

 JOURNAL AKRA Akra Kùltür Sanat ve Edebiyat Dergisi (AKRA)	Akra Journal of Culture Art and Literature (AKRAJOURNAL)	
Yıl 14, Year 14, Cilt 14, Volume 14, Sayı 38, Issue 38, Ocak 2026, January 2026 e issn: 2687-6361		
Özgünlük kontrolü		Authenticity process
DOI: 10.31126/akrajournal.1813250		
Makale türü: Araştırma makalesi		Article type: Research article
Geliş tarihi	30.10.2025	Submitted date
Kabul tarihi	28.02.2026	Accepted date
Elektronik yayın tarihi	25.03.2026	Online publishing date
Atıf Bilgisi / Reference Information Beril Özer(2025 Postmodern Toplumda Kintsuginin Yeniden Keşf, Akra Kùltür Sanat ve Edebiyat Dergisi AKRA / Akra Journal of Culture Art and Literature, AKRAJOURNAL / 2026/ C.14 / S. 38 / s. 551-574		

POSTMODERN TOPLUMDA KINTSUGİNİN YENİDEN KEŞFİ

Beril ÖZER*

Öz: Kintsugi, Japon kültüründe kırıkları altınla birleştirerek kusurları güzelleştiren bir sanattır. Ancak bu sanat, postmodern dünyada tüketim kültürü, lüks moda, tasarım ve sosyal medya estetiği içinde yeni bir kimlik kazanmıştır. Kintsuginin postmodern dönüşümünde anlam ve trend ikilemi belirleyici bir rol oynamaktadır. Bu çalışma, Baudrillard'ın tüketim toplumu kavramı çerçevesinde kintsuginin postmodern tüketim kültürü içindeki yeri, sanatsal değerinin nasıl metalaştırıldığı ve sosyal medya platformlarında nasıl estetik bir fenomen olarak yeniden üretildiği üzerine bir analiz sunmaktadır. Kapitalist sistem içinde kintsuginin sürdürülebilirlik ve farkındalık kavramlarıyla nasıl pazarlama aracı hâline getirildiği ve tüketici kimlikleriyle nasıl bütünleştiği tartışılmaktadır. Sonuç olarak, kintsuginin postmodern dünyadaki yeniden yükselişi, bu sanatın kökenindeki derin felsefi anlamlarını koruyarak sürdürülebileceği mi, yoksa tüketim normları içinde anlam kaybına uğrayarak kısa ömürlü bir moda akımına mı dönüşeceği sorusunu gündeme getirmektedir. Çalışma, geleneksel kintsugi sanatçılarının korunması, sanatsal mirasın ticari kullanımdan bağımsız şekilde sürdürülmesi ve sosyal medyanın sanat üzerindeki yüzeyselleştirici etkilerine

* Bir kuruma bağlı deği. / ORCID ID: 0000-0001-5638-2181

karşı eleştirel bir perspektif geliştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sanat ve Beşerî Bilimler, Kintsugi, Tüketim Toplumu, Moda, Sanat.

THE REDISCOVERY OF KINTSUGI IN POSTMODERN SOCIETY

Abstract: Kintsugi, the traditional Japanese practice of repairing broken pottery with gold, celebrates the aesthetic value of flaws and imperfection. In contemporary contexts, however, it has been reinterpreted through the lens of consumer culture, luxury fashion, design, and social media aesthetics. This study examines the transformation of kintsugi within modern consumer society, drawing on Baudrillard's theory of consumption. The art form's philosophical and cultural significance has been commodified, while its visual appeal has been amplified across digital platforms. Within the capitalist framework, kintsugi has been repurposed as a marketing symbol aligned with ideals of sustainability and mindfulness, thus becoming embedded in consumer identities. The study critically interrogates whether kintsugi's resurgence can maintain its original philosophical essence or whether it risks devolving into a transient trend shaped by consumption norms. It further emphasizes the necessity of safeguarding traditional kintsugi artisans and resisting the superficial commodification of art driven by social media dynamics.

Keywords: Art and Humanities, Kintsugi, Consumer Society, Fashion, Art.

Giriş

Kintsugi, Japon kültürüne ait geleneksel bir seramik onarım sanatıdır ve kelime anlamı olarak "altın birleştirme" veya "altın tamir" anlamına gelir. 15. yüzyılda Japonya'da ortaya çıkan bu teknik, kırılan veya çatlayan seramikleri özel bir "lak reçinesi (urushi)" ile birleştirerek ve ardından altın, gümüş ya da platin tozu ile süsleyerek yeniden işlevsel hâle getirmeyi amaçlar (Koren, 1994). Kintsuginin temelinde, "kusurların gizlenmesi yerine vurgulanması" felsefesi yatmaktadır. Geleneksel Japon estetik anlayışlarından biri olan "wabi-sabi", doğadaki kusurları ve geçiciliği kabul etmeyi teşvik eder; bu bağlamda kintsugi, yalnızca bir tamir yöntemi değil, aynı zamanda bir "yaşam felsefesi" olarak da görülmektedir (Saito, 1997). Kintsuginin ortaya çıkışı, 15. yüzyılın sonlarında "Ashikaga Şogunluğu" döneminde yaşanan bir olayla ilişkilendirilir. Efsaneye göre, Şogun Ashikaga Yoshimasa, kırılan en sevdiği Çin porselenini Çinli zanaatkarlara tamir ettirdiğinde, kaba metal zımbalarla birleştirildiğini görünce bu onarımın estetik olmadığını düşünerek Japon

zanaatkârları alternatif bir yöntem geliştirmeye teşvik etmiştir (Jullien, 2009). Bu süreç, zaman içinde kintsugi sanatının doğmasına ve gelişmesine yol açmıştır.

Günümüzde kintsugi, yalnızca bir restorasyon tekniği olarak değil, aynı zamanda kişisel gelişim, psikoloji ve sanat alanlarında da popülerleşmiş bir kavramdır (Germer vd., 2005). Batı dünyasında özellikle psikoloji, mindfulness ve minimalizm akımlarıyla bağlantılı olarak ele alınmakta ve bireyin ruhsal iyileşme süreciyle paralellik kurularak bir metafor hâline gelmektedir (Odin, 2001). Ayrıca, sosyal medya platformları kintsuginin küresel ölçekte yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. Instagram, Pinterest ve YouTube gibi mecralarda el yapımı, otantik ve benzersiz ürünlere yönelik artan ilgi, kintsuginin hem sanatsal hem de ticari anlamda bir moda akımına dönüşmesine neden olmuştur. Birçok lüks tasarım markası, koleksiyonlarında kintsugi ilhamlı ürünler sunarak bu sanatın ticarileşmesine katkı sağlamaktadır. Bu noktada, kintsuginin modern dünyada anlam arayışının bir sembolü mü, yoksa kapitalist tüketim kültürünün yeni bir modası mı olduğu tartışma konusu hâline gelmektedir.

Bu araştırma, kintsuginin modern dünyada yeniden görünürlük kazanmasını tüketim kültürü, sosyal medya estetiği ve kapitalist üretim-tüketim ilişkileri bağlamında çözümlenerek, bu dönüşümün varoluşsal bir anlam arayışını mı yoksa metalaşmış bir trendi mi işaret ettiğini sorgulamaktadır.

Yöntem

Bu çalışmanın problemi, kintsuginin modern tüketim kültürü ve sosyal medya estetiği içinde yeniden üretilme sürecinin, bu geleneksel sanatın felsefi ve kültürel özünü koruyan bir anlam arayışını mı temsil ettiği yoksa kapitalist sistem tarafından biçimlendirilmiş yüzeysel bir moda eğilimine mi dönüştüğü sorusuna dayanmaktadır. Bu çalışma, kintsuginin modern dünyadaki dönüşümünü tüketim kültürü, dijital medya ve kapitalist pazarlama dinamikleri çerçevesinde analiz ederek, geleneksel anlamı ile güncel ticarileşmiş sunumu arasındaki gerilimi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma, geleneksel bir sanat pratiğinin küresel kapitalist sistem ve sosyal medya ortamında nasıl

yeniden bağlamsallaştırıldığını inceleyerek sanatın metalaşması, kültürel mirasın ticarileştirilmesi ve dijital estetik üretimi üzerine yürütülen tartışmalara kuramsal katkı sunması bakımından önem taşımaktadır. Çalışma, özellikle tüketim kültürü, sosyal medya estetiği ve kapitalist pazarlama stratejileri çerçevesinde kintsuginin nasıl yeniden üretildiğini analiz etmektedir. Bu doğrultuda araştırma, niteliksel ve teorik temelli bir yaklaşımla tasarlanmıştır.

