

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

GÖRME BİÇİMLERİ

JOHN BERGER

ile yapılan BBC televizyon dizisinden

Çeviren: **YURDANUR SALMAN**



METİS YAYINLARI

Bu kitap
John Berger, Sven Blomberg, Chris Fox
Michael Dibb, Richard Hollis
tarafından hazırlanmıştır.

Metis Yayınları
İpek Sokak No.9, 80060 Beyoğlu/İstanbul

Görme Biçimleri
Özgün Adı: Ways of Seeing (Penguin Books Ltd.)
Birinci Basım: Nisan 1986
Altıncı Basım: Ağustos 1995

© Türkçe Yayın Hakları Metis Yayıncılık Ltd.'ye aittir.

Yerleşim ve Grafik kitabın özgün İngilizce basımından alınmış ve
aynen korunmuştur.

Basım: Yayıncılık Matbaası, Cilt: Örnek Mücellithanesi

GÖRME BİÇİMLERİ

HACERİ VİTEL

YAZARLAR: H. VİTEL, H. VİTEL, H. VİTEL

İSTANBUL, TÜRKİYE

Okurun dikkatine

Bu kitabı beş kişi hazırladık. Çıkış noktamız televizyonda Görme Biçimleri adlı dizi konuşmalarda geçen bazı önemli görüşler oldu. Bu görüşleri açmaya, irdelemeye çalıştık. Görüşler söyleyeceklerimizi de, bunları nasıl söyleyeceğimizi de belirledi. Amacımızı ve savlarımızı başka biçimde düzenlenmiş bir kitapta sunamazdık.

Kitap yedi denemeden oluşmuştur. Bu denemeler istenen sırayla okunabilir. Denemelerin dördünde hem sözcükler hem de imgeler, üçünde yalnız imgeler kullanılmıştır. Yalnız resimlerden oluşan (kadınlara bakma biçimlerini ve yağlıboya resim geleneğinin çeşitli çeşitlik yanlarını inceleyen) bu denemeler, yazılı denemeler gibi seyirci-okurun kafasında soru uyandırmak amacıyla hazırlanmıştır. Resimli denemelerde yayınlanan imgeler üzerine bazan, hiçbir bilgi verilmemiştir. Bizce bu tür bilgiler dikkati, anlatılmak istenen şeyden başka yere kaydırabilir. Bununla birlikte her resim hakkında istenen bilgi kitabın sonunda verilen Yapıtların Listesi'nde bulunabilir.

Bu denemelerde konunun belli yanları dışında başka hiçbir şey üzerinde durulmamıştır. Yalnızca konunun çağdaş tarihsel bilinçlenmeyle aydınlığa çıkan yanları üzerinde durulmuştur. Başlıca amacımız bir sorular süreci başlatmak olmuştur.

1

Görme konuşmadan önce gelmiştir. Çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımayı öğrenir.

Ne var ki başka bir anlamda da görme sözcüklerden önce gelmiştir. Bizi çevreleyen dünyada kendi yerimizi görerek buluruz. Bu dünyayı sözcüklerle anlatırız ama sözcükler dünyayla çevrelenmiş olmamızı hiçbir zaman değiştiremez. Her akşam güneşin batışını görürüz. Dünyanın güneşe arkasını dönmekte olduğunu biliriz. Ne var ki bu bilgi, bu açıklama gördüklerimize uymaz hiçbir zaman. Gerçeküstücü ressam Magritte Düşlerin Anahtarı adlı resminde sözcüklerle görülen nesneler arasında her zaman var olan bu uçurumu yorumlamıştır.



Düşündüklerimiz ya da inandıklarımız nesneleri görüşümü-
zün etkiler. İnsanların Cehennem'in gerçekten var olduğuna inandıkları
Ortaçağ'da ateşin bugünkünden çok değişik bir anlamı vardı kuşkusuz.
Gene de onlardaki bu cehennem kavramı —yanıkların verdiği acıdan
olduğu ölçüde— ateşi her şeyi yutan, kül eden birşey olarak görmele-
rinden doğmuştur.

Seven birisi için sevgiliyi görmenin hiçbir sözcük ya da ku-
caklayışla karşılaştırılamayacak bir bütünlüğü vardır; bu bütünlük, ge-
çici olarak, ancak sevişmeyle sağlanabilir.

Gene de sözcüklerden önce gelen ve sözcüklerle tam ola-
rak anlatılamayan görme, uyarıcılara karşı mekanik bir tepkide bulunup
bulunmama sorunu değildir. (Görme eylemi, ancak gözün retinasını il-
gilendiren sürecin küçük bir bölümünü alırsak böyle tanımlanabilir.) Yal-
nızca baktığımız şeyleri görürüz. Bakmak bir seçme edimidir. Bu edi-
min sonucu olarak gördüğümüz nesne —her zaman elimizle dokunabi-
leceğimiz bir nesne anlamında olmasa da— ulaşabileceğimiz bir alana
getirilmiş olur. İnsanın bir şeye dokunması demek, kendisini o şeyle
ilişkili bir duruma sokması demektir. (Gözlerinizi kapayın, odada dola-
şın, dokunma duygusunun durağan, sınırlı bir görme biçimine dönüş-

görünümüler düzenidir. Her imgede bir görme biçimi yatar. Fotoğraflar-
da bile. Çünkü fotoğraflar çoğu zaman sanıldığı gibi mekanik kayıtlar
değildir. Her bir fotoğrafa baktığımızda, ne denli az olursa olsun, fo-
toğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasından o görünümü seçtiği-
ni farkedebiliriz. Rastgele aile fotoğraflarında da böyledir bu. Fotoğrafçı-
nın görme biçimi konuyu seçişinde yansır. Ressamın görme biçimi, bez
ya da kâğıt üstüne yaptığı imlerle yeniden canlandırılır. Her imgede bir
görme biçimi yatsa da bir imgeyi algılayışımız ya da değerlendirişimiz
aynı zamanda görme biçimimize de bağlıdır. (örneğin Sheila yirmi kişi
arasında tek bir insandır; ama yalnız bizi ilgilendiren nedenlerle gözü-
müz ondan başkasını görmez.)

İmgeler başlangıçta orada bulunmayan şeyleri gözde can-
landırmak amacıyla yapılmıştır. Zamanla imgenin canlandığı şeyden
daha kalıcı olduğu anlaşıldı. Böyle olunca imge bir nesnenin ya da kişi-
nin bir zamanlar nasıl görüldüğünü —böylece konunun eskiden baş-
kalarının nasıl görüldüğünü de— anlatıyordu. Daha sonraları imgeyi ya-
ratanın kendine özgü görüşü de, yaptığı kayıdın bir parçası olarak ka-
bul edildi. İmge Y'nin X'i nasıl gördüğünü kaydeden bir şey oldu. Bu
da, bireysellik bilincinin gittikçe artan bir tarih bilinciyle birlikte geliş-
mesi sonucunda olmuştur. Bu son gelişmeyi kesin bir tarihe bağlama-
ya çalışmak acelecilik olur. Bununla birlikte Avrupa'da bu bilincin
Yeniden-Doğuş'un başlangıcından beri var olduğu kesindir.

Eskiden kalan kutsal kalıt ya da metinlerin hiçbirisi o zaman-
larda yaşayan insanların dünyasının, imgeler ölçüsünde doğrudan ka-
nıtları değildir. Bu bakımdan imgeler, edebiyattan daha kesin, daha zen-
gindir. Bu, sanatı yalnızca geleneksel bir kanıt gibi görerek onun anla-
tımcı ya da imgelemci niteliğini yadsımak anlamına gelmez. Yapıt ne
denli imgelem yüklü olursa biz de sanatçının görünenleri algılayışına
o denli derinden katılırız.

Şu da var ki imge sanat yapıtında verildiği zaman insanla-
rın ona bakışı sanat konusunda edindikleri varsayımlar dizisinin etki-
sinden kurtulamaz. Bu varsayımlar şunlarla ilgilidir:

Güzellik
Gerçek
Deha
Uygarlık
Biçim
Toplumsal konum
Beğeni vb.

Bu varsayımların çoğu bugünkü durumuyla artık dünyaya uymuyor. (Bugünkü durumuyla dünya salt nesnel bir gerçeklik de-ğil-
dir; buna bilinçlilik de katılmıştır.) Günümüze tam olarak uymamaları-
nın dışında bu varsayımlar geçmişe de gölge düşürürler. Geçmiş hiç-
bir zaman olduğu yerde durup yeniden keşfedilmeyi, aynıyla, olduğu
gibi tanınmayı beklemez. Tarih her zaman belli bir şimdi'yle onun geç-
mişi arasındaki ilişkiyi kurar. Demek ki şimdi'den korkmak eskiyi bu-
landırmaya yol açıyor. Geçmiş içinde yaşanacak birşey değildir. Eyle-
me geçerken içinden birşeyler çekip çıkarttığımız bir sonuçlar kuyusu-
dur. Geçmişin ekinsel açıdan bulandırılması iki katlı bir kayıba yol açar.
Önce sanat yapıtları gerektiğinden çok eskilere itilmiş olur. Sonra geç-
mişten bize eylem olarak tamamlanması gereken daha az sonuç kal-
mış olur.

Bir doğa resmi 'gördüğümüzde' kendimizi onun içine ko-
yarız. Geçmişte yapılmış sanata 'bakıyorsak' o zaman kendimizi tari-
hin içine koymuş oluruz. Bu sanatı görmemiz engellendiğinde aslında
bizim olan tarihten yoksun bırakılmış oluruz. Bu yoksunluktan kim ya-
rar sağlar? Sonuçta geçmişin sanatı, mutlu azınlığın kendine bir tarih
yaratmaya çabalamasından dolayı bulandırılmaktadır. Bu tarih, geriye
bakıldığında yönetici sınıfların oynadığı tarihsel rolü haklı gösterebilir.
Böyle bir haklı çıkarmanın çağdaş dilde hiç bir anlamı yoktur. Bundan
ötürü ister istemez bulandırıcıdır.

Bu tür bulandırmaya iyi bir örnek düşünelim. Yakında Frans
Hals üzerine iki ciltlik bir inceleme yayımlandı. Bu inceleme bir ressam
üzerine bugüne dek yapılan çalışmaların en güvenilir olanıdır*. Uzman-
laşmış bir sanat tarihi incelemesi olaraksa bu kitabın öbür sıradan ki-
taplardan ayrılan bir yanı yoktur.

* Seymour Slive. Frans Hals (Phaidon, Londra)

YAŞILAR BAKIMEVİNİN ERKEK YÖNETİCİLERİ
HALS, 1580-1666



YAŞILAR BAKIMEVİNİN KADIN YÖNETİCİLERİ
HALS, 1600-1666



Frans Hals'ın yaptığı son iki büyük resim, on yedinci yüzyılda Hollanda'nın Haarlem kentindeki Yoksul Yaşlılar Bakımevi'nin Erkek Yöneticileri ve Kadın Yöneticileri'ni gösteren resimleridir. Bunlar ısmarlanmış seyirlik portrelerdir. O zamanlar artık seksenin üstünde yaşlı

bir adam olan Hals, yoksuldur. Yaşamının büyük bir kesimi borç içinde geçmiştir. Bu resimleri yapmağa başladığı 1664 yılının kışında kendisine genel vakıftan iki yük tezek verilmiştir, yoksa soğuktan ölecektir. Hals'a modellik edenler işte böyle bir genel vakfın yöneticileridir.

Yazar bu gerçekleri sıralıyor; sonra bu resimlerde modellerin eleştirisini aramanın yanlış olacağını söylüyor. Hals'ın bu insanlara karşı kızgınlık duyduğunu gösteren hiçbir kanıt yoktur diyor. Bununla birlikte yazar bunları dikkate değer sanat yapıtları sayıyor ve bu gözleminin nedenini de açıklıyor. Kadın Yöneticiler için şunları söylüyor:

Kadınların her biri insanlık durumunu bize aynı önemle anlatıyor. Her biri zifiri karanlık yüzeyde aynı belirlilikle öne çıkıyor; gene de sıkı bir ritmik düzen içinde başlarıyla ellerinden oluşan belirsizleştirilmiş bir köşegenel sıralamayla birbirlerine bağlanmışlar. Koyu, ışıltılı siyahların ince değişimleri bütünün **uyumlu** bir biçimde **kaynaşmasına** yardım ediyor, **güçlü** beyazlar ve canlı ten renkleriyle unutulmaz bir **karşıtlık** yaratıyor; burada birbirinden kopmuş fırça vuruşları **genişliğin** ve **güçlülüğün doruğuna** ulaşmıştır. (Sözcüklerin altını biz çizdik.)

Resimde yapısal bütünlük, imgenin güçlü olmasını sağlar. Bir resmin kuruluşu üstünde düşünmek doğrudur aslında. Oysa burada kuruluştan, sanki kuruluşuyla resmin duygusal yükü özdeşleşmiş gibi söz ediliyor. Uyumlu bir kaynaşma, unutulmaz karşıtlık, genişliğin ve güçlülüğün doruğu gibi terimler imgenin uyandırdığı duyguları, yaşanmış yaşantılar düzeyinden soğuk 'sanat değerlendirmesi' düzeyine indiriyor. Çatışma tümüyle ortadan kalkıyor. İnsan, değişmez 'insanlık durumu'yla baş başa kalıyor; resim de harika yapılmış bir sanat nesnesi olup çıkıyor.

Aslında Hals ve ona bu görevi veren Yöneticiler hakkında çok az şey biliniyor. Aralarındaki ilişkinin ne olduğunu belirleyecek hiçbir belgesel kanıt yok. Ama resimlerin kendileri birer kanıt olarak görülebilir; başka bir insanın, ressamın, gördüğü bir küme erkekle kadının kanıtlığı. Şimdi bu kanıtı siz kendiniz inceleyin ve yargıyı kendiniz verin.



Sanat tarihçisi řu tür bir yargıdan korkar:

Hals'ın öbür resimlerinin çoğunda olduğı gibi kişisel özelliklerin çok iyi verilmesi, portresi yapılan erkek ve kadınların kişilik özelliklerini, giderek alışkanlıklarını bildiğimize nerdeyse inandırır bizi.

Nedir sözü edilen bu 'inandırma' olayı? Resimlerin üzerimizdeki etkisinden başka birşey değildir bu. Resimler bizi etkiler, çünkü Hals'ın modellerini görüşünü benimseriz. Bu benimseyiş saflıkla yapılan bir şey değildir. Bu resimleri insan, insan davranışları, yüzler ve kurumlar konusunda kendi gözlemlerimizle çakıştığı için kabul ederiz. Buysa bugün de benzer toplumsal ilişkilerin ve ahlaksal değerlerin geçerli olduğı bir toplumda yaşamamızdandır. Resimlere bugün ruhsal ve toplumsal geçerlilik kazandıran da budur. Portresi yapılan insanları tanıyabileceğimize bizi inandıran —ressamın kandırıcı ustalığı değil— bu özelliktir.

Yazar devam ediyor:

Bazı eleştirmenlere göre bu inandırma bütünüyle başarılı olmuştur. Örneğin düşük külahı uzun, düz saçlarını iyice kapamayan, garip yapılmış gözleri belli bir yere bakmayan Yönetici'nin sarhoş olarak gösterildiğı söylenmiştir.



