü etken, sanatçının üretim potansiyelleri ve toplumun paylaşım durumları üzerinde olumsuz etkiler yapabilir. Bir tüketim, her şeyden önce üreticisini benimseme, üretici de tüketicisini benimseme aşamasında stratejik eğilimlerini uzlaşma ve anlaşma temeline oturtmalıdır.

- Sanat eserlerinin yarıştırlmasına yönelik organizasyonlar aynı zamanda sanatçıların, yani anlayışların, tarzların veya ideallerin yarıştırlması demek olduğu için, sanatsal üretimlerin hedefinde bir takım zorlamalara sebep vermektedir. Bu açıdan sanatsal tüketime zemin oluşturucu bu tür ayırım veya tercih sistemini merkez alan yarışmaların yeniden sorgulanması veya

değerlendirilmesi de ayrı bir stratejik öneme sahiptir. Sanatsal rekabetin bu tür tabanlarda değerlendirilmesi, kültürel açıdan da önemli bir misyonun sorgulanması olacaktır.

- Sanatsal üretim, özgün, öznel ve özel bir kapsam ortaya koyduğu için diğer teknolojik tüketimlerden ayrı bir nitelik sergilerken ona eşdeğer tüketim süreçlerine tabi olmak durumundadır. Sanatsal ürünün standardı bu açıdan tüketimdeki farklılıkları da standardize edecektir.

- Sanatsal tüketime yönelik stratejiler, sanatsal kurumlar üzerinde düşünmemizi gerekli kılmaktadır. Müzecilik, galericilik, sponsorluk, konservatiflik veya kuratörlük hizmetlerinin ürün ile kitleyi birleştirici misyona sahip etkili unsurlar olduğunu düşünürsek, bu kurumların göreceği destek ve teşvik, sanatın tüm kitlelere ulaşmasına imkan sağlar şekilde düşünülmelidir. Böyle bir politika, ülkemiz sanatının potansiyellerine inmemizi ve değerlendirmemizi kolaylaştıracaktır.

- Sanat ve piyasa ilişkisi, ülkemizde hala tam olarak oturmamış bir ilişkiyi ifade eder. Sanat ürünlerinin tüketimini çağrıştıran en önemli boyutlardan biri olan piyasa ve meta kavramı, hiyerarşik bir anlayışı merkez alan isim veya sıfatların yerine, sanat eserinin özelliklerini merkez alan bir anlayışa işlerlik kazandırılmalıdır.

- Sanatsal üretimlerin maddi-araçsal karakteri günümüzde teknolojik gelişme ve çağdaşlığın doğal bir sonucu olarak görülmeli ve bireysel tavırların tercihleri olarak değerlendirilmelidir. Sahip olduğu yapı ile ilgisinde sanat eserinin dili, içerdiği bilgi ve biçimsel özelliklere göre açıklanabilmekte ve o eserin okunmasında ve dolayısıyla alımlanmasında da belirleyici olma hakkını kullanabilmelidir.

- Çağdaş sanatın işlevsel bağıntıları, estetik beğeni hedeflerini gözetme noktasında olmakla beraber, bu olguları merkeze almak zorunda olmayabilmektedir. Sanatsal ürünün işlevselliğini zamana, mekana ve insani değerlere göre düşünmek sayesinde toplumsal tutumlara da taşınmalıdır.

II. Sonuç

Çalışmaya ait ilgili literatürce desteklenen bulguların ortaya koyduğu genel çerçeve, sanatsal üretime, tüketimine ve tüketimde karşılaçağı direçlere ilişkin tespitleri gündeme getirmemizi mümkün kılmıştır. Sanatsal üretimin yeni dinamikleri olarak, “sanat mühendisliği tutkusu; Postmodern kültür ve onun belirlediğı estetik alanlar; küreselleşme olgusu ve iletişim ağlarının ağırlığında gelişen görsel kültür; araçların ve kurumların tekelinde ticari bir meta haline gelen sanat eserleri üretimi” gösterilebilir. Sanatsal tüketimin belirleyenleri ise, “sanatı hedefi niteliğinde değerlendirilen popüler kültür-elit kültür-kitle kültürü temsilcileri; küreselleşmenin ticari ve medyatik uluslar arası uzantıları; kitle iletişim araçları ve medya; ve diğer özel sektör birim ve kişileri” olarak gösterilebilir. Sanatsal tüketimin toplumsal, kültürel ve bireysel yansımalarında karşılaçağı dirençler olarak ise, “sanatın alımlanmasında; kitlelerce