Bu çalışma, ampirik veri üretimine dayalı bir araştırma makalesi değil, kavramsal literatür taramasına dayalı bir derleme çalışmadır. Kültürel çalışmalar, sanat tarihi, tüketim kuramı ve medya analizine dair disiplinlerarası kaynaklar kullanılarak derinlemesine bir inceleme gerçekleştirilmiştir. Jean Baudrillard'ın "tüketim toplumu" ve "simülakr" kavramları ile Pierre Bourdieu'nün "kültürel sermaye" kuramı, teorik çerçeveyi oluşturan temel yaklaşımlar olarak kullanılmıştır. Çalışmada, herhangi bir alan araştırması ya da saha verisi toplanmamış, bunun yerine çeşitli akademik metinler, sosyal medya içerikleri, çağdaş sanat ve lüks moda koleksiyonlarından alınan örnekler üzerinden eleştirel çözümlenmeler yapılmıştır.

Bu yöntemle, kintsuginin geleneksel anlamı ile günümüz dijital ve ticarileşmiş dünyasındaki sunumu arasındaki kırılmalar ve süreklilikler ortaya konulmuştur. Çalışma hem sanatsal hem de kültürel miras bağlamında kintsuginin günümüzdeki konumunu sorgulayan kavramsal bir analiz sunmaktadır. Çalışmada, araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

Bulgular ve Yorum

Japon estetik anlayışının temel taşlarından biri olan wabi-sabi, doğadaki kusurluluğun ve geçiciliğin kabulünü teşvik eden bir felsefedir. Wabi, sadelik ve doğallık içinde tevazuyu, sabi ise zamanın getirdiği eskimişliğin güzelliğini ifade eder (Suzuki, 1959). Bu estetik görüşe göre kusurlar, bir eksiklik değil; aksine, doğanın ve yaşamın kaçınılmaz bir parçasıdır. Kintsugi sanatı, tam da bu bakış açısının somutlaşmış hâli olarak görülebilir: Bir nesne kırıldığında onu atmak yerine onarmak, hatta daha da güzelleştirmek fikri, kusurların estetikleştirilmesi anlamına gelir (Saito, 1997). Kintsuginin bu bağlamda taşıdığı kültürel anlam, Batı'nın klasik estetik anlayışından önemli ölçüde ayrılır.

Batı sanatında mükemmellik, simetri ve tamamlanmışlık esasken, Japon estetiği kusurları ve eksiklikleri kabul etmeyi, hatta kutlamayı önerir (Jullien, 2009). Wabi-sabi'nin bu yönü, modern tüketim dünyasında zıt bir konumda durmaktadır. Seri üretimle kusursuz hâle getirilen nesnelere, fabrikasyon estetiği sunarken, kintsugi bilinçli olarak kırıkların ve tamir izlerinin görünür kalmasını vurgular. Bu, günümüz insanının benzersizlik ve el yapımı ürünlere olan ilgisiyle birleşerek, kintsuginin günümüzde popülerleşmesini sağlamaktadır (Odin, 2001). Bununla birlikte, bu popülerleşmenin yüzeysel bir estetikten mi yoksa derin bir felsefi kabullenışten mi kaynaklandığı tartışmalıdır. Özellikle sosyal medyada, kintsugi estetiğinin yalnızca altın detaylar ve zarif çatlaklardan ibaretmiş gibi sunulması, bu sanatın köklerine dair yanlış anlamalara neden olabilir (Juniper, 2003).

Kintsugi, sadece bir sanat ya da estetik yaklaşım değil, aynı zamanda bir metafor olarak da görülmektedir. Psikoloji ve kişisel gelişim alanlarında, kırıkların onarılması süreci, bireyin ruhsal yaralarını kabul etmesi ve bunlarla barışmasını simgeler (Germer, vd. 2005). Özellikle travma sonrası iyileşme sürecinde, kintsugi "kendini yeniden inşa etme" fikriyle güçlü bir paralellik göstermektedir. Son yıllarda terapi ve mindfulness uygulamalarında kintsugiye sıkça atıfta bulunmaktadır. Bu çerçevede, kintsuginin sunduğu şu temel metaforlar öne çıkmaktadır (Odin, 2001):



Görsel 1: Kintsugi felsefesi ile yapılmış bir seramik.

Kırılmak son değil, yeni bir başlangıçtır. Eksiklikler utanılacak değil, gururla taşınacak izlerdir. Travma ve acılar kişiyi zayıflatmak yerine onu daha güçlü ve benzersiz kılabilir.

Bu bağlamda, Batı'da son yıllarda artan kişisel gelişim akımları ve pozitif psikoloji çalışmaları, kintsugiye bir iyileşme sembolü olarak kullanılmaktadır (Rosch, 2007). Bunun en çarpıcı örneklerinden biri, psikoloji alanında yazılmış

popüler kitaplarda kintsuginin bireysel dayanıklılık ve esneklikle ilişkilendirilmesidir. Ancak, bu yaklaşımlar bazen yüzeysel bir kişisel gelişim pazarlamasına dönüşebilir ve kintsuginin derin anlamını yalnızca bir “kendini onarma” klişesine indirgeme riski taşır. Modern dünyada kintsuginin psikolojik ve kültürel anlamları arasındaki bu gerilim, onun sadece bir estetik akım mı yoksa anlamlı bir felsefi yaklaşım mı olduğu sorusunu gündeme getirmektedir. Özellikle kapitalist tüketim kültürünün ve sosyal medyanın etkisiyle kintsuginin metalaştırılıp metalaştırılmadığı tartışılmaya muhtaçtır.

Moda, Tasarım ve Sanatta Kintsugi: Anlam mı, Trend mi?

Kintsuginin modern dünyada yeniden keşfi, sanat ve tasarım alanlarında geniş bir yankı uyandırmıştır. Moda, iç tasarım ve çağdaş sanat alanlarında estetik bir ilham kaynağı olarak kullanılan kintsugi, geçmişte yalnızca Japon seramik sanatıyla özdeşleştirilirken, günümüzde küresel bir tasarım ve kültürel ifade biçimine dönüşmüştür. Ancak bu dönüşüm, kintsuginin geleneksel anlamlarını koruyarak mı yoksa bir trend olarak yüzeysel bir biçimde mi gerçekleştiği konusunda tartışmalara yol açmaktadır.

Kintsuginin lüks moda dünyasında kullanılmaya başlanması, markaların “kusursuzluk” kavramını sorgulayan tasarımlar üretmesiyle ilişkilidir. Geleneksel moda endüstrisinde simetri, mükemmel uyum ve pürüzsüzlük esarken, kintsugi estetiği kırıklıkları, asimetriyi ve zamanın getirdiği kusurları ön plana çıkaran bir tasarım dili sunmaktadır (Trigg, 2009). Bu bağlamda, bazı tasarımcılar kintsugiyi bir tür karşı duruş ve sanatsal özgünlük sembolü olarak benimsemektedir. Ancak, bu estetiğin moda dünyasında ilgi gördüğü bilinmektedir. Özellikle Gucci, Maison Margiela, Alexander McQueen ve Dior gibi markaların, kusurların değerini vurgulayan tasarımlar yaparak kintsugi felsefesini benimsedikleri bilinmektedir. Kintsuginin bu markalar tarafından kullanımı şu iki temel eğilim çerçevesinde şekillenmiş olabilir:

Dekoratif bir öğe olarak kintsugi: Bazı koleksiyonlarda kintsugi doğrudan kumaş desenlerinde, baskılarda veya işleme detaylarında estetik bir unsur olarak kullanılmaktadır. Örneğin, Maison Margiela'nın yamalı ve bilinçli olarak “eksik” bırakılmış tasarımlarında kintsuginin etkileri net bir şekilde görülebilir.