Yazara göre bu, resimde yalan söylemektir. Yazar o zamanlarda şapkanın böyle yana yatık olarak giyildiğini savunuyor. Yönetici'nin ifadesinin yüz felci sonunda böyle olduğunu kanıtlamak için tıbbi başvuruyor. İçlerinden biri sarhoş gösterilmiş olsa resmin Yöneticilerce kabul edilmeyeceğini direnerek söylüyor. Bu görüşlerin herbiri sayfalarca tartışılabilir. (Onyedinci Yüzyıl Hollanda'sında erkekler serüvenci ve zevk düşkünü görünmek için şapkalarını yana yatık giyerlerdi. Çok içmek hoş görülen birşeydi vb.) Oysa böylesi savlar yazarın tartışmaktan kaçındığı tek önemli görüşten daha da uzaklaştırır bizi.

Bu önemli görüş şudur: Erkek ve Kadın Yöneticiler karşılığında duran Hals'a, ününü yitirmiş, vakıf yardımıyla yaşayan yoksul, yaşlı ressama bakmaktadırlar: Hals onları herşeye karşın nesnel olmaya (yani bir yoksulun bakışından kurtulmaya) çalışan yoksul bir adamın gözleriyle inceler. Resimlerdeki dram budur aslında. 'Unutulmaz çelişki'nin dramı.

Bulandırmanın eleştiride kullanılan sözcüklerle hiçbir ilişkisi yoktur. Bulandırma, açıklanmasa kendiliğinden apaçık olacak şeyleri açıklamaya kalkışmaktır. Hals sermayeciliğin yarattığı yeni tipleri,

yeni yüz ifadelerini resme geçiren ilk portreciydi. İki yüz yıl sonra Balzac'ın edebiyatta yaptığını resimde yaptı Hals. Gene de bu resimler üstüne yazılan o yetkili yapıtın yazarı sanatçının başarısını şöyle özetliyor:

Hals'in öbür insanların bilincinde olmamızı zenginleştiren ve yaşamın canlı güçlerini bize yakından göstermesini sağlayan yüce itkilerin gittikçe artan gücünden duyduğumuz korkuyu büyüten kişisel görüşüne olan şaşmaz bağlılığı.

Asıl budur, bulandırma.

Geçmiş bulandırmaktan kaçınmak için (geçmiş aynı ölçüde, sahte Marksçı bulandırmaya da uğrayabilir) öncelikle, şimdi'yle geçmiş arasındaki özel ilişkiyi resimsel imgelere bakarak inceleyelim. Şimdi'yi gereken açıklıkla görebilsek geçmiş üzerine sorulması gereken soruları da sorabiliriz.

Bugün biz geçmişin sanatını hiç kimsenin görmediği bir biçimde görüyoruz. Aslında bambaşka bir biçimde algılıyoruz.

Bu değişiklik; perspektif geleneği denen şeyin aracılığıyla gösterilebilir. Yalnız Avrupa sanatına özgü olan Yenidendoğuş'un başlarında yerleşen perspektif geleneğinde her şey bakan kişinin görüş açısına göre düzenlenir. Bu, tıpkı deniz fenerinden çıkan ışınlar benzer; ama dışarı doğru çıkan ışınlar yerine burada görünen şeyler sanki içeri doğru ilerler. Geleneklere uyularak bu görünüşlere 'gerçek' denmiştir. Perspektif bir tek gözü, görünen nesneler dünyasının merkezi yapar. Her şey sonsuzluktaki kayma noktası gibi gözün üstünde toplanır. Görünenler dünyası seyirciye göre bir zamanlar evrenin Tanrı'ya göre düzenlendiği biçimde düzenlenmiştir.

Perspektif geleneğine göre görsel karşılıklık diye bir şey yoktur. Tanrı'nın, başkalarıyla olan ilişkilerine göre durumunu ayarlaması gerekmez; Tanrı'nın kendisi durumdur. Perspektifin içinde yatan çelişki perspektifin tüm gerçeklik imgelerini bir tek seyircinin göreceği biçimde dizmesidir. Bu seyirci, Tanrı'nın tersine, bir anda ancak bir tek yerde bulunabilir.



Fotoğraf makinasının bulunmasından sonra bu çelişki daha da belirginleşmiştir.

ELİNDE SİNEMA MAKİNASI OLAN
ADAM'DAN DURUK BİR FOTOĞRAF. VERTOV



Bir gözüm ben. Mekanik bir göz. Ben, makina, size ancak benim görebileceğim bir dünyayı açıyorum. Kendimi bugün de, bundan sonra da insana özgü o hareketsizlikten kurtarıyorum. Hiç durmadan hareket ediyorum. Nesnelere yaklaşıp onlardan uzaklaşıyorum. Süzülüp altına giriyorum onların. Koşan bir atın ağzı boyunca koşuyorum. Düşen, yükselen nesnelerle birlikte düşüp kalkıyorum ben de. Karmaşık hareketler, en karmaşık bireşimler içinde hareketleri sırayla kaydederek dönen benim: Makina.

Zaman ve yer sınırlamalarından kurtulmuşum; evrenin her bir noktasını, bütün noktalarını, nerede olmalarını istiyorsam ona göre düzenliyorum. Benim yolum, dünyanın yepyeni bir biçimde algılanmasına giden yoldur. Böylece size bilinmeyen bir dünyayı açıyorum*.

* Bu mihni devrimci Rus film yönetmeni Dziga Vertov'un 1923'de yazdığı bir yazıdır.

Fotoğraf makinesiyle anlık görünümler birbirinden ayrıldı; böylece imgelerin zamana bağlı olmadıkları fikri ortadan kalktı. Başka bir deyişle makina geçen zaman kavramının (yağlıboya resim dışında) görünen şeylerin algılanışından ayıramayacağını gösterdi. Görüşümüz neyi nerede gördüğümüze bağlıydı. Gördüğümüz şey de zaman ve yer içinde bulunduğumuz duruma bağlıydı. Her şeyin kayma noktası olarak kabul edilen insan gözü üzerinde toplandığını düşünmek olanaksızdı artık.

Elbette insanlar fotoğraf makinasının bulunmasından önce herkesin her şeyi görebildiğine inanmıyorlardı. Oysa perspektifle görsel alan sanki ideal olan buymuş gibi düzenleniyordu. Perspektifle yapılmış her taslak ya da yağlıboya resim seyirciye dünyanın biricik merkezinin kendisi olduğunu söylüyordu. Fotoğraf makinası —ondan daha çok da sinema makinası— aslında böyle bir merkezin bulunmadığını gösterdi.

Fotoğraf makinasının bulunması insanın görüşünü değiştirdi. Görünen nesneler başka bir anlama gelmeğe başladı. Bunlar hemen resimlerde yansıtıldı.

İzlenimciler'e göre görünen nesneler kendilerini bize görülmek için sunmuyorlardı artık. Tersine, görünenler birbirleriyle sürekli alışveriş içinde bulunduklarından yakalanması güç, hareketli şeylerdi. Kübistlere göre görünenler tek bir gözün karşısına çıkan şeyler değildi artık; verilen bir nesnenin (ya da insanın) çevresindeki tüm noktalardan alınabilecek görünümlerin toplamıydı.

HASIR İSKELELİ ÖLÜ DOĞA, PICASSO, 1881-1973



Fotoğraf makinasının bulunuşu bu makinanın bulunuşundan çok önce yapılan resimlere bakışı da değiştirdi. Başlangıçta resimler süslemek üzere yapıldıkları yapının bütünleyici birer parçasıydı. Erken Yenidendoğuş katedral ya da kiliselerinde insan, duvarlardaki imgelerin yapının iç yaşamının birer kaydı olduğu, imgelerin birleşerek yapının belleğini oluşturuğu duygusuna kapılır —imgeler yapının kendine özgü niteliğini böylesine tamamlar.

ASSISI'DE AZİZ FRANCİS KİLİSESİ



Her resimin biricikliği bir zamanlar bulunduğu yerin biricik olmasından kaynaklanıyordu. Resim bir yerden başka bir yere taşınabilirdi. Ama hiçbir zaman aynı anda iki yerde birden görülemezdi. Fotoğraf makinası, resmin fotoğrafını çekerek resmin imgesinin taşıdığı biricikliği ortadan kaldırmış oldu. Bunun sonucunda resmin anlamı değiştirdi. Daha kesin söylersek resmin anlamı çoğaldı, birçok anlama bölündü.

Herhangi bir resim televizyon camında göründüğünde olanlar buna çok canlı bir örnektir. Resim her seyircinin evine girer. Seyircinin evindeki duvar kâğıtları, mobilya ve hatıra eşyalarıyla çevrelenir.

O ailenin havasına girer. Konuşmalarına konu olur. Kendi anlamını onların anlamına katar. Bu resim aynı anda başka milyonlarca eve de girer, bunların her birinde değişik bir bağlam içinde görülür. Fotoğraf makinesi aracılığıyla artık resim, seyirciye gitmektedir, seyirci resme değil. Böylelikle resmin anlamı çoğalmaktadır.



Elbette buna tüm yeniden canlandırmaların az çok çarpıtılmış olduğu, bu yüzden ilk resmin gene de bir bakıma biricik olduğu söylenerek karşı çıkılabilir. Burada Leonardo da Vinci'nin Kayaların Bakiresi adlı yapıtının yeniden canlandırmasını görüyorsunuz.



KAYALARIN BAKİRESİ, LEONARDO DA VINCI, 1482-1510

Bu yeniden canlandırmayı gördükten sonra insan National Gallery'ye gidip resmin aslına bakarak yeniden canlandırmada neyin eksik olduğunu anlayabilir. Bu yaklaşımı tersine çevirerek insan, yeniden canlandırmanın nasıl birşey olduğunu unutabilir; aslını gördüğünde bunun, daha önce başka bir yerde yeniden canlandırmasını gördüğü ünlü bir resim olduğunu da düşünebilir. Ne olursa olsun her iki durumda da asıl resmin biricikliği, şimdi yeniden canlandırmanın aslı olmasından kaynaklanmaktadır. Burada insana biricik olarak çarpıcı gelen resimdeki imgenin gösterdikleri değildir artık; resmin anlamı söylediklerinde değil, ne olduğundadır.

Özgün yapıtın kazandığı bu yeni durum, yeniden canlandırma araçlarının doğurduğu anlaşılabilir bir sonuçtur. Ama işte tam bu noktada bulandırma süreci gene işe karışır. Özgün yapıtın değeri onun biricik olarak söylediklerinde değil, biricik oluşundadır artık. Yapıtın bu biricik olan varlığı, içinde bulunduğumuz ekinde nasıl değerlendirilmekte, nasıl tanımlanmaktadır? Yapıt, değeri az bulunurluğuna bağlı bir nesne olarak tanımlanmaktadır. Bu değer pazarda biçilen fiyata göre kararlaştırılır ve onunla ölçülür. Oysa resim 'bir sanat yapıtı' olduğundan —sanatın da ticaretten daha üstün olduğuna inanıldığından— yapıtın pazardaki fiyatının onun manevi değerlerinin bir yansıması olduğu sanılır. Şu var ki bir nesnenin manevi değeri, bir haberin ya da örneğin tersine, ancak büyü ya da din açısından açıklanabilir. Modern toplumda büyü de, din de canlı birer güç olarak varolmadıklarına göre, sanat nesnesi, 'sanat yapıtı' bütünüyle yapay bir dinsel havasına sarılmış demektir. Sanat yapıtları kutsal kalıtlarmış gibi tartışılıp öyle sunulur bizlere. Herşeyden çok kendilerini saran kabuğun kanıtı olan kalıtlardır bunlar. Ortaya çıktıkları geçmiş zaman dilimi, onların gerçekten canlı kaldıklarını kanıtlamak amacıyla incelenir. Kalıtım çizgileri belirginleşince de bunların sanat yapıtı olduğu söylenir.

National Gallery'ye giden birisi Kayaların Bakiresi'nin önünde dururken, resim hakkında duyduğu, okuduğu şeylerin hemen hepsinin etkisi altında şöyle birşey duyabilir: "İşte önündeyim. O tabloyu görüyorum. Leonardo da Vinci'nin bu tablosunun bir eşi daha yok dünyada. Aslı National Gallery'de. Bu resme iyice bakarsam onun gerçekliğini duyabilirim. Leonardo da Vinci'nin 'Kayaların Bakiresi'; gerçek, bu yüzden de güzel."

Bu gibi duyguları naif diyerek bir yana atırmak çok yanlış olur. Bu duygular sanat uzmanlarının inceliş ekin anlayışıyla tam bir uyum içindedir; National Gallery'deki katalog da onlar için hazırlanmıştır. Bu katalogdaki uzun açıklamalardan biri Kayaların Bakiresi üzerine yazılmış olanıdır. Bu yazı, sınıksız yazılmış on dört sayfadan oluşur. Yazıda imgenin anlamından hiç söz edilmez. Resmi kimin ısmarladığından, yasal hak kavgalarından, amaçdan, resmin kime ait olduğundan, yapılmış olabileceği tarihten, resmi satın alan ailelerden söz edilir. Bu bilgilerin ardında yıllar süren bir araştırma yatar. Bu araştırmalardan amaç resmin, tüm kuşkların ötesinde, Leonardo'nun olduğunu kanıtlamaktır. İkinci amaç da bu resmin hemen hemen aynısı olan ve Louvre'da bulunan tablonun National Gallery'dekinin kopyası olduğunu kanıtlamaktır.

NATIONAL GALLERY



KAYALARIN BAKİRESİ, LEONARDO DA VINCI, 1452-1519



Fransız sanat tarihçileriye bunun tam tersini kanıtlamaya çalışıyorlar.



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

Şimdi resim bir odada tek başına asılı duruyor. Oda bir kilise gibi; resmin önünde kurşun geçmez plastik cam var. Resim burada yepyeni bir etkililik kazanmış. Gösterdikleri —imgenin taşıdığı anlam— yüzünden değil bu. Resmin böyle etkileyici, gizemli oluşu, satış değerinden kaynaklanıyor.

Öyleyse, özgün sanat yapıtlarını çevreleyen, aslında onların satış değerlerine bağlı olan bu yalancı dinsel havası, fotoğraf makinasının resimleri yeniden canlandırılabilir kılmasından sonra resimlerin yitirdiği şeyin yerini almıştır. Bu dinsel havasının işlevi, özlem uyandırmaktır. Oligarşik, demokrasi dışı bir ekinin süregitmekte olan değerlerinin son boş direnişidir bu. İmge artık biricik, eşsiz olmasa bile sanat nesnesi o şey, gizemlilik katılarak biricik ve eşsiz kılınmalıdır.

Nüfusun büyük bir çoğunluğu sanat müzelerine gitmez. Aşağıdaki tabloda sanata duyulan ilgiyle mutlu azınlığın gördüğü eğitim arasındaki yalın bağıntı görülüyor.