benimsenmesinde; sanatın topluma aidiyetlik durumunda, sanatsal endüstrinin toplumsal tepkilerinde, yeni, öncü estetik beğeni düzeylerinde; genel sanatsal içeriklerde ve bunların sunum biçimlerinde” gözlemlenebilmektedir. Sonuç olarak yukarıda açıklamaya çalıştığımız sanatsal üretime ve tüketime yönelik süreçleri sosyo-kültürel bir durum olarak değerlendirmek çabası, sanatın kimliğini sanatçı ve toplumda karakterize etmek amacından başka bir şey değildir. Çağdaş sanat ve değişen dünya düzenleri, kültüre ve onun dinamiklerinden biri olan sanata daha fazla önem ve dikkat çekmekte, ayrıca da bu açıdan daha önemli ve detaylı misyonlar yüklemektedir. Sanatın toplumsal bir yansı etkinliği özelliği sergilemesi, sanatçısından tüketicinin her unsuruna kadar –özellikle ülkemiz için- detaylı bir gözden geçirilmeye ihtiyaç duymaktadır. Ve bu açıdan da karmaşık, düzensiz veya parçalanmış bir anlam ve önem aşamasına gelmekte olan sanatı, sistematik üretim ve tüketim süreçlerinde söz konusu olabilecek stratejik tespit veya önerilerle ele almak gereği söz konusu olmaktadır. Bu çalışma, yukarıdaki karmaşık sanatsal üretim ve tüketim süreçlerinde karşılaşılabilecek dirençlere ilgili literatürün desteklediği görüş ve tespitler ışığında stratejik öneriler sunarak, konunun hassasiyeti ve sanatın genel misyonunu yeniden düşünmenin gereğine işaret etmektedir.

Abstract: Today, we are in an art environment where all kinds of art activities are bounded to a "production process", art works called as "product" and consequently the interaction between art and spectators caled as a "consumption. These conceptual frames, at the same time, put forward the necessity of the new strategies in the interactional platforms of artist-art work and spectator. In a broader view; it should be pointed out the observations and suggestions about the importance of the size of "consumption" in the meeting point of art and social masses in the social, cultural, economical and environmental aspects.

Key Words: Production, consumption, culture, art works

Kaynakça

- Barnard, M. (2002). **Sanat Tasarım ve Görsel Kültür**. (Çev. Güliz Korkmaz). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Baudrillard, J. (2002). “İllüzyon, Yitirilen İllüzyon ve Estetik”. **Doğu Batı Düşünce Dergisi**, 5(19), 9-25.
- _____, (2002). **Tam Ekran**. (Çev. Bahadır Gülmez). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Davis, F. (1997). **Moda Kültür ve Kimlik**. (Çev. Özden Arıkan). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Debeljak, A. (2000). “The Instituion Of Art In Postmodernity: Autonomy And Critique (IV. Syposium Review and Commentary). *International Journal of Politics, Culture and Society*, 14(2).

- Duncum, P. (2000). "How Art Education Can Contribute To The Globalisation of Culture". *International Journal Art and Design Education*, 19(2), 170-180.
- Erdoğan, İ. (2001). "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu". *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 4(15), 65-103.
- Giderer, E.H. (2003). **Resmin Sonu**. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Horkheimer, M.-Adorno, T.W. (1996). **Aydınlanmanın Diyalektiği**. (Çev. Oğuz Özügül). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Kahraman, H. B. (1995). **Sanatsal Gerçeklikler Olgular ve Öteleri**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kale, N. (2002). "Modernizmden Post-modernist Söylemlere Doğru". *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 5(19), 29-49.
- Lee, B.J. (1999). **Kunst Als Korrelat Und Korrektiv der Wirklichkeit**. Frankfurt am Main: Peter Lang Europaeischer verlag der Wissenschaften.
- Schulze, G.G. (1999). "International Trade In Art". *Journal of Cultural Economics*, 23, 109-136.
- Seelinger, A. (2002). "Bildung Und Neue Medien: Aesthetisch- Technologische Herausforderungen", *Weltzugaenge: Virtualitaet-Realitaet-Sazialitaet Jahrbuch für Bildungs und Erziehungsphilosophie*, 117-147
- Sözen, E. (2001). "Popüler Kültür Retoriği", *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, 4(15), 53-63.
- Şaylan, G. (2002). **Postmodernizm**. Ankara: İmge Kitabevi.
- Uğur, A. (2002). **Kültür Kıtası Atlası**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Zijdervald, C. A. (2001). **Soyut Toplum**. (Çev. Cevdet Cerit). İstanbul: Pınar Yayınları.