Felsefî bir anlatım aracı olarak kintsugi: Moda dünyasında, özellikle Dior ve Alexander McQueen, kintsugi'yi yalnızca bir görsel unsur olarak değil, aynı zamanda travma, iyileşme ve yeniden doğuş gibi temalar çerçevesinde yorumlamaktadır.



Görsel 2: Kintsugiden ilham alan bir elbise tasarımı.

Ancak, kintsuginin lüks moda markaları tarafından pazarlanması, onun bir kapitalist tüketim ürününe dönüşmesi riski taşımaktadır. Özellikle yüksek fiyatlarla satılan kintsugi ilhamlı tasarımlar, bu sanatın geleneksel olarak sunduğu tevazu, sürdürülebilirlik ve sadelik ilkeleriyle çelişmektedir (Baudrillard, 1998).

Baudrillard'ın "simülakr" kavramı (Baudrillard, 1998), modern tüketim kültüründe kintsugi gibi sanatsal ve kültürel mirasların, özünden koparılarak yalnızca görsel ve estetik bir tüketim nesnesine dönüştürülebileceğini öne sürmektedir. Bugün kintsugi, modada sadece bir görsel tema olarak kullanıldığında, bu sanatın felsefî derinliğinin yok olmasıyla karşı karşıya olduğu söylenebilir.

Kintsuginin moda endüstrisinde olduğu gibi mobilya ve iç tasarım alanında da hızla popülerleşmesi, özellikle minimalist ve sürdürülebilir tasarım trendleri ile paralellik göstermektedir (Santini, 2019). Mobilya tasarımında kintsuginin yaygınlaşmasının iki temel nedeni bulunmaktadır. Bunlar, onarım ve sürdürülebilirlik felsefesine duyulan ilginin artması ile doğal malzemelerin ve el yapımı ürünlerin yeniden değer kazanmasıdır.

Kintsuginin mobilya tasarımında uygulanması, genellikle kırılmış veya çatlamış yüzeylerin altın ya da metal dolgularla onarılması şeklinde gerçekleşmektedir. Japon iç tasarımcıları, bu yöntemi özellikle eski ve antika mobilyaların tekrar işlevselleştirilmesi için kullanmaktadır. Ancak, Batılı tasarım markalarının kintsugi'yi yalnızca estetik bir unsur olarak kullanmaları, onun sürdürülebilirlikten uzak, "sahte" bir onarım yaklaşımına dönüşmesine neden

olabilmektedir. Örneğin, bazı markalar kintsugi tasarımı olarak ürettikleri sıfırdan üretilmiş mobilyaları altın desenlerle süsleyerek satmakta, ancak gerçek bir onarım süreci içermemektedir. Bu durum, kintsuginin iç tasarımda moda odaklı bir trend hâline gelmesine ve öz anlamından kopmasına yol açmaktadır (Santini, 2019).

Sanat dünyasında kintsugi, yalnızca seramik restorasyon yöntemi olarak değil, aynı zamanda kimlik, travma, dönüşüm ve yeniden doğuş gibi temalar etrafında şekillenen bir anlatım aracı olarak kullanılmaktadır (Anderson, vd., 2007).

Modern sanat bağlamında kintsugi, yalnızca fiziksel bir onarım yöntemi olmanın ötesinde, bireysel ve toplumsal kırılmalıkların sanatsal bir temsili hâline gelmiştir. Sanatçılar, bu tekniği özellikle travma, kimlik, göç ve yeniden yapılanma gibi temaları ele almak için metaforik bir araç olarak kullanmaktadır. Kırılma ve onarım süreci hem kişisel hem de kolektif bellek içinde iyileşme ve dönüşümün bir simgesi olarak görülmektedir. Post-modern sanat anlayışında, kintsugi yalnızca estetik bir tercih değil aynı zamanda kültürel çatışmalar, politik baskılar ve bireysel kimlik arayışlarına dair derin bir anlatı sunmaktadır. Bu anlatılar aşağıdaki gibidir (Santini, 2019):

Kırılmalık ve Dayanıklılık: Kintsugi, Yee Sookyung, Charlotte Bailey gibi çağdaş sanatçılar tarafından bireysel ve toplumsal travmaların sanatsal bir anlatımı olarak kullanılmaktadır. Özellikle göç, savaş, kadın hakları ve psikolojik travmalar üzerine çalışan sanatçılar, eserlerinde kintsuginin yeniden yapılanma ve onarım temasını işlerler.

Kültürel ve Politik Yorumlar: Kintsugi, post-modern sanat anlayışı içinde kimlik krizleri ve kültürel çatışmaların bir metaforu olarak ele alınmaktadır.

Kintsuginin moda, tasarım ve sanat dünyasında hızla yaygınlaşması, onun bir yandan sanatsal ve kültürel bir miras olarak önem kazanmasını, diğer yandan ise ticari bir tüketim nesnesine dönüşmesini beraberinde getirmektedir.

Tüketim Kültürü Açısından Kintsugi

Kintsugi, estetik bir sanat ve felsefi bir anlayış olmasının yanı sıra, modern tüketim kültürü içinde de farklı şekillerde ele alınmaktadır. Geleneksel olarak kırık ve hasarlı nesnelerin tamiri üzerine kurulu olan bu sanat, kapitalist sistem

içerisinde ticarileştirilerek lüks bir tüketim nesnesine dönüşme riski taşımaktadır. Bu bağlamda, kintsuginin modern tüketim kültüründeki konumunu değerlendirmek için Baudrillard'ın tüketim toplumu teorisi perspektifinden bakmak, ayrıca sürdürülebilirlik iddiası ile tüketim alışkanlıkları arasındaki çelişkileri incelemek önem arz etmektedir.

Fransız filozof Jean Baudrillard (1998), modern toplumda tüketimin yalnızca ihtiyaçlarla sınırlı olmadığını, aynı zamanda bir anlam üretme sürecine dönüştüğünü öne sürmektedir. Ona göre, insanlar nesnelere yalnızca işlevleri için değil, aynı zamanda birer statü, kimlik ve sosyal anlam sembolü olarak tüketmektedir. Kintsuginin popülerleşmesi, tam da bu noktada Baudrillard'ın kavramlarıyla ele alınabilecek bir dönüşüm süreci geçirmektedir:

Orijinalinde kintsugi, sürdürülebilirlik ve minimalizm ilkeleriyle uyumlu bir sanattır. Kırılan bir nesneyi tamir ederek ona yeniden değer kazandırmak, hızlı tüketim alışkanlıklarına karşı bir duruş niteliğindedir. Ancak modern tüketim kültürü, kintsugiye bir anlam nesnesine dönüştürerek onun içeriğini değiştirmektedir. Günümüzde kintsugi yalnızca bir onarım yöntemi olarak değil, aynı zamanda lüks bir tasarım ve statü göstergesi olarak ele alınmaktadır (Trigg, 2009). Simülakr (gerçeğin yeniden üretilmesi) bağlamında kintsugi, geleneksel anlamından koparak, yalnızca dekoratif bir estetik unsuruna hâline gelmiştir. Orijinalinde “eksikliği ve kusurları kabullenmek” anlamına gelen bu sanat, bugün tamamen sıfırdan üretilmiş ve sadece kintsugi estetiği verilmiş yeni nesnelere uygulanmaktadır (Zhang, 2021). Baudrillard'ın “hipergerçeklik” kavramı çerçevesinde, kintsuginin modern tüketim kültürü içerisinde gerçek anlamını kaybetme riski ile karşı karşıya olduğu söylenebilir. Bugün kintsugi sanatı, geçmişteki işlevini kaybederek, yalnızca bir görsellik ve satış stratejisine dönüşmektedir (Baudrillard, 1998).