Müzeleri gezenlerin eğitim düzeylerine göre değişik uluslardaki oranı:
Müzeleri gezenlerin her eğitim kesimine göre yüzdelenisi:

	Yunanistan	Polonya	Fransa	Hollanda
Hiçbir eğitim belgesi olmayanlar	0,02	0,12	0,15	—
Yalnız ilköğretim eğitimi olanlar	0,30	1,50	0,45	0,50
Yalnız lise eğitimi olanlar	10,5	10,4	10	20
Daha yüksek ve yüksek öğrenim	11,5	11,7	12,5	17,3

Kaynak: Pierre Bourdieu ve Alain Darbel, L'Amour de l'Art, Editions de Minuit, Paris 1969, Ek 5, tablo 4

Halkın çoğunluğu müzelerin, kendilerinin dışında kaldığı bu gizemliliği gösteren kutsal kalıntılarla dolu olduğunu kabul etmişlerdir: Paha biçilemez bir zenginliğin gizemi. Başka türlü söylersek, bu insanlar özgün sanat yapıtlarının (hem para hem de manevi değerler açısından) varlıklılara ait olduğuna inanırlar. Başka bir tabloda da toplum-sal sınıfların sanat galerilerini nasıl gördüğüne bakalım:

Aşağıda yazılı yerlerden size müzeyi en çok hatırlatan hangisidir?

	Kol işçileri	Usta işçiler ve memurlar	Meslek Sahipleri üst kesim yöneticiler
	%	%	%
Kilise.....	66.....	45.....	30,5
Kitaplık.....	9.....	34.....	28
Konferans salonu.....	—.....	4.....	4,5
Büyük mağaza ya da büyük kamu yapılarının girişi.....	—.....	7.....	2
Kilise ve kitaplık.....	9.....	2.....	4,5
Kilise ve konferans salonu.....	4.....	2.....	—
Kitaplık ve konferans salonu.....	—.....	—.....	2
Hiçbiri.....	4.....	2.....	19,5
Cevap vermeyenler.....	8.....	4.....	9
	100 (n = 53)	100 (n = 98)	100 (n = 99)

Kaynak: Yukarıdaki kitap, ek 4 ve tablo 8

Bu resimsel canlandırma çağında resimlerin anlamları artık onlardan ayrılmaz birşey değildir; bir yerden bir yere aktarılabilir bu anlamlar: Başka deyişle bir tür bilgi olmuştur, bütün bilgiler gibi ya kullanılır ya da bir yana atılır. Bilgi, kendi içinde özel bir yetke taşımaz. Bir resim kullanıldığı zaman anlamı ya kayar ya da bütünüyle değişir. Bunun nelere yol açabileceğini açıkça kavramak gerekir. Yeniden ya-

ratmanın imgenin belli yanlarını aynıyla yansıtmaması demek değildir bu; yeniden canlandırmanın, imgenin çok değişik amaç için kullanılması, yeniden canlandırılan imgenin, özgün yapının tersine, bütün bu amaçların hepsine uyabilmesini sağlamak ya da bunu kaçınılmaz kılmak demektir. Yeniden canlandırılan imgenin bu yolla bulandırılışını gösteren bir kaç örnek inceleyelim.

VENUS VE MARS.
BOTICELLI, 1485-1510



Yeniden canlandırma yoluyla bir resmin bir ayrıntısı bütününden ayrılabilir. Ayrıntı değişime uğrar. Alegorik bir insan imgesi, bir kız portresine dönüşebilir.



Bir resim, film makinasıyla yeniden canlandırıldığında ister istemez film yapımcısının savını doğrulayan bir malzeme olup çıkar.

Bir resmin çeşitli imgelerini yeniden canlandıran bir film, seyirciyi resmin içinden geçirerek film yapımcısının istediği sonuçlara götürür.



Resim, film yapımcısının buyruğuna girmiştir. Çünkü film zaman içinde yayılır, oysa resim yayılmaz.



Filmde bir imgenin öbürünü izleyişi, imgelerin ardarda sıralanışı, tersine çevrilemeyecek bir deyiş biçimi kurar.



Resimde, tüm ögeler aynı anda birarada görülebilecek biçimde karşımızdadır. Seyirci resmin her ögesini ayrı ayrı incelemek için resme bir süre bakmak isteyebilir; oysa her sonuca varışımızda, resmin bütünü, bu sonucu doğrulamak ya da çürütmek amacıyla yeniden başvurulmak üzere karşımızdadır. Resim, bir bütün olarak tüm yetkeyle her zaman karşımızdadır.



Yeniden canlandırılan resimlerin çevresinde çoğu zaman yazılar bulunur.

Bu, üzerinde kuşlar uçuşan bir mısır tarlasının resmidir. Resme bir süre bakın. Sonra sayfayı çevirin.





Bu Van Gogh'un kendini öldürmeden önce yaptığı son resimdir.

Eklenen sözün imgeyi nasıl değiştirdiğini açıklayabilmek güç, ama değiştirdiği kuşkusuz. Artık imge, sözü aydınlatıyor.

Bu yazıda, yeniden canlandırılan her imge resmin ilk bağimsız anlamıyla çok az ilgisi olan ya da hiç ilgisi olmayan savın birer parçası olmuştur. Resimler söylenenleri, sözsel yetkeleri doğrulamak için alıntı olarak kullanılıyor. (Bu kitapta bulunan yazısız denemeler bu ayırımı daha açık bir biçimde gösterecektir.)

Yeniden canlandırılan resimler de, bütün bilgiler gibi, hiç durmadan taşınıp duran bütün öbür bilgiler karşısında kendi yerlerini korumak zorundadırlar.



Sonuç olarak yeniden canlandırma, resmin aslındaki imgeyi göstermenin yanı sıra başka imgelerin gösterdiği bir şey de olur. Bir imgenin anlamı onun hemen yanında görülen ya da hemen arkasından gelen şeye göre değişir. O imgenin taşıdığı yetke, içinde görüldüğü tüm bağlama yayılır.



Sanat yapıtları yeniden canlandırılabilirliklerinden dolayı, kuramsal olarak, herkesçe kullanılabilirler. Gene de çoğu zaman —sanat kitaplarında, dergilerde, filmlerde ya da oturma odalarında yaldızlı çerçevelerin içinde bulunan— yeniden canlandırmalar, hiçbir şeyin değişmediğini, sanatın o biricik, eksilmeyen üstünlüğüyle başka birçok yetkeyi doğruladığını, sanatın eşitsizlikleri soylu, sınıfsal sıradüzenleri de başdöndürücü gösterdiği yanılsamasını güçlendirmek için kullanılıyor. Örneğin Ulusal Ekin Kalıtı kavramı, sanatın yetkesini, geçmişteki toplumsal düzeni, onun üstünlük tanıdığı kişileri yüceltmek için kötüye kullanılıyor.

Yeniden canlandırma araçları. siyasal ve tecimsel açıdan olası kıldıkları şeyleri saklamak ya da yadsımak amacıyla kullanılır. Oysa bazan bireyler bunları bambaşka bir biçimde kullanabilirler.



Büyüklerle çocuklar yatak ya da oturma odalarındaki duvarlara bazan karton üstünde birşeyler asarlar: Mektuplar, fotoğraflar, resimlerin yeniden canlandırmaları, gazete parçaları, özgün çizimler, posta kartları. Bu duvarlardaki imgeler hep aynı dili konuşurlar; bu dilin içinde az çok eşit bir yer tutarlar; çünkü orada oturan kişinin yaşantılarına uymak, bunları anlatmak için çok kişisel bir biçimde seçilmişlerdir. Mantıksal olarak müzelerin yerinde bu resimli duvarların bulunması gerekirdi.

Bununla ne demek istiyoruz? Önce demek istemediklerimizi saptayalım.

Özgün sanat yapıtlarının karşısında, eskiden kalmalarının yarattığı şaşkınlık dışında duyacağımız hiçbir şey kalmadığını söylemek istemiyoruz elbette. Özgün sanat yapıtlarına yaklaşmak için çoğunlukla kullanılan yollar —müze katalogları, rehberler, kiralık kasetler vb.— onlara tek yaklaşma yolu değildir. Geçmişin sanatına özlemle bakmaktan kurtulursak, yapıtlar birer dinsel kalıt olmaktan çıkacaklardır ama yeniden canlandırma çağından önce oldukları duruma hiçbir zaman dönemeyeceklerdir. Özgün sanat yapıtlarının bugün işe yaramaz olduklarını söylemek istemiyoruz.



Özgün resimler, bir bakıma bilginin hiçbir zaman olamayacağı ölçüde sessiz ve dingindirler. Bu bakımdan duvara asılan bir yenden canlandırma, özgün resimle karşılaştırılmaz. Çünkü özgün resimde sessizlik ve dinginlik asıl malzemenin, boyanın içine sinmiştir; insan boyada ressamın o andaki (resmi yaparkenki) hareketlerinin izlerini görebilir. Bunun, resmin boyanmasıyla insanın ona bakması arasındaki zaman aralığını kapatmak gibi bir etkisi vardır. Bu özel anlamda tüm resimler çağdaştır. Resimlerin çağlarının tanıkları olma özelliği buradan gelir. İçinde yaşadıkları tarihsel an orada, gözümüzün önündedir. Cezanne, buna benzer birşeyi ressamın açısından söylemiştir: “Dünyanın yaşamından bir an geçer! O anı gerçekliğiyle yakalayıp resme geçirmek, bunu yaparken herşeyi unutmak! O anı yaşamak, duyarlı bir levha olmak... zamanımızdan önce olan herşeyi unutarak gördüklerimizin imgesini yansıtmak...” Resme geçirilen bu an’ı, gözlerimizin önüne serildiğinde nasıl anlamlandırdığımız, sanattan ne beklediğimize göre değişir; bu da yeniden canlandırmalar yoluyla bu güne dek resimlerin anlamlarını nasıl algılayageldiğimize bağlıdır.

Tüm sanatların öylece, kendiliğinden anlaşılabilirliklerini de söylemek istemiyoruz. Eski bir Yunan başını bir dergiden bazı kişisel yaşantıları anımsattığı için kesip öteki dağınık imgelerle birlikte durara asmak, o başın tüm anlamıyla kavranması demek değildir elbette.

Saflık iki yanlıdır. İnsan bir tertibe katılmayı yadsıyarak o tertibin getireceği suçluluktan kurtulur, saf ve temiz kalabilir. Saf kalmak, aynı zamanda bilgisiz kalmak anlamına da gelebilir. Buradaki çekişme saflıkla bilgi (ya da doğalla ekinse) arasındaki çekişme değildir. Sanatı yaşantıların her yönüyle bağdaştırmaya çalışan kapsayıcı yaklaşımla, çökmekte olan bir yönetici sınıfın özlemini gidermekle görevli olan birkaç uzmanın ayırım gözetici sanat yaklaşımı arasındaki çekişmedir. (Bu sınıf, işçi sınıfı önünde değil, toplumsal kurumlarla devletin yenilerde ortaya çıkan yetkesi karşısında çökmektedir.) Gerçek sorun şudur: Geçmişteki sanat kimindir gerçekten? Bu sanatı kendi yaşamlarına uygulayabilenlerin mi, yoksa kalıntı uzmanlarından oluşan bir ekinse sınıfı mı?

Görsel sanatlar her zaman belli bir koruyucu kabuk içinde varolagelmışlerdir; başlangıçta bu kabuk gizemli ya da kutsal birşeydi. Bu kabuğun bir de maddesel yanı vardı: Bu, yapıtın içine oturtulması ya da içinde saklanması için yapılan yer, mağara, binaydı. Başta yaşantısı olan sanat yaşantısı, yaşamın geri kalan şeylerinden ayrıldı —bu da sanatı amaca göre kullanabilmek için yapıldı. Sonra sanatın sarıldığı koruyucu kabuk toplumsal birşey oldu. Yönetici sınıfların ekinine girdi. Bu arada bu sınıfın yaşadığı saray ve evlerin içinde insanlardan ayrıldı, koparıldı. Bütün bunlar sırasında sanatın yetkesi, koruyucu kabuğun taşıdığı özel yetkeden ayrılamaz oldu.

Çağdaş yeniden canlandırma araçlarının yaptığı, sanatın yetkesini yıkmak ve onu —ya da bu araçların yeniden canlandırıdığı imgeleri— koruyucu kabuklardan kurtarmaktı. Tarihte ilk kez sanat imgeleri gelip geçici, her yere taşınabilen, değeri maddesine bağlı olmayan, kolayca bulunabilen, değersiz, bedava şeyler oldular. Dilin bizi sarıp sarmaladığı gibi sardılar çevremizi. Yaşamın genel akışına karıştılar; bu akış üzerinde kendi başlarına hiçbir etkileyici güçleri kalmadı artık.

Gene de bütün bu olanların çok az kişi farkındadır bugün. Çünkü yeniden canlandırma yolları, hemen hemen her zaman hiçbir şeyin değişmediği yanılsamasını güçlendirmek için kullanılmıştır, Ne var

ki büyük kitleler yeniden canlandırmalar yoluyla, bir zamanlar yalnızca kültürlü azınlığın yaptığı gibi; sanatın tadına varmaya başladı. Halk kit-
leleri bugün bu sanat karşısında ilgisiz ve kuşkuludur; bu da anlaşılabilir bir şeydir.

İmgelerin yeni dili değişik bir biçimde kullanılsaydı, bu kullanım yoluyla yeni bir tür güç kazanacaktı. Bu imgeler dili içinde, ya-
şantılarımızı sözcüklerin yetersiz kaldığı yerlere göre daha iyi bütünle-
yebilecektik. (Görme, sözcüklerden önce gelir). Yalnızca kişisel yaşan-
tılarımızı değil, geçmişle olan ilişkilerimizin temel tarihsel yaşantıları-
nı, başka deyişle, yaşamlarımıza anlam katma arayışını, canlı öğeleri
olabileceğimiz bir tarihin anlaşılması yaşantısını da bütünleyebilece-
tik o zaman.

Geçmişin sanatı, eskiden olduğu gibi değildir artık bugün. Yetkesini yitirmiştir. Onun yerine bir imgeler dili oluşmuştur. Şimdi önemli olan bu dili kimin, ne amaçla kullandığıdır. Bu da yeniden can-
landırmaların yayın hakkı, sanat basımevleriyle yayınevlerinin kimin elin-
de olduğu, sanat galerilerinin, müzelerin genel tutumu sorununa gelip
dayanır. Çoğu zaman dendiği gibi bunlar sanatı ilgilendiren, sınırlı so-
runlar değildir. Bu denemenin amaçlarından biri de gerçekten tehlike-
de olan şeyin çok daha büyük olduğunu göstermektir. Kendi geçmişin-
den kopmuş bir halk ya da sınıf, seçmede ve eyleme geçmede tarih için-
de kendi yerini bulmuş bir sınıf ya da halktan çok daha az özgürdür. İşte bunun için —tek neden de budur zaten— geçmişin tüm sanatı bu-
gün siyasal bir sorun olarak karşımızdadır.

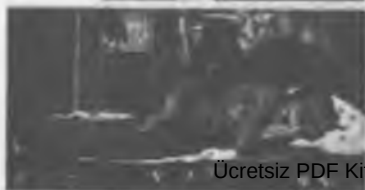
Bu denemedeki fikirlerin çoğu bundan kırk yıl kadar önce yazan bir Alman eleştirmeni ve düşünürü olan Walter Benjamin'den alınmıştır.



Benjamin'in denemesi Mekanik Yeniden Yaratma Çağında Sanat Yapıtı adını taşıyordu. Bu deneme Illuminations* başlıklı kitapta İngilizce olarak bulunabilir. (Cape, Londra 1970).











**New Ladder-Stops
give up to
25% more wear
even in your sheerest
seamfree stockings**

Almay's new lipsticks are a blaze of frosted colour.



But that's only half the story.