Son yıllarda tüketim kültüründe hızlı moda (fast fashion) ve aşırı tüketim eleştirileri, minimalizm ve sürdürülebilir tasarım hareketlerinin yükselmesine neden olmuştur (Odin, 2001). Bu noktada kintsugi, anti-tüketim hareketleri ile paralel olarak öne sürülen bir değer sistemi gibi sunulmaktadır. Ancak bu durum, beraberinde bazı çelişkileri de getirmektedir.

Geleneksel kintsugi, onarmak ve nesneyi yeniden işlevsel hâle getirmek üzerine kurulu iken, günümüzde birçok marka yeni üretilmiş ürünlere yalnızca

kintsugi desenleri ekleyerek “sürdürülebilir tasarım” etiketiyle pazarlamaktadır. Örneğin, birçok moda markası kintsugi desenli kumaşlar ve aksesuarlar üreterek, bunları “onarılan ürünler” olarak lanse etmektedir. Ancak bu ürünlerin hiçbirinde gerçek bir onarım süreci bulunmamaktadır.

Günümüzde Tode Home, Eleni Marneri gibi gibi birçok lüks marka, kintsugiyi sürdürülebilirlik pazarlaması içerisinde kullanmaktadır. Ancak bu markalar çoğu zaman onarım değil, yalnızca “eskitilmiş ve tamir edilmiş gibi görünen” yeni ürünler satmaktadır (Santini, 2019). Bu durum, tüketicinin gerçek bir farkındalık geliştirmesini engellemekte ve sürdürülebilirlik söyleminin yalnızca ticari bir araç olarak kullanıldığını göstermektedir. Kintsugi, hızlı moda ve seri üretime karşı sürdürülebilir bir alternatif olarak lanse edilse de günümüzde giderek artan talep nedeniyle kintsugi ilhamlı ürünlerin de kitlesel üretime dâhil olduğu görülmektedir. Bu, Kintsugi’nin hızlı tüketim karşıtı bir değer olarak pazarlanırken, aslında hızla ticarileşmesine neden olan bir çelişki yaratmaktadır.

Kintsuginin modern tüketim kültürü içerisindeki yeri, sanatın, anlamın ve geleneksel el işçiliğinin nasıl ticarileştirildiğine dair önemli bir örnek sunmaktadır. Baudrillard’ın tüketim toplumu perspektifinden bakıldığında, kintsuginin geleneksel anlamının ve felsefesinin büyük ölçüde yüzeyselleştiği, hipergerçeklik kavramı içerisinde yeniden üretildiği görülmektedir. Öte yandan, kintsuginin sürdürülebilirlik iddiası da sorgulanmalıdır. Gerçek bir onarım ve bilinçli tüketim kültürünü teşvik etmesi gereken bu sanat, günümüzde daha çok lüks ve estetik bir trend olarak şekillenmektedir. Bu noktada, sosyal medya ve kapitalizmin kintsugi üzerindeki etkileri daha derinlemesine ele alınmalıdır.

Bu çerçevede, kintsugiyi yalnızca estetik bir eğilim ya da tüketim nesnesi olarak değil, aynı zamanda bir anlam üretme sürecinin parçası olarak değerlendirmek gerekir. Tüketim kültürünün sunduğu alternatif anlam evrenleri içinde kintsugi, bireylere kusurları kabullenme ve kırılganlıkla barışma gibi insani değerleri simüle eden bir araç olarak sunulmaktadır. Ancak bu araçsallık, çoğu zaman içeriği boşaltılmış bir biçimde, görsel bir temsil üzerinden gerçekleşmektedir. Böylece kintsugi hem duygusal hem de kültürel bir sermayeye dönüştürülerek piyasada dolaşıma sokulmaktadır. Bu dönüşüm,

tüketicinin kendi kimliğini “bilinçli” ve “duyarlı” bir birey olarak inşa etmesine olanak sağlarken, aynı zamanda sistemin sunduğu hazır anlamları tekrar eden bir yapı kurar. Dolayısıyla kintsugi, günümüz tüketim kültüründe yalnızca onarılmış nesnelere değil, aynı zamanda pazarlanabilir kimliklerin de üretildiği bir zemine dönüşmektedir. Bir sonraki bölümde kintsuginin dijital mecralarda kendine nasıl yer edindiği, sosyal medya platformlarında nasıl popülerleştiği ve bu süreçte anlamının nasıl değiştiği incelenecektir. Kintsugi, modern dünyada estetik ve anlam arayışının bir parçası olarak yeniden popülerleşmiştir. Ancak, bu sanatın günümüzdeki yükselişi büyük ölçüde sosyal medyanın estetik normları, hızlı tüketim dinamikleri ve dijital trendler ile iç içe geçmiştir. Bu bağlamda, Instagram, Pinterest ve TikTok gibi platformlarda kintsuginin nasıl sunulduğu, “hashtag estetiği” ile nasıl yüzeyselleştiği ve dijital dünyada bu sanatın kimlik kaybı yaşayıp yaşamadığı incelenmelidir. Görsel odaklı sosyal medya platformları, sanatın ve estetik akımların hızla yayılmasını sağlarken, çoğu zaman bu sanatların orijinal anlamlarını değiştirme veya yüzeyselleştirme riski taşır (Manovich, 2017).



Görsel 3. Kintsugiden ilham alan modern yemek takımı.

Kintsugi de bu süreçten etkilenmiş, sosyal medyada estetik bir trend ve lüks bir tasarım unsuru olarak yeniden şekillendirilmiştir.

Instagram’da #Kintsugi etiketi altında paylaşılan içerikler, genellikle sanatın tamir sürecine değil, onarım sonrası ortaya çıkan “kusursuz” ve dekoratif görünümüne odaklanmaktadır. TikTok’ta kintsugiyi anlatan kısa videolar, bu sanatın tarihsel ve felsefi bağlamını göz ardı ederek “tatmin edici” bir el işi olarak sunmaktadır (Trigg, 2009). Pinterest’te kintsugi estetiği, iç tasarım ve moda dünyasında yalnızca lüks ve nostaljik bir dekorasyon tarzı olarak ele alınmaktadır (Santini, 2019). Kintsuginin onarmaya ve kabul-

lenmeye dayalı özüne ters düşen bu görselleştirme biçimleri, sanatın yalnızca “altınla süslenmiş çatlaklar” olarak tüketilmesine neden olmaktadır (Odin, 2001).

“Hashtag estetiği” olarak adlandırılabilir bu durum, sosyal medya platformlarında belirli bir görsel trendin hızla dolaşıma girmesi ve estetik anlamının yüzeysel bir göstergeye indirgenmesi sürecini ifade etmektedir. Bu süreç, Baudrillard’ın (1998) simülasyon kuramıyla ilişkilendirilebilir. Kintsuginin sosyal medyada estetik bir unsur olarak yayılması, bu sanatın felsefi ve sanatsal içeriğini kaybetme riskiyle karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Hashtag kültürü içinde Kintsuginin dönüşümü şu şekilde özetlenebilir:

Altın detaylar ve lüks algısının öne çıkması: Kintsuginin kökeninde sürdürülebilirlik ve minimalizm yer alırken, sosyal medyada bu sanat çoğunlukla “lüks bir tasarım unsuru” olarak lanse edilmektedir (Zhang, 2021). Sanatın felsefi derinliği kaybolarak “kırıkları güzelleştirmek” anlayışına indirgenmektedir.

“Kintsugi terapi” anlatısı ve popüler psikoloji: TikTok ve Instagram’da kintsugi, kişisel gelişimle ilişkilendirilerek “kendini onarma” metaforuna dönüştürülmüştür (Rocsh, 2007). Ancak bu anlatım, sanatın kökenini derinlemesine ele almaktan çok, yüzeysel bir motivasyon mesajı olarak kullanılmaktadır.