ALMAY











Bugün artık irdelenmeye başlayan ama hiçbir çözüme ulaşmamış olan uygulama ve törelere göre kadının toplum içindeki varlığı erkeğinkinden çok başkadır. Erkeğin varlığı kendinde saklı yetkelilik umuduna bağlıdır. Bu, büyük ve inanılır bir umutsa erkeğin varlığı çarpıcı olur. Küçük ve inanılmaz bir umutsa erkeğin varlığı da önemsizleşir. Bu yetkelilik umudu ahlaksal, bedensel, yaradılışa göre değişen, parasal, toplumsal ya da cinsel bir umut olabilir. Neyse ki yetkelilik umudunun yöneldiği nesne her zaman erkeğin dışındadır. Bir erkeğin varlığı o erkeğin yapabileceklerini, sizin için yapabileceklerini gös-

terir. Üretilabilir bir varlıktır onun varlığı; çünkü erkek gerçekte yapamayacağı şeyleri yapabilecek yetkedeymiş gibi davranır. Bu yalancı davranış her zaman onun başkaları üzerinde etkili olmak için kullandığı bir yetkeye yönelmiştir.

Bunun tersine bir kadının varlığıysa, onun kendine karşı olan tutumunu gösterir; o kadına karşı nelerin yapıp nelerin yapılamayacağını belirler. Kadının varlığı hareketlerinde, sesinde, fikirlerinde, yüz ifadelerinde, giysilerinde, seçtiği çevrelerde, zevklerinde ortaya çıkar. Gerçekten de kadın kendi varlığına katkıda bulunmayan hiçbir şey yapmaz. Varlığı, kadının kişiliğiyle öylesine içiçedir ki erkekler bunu bedenden çıkan bir tütsü, bir koku, bir sıcaklık olarak algırlar.

Kadın olarak doğmak, erkeklerin mülkiyetinde olan özel, çevrelenmiş bir yerde doğmak demektir. Kadınların toplumsal kişilikleri, böylesine sınırlı, böylesine koşullandırılmış bir yerde yaşayabilme ustalıklarından dolayı gelişmiştir. Ne var ki bu, kadının öz varlığının ikiye bölünmesi pahasına olmuştur. Kadın hiç durmadan kendisini seyretmek zorundadır. Hemen hemen her zaman kendi imgesiyle birlikte dolaşır. Bir odada yürürken ya da babasının ölüsünün başucunda ağlarken bile ister istemez kendisini yürürken ya da ağlarken görür. Çocukluğunun ilk yıllarından başlayarak hep kendi kendisini gözlemesi, bunun gerekli olduğu öğretilmiştir ona.

Böylece kadın içindeki gözleyen ve gözlenen kişilikleri, kadın olarak onun kimliğini oluşturan ama birbirinden ayrı iki öge olarak görmeğe başlar.

Kadın, olduğu ve yaptığı her şeyi gözlemek zorundadır. Erkeklerle nasıl görüldüğü, onun yaşamında başarı sayılan şey açısından son derece önemlidir. Kendi varlığını algılayışı, kendisi olarak bir başkası tarafından beğenilme duygusuyla tamamlanır.

Erkekler kadınlara karşı belli bir tutum edinmeden önce onları gözlerler. Bu yüzden bir kadının bir erkeğe görünüşü, kendisine nasıl davranılacağını da belirler. Bu süreci bir ölçüde denetleyebilmek için kadın bunu kabul etmeli ve benimsemelidir. Kadın benliğinin gözleyici yanı, gözlenen yanını öylesine etkiler ki sonunda tüm benliğiyle başkalarından nasıl bir tutum beklediğini gösterir. Böylece kadının, bir eşi daha bulunmayan bu kendi kendini etkileme süreci onun kişiliğini oluşturur. Her kadının varlığı, kendi içinde nelere 'izin verilip nelere

verilemeyeceğini' düzenler. Eylemlerinin her biri —amacı ya da dürtüsü ne olursa olsun— o kadının kendisine nasıl davranılmasını istediğini gösteren birer simgedir. Bir kadın tutup bardağı yere atarsa bu o kadının kendi kızgınlığını nasıl ele aldığını, bu yüzden başkalarından nasıl bir davranış beklediğini gösterir. Erkek aynı şeyi yaparsa bu, yalnızca onun öfkesini dışa vurmasıdır. Kadın güzel bir fıkra anlatırsa bu, onun kendi içindeki fıkraçıya nasıl davrandığını, elbette fıkraçı bir kadın olarak başkalarından ne beklediğini gösteren bir örnektir. Fıkra anlatmak için fıkra anlatmak ancak erkeğin yapacağı bir şeydir.

Bunu şöyle yalınlaştırabiliriz: Erkekler davrandıkları gibi, kadınlar da göründükleri gibidirler. Erkekler kadınları seyrederler. Kadınlar da seyretilişlerini seyrederler. Bu durum, yalnız erkeklerle kadınlar arasındaki ilişkileri değil, kadınların kendileriyle ilişkilerini de belirler. Kadının içindeki gözlemci erkek, gözlenense kadındır. Böylece kadın kendisini bir nesneye —özellikle görsel bir nesneye— seyirlik bir şeye dönüştürmüş olur.

Avrupa yağlıboya resim geleneğinin bir türünde kadın hiç durmadan yinelenip duran en önemli konudur. Bu tür, çıplak kadın resmidir. Avrupa geleneğindeki çıplak kadın resimlerinde kadınların seyirlik nesneler olarak görülüp değerlendirilmelerinde geçerli olan ölçü ve töreleri bulabiliriz.

Bu gelenekteki ilk çıplaklar Adem'le Havva'dır. Öyküyü Genesis'te (Tekvin'de) anlatıldığı biçimiyle buraya almak yerinde olur:

Ve kadın ağacın meyvelerinin yenmeye değer olduğunu gördü, göze hoş görüldüğünü gördü ve bilgilenmek için bu ağacın arzulanması gerektiğini anladı ve meyveyi kopardı ve yedi; kendisiyle birlikte kocasına da verdi ve o da yedi.

İkisinin de gözleri açıldı ve çıplak olduklarını gördüler ve incir yapraklarını birbirine ekleyip önlerine örtü yaptılar... Ve yüce

Tanrı erkeği çağırdı ve ona şöyle dedi: "Nerdesin?" Ve erkek de dedi ki "Sesini bahçeden duydum ve korktum; çünkü çıplaktım ve saklandım."...

Ve kadına da şöyle dedi Tanrı: "Senin acılarını ve doğurganlığını arttıracam; çocuklarını acı içinde dünyaya getireceksin, arzuların kocana yönelecek ve seni o yönetecek."

Bu öyküde çarpıcı olan nedir? Çıplak olduklarını farkettiler, çünkü elmayı yediklerinden birbirlerini değişik görmeğe başladılar. Çıplaklık, bakanın zihninde doğmuş oldu.

Burada ikinci çarpıcı gerçek de kadının suçlanması ve erkeğe boyun eğmekle cezalandırılmasıdır. Kadının karşısında erkek Tanrı'nın temsilcisi olmuştur.

Ortaçağ resim geleneğinde bu öykü resimli roman gibi sahne sahne resme geçirilmiştir.

DÜŞÜŞ VE CENNETTEN KOYULMA. POL DE LIMBOURG,
15. YÜZYILIN BAŞI



Yenidendoğuş çağında öyküsel sıralanış ortadan kalkmış, resme geçirilen tek an utanma anı olmuştur. Erkekle kadın incir yapraklarıyla ya da elleriyle bir örtünme hareketi yaparlarken gösterilir. Ama artık birbirlerinden değil, seyirciden utanmaktadırlar.

ADEMİLE HAVVA, MABUSE, 16. YÜZYILIN BAŞI



Sonra bu utanma bir tür gösterişe dönüşmüştür.

ÇİFT, MAX SLEVOGT, 1868-1932



İÇ ÇAMAŞIRI REXLAMI



Resim geleneği dünyasal konulara yönelmeye başlayınca, başka konularda da çıplak kadın yapma olanağı belirdi. Gene de bu resimlerin hepsinde resme konu olan şeyin (kadının) bir seyirci tarafından seyredildiğinin farkında olduğunu gösteren bir şey kaldı.

Kadın kendi başına çıplak değildir.
Seyircinin onu gördüğü biçimde çıplaktır.

Bu, çoğu zaman, —çok beğenilen Susannah ve Kent'in Büyüklükleri'nde olduğu gibi— resmin asıl konusudur. Susannah'yı yıkanırken gizlice seyretmek için biz de Büyüklükler'e katılırız. Susannah da kendisini seyreden bizlere bakmaktadır.

SUSANNAH'YLA KENTİN BÜYÜKLÜKLERİ
TINTORETTO, 1518-1594



Bu konunun Tintoretto tarafından işlendiği başka bir resimde Susannah, aynada kendisini seyretmektedir. Böylece o da gene kendisini seyreden bizlere katılır.

SUSANNAH'YLA KENTİN BÜYÜKLÜKLERİ
TINTORETTO, 1518-1594



Resimlerde ayna çoğu zaman kadınların kendilerine duydukları hayranlığı anlatan bir simge olarak kullanılmıştır. Ne var ki bu bir yalancılıktır, çünkü burada ortaya koyduğu ahlaksal görüşe çoğu zaman ressamın kendisi katılmamaktadır.



Çıplak kadın resmi yapılıyordu çünkü çıplak kadına bakmaktan zevk duyuluyordu; kadının eline bir ayna veriliyordu ve resme Kendine Hayranlık deniyordu. Böylece çıplaklığı zevk için resme geçirilen kadın ahlak açısından suçlanıyordu.

Oysa aynanın gerçek işlevi çok daha başkaydı. Ayna, kadının kendisini her şeyden önce ve her şeyden çok seyirlik bir şey olarak gördüğünü anlatmak için konuyordu resme.

Paris'in Yargısı çıplak kadına bakan bir ya da birçok erkek fikrini anlatan başka bir konudur.



Ama şimdi resme başka bir öge daha eklenmiştir: yargı ögesi. Paris elmayı en güzel bulduğu kadına sunar. Böylece güzellik, yarışmalı bir şey olur. (Günümüzde Paris'in Yargısı, Güzellik Yarışmaları na dönüşmüştür.) Güzel yargısını alamayanlar güzel sayılmaz. Güzel yargısını alanlaraysa ödül verilir.

PARIS'IN YARGISI, RUBENS, 1577-1640



Odüllendirilmek bir yargıcın mulkü olmaktır —başka deyişle onun sizden yararlanabilmesi demektir. II. Charles Lely'ye gizli bir resim ısmarlamıştır. Bu resim o geleneğin oldukça tipik bir örneğidir. Resim, Venüs'le Küpid diye de adlandırılabilirdi. Aslındaysa bu Kral'ın metreslerinden birinin, Nell Gwynne'in portresiydi. Resimde, Neil Gwynne uzanmış, kendisini çıplak durumda seyreden seyircisine edilgen bir biçimde öylece bakarken gösterilir.

NELL GWYNNE, LELY, 1618-1680



Ne var ki burada çıplaklık kadının duygularının bir dışavurumu değildir. Burada çıplaklık, sahibinin (hem resmin, hem de kadının sahibinin) duygularına ya da isteklerine boyun eğme belirtisidir. Kral, başkalarına gösterdiğinde resim kadının kendisine boyun eğişini gösteriyordu; konukları da Kralı kıskanıyorlardı.

Avrupa dışındaki sanat geleneklerinde —Hint, İran, Afrika ve Amerika yerlilerinin sanatında— çıplaklık hiçbir zaman böyle edilgen değildir. Bu geleneklerde, bir yapıtın konusu cinsel çekicilikse, yapıt iki kişi arasındaki etkin cinsel sevişmeyi gösterir. Kadın da erkek gibi etkindir; her ikisi de öbürünü içine alacak biçimde hareket eder.

RAJANSTHAN, 19. YÜZYIL



VIŠNU'YA LAKSMİ, 11. YÜZYIL



MOCİKA SERAMİĞİ



Şimdi artık Avrupa geleneğinde çıplaklıkla nü'lük arasındaki ayrımı görebiliriz. Nü adlı kitabında Kenneth Clark, çıplak olmak giysisiz olmaktır der; oysa nü bir sanat biçimidir. Ona göre nü, resmin çıkış noktası değil resmin ulaştığı bir görme biçimidir. Bu, bir ölçüde doğrudur —ama 'bir nü'yü görme biçimi yalnız sanatta olmaz: Nü fotoğraflar, nü pozlar, nü hareketler de vardır. Doğru olan nü'nün her zaman töreleştirildiğidir —bu töreleri koyan da belli bir sanat geleneğidir.



Bu törelerin anlamı nedir? Nü neyi gösterir? Bu soruları yalnızca sanat biçimi açısından yanıtlamak yetmez; çünkü nü'nün yaşanan cinsellikle ilgili olduğu apaçıktır.

Çıplak olmak insanın kendisi olmasıdır.

Nü olmaksa başkalarına çıplak görünmektir; insanın kendisi olarak algılanmamasıdır. Çıplak vücudun nü olabilmesi için bir nesne olarak görülmesi gerekir. (Vücudun nesne olarak görülmesi nesne olarak kullanılmasına yol açar.) Çıplaklık kendisini olduğu gibi ortaya koyar. Nü'lükse seyredilmek üzere ortaya konuştur.

Çıplak olmak açık olmaktır.

Seyredilmek üzere ortaya çıkmak insanın derisinin, vücudundaki kılların, bu durumda hiç bir zaman çıkarılıp atılamayacak bir çeşit örtüye dönüşmesi demektir. Nü hiç bir zaman çıplak olamayacaktır. Nü'lük bir çeşit giyinikliktir.

Sıradan Avrupa nü resimlerinde asıl kahraman hiçbir zaman resimde görünmez. O, resmin önündeki seyircidir ve erkek olarak kabul edilir. Her şey ona göre yapılmıştır. Her şey onun orada bulunmasından dolayı olmuş gibi görünmelidir. Resimdeki vücutların nüleşmesi onun içindir. Ama o, tanımı gereği bir yabancıdır —giysileri üstünde olan birisidir. Bronzino' nun Zaman ve Sevgi Orunlaması'nı düşünün.

VENUS, KUPİD, ZAMAN VE SEVGİ, BRONZINO, 1503-1572



Resmin ardındaki gizli karmaşık simgeler bizi şimdilik ilgilendirmez, çünkü bu simgeler cinsel çekimi —birinci derecede— etkilemez. Bu herşeyden önce cinsel kışkırtma amacıyla yapılmış bir resimdir.

Resim, Fransa Kralı'na Floransa Dükü tarafından armağan olarak gönderilmiştir. Mindere diz çökerek kadını öpen çocuk Küpit'tir. Kadın da Venüs'tür. Oysa kadının duruşunun öpüşme hareketiyle hiç ilgisi yoktur. Vücudunun böyle resmedilişi kadını resme bakan erkeğe sergilemek içindir. Resim, o erkeğin cinselliğini uyandırmak için yapılmıştır. Kadının cinselliğiyle hiçbir ilgisi yoktur. (Bu resimde görüldüğü gibi Avrupa geleneğinde de kadın vücudundaki kılları genellikle resme geçirmeme alışkanlığı aynı amaca hizmet eder. Kıl, cinsel güç ve tutkuyla ilgili görülmüştür. Kadının cinsel tutkusunun az gösterilmesi gerekir ki seyirci kendisini bu tutkunun tekelcisi hissedebilsin.) Kadınlar orada bir açlığı gidermek için bulunurlar; kendi açlıklarını doyurmak için değil.