Görsellik odaklı yüzeyselleşme: Kintsuginin anlamı, sosyal medya dinamikleri gereği “paylaşılabilir bir estetik” olmaya dönüşmektedir. Böylece sanatın işlevselliği ve geleneksel bağlamı yerine, sadece görsel uyandırdığı duygular ön plana çıkmaktadır (Manovich, 2017).

Dijitalleşme, geleneksel sanatların popülerleşmesini sağlarken, aynı zamanda bu sanatların özgün bağlamlarından koparak, yalnızca trendler doğrultusunda yeniden şekillenmesine neden olmaktadır (Benjamin, 2008). Kintsuginin sosyal medya estetiğine entegre edilmesi, onu geleneksel bir sanat ve felsefi öğreti olmaktan çıkararak, kapitalist tüketim kültürünün bir nesnesi hâline getirmektedir. Kintsuginin dijitalleşmeyle karşılaştığı tehditler şunlardır:

Hızlı tüketim ve kısa ömürlü trendler: Sosyal medyada hızla popülerleşen sanat akımları, aynı hızla unutulabilmektedir. Kintsugi, gerçek anlamını yitirme pahasına, kısa vadeli bir estetik trend hâline gelebilir çünkü medya biçimleri gerçeklik algısını değiştirmektedir (McLuhan, 2013).

Görsel sunumun felsefi içerikten kopması: Instagram ve Pinterest'te kintsugi, çoğunlukla estetik bir obje olarak sunulmaktadır. Bu da sanatın işlevselliğini ve sürdürülebilirlik bağlamını göz ardı eden bir algı oluşturur (Rosch, 2007).

Ticarileşme ve metalaşma: Baudrillard'ın (1998) tüketim toplumunda göstergelerin dolaşımı ve anlamın simülasyon süreçlerinde yeniden üretilmesi üzerine geliştirdiği yaklaşım dikkate alındığında, kintsuginin lüks pazarlama stratejilerinde kullanımı sanatın özgün bağlamından kopararak bir satış göstergesine dönüştürülmesi biçiminde yorumlanabilir.

Kintsuginin sosyal medyada popülerleşmesi, bu sanatın geniş kitleler tarafından tanınmasını sağlarken, anlamının ve felsefesinin yüzeyselleşmesi riskini de beraberinde getirmiştir. Instagram ve Pinterest gibi görsel platformlar, kintsugiye “onarım” sanatından çok, yalnızca “altın çatlaklı” bir dekorasyon unsuru olarak göstermektedir. Hashtag kültürü, sanatın felsefi kökenlerini basitleştirerek, onu lüks tüketim ürünleriyle eşdeğer bir noktaya taşımaktadır. Dijitalleşme süreci, kintsuginin hızlı tüketim ve moda dönüşmesine, anlamının değişmesine neden olmaktadır. Sonuç olarak, sosyal medyada kintsuginin estetik bir trend olarak yükselişi, geleneksel anlamının metalaşması sürecini hızlandırmaktadır. Bu noktada, bir sonraki bölümde kintsuginin kapitalizm ile nasıl iç içe geçtiği ve anlamının nasıl metalaştırıldığı incelenecektir.

Kintsuginin modern dünyada yeniden popülerleşmesi, büyük ölçüde kapitalist sistemin tüketim dinamikleri ve estetik metalaştırma süreçleri ile bağlantılıdır. Kintsugi sanatı, günümüzde lüks tüketim, marka stratejileri ve pazarlama kampanyalarının bir parçası hâline gelmiştir. Bu bölümde, kintsuginin kapitalist sistem içinde nasıl ticarileştiği, “el yapımı” algısının nasıl pazarlanarak bir lüks ürüne dönüştüğü ve tüketici kimlikleri ile nasıl ilişkilendirildiği incelenecektir.

Kapitalizm, sanatsal ve kültürel değerleri tüketilebilir ürünlere dönüştürme

eğilimindedir (Baudrillard, 1998). Kintsugi de bu süreçten etkilenmiş ve bir el sanatı ve felsefi öğreti olmanın ötesinde, lüks bir pazarlama stratejisi olarak yeniden biçimlendirilmiştir.

Kintsugi sanatı kapitalist kültür içerisinde bir dönüşüm geçirmiştir. Geleneksel olarak kırılan nesnelere onarılmasıyla anlam bulan kintsugi, günümüzde lüks markalar ve tasarımcılar tarafından yeniden üretilip pazarlanarak, tüketim kültürünün bir parçası hâline gelmiştir. Bu dönüşüm, orijinal el işçiliği ve sürdürülebilirlik değerlerinin yerini, endüstriyel üretimle desteklenen ve statü sembolü olarak sunulan ürünlere bırakmaktadır. Böylece, kintsuginin köklü sanatsal mirası, modern kapitalist dinamikler çerçevesinde yeniden yorumlanmaktadır.

Geleneksel kintsugi, eskimiş veya kırılmış nesnelere onarma fikrine dayanırken, günümüzde yeniden üretilen ve “kintsugi görünümü” yeni ürünler pazarlanmaktadır (Zhang, 2021). Özellikle lüks markalar, onarım sürecini simüle eden ancak tamamen fabrikasyon ürünler sunmaktadır (Odin, 2001). Günümüzde, birçok marka ve tasarımcı, “el yapımı ve benzersiz” kintsugi ürünlerini yüksek fiyatlarla pazarlayarak sanatın otantik kimliğini metalaştırmaktadır. Ancak, bu ürünlerin çoğu endüstriyel olarak üretilmekte ve gerçek bir el işçiliği veya sürdürülebilirlik değerleri içermemektedir. Kapitalist sistem içinde sanat, yalnızca bir ifade biçimi değil, aynı zamanda statü sembolü hâline gelmektedir (Bourdieu, 1984). Özellikle orta ve üst sınıf tüketiciler, kintsugiye bir yaşam tarzı tercihi olarak benimsemekte ve kimliklerini bu sanat aracılığıyla inşa etmektedirler (McCracken, 1990).

Kapitalist üretim sistemleri, el işçiliği ve otantik üretim süreçlerini lüks bir özellik olarak sunarak, sanatı daha yüksek fiyatlarla pazarlama eğilimindedir (Benjamin, 2008). Gerçek el yapımı kintsugi uygulamaları ile pazarlama stratejileri arasında büyük bir fark bulunmaktadır. Örneğin, Japon zanaatkarlar tarafından yapılan kintsugi restorasyonları, uzun saatler süren detaylı bir işçiliğe dayanırken, pazarlanan ürünlerin çoğu fabrika üretimi olup yalnızca “el yapımı” izlenimi vermektedir. Kempton’un (2018) kintsugi hakkında bahsettiği “zaman geçtikçe güzelleşen ve kullanılırken eskimenin güzelliği” durumu kapitalist üretim sisteminin ürünlerinde görülmemektedir.

Günümüz tüketicisinin el yapımı ve sürdürülebilir ürünlere önem verdiğini söylemek mümkündür. Markalar, bu ilgiyi lüks segmentte sunulan “kintsugi tarzı” koleksiyonlar ile ticari bir avantaja çevirmektedir (Santini, 2019). Özellikle, tasarım ve iç dekorasyon alanlarında kintsugi estetiği, yalnızca yüzeysel bir görsellik olarak sunulmakta, onarım süreci ve felsefi arka plan göz ardı edilmektedir (Rosch, 2007).

Kapitalizm içinde tüketim, yalnızca ihtiyaçları karşılamak için değil, aynı zamanda bireylerin kimliklerini oluşturmak ve ifade etmek için kullanılan bir araçtır (Baudrillard, 1998). Kintsugi, tüketici kültürü içinde “anlam yüklü” bir estetik ve statü göstergesi hâline gelmiştir.