Şu iki kadının yüzlerindeki ifadeyi karşılaştırın:

BÜYÜK ODALIK, INGRES, 1780-1867



Bunlardan biri Ingres'in ünlü resmindeki modeli, öbürü de açık saçık dergilerden alınmış bir fotoğraf modelini gösteriyor.

İkisinde de yüz ifadeleri şaşırtıcı bir benzerlik göstermiyor mu? Kendisine baktığını sandığı erkeğe —onu hiç tanımamasına karşın— nazla bakan bir kadının yüz ifadesidir bu. Burada kadın seyredilen birisi olarak dişiliğini sunmaktadır.

Resimlerde bazan kadının erkek sevgilisinin sergilendiği de doğrudur.

BAKÜS, CERES VE KÜPİT, VON AACHEN, 1552-1615



Ne var ki resimdeki kadının ilgisi hemen hemen hiç bir zaman ona yönelmez. Çoğu zaman kadın ona bakmaz bile; resmin dışına, kendisini kadının gerçek âşığı sanan kişiye —seyirci sahibine— bakar.

Sevişen bir çifti gösteren özel bir açık saçık resim türü daha vardı (özellikle on sekizinci yüzyılda). Bu resimlerin karşısında bile seyirci sahip resimlerdeki adamı ya yok sayıyor ya da kendini onun yerinde düşlüyordu. Avrupa dışı resim geleneklerindeki çiftlerin imgeleliyse, bunun tersine, bir çok çiftin aynı anda seviştiği düşüncesini uyandırır. 'Hepimizin binlerce eli, binlerce ayağı var; hiç yalnız kalmayacağız.'

Yenidendoğuş sonrası Avrupasında cinsel imgelerin hemen hepsi önden gösterilmiştir —ya gerçekten önden verilmiştir ya da öne yansıtılmıştır— çünkü asıl cinsel kahraman resme bakan seyirci sahibidir.

Erkekliğin böylesine şişirilmesinden doğan gariplik, on dokuzuncu yüzyılın akademik sanatında doruğuna ulaştı.

O'READLAR, BOUGUEREAU, 1825-1905



Devlet adamları, işadamları böyle resimlerin altında yapıyorlardı iş tartışmalarını. İçlerinden birisi yenik düştüğünü hissettiği zaman avunmak için başını kaldırıp resimlere bakıyordu. Resimde gördükleri ona erkek olduğunu bir kez daha anımsatıyordu.

Avrupa yağlıboya resim geleneğinde bütün bunların dışında kalan başka nüeler de vardır. Gerçekten de bunlara nü bile denemez artık —çünkü o sanat biçiminin kurallarını bütünüyle yıkmışlardır. Bunlar gerçekten sevilen kadınların az ya da çok çıplak resimleridir. Geleneği oluşturan yüzbinlerce nünün arasında belki yüz kadar tutar bu değişik nüeler. Bunların her birinde ressamın o kadını kişisel olarak görüşü öylesine güçlüdür ki seyirciye yer kalmaz. Ressam, görüşüyle kadını kendisine sımsıkı bağlamıştır; artık ikisi taşa yontulmuş bir çift gibi içiçe-

dirler. Seyirci olsa olsa yalnızca onların ilişkisine tanık olabilir; bundan öte birşey yapamaz. Dışlanan birisi olduğunu kabul etmek zorunda kalır. Resimdeki kadının salt o seyretsin diye soyunmuş olduğuna inan-
dıramaz kendini. Kadını nüleştiremez. Ressam kadını resme geçirirken onun istemiyle eğilimlerini hem imgenin yapısına hem de vücudunun ve yüzünün ifadesine sindirmiştir.

DANAE, REMBRANDT, 1605-1609



Geleneğin içinde ve dışında kalan resimler ancak bu çıplak/nü ayrımı yoluyla tanınabilir; gene de çıplaklığı resme geçirme sorunu ilk bakışta görüldüğü ölçüde kolay değildir.

Gerçekte çıplaklığın cinsel işlevi nedir? Giysiler dokunmayı ve hareketi güçleştirir. Ne var ki çıplaklığın kendi başına olumlu bir görsel değeri var gibi geliyor insana: Karşımızdakini çıplak görmek istiyoruz. Karşımızdakiler bize görünüşlerini sunuyorlar; biz de —bazan ilk ya da yüzüncü kez yapıldığını düşünmeden— alıyoruz bunu. Karşımızdakini böyle görüşümüz ne anlama geliyor bizim için; bu tüm açılma anında arzumuzu nasıl etkiliyor?

Karşımızdakinin çıplaklığı bir doğrulanma oluyor; bizde çok güçlü bir rahatlama duygusu uyandırıyor. O da ötekiler gibi bir kadın; o da ötekiler gibi bir erkek: Bilinen o cinsel sürecin akıllara durgunluk veren yalınlığına kaptırıyoruz kendimizi.

Elbette bunun tersini bilinçli olarak bekleyemeyiz: 'Bilinçaltı eşcinsel arzular (ya da çift eşcinselse bilinçaltı karşı cinsel duygular) ikisini de değişik bir şeyler beklemeye itebilir yarı yarıya. Ama bu 'rahatlama' duygusunu bilinçaltına başvurmadan da anlayabiliriz.

Karşımızdakinin başka türlü olmasını beklememiştir; ne var ki duygularımızın yoğunluğu, karmaşıklığı bunun biricik bir yaşantı olduğu duygusunu uyandırır bizde. Kadın ya da erkek, karşımızdakinin, olduğu gibi görünmesi bu biriciklik duygusunu ortadan kaldırır. Karşımızdaki kadın ya da erkek, kendi cinsinden değişik birisi olmaktan çok onların bir benzeridir. Çıplaklığın herkesçe —soğuk ve kişisel değil de— sıcak ve dostça bir şey olarak algılanması bunun farkında olmaktan gelir.

Aynı şey başka biçimde de anlatılabilir: İlk kez görüldüğü anda çıplaklığa bir sıradanlık ögesi girebilir; bu ögenin işe karışması bizim duyduğumuz bir gereksinmeden ötürüdür.

O ana dek karşımızdaki az çok gizemli birisidir. Utanmanın kuralları yalnızca din yasaklarından doğmuş ya da duygusal şeyler değildir: Burada gizemliliğin ortadan kalkışını da hesaba katmak gerekir. Gizemliliğin böyle ortadan kalkması belki de büyük ölçüde görseldir. Algılama noktası gözler, dudaklar ve omuzlardan ellere kayar —bütün bunlar aslında öylesine güçlü anlatım araçlarıdır ki bunlarla ortaya çıkan kişilik binbir katlıdır —algılamanın odak noktası buradan cinsel organlara doğru kayar. Bu organların biçimlenişi de insanı bir yandan bütünyle kendine çekerken öte yandan o tek eyleme çağırır. Karşımızdaki erkek ya da kadın, —sizin isteğinize göre— kendi cinsel türünün düzeyine dek yüceltilir ya da indirgenir. Rahatlamamız, tartışma götürmez bir gerçekliği bulmamızdandır. Önceki karmaşık duygularımız, bu gerçekliğin bizden o anda beklediklerine boyun eğir.

İlk soyunma anındaki sıradanlığa gereksinme duyarız çünkü bu sıradanlık bizi gerçeğe indirger. Aslında bundan da öte bir şey yapar. Cinselliğin tartışılmaz, atalardan gelme mekanizmasını taşıyan bu gerçeklik cinselliğin herkesçe paylaşılma özelliğini de birlikte getirir.

Gizemliliğin kayboluşu, ortaklaşa gizem yaratma yolunun ele geçirilmesiyle aynı anda olur. Süreç şudur: Öznel → nesnel → öznel —bu sürecin karesi alınır.

Durağan bir cinsel çıplaklık imgesi yaratmanın ne denli güç olduğunu şimdi anlayabiliriz. Yaşanırken çıplaklığın algılanması bir durum değil, bir süreçtir. Bu sürecin içinden bir an kesilip ayrılırsa bu anın imgesi sıradan olacaktır. İmgenin sıradanlığı, imgelemce yoğun iki durum arasındaki akışı vermek yerine, bir anı dondurmasındandır. Güzel çıplak insan fotoğraflarının güzel çıplak insan resimlerinden daha az olması bundandır. Fotoğrafçıların başvurduğu kolay çözüm yolu vücudu nü olarak vermektir; böylelikle hem seyreden, hem de seyredilen genelleştirilerek cinsellik öznel olmaktan çıkarılır, arzular düşe dönüştürülür.

Şimdi de çıplaklığın resme geçirilişini gösteren değişik bir imgeyi inceleyelim. Bu 'Rubens'in oldukça yaşlıyken evlendiği kendinden genç, ikinci karısının resmidir.

KÜRK MANTOLU HELENE FOURMENT, RUBENS,
1677-1680



Kadını burada yana dönüş hareketi içinde görürüz; kürkü omuzlarından düşmek üzeredir. Bu durumda bir saniyeden fazla kalmayacağı bellidir. Yüzeysel olarak bakarsak kadının imgesi bir fotoğraf

rat imgesi gibi verilmiştir. Ama daha derin anlamda bu resim zamanı ve zamanın yaşanışını 'içerir'. Kürkü omuzlarına alışından bir dakika önce kadının bütünüyle çıplak olduğunu düşünmek kolaydır. Tüm çıplaklık anından önceki ve sonraki evrelerin hepsi aşılmıştır burada. Kadın aynı anda bunlardan herhangi birinde ya da hepsinde birden bulunabilir.

Kadının vücudu karşımızda seyirlik bir şey olarak değil, bir yaşantı —ressamın yaşantısı— olarak vardır. Neden? Bunun görünüşte önemsiz olan bir takım belirtileri vardır: dağınık saçlar; ressama bakan gözlerdeki ifade; ince, aşırı duyarlı teninin resme geçirilişindeki yumuşaklık. Oysa derinde yatan neden biçimseldir. Kadının görünüşü, gerçekte ressamın öznelliğinden geçirilerek yontu biçiminde yeniden dökmüş gibidir. Vücuduna sardığı kürkün altında kadının üst yanıyla bacakları hiçbir zaman biraraya getirilemez. Yana doğru neredeyse yirmi santimlik bir kayma vardır; baldırlarının kalçasıyla birleştirilebilmesi için yirmi santim yana kaydırılması gerekir.

Rubens bunu düşünerek yapmamıştır sanırsınız. Seyirci de bunu bilinçli olarak görmeyebilir. Kendi içinde önemsiz birşeydir çünkü bu. Önemli olan bu kaymanın neye yol açtığıdır. Kayma, vücuda olmayacak bir canlılık kazandırmıştır. Resmin iç tutarlılığı kendinden değil, ressamın yaşantısından gelir. Daha açık söylersek resim, vücudun alt ve üst kesimlerinin, örtü altında kalan cinsel merkez çevresinde ayrı ayrı ve ters yönde dönmesine olanak sağlar. Ayrıca örtü altında kalan bu cinsel merkez, koyu kürk manto yoluyla, kadını çevreleyen koyuluğa katılmıştır. Böylece kadın, cinselliğini gösteren bir eğretilen olarak kullanılan karanlığın hem çevresinde hem de içinde dönmektedir.

Tek bir anı aşma, öznelliği kabul etme zorunluluğundan başka yukarıda değindiğimiz bir öge daha vardır burada: Bu öge, çıplak cinsel imgenin özel olması açısından çok önemlidir. Ortaya çıkarılması gereken ama dondurucu olmayan sıradanlık ilkesidir bu. Kadını zevk için gizlice seyreden kişiyle gerçek sevgili arasındaki ayrım budur işte: Rubens'in Helène Fourment'in vücudundaki şişman yumuşaklığı resme geçirmek istemesinde böyle bir sıradanlık vardır: Bu vücudun resme geçirilişi her türlü biçim ülküsünü sürekli olarak yıkarak (Rubens'e) kârisinin taşıdığı o olağanüstü kendine özgülüğün umudunu tattırır.

Avrupa yağlıboya resmindeki nüler çoğu zaman Avrupa'daki insancıl ruhun beğenilesi birer örneği olarak sunulmuştur. Bu ruh bireycilikten ayrılmaz durumdaydı. Bireycilik çok bilinçli bir biçimde gelişmeseydi, bu geleneğin dışına çıkan (son derece kişisel) çıplaklık imgeleri de hiçbir zaman resme geçirilemezdi. Gene de bu geleneğin içinde, kendisinin çözemeyeceği bir çelişki yatıyordu. Birkaç sanatçı bunu sezgileriyle anlayıp çelişkiyi kendi dilleriyle çözdüler. Ne var ki bu çözümler geleneğin ekinse diline hiçbir zaman tam olarak giremedi.

Bu çelişki şöyle de anlatılabilir: Bir yanda ressamın, düşünürün, efendinin, sahibinin bireyciliği öte yanda bu insanların eylemlerinin nesnesi olan ya da bir soyutlama gibi görülen kişi— başka deyişle kadın.

UZANMIŞ KADINI ÇİZEN
ADAM, DÜRER, 1471-1528



Dürer kusursuz nü'nün, yüzün bir kadından, göğüslerin bir başkasından, bacakların üçüncü bir kişiden, omuzların dördüncü bir vücuttan, ellerin beşinciden vb. alınarak yapılabileceğine inanıyordu.

TAHTA OYMA, DÜRER, 1471-1528



Elde edilen sonuç İnsan'ı görkemli kılacaktı. Oysa böyle birşeye girişmek, bir insanın kim olduğunu hiç dikkate almamak demekti.

Avrupa nü sanatında ressamalar ve seyirci-sahipler erkekti, nesne olarak işlenen kişilerse çoğunlukla kadın. Bu ters ilişki ekinimi-ze öylesine sinmiştir ki bugün bile sayısız kadının bilincine biçim vermektedir. Kadınlar kendilerine karşı, erkeklerin onlara karşı davrandığı biçimde davranmaktadırlar. Kadınlar da, erkeklerin onların karşılarda yaptıklarını yapıp kendi dişiliklerini seyretmektedirler.

Modern sanatta nü türü önemini bir ölçüde yitirmiştir. Sanatçıların kendileri de bu önemden kuşkulananmaya başlamışlardır artık. Birçok bakımdan olduğu gibi Manet bu bakımdan da bir dönüm noktası sayılır. Manet'nin Olympia'sını Titian'ınkiyle karşılaştıırırsak Manet'nin geleneksel yerine oturtulmuş olan kadının resminde bu yere belli bir başkaldırmayla karşı çıkmakta olduğunu görürüz.

URBINO'NUN VENUS'U.
TITIAN YAKLAŞIK 1487-1576



OLYMPIA, MANET, 1832-1883



İdeal kadın imgesi bozulmuştur. Ne var ki onun yerine konan şey —yirminci yüzyılın başındaki öncü resmin değişmez kadını olan — yosmanın 'gerçekliği'nden öte birşey değildir. (Toulouse-Lautrec, Picasso, Rouault, Alman Dışavurumculuğu vb.) Gelenek, akademik resimde de sürdürülmüştür.

Bu geleneği besleyen tutucu değerler günümüzde daha geniş alanlara ulaşabilen yollarla —reklâmlar, gazeteler ve televizyonla— yaygınlaştırılmaktadır.