Kintsuginin özellikle minimalizm ve sürdürülebilirlik hareketlerine yakın bireyler tarafından tercih edildiğini söylemek mümkündür (McCracken, 1990). Ancak, bu hareketler de kapitalist sistem içinde yeniden şekillendirilerek, bir tüketim pratiği hâline gelebilmektedir (Odin, 2001). Lüks tüketim segmentinde kintsugi, sanatsal ve kültürel birikimi temsil eden bir statü göstergesi olarak benimsenmektedir (Zhang, 2021). Ancak, bu kullanım biçimi sanatın geleneksel anlamını kaybetmesine ve yalnızca estetik bir trend olarak görülmesine neden olmaktadır. Bazı tüketiciler ise, kintsugiyi yalnızca estetik bir unsur olarak değil, aynı zamanda kişisel anlam ve duygusal iyileşme aracı olarak benimsemektedir (Rosch, 2007). Ancak, bu anlam yüklü tüketim pratikleri de kapitalist sistem içinde metalaştırılarak pazarlama stratejilerine dâhil edilmektedir.

Kintsuginin kapitalist sistem içinde yeniden şekillenmesi, onun sanatsal, kültürel ve felsefi boyutlarından koparak bir tüketim nesnesine dönüşmesine neden olmaktadır. Kintsugi estetiği, lüks moda ve tasarım dünyasında yalnızca yüzeysel bir trend hâline gelmiştir. El yapımı algısı, büyük ölçüde pazarlama stratejileri tarafından manipüle edilmektedir. Kintsugi, tüketici kimlikleriyle ilişkilendirilerek, estetik bir “statü göstergesi” hâline gelmiştir. Sonuç olarak, sanatın metalaşma süreci, kintsuginin anlamını tüketim odaklı yeniden üretimler yoluyla değiştirmektedir. Doğallık, kusurların güzelliği ve zamanın getirdiği değişimi kucaklamayı içeren kintsugi felsefesi, ticarileşme amaçları ile araçsallaştırarak bir tüketim malına dönüştürülmektedir.

Yukarıdaki kintsugi yapım seti, geleneksel bir onarım pratiğini estetik ve tasarımsal bir ürün formuna dönüştürerek kültürel bir sanatı ticarileştirilmiş



Görsel 4: Birleştirmeye hazır şekilde satılan kintsugi yapım seti.

bir deneyim olarak sunmaktadır. Kırıkların görünür biçimde estetik bir değer olarak sunulması, kusurun saklanması yerine vurgulanmasını öne çıkarır. Ancak bu sunum aynı zamanda kintsugiyi kültürel ve felsefi bağlamından uzaklaştırarak tüketilebilir bir ürüne dönüştürmektedir. Bu durum, geleneksel sanat pratiklerinin günümüzde nasıl yeniden paketlenildiğini ve pazarlama diline uyarlanarak dolaşıma sokulduğunu göstermektedir.

Sonuç

Kintsugi, yüzyıllar boyunca Japon kültürünün kusurları kabullenme, onarma ve yeniden değer yaratma ilkelerini temsil eden önemli bir sanat formu olmuştur. Ancak, modern dünyada kintsuginin yeniden keşfi, sanat ve felsefenin ticarileşmesi, sosyal medya estetiği ve kapitalist tüketim mekanizmaları içinde farklı bir yönelim kazanmıştır. Bu çalışmada, kintsuginin kültürel ve felsefi anlamı, moda ve tasarım dünyasındaki kullanımı, tüketim kültürü içindeki konumu, sosyal medya estetiği ve kapitalist dinamikler içindeki dönüşümü ele alınmıştır. Sonuç olarak, bu sanatın günümüzde anlam arayışı ile popülerleşen bir moda akımı arasında sıkıştığı görülmektedir.

Geleneksel sanat formlarının modern tüketim dinamikleri içinde erimesi, kültürel mirasın korunmasını zorlaştıran bir olgudur. Ancak, kintsuginin gelecekte sanatsal ve felsefi derinliğini koruyabilmesi için bazı adımlar atılabilir:

1. Kintsugi'nin Felsefi Anlamının Vurgulanması: Eğitim ve kültürel programlar, kintsuginin yalnızca estetik bir onarım süreci olmadığını, aynı

zamanda wabi-sabi felsefesine dayandığını daha geniş kitlelere anlatabilir. Japon sanat ve zanaat okulları, kintsugiyi yalnızca bir uygulama değil, aynı zamanda bir kültürel ve felsefi miras olarak ele almalıdır (Kempton, 2018).

2. *Sanatın Metalaşmasına Karşı Alternatif Hareketlerin Desteklenmesi:* Bağımsız sanatçılar ve zanaatkârlar, kintsugiyi geleneksel yöntemleriyle uygulayarak, sanata piyasa tarafından belirlenen estetik normlardan bağımsız bir alan kazandırabilirler (Rosch, 2007). Sürdürülebilir tasarım hareketleri, kintsuginin gerçek anlamda tüketim karşıtı bir sanat olarak konumlanmasını destekleyebilir (Odin, 2001).

3. *Sosyal Medyada Kintsuginin Yeniden Tanımlanması:* Kintsuginin sosyal medyada yalnızca estetik bir unsur olarak değil, felsefi bir öğreti olarak paylaşılması teşvik edilebilir (Manovich, 2017). Sanatçılar ve tasarımcılar, sosyal medyayı sanatın yüzeyselleşmesine neden olan bir araç olmaktan çıkarıp, kültürel bilinç yaratmak için kullanabilirler (Zhang, 2021).

Sanatın modern dünyada kapitalist sistemler içinde nasıl var olabileceği, uzun süredir tartışılan bir konudur. Sanat, ya popülerleşerek geniş kitlelere yayılır ve böylece metalaşır, ya da belirli bir grup tarafından korunarak daha dar bir çerçevede anlamını muhafaza eder (Baudrillard, 1998).

Kintsugi, derin kültürel ve felsefi kökenlerine rağmen, modern kapitalist yaklaşımlar ve küreselleşmenin etkisiyle yeni tehlikelerle karşı karşıya kalmıştır. Metalaşma ve hızlı tüketim döngüsü, sosyal medyanın yüzeyselleştirici etkileriyle birleşince, bu zorluklar kintsuginin özgün değerlerini tehdit ederek sanatın özüne zarar vermektedir. Kintsuginin modern kapitalist yaklaşımlar ve küreselleşme nedeniyle karşı karşıya olduğu tehlikeler vardır. Kintsuginin lüks moda ve tasarım markaları tarafından bir statü göstergesine dönüştürülmesi, sanatı tüketim nesnesine indirgeyebilir (McCracken, 1990). Görsel trendler içinde hızla tükenen bir moda akımına dönüşmesi, kintsuginin uzun vadeli kültürel değerini tehdit edebilir (Odin, 2001). Instagram ve Pinterest gibi platformlarda kintsugi, yalnızca “altın detayları” ile ön plana çıkmaktadır. Sanatın içeriği ve felsefi boyutu göz ardı edilerek, yalnızca dekoratif bir unsur olarak tüketilmektedir. Kintsuginin küresel pazarda bir marka stratejisi hâline gelmesi, sanatın Japon kültürüyle olan bağlarının zayıflamasına neden olabilir

(Kempton, 2018). Yerel zanaatkârların ve geleneksel sanat topluluklarının yeterince desteklenmemesi, bu sanatın Japon kültürü içindeki otantik varlığını zayıflatabilir (Benjamin, 2008).

Bu çalışma, Kintsuginin geleneksel anlamı ile modern dünyada nasıl dönüştüğü arasındaki gerilimi ele almıştır. Sonuç olarak kintsugi yalnızca bir sanat formu değil, aynı zamanda derin bir felsefi ve kültürel mirastır. Ancak, modern tüketim kültürü içinde estetik bir trend olarak algılanması, bu sanatın özgün anlamını kaybetmesine neden olabilir. Kapitalist pazarlama stratejileri, kintsugiyi bir "lüks ve sürdürülebilir tasarım" aracı olarak sunarken, aslında sanatın temel değerleriyle çelişmektedir. Sosyal medya platformlarında kintsuginin yayılması hem sanatın popülerleşmesine hem de anlamının yüzeyselleşmesine yol açmaktadır. Geleneksel kintsugi sanatını sürdüren Japon zanaatkârlar ve bağımsız sanatçılar, bu sanatın özünü koruyabilmek için yeni yollar geliştirmelidir.