Gene de kadınları görme biçimi, imgelerin kullanılışı temelde değişmemiştir. Kadınlar erkeklerden çok değişik bir biçimde gösterilir —dişinin erkekten başka olmasından gelen bir şey değildir bu— ‘ideal’ seyircinin her zaman erkek olarak kabul edilmesinden, kadın imgesinin onun gururunu okşamak amacıyla düzenlenmesindendir. Bunun böyle olduğundan kuşkunuz varsa şu deneyi yapın: Bu kitaptan geleneksel bir nü imgesi seçin. Kadını erkeğe dönüştürün. Kafanızda ya da resmin üstünde oynayarak yapabilirsiniz bunu. Sonra da bu değişikliğin yarattığı sarsıntıya bir bakın. İmgede değil, kafanızda tasarladığınız seyircinin içinde yaratacağı sarsıntıya!



PIERO DELLA FRANCESCA, 1410/20-1492



GERARD DAVID, 1523



RAPHAEL, 1483-1500



MURILLO, 1617-1682



FORD MADDOX BROWN, 1821-1893





GIOTTO, 1266-1337



PIETER BRUEGHEL, 1525-1569

HANS BALDUNG
GRIEN, 1483-1545



EDOUARD MANET, 1832-1883









VENÜS VE MARS, 15. YÜZYIL



PAN, 15. YÜZYIL



ANGELICA'YI KURTARAN RUGGIERO, 19. YÜZYIL



BİR ROMA SÖLEHİ, 19. YÜZYIL



BEYGİNİN SAFLIĞI KANDIRISI, ZEYKİN ONU ALIP GÖTÜRMEŞİ
ARKADAN PİSMANLIĞIN GELİŞİ. 18. YÜZYIL















Yağlıboya resimlerde nesneler çoğu zaman oldukları gibi gösterilir. Gerçekte bunlar satın alınabilir nesnelerdir. Bir nesnenin resmini yaptırıp aldığınızda onu beze geçirtmek o şeyi satın alıp evinize koymaktan pek de değişik bir şey değildir. Böylece bir resmi satın aldığınızda o resimde gösterilen nesnelerin görünüşünü de satın almış olursunuz.

OXFORD SALONUNDA PASTON ZENGİNLİKLERİ,
HOLLANDA OKULU, 1665



Bir nesneye sahip olmakla yağlıboya resimde o nesnenin görüntüsüne sahip olmak arasındaki benzerlik sanat uzmanlarıyla sanat tarihçilerinin çoğunlukla görmezlikten geldikleri bir öğedir. Bu benzerliği yakalamaya en çok yaklaşan kişinin bir insanbilimci olması dikkate değer.

Şöyle diyor Lévi-Strauss*:

Batı uygarlığında sanatın gözebatan özgün çizgilerinden birini oluşturan şey bence, sahibin ya da giderek seyircinin o nesneye sahibolma konusunda gösterdiği güçlü ve tutkulu istektir.

Bu doğruysa —Lévi-Strauss genellemesinin tarihsel kapsamını çok geniş tutmuş olabilir— bu eğilim, geleneksel yağlıboya resim döneminde doruğuna ulaşmıştır.

Yağlıboya resim terimi bize bir yöntemden öte birşeyler söyler. Bir sanat türünü tanımlar. Boyaları yağla karıştırma yöntemi çok eski zamanlardan beri biliniyordu. Ne var ki bir sanat türü olarak yağlıboya resim bu yöntemin geliştirilmesi, iyi bir duruma getirilmesinden sonra doğdu (bu da tahta levhalar yerine bezin kullanılmasına yol açtı). Yağlıboya resim, tempera ya da fresko teknikleriyle anlatılamayacak bir yaşam görünüşü vermek için geliştirildi. Başlangıçta yağlıboya —Kuzey Avrupa’da on sekizinci yüzyılın başında— yepyeni özellikler taşıyan resimler yapmak için kullanılıyordu. Bu özellikler çeşitli ortaçağ sanat törelerinin etkisiyle bir ölçüde gölgelenmişti. Yağlıboya resmin kendi koşullarına, kendi görüş biçimine bütünüyle ulaşması on sekizinci yüzyıla dek gerçekleşemedi.

Yağlıboya resim döneminin bitiş tarihi de tam olarak saptanamaz. Bugün bile yağlıboya resim yapılmaktadır. Ne var ki yağlıboya resimdeki geleneksel görme biçimi izlenimcilikle sarsılmış, Kübizm’le yıkılmıştır. Bütün bunlar olurken fotoğraf görsel imgelerin başlıca kaynağı olarak yağlıboya resmin yerine geçmiştir. Bu nedenlerle geleneksel yağlıboya resim dönemi kabaca 1500’le 1900 arası olarak saptanabilir.

Oysa bu gelenek ekin sel varsayımlarımızın çoğuna biçim vermektedir. Resimsel benzetmeden ne anladığımızı belirleyen odur. Doğa görüntüleri, kadınlar, yiyecekler, soylular ve mitler gibi konuları görme biçimlerimizi bugün bile resmin koşulları etkilemektedir. Bu gelenek bize ‘sanat dehası’nın anatiplerini verir. Bu geleneğin tarihinde bize, bir toplumda sanatı seven bireyler varsa o toplumda sanatın geliştiği öğretilir.

Nedir sanat sevgisi denen şey?

* Charles Charbonnier’le Konuşmalar. Cape Editions (Türkçesi: İrk ve Tarih, Levi Strauss. Metis Yayınları)

Bu gelenekten gelen, konusu bir sanatsever olan řu resme bakalım.

ÖZEL RESİM GALERİSİNDE ARAřIDUK LEOPOLD
WILHELM TENIERS, 1582-1649



Bu resim neyi gösteriyor?

On yedinci yüzyılda ressamların resimlerini yapıp kendilerine sattıkları türden bir adamı gösteriyor.



Bu resimler nedir?

Bunlar herşeyden önce satın alınıp sahibolunabilecek nesnelerdir. Biricik nesnelerdir. Bir sahip resimleriyle çevrelendiği gibi müzik ya da şiirle çevrelenemez.

Burada toplayıcı sanki resimlerden yapılmış bir evde oturmaktadır. Bu resimden duvarların taş ya da tahta duvarlara üstünlüğü nedir?

Bunlar efendiye özel görünüler sunar: Onun sahibolduğu görünüleri sunar.

Gene Lévi-Strauss toplanan resimlerin, toplayıcının kıvan-cını, sevilmesi gereken şeyleri gösterdiğini şöyle yorumluyor:

Yenidendoğuş'ta, sanatçılara göre resim bir bilgi aracıydı belki, ama aynı zamanda bir mülk aracıydı da. Yenidendoğuş resmine eğildiğimizde bunun Floransa'da, daha başka yerlerde biriken sınırsız zenginlikler yüzünden gerçekleşebildiğini, zengin İtalyan tüccarların ressamlara dünyada güzel, istenir olan herşeyi onların mülküne sokabilecek araçlar gözüyle baktıklarını unutmamalıyız. Floransa saraylarındaki resimlerle küçük bir dünya oluşmuştur: Bu dünyada mülk sahibi, sanatçılarına, dünyada kendisi için değerli olan herşeyi ulaşabileceği bir yerde, olabilecek en gerçek biçimde yeniden yarattır-mıştır.

KARDINAL VALENTI GONZAGANIN RESİM GALERİSİ
PANINII 1602-1765/8



Her dönemde sanat yönetici sınıfın ülküsel çıkarlarına hizmet eder. 1500'le 1900 yılları arasında Avrupa sanatının da hepsi değişik biçimlerde anamalin yeni gücüne yaslanan yönetici sınıflar dizisine hizmet ettiğini söylersek yeni bir şey söylemiş olmayız. Bizim burada

söylemek istediğimiz daha kesin bir şeydir: Mülke ve alışverişe karşı edinilen yeni tutumlarla belirlenen dünyayı görme biçimleri görsel anlatımını yağlıboya resimde bulmuştur. Başka bir görsel sanat türünde bulamazdı zaten.

BİR SANAT GALERİSİNİN İÇİ FLORANSA ORULU
17. YÜZYIL



Anamalin toplumsal ilişkilerde yaptığı etkiyi, yağlıboya resim görünülerde yapmıştır. Resim, her şeyi nesnelerin eşitliğine indirgedi. Her şey alınıp satılabilir oldu çünkü her şey mala dönüştü. Tüm gerçeklik, hiç düşünülmeden onun taşıdığı maddesel değerle ölçülür oldu. Karteziyen dizge yüzünden ruh ayrı bir ulam olarak düşünüldü. Bir resim —konusuyla— ruha seslenebilirdi ama hiçbir zaman gösterdiği nesneyle yapamazdı bunu. Yağlıboya resim bütünüyle dıştan verilen bir görünüyü sunuyordu.

Bu sava ters düşen resimler geliyor hemen akla: Rembrandt'ın, El Greco'nun, Giorgione'nin, Vermeer'in, Turner'in vb.nın yapıtları. Oysa bu yapıtları tüm olarak gelenekle karşılaştırarak incelersek onların çok özel bir biçimde geleneğin dışında kaldıklarını görürüz.

Bu gelenek tüm Avrupa'ya dağılan yüz binlerce yağlıboya resim (bez) ve tablodan oluşuyordu. Bunların büyük bir kesimi günümüze kalmadı. Kalanların da çok küçük bir bölümü bugün güzel sanat yapıtı olarak görülüyor. Bunların arasından daha küçük bir bölümü de 'ustalar'ın yapıtları olarak tanıtılıyor, yeniden-canlandırılıp duruyor.

Sanat müzelerini gezenler sergilenen yapıtların çokluğu karşısında şaşırıyorlar. Bu yapıtların ancak birkaçına yoğunlaşabilmelerini kendi eksiklikleri sayıyorlar. Aslında böylesi bir tepki çok anlaşılabilir bir şeydir. Sanat tarihi, olağanüstü yapıtlarla Avrupa geleneğinin sıradan yapıtları arasındaki ilişkiyi hiç yakalayamamıştır. Bu sorun dehayla açıklanamaz. Bu yüzden sanat galerilerinin duvarlarında görülen kargaşa —temelde bunları ayıran şeyin ne olduğunun açıklanmasını bırakın— hiç farkedilmeden öylece sürüp gider. Olağanüstü bir yapıt üçüncü sınıf yapıtlarla çevrelenmiş durumdadır.

Her türlü ekinin sanatında çok büyük bir yetenekler çeşitliği görülür. Oysa başka hiç bir ekinde 'başyapıtlar'la sıradan yapıtlar arasındaki ayırım yağlıboya geleneğindeki ayırım ölçüsünde büyük değildir. Yağlıboya geleneğindeki ayırım yalnızca yetenek ya da imgelem sorunu değil, aynı zamanda ahlaksal bir sorundur. Sıradan sanat yapıtları on yedinci yüzyıldan sonra gittikçe artan bir siniklikle yapılır oldu. Başka deyişle ressamın gözünde, resim diliyle anlatılan değerler, ısmarlanan resmin bitirilmesinden, satılmasından çok daha önemsizdi. Şişirilivermiş resimler beceriksizlikten ya da taşralılıktan değil pazarın isteklerinin sanatın isteklerine ağır basmasından dolayı öyle yapılıyordu. Yağlıboya resim dönemi açık sanat pazarlarının doğmasıyla birlikte başlamıştır. Olağanüstü yapıtla sıradan yapıt arasındaki zıtlıkla uyumsuzluğun nedeni sanatla pazar arasındaki bu çelişkide aranmalıdır.

Daha sonra ele alacağımız olağanüstü yapıtların varlığını şimdilik bir yana bırakarak önce geleneği ele alalım.

Yağlıboya resmi öbür resim türlerinden ayıran şey, nesnelerin dokunulabilirliğini dokusunu, parlaklığını ve katılığını yansıtabilmedeki üstünlüğüdür. Yağlıboya gerçek nesneleri elimizle dokunabilecekmiş gibi gösterir bize. Bu tür resimdeki imgelerin iki boyutlu ol-

masına karşın gözü aldatma etkisi yontunun etkisinden çok daha büyüktür. Çünkü yağlıboya, nesnelerin renklerini, dokularını, sıcaklıklarını yansıtabilir. Nesnelerin bir yeri kapladığını bize imleme yoluyla gösterir.

Holbein'in resmi Elçiler (1533) bu geleneğin başlarında yapılmıştır. Geleneğin başlangıcındaki yapıtların çoğu gibi bunun özellikleri apaçık ortadadır. Bu resmin yapılış biçimi neyi gösterdiğini belirler. Nasıl yapılmıştır öyleyse bu resim?



Bu resim seyredende gerçek nesnelere, malzemelere baktığı sanrısını uyandırmak üzere büyük bir ustalıkla yapılmıştır. Birinci denemede dokunma duygusunun sınırlı, durağan bir görme duygusu olduğunu belirtmiştik. Bu resim yüzeyinin her kesimiyle bir yandan salt görsel etki uyandırırken bir yandan da dokunma duygusunu kullanmaya çağırır bizi. Göz kürkten başlayarak ipeğe, madene, tahtaya, kadife-ye, mermere, kâğıda ve keçe-ye doğru kayar. Her kaymada gözün resimde gördüğü şey dokunma duygusu diline çevrilir. Resimdeki iki adamın belli bir ağırlığı vardır. Adamlar fikirleri simgeleyen birçok nesneyle çevrelenmiştir. Oysa resimde ağır basan şey, adamları çevreleyen, onların vücutlarını örten malzemeler ve kumaşlardır.



Resimde yüzler ve eller dışında kalan yüzeylerin hepsinde dokumacıların, nakışçıların, halıcıların, kuyumcuların, dericilerin, mozaikçilerin, kürkçülerin, terzilerin, sarrafların herseyi nasıl inceden inceye işledikleri göze çarpıyor. Sonra da bu ince işçiliğin, bundan doğan yüzey zenginliğinin, resmi yapan Holbein tarafından yeniden nasıl ince bir biçimde resme geçirildiği görülüyor.

Bu vurgulama, bunun ardında yatan ustalık yağlıboya resim geleneğinin değişmez bir ögesi olarak kalacak biçimde ortaya konmuştur.

Daha önceki sanat geleneklerinde sanat yapıtları zenginliği gösteriyordu. Şu var ki servet o zaman değişmez bir toplumsal ya da dinsel düzenin simgesiydi. Yağlıboya resimde yepyeni bir zenginlik sergileniyordu —tek haklı nedenini paranın satınalma gücünde bulan bir zenginlikti bu. Böylece resim parayla satın alınabilecek şeylerin istenirliğini gösteren bir şey oluyordu. Satın alınabilecek nesnelerin görsel istenirliği de dokunulabilecek nesneler olarak bunların sahibin dokunma duygusuna, eline nasıl cevap vereceklerini gösteriyordu.