Bu bağlamda, kintsuginin geleceği, onu nasıl algılandığına ve nasıl uygulandığına bağlıdır. Eğer bu sanat, kapitalist tüketim normlarına tamamen entegre edilirse, felsefi anlamını kaybedebilir. Ancak, geleneksel sanatçılar ve bilinçli sanat tüketicileri bu değeri koruyabilirse, kintsuginin sadece bir trend olmanın ötesinde, kalıcı bir kültürel miras olarak yaşaması mümkün olacaktır. Bu doğrultuda Kintsuginin kültürel ve felsefi bütünlüğünü korumak için, tarihsel ve estetik önemine yönelik farkındalık yaratacak eğitim girişimleri geliştirilebilir. Geleneksel zanaatkârlar, fonlar ve kültürel miras programları yoluyla desteklenebilir.

KAYNAKÇA / REFERENCES

Anderson, N. D., vd. (2007). Mindfulness-based stress reduction and attentional control. *Clinical Psychology and psychotherapy*, 14, 449-463.

Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. SAGE.

Benjamin, W. (2008). *The work of art in the age of mechanical reproduction*. Harvard University.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. Harvard University.

Germer, C. K., Siegel, R. D., & Fulton, P. R. (2005). (Eds.). *Mindfulness and psychotherapy*. The Guilford.

- Jullien, F. (2009). *The great image has no form, or on the nonobject through painting*. University of Chicago.
- Juniper, A. (2003) *Wabi sabi: The Japanese art of impermanence*. Tuttle.
- Kempton, B. (2018). *Wabi Sabi: Japanese wisdom for a perfectly imperfect life*. Piatkus.
- Koren, L. (1994) *Wabi-Sabi: For artists, designers, poets & philosophers*. Stone Bridge.
- Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image* [E-book]. https://manovich.net/content/04-projects/170-instagram-and-contemporary-image/instagram_book_manovich_2017.pdf
- McCracken, G. D. (1990). *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Indiana University.
- McLuhan, M. (2013). *Understanding media: The extensions of man*. MIT.
- Odin, S. (2001) *Artistic Detachment in Japan and the West: Psychic distance in comparative aesthetics*. University of Hawaii.
- Rosch E. (2007). *More than mindfulness: When you have a tiger by the tail, let it eat you*. *Psychological inquiry*, 18 (4), 258-264.
- Saito, Y. (1997). *The Japanese aesthetics of imperfection and insufficiency*. *Journal of aesthetics and art criticism*, 55 (4), 377-385.
- Santini, C. (2019). *Kintsugi: Finding strength in imperfection*. Andrews McMeel.
- Suzuki, D. T (1959). *Zen and Japanese culture*. Princeton University.
- Trigg, D. (2009). *The aesthetics of decay: Nothingness, nostalgia, and the absence of reason*. Peter Lang.
- Zhang, B. vd. (2021). *Consumer attitude towards sustainability of fast fashion products in the UK*. *Sustainability*, 13 (4), 1-23.
- Görsel Kaynakçası
- Görsel 1: (2023). *Timeless Magic, 2023 Taisho era (1912-1926). Black Raku ware, Urushi lacquer, 24K gold, and resin. Photo by Naoko Fukumaru* <https://japanesegarden.org/events/kintsugi-the-restorative-art-of-naoko-fukumaru/> (25/01/2025).
- Görsel 2: (2024). *ieu_design_fd. TEHRANI, Yaren GİBYELİ, Yaren İŞTE-NOĞLU...* [Fotoğraf]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C6suiyiozG/> (25/01/2025).
- Görsel 3: (_ _ _). *Acar Kintsugi moon 6 Kişilik 25 Parça Brunch Set* <https://www.acarhome.com/kintsugi-moon-6-kisilik-25-parca-brunch-set> (02/04/2025).

Görsel 4: (____). Kintsugi yapım seti. <https://localmakers.com.tr/products/kintsugi-yapim-seti?variant=43795300974816> (27/01/2025).

Extended Abstract

Purpose: This study aims to explore the transformation of kintsugi, the traditional Japanese art of ceramic repair, in the context of modern consumer society. It seeks to understand how kintsugi has evolved from a deeply symbolic and philosophical practice rooted in wabi-sabi aesthetics into a commercialized and aestheticized phenomenon integrated into luxury fashion, interior design, contemporary art, and digital culture. The central question guiding this research is: Is kintsugi a genuine cultural resurgence in the modern world, or merely an ephemeral trend shaped by the forces of capitalism and consumer culture? The study is necessitated by the growing commodification of kintsugi in global markets, where its philosophical foundations are often overshadowed by superficial representations. As luxury brands, mindfulness movements, and social media platforms increasingly adopt kintsugi for its visual appeal, there is a critical need to examine whether this trend honors or dilutes its traditional meaning. The inquiry addresses broader concerns about cultural appropriation, the commercialization of heritage, and the transformation of philosophical practices into consumer products. The research covers kintsugi's cultural and philosophical origins, its reinterpretation within luxury fashion and interior design, its visual framing on social media platforms such as Instagram, Pinterest, and TikTok, and its integration into global capitalist aesthetics. The study employs interdisciplinary approaches from cultural studies, art history, consumer behavior, and media analysis, using qualitative methods including content analysis, discourse analysis, and case studies of both traditional artisans and contemporary designers.

Method: This study is structured as a conceptual literature review that synthesizes academic perspectives from cultural studies, art history, consumer theory, and media analysis. Rather than conducting empirical fieldwork or collecting primary data, the research critically engages with existing literature, theoretical models, and relevant case examples to explore the contemporary reinterpretation of kintsugi. The study employs Baudrillard's theory of consumer society and Bourdieu's concept of cultural capital as key frameworks to analyze how traditional practices are recontextualized and commodified in modern consumer culture. Luxury fashion collections, interior design trends, and social media content—particularly from platforms such as Instagram and TikTok—are used as illustrative references to examine how kintsugi is visually and conceptually framed in today's digital and commercial landscape.

Findings and conclusion: The study reveals that kintsugi has undergone a significant transformation from a traditional Japanese repair technique grounded in the philosophy of wabi-sabi to a commercialized aesthetic within contemporary consumer culture. While originally representing resilience, continuity, and the beauty of imperfection, kintsugi is now frequently used as a visual motif in luxury fashion, interior design, and social media content, often stripped of its philosophical and cultural context. Findings indicate that this shift is driven by market dynamics, particularly the growing demand for symbolic and emotionally resonant imagery in branding and lifestyle marketing. On platforms like Instagram and TikTok, kintsugi is often reduced to a visually pleasing trend, reinforcing a hyperreal representation detached from its artisanal roots. This raises critical concerns about cultural appropriation, the loss of traditional craftsmanship, and the commodification of spiritual practices. The study concludes that if kintsugi is to retain its cultural and philosophical significance, conscious efforts must be made to support traditional artisans, promote ethical representation, and foster public awareness of its deeper meaning. Without such efforts, kintsugi risks becoming a fleeting fashion trend, consumed for its aesthetic appeal while losing its historical and cultural essence.