Holbein'in Elçiler adlı yapıtının önünde gizemli, yan yatmış, söbü bir şey vardır. Çok çarpıtılmış bir kafatasıdır bu; çarpıtıcı bir ay-
nada yansıyan bir kafatası. Kafatasının resme nasıl girdiği, elçilerin bunu
neden istediği konusunda çeşitli yorumlar vardır. Yorumların hepsi bu-
nun bir tür ölüm simgesi olduğunda birleşir. Ortaçağ da, kafatası olu-
mün varlığını sürekli anımsatan bir imge olarak kullanılıyordu. Bizim sa-
vımız açısından önemli olan bu kafatasının resimdeki öbür şeylere gö-
re (gerçek anlamda) bambaşka bir görüş açısından verilmiş olmasıdır.
Kafatası da resmin geri kalan kesimi gibi resmedilseydi fizikötesi anla-
mı kalmazdı. O da öbürleri gibi bir nesne, ölü iskeletinin bir parçası olur-
du.

Gelecek boyunca sürüp giden bir sorundur bu. Fizikötesi
simgeler resme sokulduğunda (sonraları resme ölüm simgesi olarak ger-
çek kafatasları koyan ressamalar da vardır) resim yönteminin katı ve
cansız olması yüzünden bu simgeler, çoğu zaman inandırıcı ya da do-
ğal bir etki uyandıramıyordu.

KENDİNE HAYRANLIK POORTER, 1600-1648



Bu gelenekte yer alan sıradan dinsel resimlere yalancılık havası veren de aynı çelişkidir. Konunun resme geçiriliş biçimi temanın anlatmak istediği şeyi ortadan kaldırıyordu. Yağlıboya, kendine özgü akışından kurtulamadığından sahibine dokunma duygusu zevki vermeden edemiyordu. Şimdi Maria Magdalena'nın şu üç resmine bakalım.

OKUYAN MAGDELEN, AMBROSIUS
BENSON ATOL'YESİ, 1519-1550 ARAŞI AÇIK



MARY MAGDALENE, VAN DER WERFF,
1659-1722



TÖVBE EDEN MAGDELEN,
BAUDRY SALONU, 1859



Öyküde vurgulanan şey Magdalena'nın İsa'yı çok sevdiği, bu yüzden geçmişinden pişmanlık duyduğu, tövbe ederek bedeninin ölümlülüğünü, ruhun ölmezliğini kabul ettiğidir. Oysa resimler, yapılaş biçimleriyle bu öykünün özüne ters bir şey söyler. Resimlere bakılırsa Magdalena'nın yaşamında tövbe edişinin getirdiği o büyük değişim hiç olmamış gibidir. Magdalena'nın ettiği söylenen tövbe yağlıboya resim yöntemiyle gösterilemez. Magdalena her şeyden önce dokunulabilir, istenir bir kadın olarak gösterilmiştir. Burada Magdalena resim yöntemine boyun eğmiş bir nesne durumundadır.

William Blake'in olağanüstü yerini belirtmek ilginç olacaktır burada. Bir çizgi ressamı, bir oyma baskıcı olarak Blake geleneğin kurallarını öğrenerek yetişmiştir. Oysa resim yapmaya başladığında hemen hemen hiç yağlıboya kullanmamıştır. Çizgi resmin geleneksel törelerine bağlı kalmasına karşın yaptığı insan resimlerinin ağırlıklarını yitirmeleri, saydamlaşmaları, birbirlerinden ayıramaz olmaları, yerçekiminden kurtulmaları, görünür ama dokunulmaz olmaları, belli bir yüzey olmaksızın ışık saçmaları, nesnelere indirgenemeyecek insanlar olmaları için her şeyi yapmıştır Blake.

DANTE'İN İLAHİ KOMEDİSİNİN RESİMLERİNDEN, BLAKE,
1757-1827



Blake'in yağlıboyanın 'maddesel yoğunluğu'nu aşmaya çalışması, bu geleneğin anlamını, sınırlarını çok derinden kavramasından doğmuştur.

Şimdi gene iki elçiye, resimde bunların insan olarak bulunuşlarına dönelim. Resmi başka bir biçimde, çerçevenin içinde gösterdikleri düzeyinde değil, dışında gösterdikleri düzeyinde anlamlandırılalım:

ELÇİLERİ, HOLBEN, 1487/8-1543



Resimdeki iki adam kendilerinden emin ve resmidirler: Aralarındaki ilişki açısından bakıldığında rahattırlar. Peki, ressama —ya da bize— bakışları nasıldır? Gözlerinden, duruşlarından, kimse onları tanımasa da olurmuş gibi bir şey okunmaktadır. Sanki başkaları onların değerlerini anlayamazmış gibi bir bakış. Adamların ait olmadıkları bir şeye bakar gibi bir halleri vardır. Onları çevreleyen ama adamların dışında kalmak istedikleri bir şeydir bu. En iyisini düşünürsek onları çevreleyen, onları alkışlayan bir kalabalık, en kötüsünü düşünürsek, rahatlarını kaçıran insanlar olabilir bunlar.

Bu gibi adamların dünyanın geri kalan kesimiyle ilişkileri nelerdir?

Resimde adamların arkasındaki rafta görülen nesneler —imleri çözebilen birkaç kişiye — bu adamların dünyadaki yeri hakkında belli bir bilgi vermek amacıyla konmuştur oraya. Dört yüz yıl sonra biz bu bilgiyi kendi görüşümüze göre yorumlayabiliriz artık.

Üst raftaki bilimsel araçlar denizcilikte kullanılıyordu. Deniz yollarının tutsak ticaretine, ticaret gemilerine açıldığı sıralardaydı bu. Öbür kıtaların zenginlikleri bu gemilerle Avrupa'ya aktarılıyordu. Bu zenginliklerle sonra 'sanayi devrimi'nin çıkış noktası olan anamal birikimi sağlandı.

1519'da Magellan, V. Charles'ın desteğiyle dünyayı dolaşmak için yola çıkmıştı. Magellan'la bu yolculuğu planlayan gökbilimci arkadaşı, kazandıklarının yüzde yirmisini ve ele geçirdikleri topraklardaki yönetim hakkını kendilerine ayıracaklarını İspanya Sarayı'yla yaptıkları bir anlaşmayla saptadılar.

Alt raftaki kure Magellan'ın bu yolculuğunu gösteren yeni bir küredir. Holbein Fransa'da bulunan ve, soldaki elçiye ait olan toprakların adını küreye yazmıştır. Kürenin yanında bir aritmetik kitabı, bir ilâhi kitabı, bir de ut vardır. Bir ülkeyi sömürgeleştirebilmek için insanların Hristiyan yapmak, onlara hesap öğretmek gerekiyordu; böylece onlara dünyada en ileri uygarlığın Avrupa uygarlığı olduğu kanıtlanıyordu. Elbette Avrupa sanatı bunun dışında değildi.



Bu resimde Afrikalı tutsak, efendisine yağlıboya bir resim gösteriyor. Elindeki resimde Batı Afrika tutsak ticaretinin en önemli merkezlerinden birinde bulunan şato görölüyor.

İki elçinin ilk sömürgeleştirme girişimlerine ne ölçüde doğrudan katıldıkları o denli önemli değildir. Burada bizi ilgilendiren onların dünyaya karşı takındıkları tutumdur. Bu da bir sınıfın genel tutumudur. İki elçi dünyanın kendilerine hizmet etmek için var olduğuna inanan bir sınıfın insanlarıdır. En aşırı biçimiyle bu inanç sömürgecilerle sömürgeleştirilenler arasındaki ilişkileri haklı göstermeye yaramıştır.

ERİTANYA'YA İNÇİLERİNİ SUNAN
HİNDİSTAN, 18. YÜZYIL



Sömürgeciyle sömürülen arasındaki bu ilişkiler bir bakıma birbirini bileyerek, güçlendirerek sürmüştür. Sömürülenin sömürenine, sömürenin de sömürülene görünüşü kendisinin taşıdığı insanlık-dışı özelliği doğruluyordu. İlişkide yatan kısır döngü —karşılıklı susuşta olduğu gibi— şu biçimde gösterilebilir:



Resimdeki elçilerin bakışı hem tepeden hem de ürkektir. Bakışlarına karşılık beklemeyiz. İmgelerinin başkalarını hem taşıdıkları koruyucu tavır hem de uzak duruşlarıyla etkilemesini isterler. Eskiden kralar, imparatorlar da insanları bu biçimde etkilerlerdi. Oysa onların imgeleri kendi kişiliklerine bağlı değildi. Burada yeni ve rahatsız edici olan şey uzaklık gösteren bireyselleşmiş imge'dir. Bireycilik eninde sonunda eşitlik düşüncesine yol açıyordu. Oysa eşitliğin düşünölemeyecek bir şey olarak gösterilmesi gerekiyordu.

Bu çatışma resim yapma yönteminde gene ortaya çıkar. Yağlıboya resimlerdeki yüzeysel benzerlik seyirciye resimdeki nesneye —dokunulabilecek ölçüde— yakın olduğu sanısını verir. Resimdeki imge bir insanı gösteriyorsa yakınlık, belli bir kişiye yakın olma duygusu uyandırır.

TOSKANALI İKİNCİ FERDİNAND VE VITTORIA DELLA ROVERE. SUTTERMANS, 1597-1681



Oysa seyirlik yağlıboya portrelerde resim bu uzaklığı belirtmek zorundadır. Bu gelenekteki sıradan portrelerin katı ve cansız olmasına yol açan şey —ressamın teknik yetersizliği değil— bu uzaklıktır. Kendi bakış biçimi açısından yalancılık çok büyüktür, çünkü resme konu olan kişinin aynı anda hem yakından hem de uzaktan görölməsi gerekir.

Benzer bir örnek olarak mikroskop altında incelenen parçaları düşünebiliriz.

Tüm ayrıntılarına dek inceleyebileceğimiz biçimde gözümüzün önündedir bu parçalar, ama onların bizi aynı biçimde gördüklerini düşünmek olanaksızdır.

BAY VE BAYAN WILLIAM AThERTON,
DEVIS, 1711-1787



Ressamın kendi portresi ya da yakın arkadaşlarının seyirlik olmayan portreleri dışında kalan seyirlik portrelerde bu sorun hiç çok zülmemiştir. Oysa gelenek sürdükçe portresi yapılan kişilerin yüzler gittikçe genelleştirilmiştir.

BEAUMONT AİLESİ, ROMNEY, 1757-1802



Yüzler, giysilere uyan birer maskeye dönüşmüştür. Bugün bu gelişmenin son evresini sıradan siyaset adamlarının televizyondaki kukla görüntülerinde izleyebiliriz.

Şimdi kısaca yağlıboya resim türlerinden bazılarını gözden geçirelim. Kendi geleneğinin bir parçası olan ama başka hiç bir gelenekle ortaya çıkmayan yağlıboya resim türleridir bunlar.

Yağlıboya resim geleneğinden önce ortaçağda ressamalar, resimlerinde çoğu zaman altın yaldız kullanırlardı. Sonraları yaldız resimlerde görünmez oldu, yalnız çerçevelere sürüldü. Oysa resimlerin çoğu altın yaldızı ya da parayla satın alabilecek başka şeyleri gösteriyordu. Satın alınabilecek bu mallar sonunda sanat yapıtlarının asıl konusu olup çıktı.

İSTAKOZLU ÖLU DOĞA, DE HEEM, 1606-1684



Burada yiyecekler görülüyor. Böyle bir resmin sanatçının neleri resme geçirebileceklerini göstermekten öte bir anlamı vardır. Sahibinin zenginliğini, alıştığı yaşama biçimini yansıtır resim.

Hayvan resimleri. Bunlar doğal koşullardaki hayvanları değil ne denli değerli olduklarını göstermek üzere cinsleri vurgulanan, cinsleriyle sahiplerinin toplumsal sınıfını vurgulayan davarlardır. (Dört ayaklı ev eşyaları gibi resme geçirilen hayvanlar.)

LINCOLNSHIRE ÖKÜZÜ, STUBBS, 1724-1806



Nesnelerin resimleri. Çok anlamlı bir biçimde sonraları sanat nesneşi (objets d'art) olarak adlandırılan nesneler.

CLAESZ'İN YAPTIĞI SANILAN ÖLÜ DOĞA.
1596/7-1861



Yapıtların resimleri —bazı erken Yenidendoğuş ressam-
larının yapıtlarında olduğu gibi mimarlık bakımından kusursuz olan ya-
pıtları değil— babadan oğula geçen taşınmaz mülkü gösteren yapılar.

SARAY BAHCIVANI ROSE'ÜN II. CHARLES'A
ANANAS SUNUŞU. HEWART'IN DANCERTTAN
YAPTIĞI KOPYA. YAK. 1630-1678/9



Yağlıboya resmin en üstün türü tarihsel ya da mitolojik re-
simlerdir. Yunan mitolojisini ya da tarihsel kişileri gösteren resimler,
ölü-doğalardan, portrelerden ya da açık hava resimlerinden daha değerli
sayılıyordu. Ressamın kendi kişisel şiirini sindirdiği bazı olağanüstü ör-
neklerin dışında bu mitolojik resimler bugün şaşırtıcı bir biçimde boş
gelir bize. Hiç erimeyecek balmumundan yapılmış köhne tabloları bun-
lar. Oysa zamanında bu denli çok tutulmalarıyla taşıdıkları bu boşluk
birbirine doğrudan bağlıdır.



BILGINİN UTKUSU, SPRANGER, 1546-1587



Çok yakın zamanlara dek —bazı çevrelerde bugün bile— klasiklerin incelenmesine büyük önem verilmiştir. Bunun nedeni klasik metinlerin, değerleri ne olursa olsun, yönetici sınıfların üst katmanlarına bir ölçütler dizgesi sağlamasıdır. Yönetici sınıfların üst katmanları kusursuz davranışlarını bunlara bakarak ölçüyorlardı. Klasikler şiir, mantık ve felsefeyle birlikte bir iyi davranışlar dizgesi oluşturuyordu. Bunlar yaşamın yüce anlamını kahramanlık eylemleriyle, gücün onurlu bir biçimde kullanılmasıyla, tutkuyla, gözüpek ölüme gitmekle, soylu bir biçimde zevk peşinde koşmakla —nasıl yaşanması gerektiğini ya da hiç değilse yaşamın nasıl görülmesi gerektiğini örnekliyorlardı.

İyi ama bu resimler yeniden yaratmak istedikleri görünüle-ri canlandırmakta neden böylesine eksik, böylesine yetersiz kalmışlardır? İmgelemi uyandırmaya gerek duymadıkları için elbette. Bu gereksinmeyi duysalardı amaçlarını gerektiği gibi gerçekleştiremezlerdi. Bu resimlerin amacı seyirci sahipleri kendilerinden geçirerek yeni yaşantılara götürmek değil, zaten yaşadıkları şeyleri süsleyip püsleyerek onlara yeniden göstermektir. Böylesi resimleri seyredirken seyirci sahip kendi tutkusunun, kendi eliaçıklığının klasikleşmiş çehresini görmek istiyordu. Resimlerde gördüğü kusursuz görünüler, kendini değerlendirirken ona yardımcı ve destek oluyordu. Bu görünülerde seyirci sahip, kendisinin (karısının ya da kızlarının) soyluluğunu başka bir biçimde yeniden buluyordu.

Bazan klasik giysilerin kullanılış amacı yalındı; örneğin Reynolds'un resminde bir ailenin kızlarının Hymen'i Süsleyen Graceler gibi giydirildiğini görüyoruz.

HYMEN'I SÜSLEYEN ÜÇ GRACE, REYNOLDS, 1723-1792



Bazan da mitolojik sahne seyirci sahibin, kollarını kaldırsa üstüne geçirivereceği bir giysi gibidir. Sahnenin maddesel bakımdan yoğun, bu yoğunluğun arkasında gene de boş olması, 'giyilmesi'ni kolaylaştırıyordu.