Results and Discussion: The findings of this study indicate that kintsugi, once a deeply philosophical and artisanal practice rooted in the wabi-sabi aesthetics of imperfection and impermanence, has undergone a profound transformation within modern consumer society. Traditionally symbolizing resilience, humility, and the acceptance of flaws, kintsugi has evolved into a commercialized aesthetic integrated into luxury fashion, interior design, and digital media. This shift reflects the dynamics of capitalist consumption, where meaning and material value are continuously redefined through commodification. Drawing on Baudrillard's concept of the consumer society, the study reveals how kintsugi has become detached from its original philosophical framework and recontextualized as a visual commodity that caters to market desires for authenticity, mindfulness, and symbolic capital. In Bourdieu's terms, kintsugi now functions as a form of cultural capital—a status marker consumed by individuals seeking to express ethical awareness and refined taste. The rise of digital platforms such as Instagram and TikTok has further accelerated this transformation by emphasizing the visual appeal of golden cracks while neglecting the slow, meditative process of repair that defines the art. In this hyperreal landscape, kintsugi is often reduced to an image of elegance and emotional healing, stripped of its historical and cultural depth. This commodification raises critical concerns regarding cultural appropriation, the

erosion of traditional craftsmanship, and the commercialization of spiritual practices. To preserve the integrity of kintsugi, it is essential to support traditional artisans, encourage ethical and context-sensitive representations, and cultivate public awareness of its philosophical roots. Without such conscious efforts, kintsugi risks becoming merely a fleeting fashion trend—admired for its aesthetic beauty yet disconnected from the cultural and moral values that originally defined it.

Extended Abstract

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Japon kültürüne ait geleneksel bir sanat olan kintsugi'nin modern dünyadaki dönüşümünü incelemektir. Araştırma, kintsugi'nin wabi-sabi estetiğine dayalı felsefi bir onarım pratiği olmaktan çıkıp, tüketim kültürü, lüks moda, iç tasarım ve sosyal medya estetiği içinde nasıl yeniden üretildiğini analiz etmektedir.

Bu bağlamda çalışma, kintsugi'nin günümüzde anlamlı bir kültürel yeniden doğuşu mu temsil ettiği, yoksa kapitalist sistemin yön verdiği kısa ömürlü bir trend hâline mi geldiği sorusuna odaklanmaktadır. Ayrıca, sanatın ticarileşmesi, kültürel mirasın pazarlanması ve sosyal medyanın yüzeyselleştirici etkileri üzerinden kintsugi'nin felsefi derinliğini koruyup koruyamadığı tartışılmaktadır.

Amaç, kintsugi'nin modern dünyadaki popülerleşme sürecini eleştirel bir bakışla değerlendirerek, bu sanatın özündeki onarma, kabullenme ve süreklilik felsefesinin günümüz tüketim pratikleri içinde nasıl dönüştüğünü ortaya koymaktır.

Yöntem: Bu çalışma, kültürel çalışmalar, sanat tarihi, tüketim kuramı ve medya analizi alanlarındaki akademik yaklaşımları bir araya getiren kavramsal bir literatür taraması olarak yapılandırılmıştır. Araştırma, ampirik bir saha çalışması yürütmek ya da birincil veri toplamak yerine, mevcut literatürle, kuramsal modellerle ve ilgili örnek vakalarla eleştirel biçimde etkileşime girerek kintsugi'nin çağdaş yeniden yorumlanışını incelemektedir.

Çalışma, modern tüketim kültürü içinde geleneksel pratiklerin nasıl yeniden bağlamsallaştırıldığı ve metalaştırıldığını analiz etmek için, Baudrillard'ın tüketim toplumu kuramı ile Bourdieu'nün kültürel sermaye kavramını temel kavramsal çerçeve olarak kullanmaktadır.

Ayrıca, lüks moda koleksiyonları, iç mekân tasarımı trendleri ve özellikle Instagram ile TikTok gibi sosyal medya platformlarından alınan görsel içerikler, kintsugi'nin günümüz dijital ve ticari ortamında nasıl görsel ve kavramsal biçimde çerçevelendiğini ortaya koyan örnek referanslar olarak değerlendirilmiştir.

Bulgular: Çalışma, kintsugi'nin, wabi-sabi felsefesine dayanan geleneksel bir Japon onarım tekniğinden, postmodern tüketim kültürü içinde ticarileşmiş bir estetik forma dönüştüğünü ortaya koymaktadır. Başlangıçta dayanıklılığı, sürekliliği ve kusurların güzelliğini temsil eden kintsugi, günümüzde sıklıkla lüks moda, iç mekân tasarımı ve sosyal medya içeriklerinde kullanılan, çoğu zaman felsefi ve kültürel bağlamından koparılmış bir görsel motif hâline gelmiştir.

Bulgular, bu dönüşümün pazar dinamikleri tarafından yönlendirildiğini göstermektedir; özellikle de markalaşma ve yaşam tarzı pazarlamasında, sembolik ve duygusal açıdan anlam yüklü imgelere yönelik artan talep bu değişimi hızlandırmaktadır.

Instagram ve TikTok gibi platformlarda kintsugi, çoğu zaman yalnızca görsel olarak hoş bir trende indirgenmekte ve zanaatkârlık kökenlerinden kopmuş, hiper-gerçek bir temsil biçimini pekiştirmektedir. Bu durum, kültürel temellük, geleneksel el işçiliğinin kaybı ve manevi pratiklerin ticarileştirilmesi gibi konularda ciddi endişeleri gündeme getirmektedir.

Sonuç ve Tartışma: Bu çalışmanın bulguları, bir zamanlar kusurluluk ve geçiciliğin wabi-sabi estetiğine dayanan derin felsefi ve zanaatkâr bir pratik olan kintsugi'nin, postmodern tüketim toplumu içinde köklü bir dönüşüm geçirdiğini göstermektedir. Geleneksel olarak dayanıklılığı, alçakgönüllülüğü ve kusurları kabullenmeyi simgeleyen kintsugi, günümüzde lüks moda, iç mekân tasarımı ve dijital medya alanlarına entegre olmuş ticarileşmiş bir estetik biçimine evrilmiştir. Bu dönüşüm, anlamın ve maddî değerın metalaşma yoluyla sürekli yeniden tanımlandığı kapitalist tüketim dinamiklerini yansıtmaktadır.

Baudrillard'ın tüketim toplumu kavramından hareketle çalışma, kintsugi'nin orijinal felsefi çerçevesinden koparak, pazarda otantiklik, farkındalık ve sembolik sermaye arzularına hizmet eden görsel bir meta olarak yeniden bağlamsallaştırıldığını ortaya koymaktadır. Bourdieu'nün yaklaşımıyla değerlendirildiğinde, kintsugi artık kültürel sermayenin bir biçimi olarak işlev görmekte; etik farkındalığını ve incelikli zevk anlayışını ifade etmek isteyen bireyler tarafından bir statü göstergesi olarak tüketilmektedir.

Instagram ve TikTok gibi dijital platformların yükselişi, bu dönüşümü daha da hızlandırmış; kintsugi'nin özünü oluşturan yavaş, dikkatli ve meditatif onarım süreci göz ardı edilerek, altın çatlakların görsel çekiciliği ön plana çıkarılmıştır. Bu hiper-gerçek estetik ortamda kintsugi, çoğu zaman zarafet ve duygusal iyileşme imgesine indirgenmekte; tarihsel ve kültürel derinliğinden arındırılmaktadır.

Bu metalaşma süreci, kültürel temellük, geleneksel zanaatkârlığın aşınması ve manevi pratiklerin ticarileştirilmesi gibi konularda ciddi endişeleri beraberinde

getirmektedir. Kintsugi'nin bütünlüğünün korunabilmesi için, geleneksel zanaatkarların desteklenmesi, etik ve bağlama duyarlı temsillerin teşvik edilmesi ve felsefi kökenlerine dair toplumsal farkındalığın artırılması büyük önem taşımaktadır. Aksi hâlde, kintsugi yalnızca estetik güzelliğiyle takdir edilen, ancak onu var eden kültürel ve ahlaki değerlere yabancılaşmış kısa ömürlü bir moda trendine dönüşme riski taşımaktadır.

Etik Komite Onayı: Bu araştırma için etik kurul izni gerekmemektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Yazar Katkıları: Bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanması tek yazar tarafından yürütülmüştür.

Çıkar Çatışması: Yazar; bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Finansal Destek: Yazar; bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanması için herhangi bir finansal destek almamıştır.

Yapay Zekâ Kullanımı Bildirimi: Yazar; bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve yayımlanması için herhangi bir yapay zekâ aracından faydalanmamıştır.

Sözcük Sayısı: Makaledeki sözcük sayısı 9000'i geçmemelidir.