VALHALLA'DA NAPOLYON'UN İMAREŞALLERİNİ KARŞILAYAN OSSIAN, GIBRDET, 1767-1824



'Gündelik yaşam' resimleri denen resimler — 'düşük yaşam'ı gösteren resimler— mitolojik resimlerin karşısı olarak görülüyordu. Soy- lu değil, kabaydı bu resimler. 'Gündelik yaşam' resimlerinin amacı — olumlu ya da olumsuz— bu dünyada erdemliliğin toplumsal ve parasal ödülleri değerlendirildiğini kanıtlamaktı. Böylece —çok da pahalı olmayan— bu resimleri satın alabilenler kendi erdemliliklerini doğrula- mış oluyorlardı. Bu tür resimler yeni ortaya çıkan kentsoylular sınıfın- ca çok tutuluyordu. Kentsoylular kendilerine resimdeki kişileri değil re- simde canlandırılan ahlâk dersini yakıştıyorlardı. Burada gene yağlı- boyanın maddesel yoğunluk yanılsaması uyandırma özelliği şu duygu- sal yalanı inandırıcı kılıyordu: Zengin olanlar dürüst ve çalışkan insan- lardı. Hiç bir işe yaramayanlarsa, haklı olarak, hiç bir şeye sahibolami- yorlardı.

MEYHANE, BROUWER, 1605-1638



Andriaen Brouwer bütün bunların dışında kalan bir 'gün- delik yaşam' ressamıydı. Onun ucuz meyhaneleri, bu meyhanelere dü- şen insanları işleyen resimleri acı ve doğrudan bir gerçekçilik taşır. Bu gerçekçilik de o alışılmış duygusal ahlak dersini ta baştan ortadan kal- dırır. Bundan dolayı Brouwer'in resimlerini —Rembrandt ve Rubens gibi birkaç ressamın dışında— kimse satın almamıştır.

Sıradan 'gündelik yaşam' resimleri —Hals gibi bir ustanın elinden çıktıkları zaman bile— çok değişti.

GÜLEN BALIKÇI ÇOCUK, HALS,
1530-1666



BALIKÇI ÇOCUK, HALS, 1580-1666



Yoksul insanlardır bunlar. Yoksullar da sokakta ya da köylerde görülür. Oysa bir evin içinde gösterilen yoksullar insana güvenlik duygusu verir. Bu resimlerdeki yoksullar sattıkları şeyleri sunarken gülümsüyorlar. (Dişleri görünecek biçimde gülümsüyorlar; resimlerde zenginler hiç böyle gülümsemez.) Varlıklılar gülümsüyorlar — kendilerini onlara kabul ettirmek, aynı zamanda bir şey satmak ya da bir iş çıkarmak umuduyla gülümsüyorlar. Böylesi resimler iki şeyi birarada söyler: Yoksullar mutludurlar; varlıklılar dünya için bir umut kaynağıdır.

Yağlıboya resim türleri içinde doğa resimleri savımızın en az uygulanabileceği resim türüdür.

YIKINTILARI GÖSTEREN GENİŞ DOĞA
RESİMİ, RUISDAEL, 1628-1682



Son zamanlarda çevrebilime karşı duyulan ilgi artmaya başlamadan önce doğa, anamalıcılık eylemlerinin nesnesi olarak düşünülüyordu. Anamalıcılığın toplumsal yaşamın, birey yaşamının yer aldığı bir alan olarak görülüyordu yalnızca. Doğanın çeşitli yanları bilimsel incelemelere konu oluyordu; ne var ki bir bütün olarak doğa sahibolunacak bir şey olarak görülmeğe başlanmamıştı henüz.

AĞ ATAN BALIKÇILARI GÖSTEREN
İRMAK RESMİ, VAN GÖYEN, 1596-1656



Bunu daha yalın bir dille de söyleyebiliriz. Gökyüzünün yüzeyi yoktur; bu nedenle dokunulamaz ona. Bir nesneye dönüştürülemez gökyüzü ya da bir nicelik verilemez ona. Doğa resimleri de gökyüzünü, uzaklıkları resme geçirme sorunuyla başlar işe.

İlk gerçek açık hava resimleri —on yedinci yüzyılda Hollanda'da yapılanlar— herhangi bir toplumsal gereksinmeyi doğrudan karşılamayı amaçlamıyordu. (Bunun sonucu olarak Ruysdael aç kaldı, Hobbema resmi bıraktı.) Açık hava resmi, başlangıcından beri öbür resim türlerinden oldukça bağımsız bir etkinlikti. Bu türün ressamı geleneğin yöntem ve ölçütlerini devralarak büyük ölçüde sürdürmek zorunda kaldılar. Oysa yağlıboya resim geleneğindeki her büyük değişiklikte ilk itki hep açık hava resimlerinden gelmiştir. On yedinci yüzyıldan başlayarak görüşte, buna bağlı olarak da yöntemde olağanüstü yenilik yaratanlar Ruysdael, Rembrandt (Rembrandt, daha sonraki yapıtlarında ışığı kullanışını açık hava çalışmalarından edinmiştir), Constable (taslaklarında), Turner ve bu evrenin sonunda Monet ve izlenimciler olmuştur. Bundan başka maddesel bakımdan yoğun, dokunulabilir olan resim bu ressamların yeni buluşlarıyla yavaş yavaş yoğunluğu olmayan, dokunulamaz resme doğru kaymıştır.

Yağlıboya resimle mülk arasındaki özel ilişkiler açık hava resminin gelişmesinde de belli ölçüde etkili olmuştur. Gainsborough'un çok tanınan Bay ve Bayan Andrews resmini ele alalım.

BAY VE BAYAN ANDREWS, GAINSBOROUGH, 1727-1788



Kenneth Clark Gainsborough'nun resmi üzerine şunları yazıyor.

Ressamlığa ilk başladığı sırada gördüklerinden aldığı zevk yüzünden Gainsborough, resimlerine Bay ve Bayan Andrews'u oturttuğu mısır tarlasına benzer çok duyarlı bir biçimde yansıttığı doğa görünürleri koymuştur. Bu büyüleyici resim öylesine büyük bir sevgi ve ustalıkla yapılmıştır ki Gainsborough'nun aynı çizgiyi geliştirerek sürdürmesini bekleriz. Oysa Gainsborough gördüklerini resmetmekten vazgeçmiş, uyumlu resim yapma geleneğini benimsemiş, kendine özgü bu biçemiyle ün kazanmıştır. Gainsborough'nun yaşamöyküsünü yazarlar son zamanlarda portre ressamlığının onun doğa resmi yapmasına zaman bırakmadığını söylemişlerdir. Gainsborough'nun ünlü mektubundan aldıkları ve onun portrelerden bıktığını, Voil de Gamba'sını alıp sevimli bir köye giderek doğa resmi yapmak istediğini söyleyen alıntıyla, olanak bulsaydı Gainsborough'nun gerçekçi bir açık hava ressamı olacağını kanıtlamak istemişlerdir. Oysa Viol de Gamba'dan söz eden bu mektup Gainsborough'nun Rousseau'culuğunun bir parçasıdır. Gainsborough'nun bu konudaki gerçek düşünceleri, kendisinden özel parkının resmini yapmasını isteyen bir zengin

* Kenneth Clark. *Doğa Resminin Sanata Girişi* (John Murray Londra)

alıcıya yazdığı mektuptadır: "Bay Gainsborough, Lord Hardwicke'e en derin saygılarını sunar ve Sayın Lordlarına her türlü hizmete hazır olduğunu bildirir, ama Doğa'dan **gerçek görünümler** resmetmeye gelince, kendisi Gaspar ya da Claude'un kötü öykünmelerine yakın bir konu bulamamıştır henüz bu ülkede."

Lord Hardwicke neden özel parkının resmini yaptırmak istemiştir? Bay ve Bayan Andrews neden portrelerinin arkalarında topraklarından bir parçanın da görüldüğü bir resime oturtulmasını istemişlerdir?

Bay ve Bayan Andrews Rousseau'nun düşündüğü Doğa içinde yaşayan bir çift değildir. Toprak ağasıdır. Çevrelerindeki her şeye karşı edindikleri ağalık tutumu duruşlarından, yüz ifadelerinden okunur.



Profesör Lawrence Gowing Bay ve Bayan Andrews'un mülke düşkün oldukları savını kızgınlıkla çürütmeğe çalışıyor:

Bizlerle iyi resimlerin apaçık anlamları arasına John Berger, bir kez daha girmeden, izninizle Gainsborough'nun Bay ve Bayan Andrews'unda bu kişilerin arkalarındaki toprakla o toprağın sahibi olmaktan daha başka bir ilişki içinde olduklarını gösteren kanıtlar bulunduğunu belirteyim. Gainsborough'nun yolgöstericisi Francis Hayman'ın aynı sıralarda Gainsborough'nunkine çok benzeyen bir konuyu işlediği resminde gösterdiği gibi, böyle resimlerdeki insanlar 'Büyük İlke'den... bozulmamış ve çarpıtılmamış **Doğa**'nın gerçek ışık'ı üzerine felsefi düşüncelere dalmaktan büyük zevk alıyorlardı.

Profesör'ün savı, sanat tarihini bulandıran karmakarışıklığı gösteren çok iyi bir örnek olduğundan buraya alınmaya değer. Bay ve Bayan Andrews'un çarpıtılmamış Doğa karşısında felsefi düşüncelere dalmaktan zevk aldıkları doğru olabilir elbette. Ama bu gene de, onları kendini beğenmiş toprak ağaları olmaktan alıkoyamaz. Çoğu zaman özel toprakların sahibi olmak felsefi düşüncelere dalmaktan zevk almanın ön koşuludur. Bu zevk de soylu toprak ağaları arasında oldukça yaygın bir şeydir. Oysa bu insanların zevk aldığı bozulmamış ve çarpıtılmamış doğa öbür insanların doğasını kapsamıyordu. O zamanlarda ağanın arazisindeki hayvanları çalmanın ya da avlamanın cezası sürgündü. Birisi patates çalarsa bunun cezası, kendisi de bir toprak ağası olan yargıcın buyruğuyla kamçılanmaktı. Doğal sayılan şeyler konusunda çok kesin belirlenmiş mülk sınırlamaları vardı.

Vurgulamaya çalıştığımız şey, Bay ve Bayan Andrews'un, portrelerinden aldıkları zevk arasında kendilerini toprakağası olarak görmenin verdiği zevkin de bulunduğuudur. Resimde topraklarını tüm maddeselliği içinde yansıtan yağlıboyanın kullanılması da bu zevki artırmıştır. Bize ekin tarihinde bunun önemsiz bir şey olduğu öğretildiğinden bu gözlemi burada altını çizerek belirtmemiz gerekiyor.

Avrupa yağlıboya resmini burada gözden geçirişimiz çok kısa, bu yüzden de üstünkörü oldu. Gerçekte yaptığımız bir inceleme taslağından öteye gidemedi —bu tür bir incelemeye belki başkaları girer. Ama incelemenin çıkış noktası açıklığa kavuştu sanıyorum. Yağlıboya resmin kendine özgü nitelikleri nedeniyle, görülen şeylerin resme geçirilmesinde özel bir töreler dizgesi oluştu. Bu törelerin toplamı yağlıboya resmin yarattığı görme biçimleridir. Çoğu zaman çerçevesi içindeki yağlıboya resmin dünyaya açılan düşsel bir pencere olduğu söylenmiştir. Bu da, kabaca dört yüzyıl içinde oluşan tüm biçem değişikliklerini (Yapmacıkcılık, Barok, Yeni Klasikçilik, Gerçekçilik, vb.) içine alarak geleneğin kendisini nasıl değerlendirdiğini gösterir. Söylemek istediğimiz şey şudur: Avrupa yağlıboya resim ekini bir bütün olarak ele alınır, bu ekinin kendini değerlendirişi bir yana bırakılırsa o zaman yapılan resmin dünyaya açılan çerçeveli bir pencere değil daha çok duvara gömülmüş bir kutu, görünülerin içinde saklandığı bir kasa olduğu anlaşılabacaktır.

Bizi sürekli mülkten söz etmekle suçluyorlar. Bunun tam tersidir doğru olan. İncelediğimiz toplumun, ekinin ta kendisidir mülkten başka bir şey düşünmeyen. Ne var ki bir şeye saplanıp kalan kişiye saplantısı, nesnelerin doğasında varmış gibi gelir. Bu yüzden de o şey, olduğu gibi algılanamaz hiç bir zaman. Mülkle Avrupa ekinde ortaya çıkan sanat arasındaki ilişkiler bu ekine doğal gelmektedir. Bu yüzden birisi çıkıp da belli bir ekinel alanda mülk çıkarlarının ne denli yaygın olduğunu gösterdiğinde bu tutum, gerçeği gösterenin saptantısı olarak yorumlanıyor. Böyle bir yorum, Ekinel Kurum'un benimsediği kendi yalancı imgesini bir süre daha sürdürmesine yardım ediyor.

Yağlıboya resmin temel özelliği, 'gelenek'le bu geleneğin 'ustaları' arasındaki ilişkinin hemen hemen herkesçe yanlış yorumlanması yüzünden karanlıkta kalmıştır. Olağanüstü koşullarda olağanüstü sanatçılar bu geleneğin ölçütlerinden kurtulmuş, geleneğin değerlerine taban tabana zıt yapıtlar vermişlerdir. Öte yandan aynı sanatçılar geleneğin en üstün temsilcileri olarak tanıtılmışlardır: Ölümünden sonra geleneğin bu ressamı içine alması, onların yarattıkları küçük yöntem yeniliklerini benimsemesi, her şeyi temelde sanki hiç bir şey değişmemiş gibi sürdürmesi sanatçıların yanlış tanıtılmasını daha da kolaylaştırmıştır. Rembrandt, Vermeer, Poussin, Chardin, Goya ya da Turner'ı gerçekten izleyenlerin değil de yalnızca yüzeysel olarak onlara öykünenlerin bu denli çok olması bundandır.

Bu gelenekten bir 'büyük sanatçı' tipi doğmuştur. Büyük sanatçı yaşamını güçlüklerle savaşıarak geçiren birisidir. Maddesel koşullarla, anlaşılacakla, biraz da kendisiyle savaşıarak yaşayan birisi. Bu sanatçı Melek'le gürleşen Yakup olarak düşünölmüştür. (Bunun örnekleri Michelangelo'dan Van Gogh'a dek uzanır.) Sanatçı başka hiç bir ekinde böyle düşünölmemiştir. Öyleyse bu ekinde neden böyle düşünöüyor? Açık sanat pazarında geçerli olan koşullardan daha önce söz etmiştik. Bu savaş yalnızca yaşama savaşı değildir. Çünkü sanatçı resmin maddesel mülkü, mülkle birlikte toplumsal sınıfı kutlamaktan başka bir şey yapmadığını anladıkça içinde bulunduğı geleneğın yorumuna, kendi sanatının anlatım diline ters düştüğünün de bilincine gittikçe daha çok varıyordu.

Olağanüstü yapıtlarla sıradan yapıtların oluşturduğu iki tür resim, bu savın açıklanması açısından önemlidir. Ama söz konusu iki tür eleştirel ölçütler olarak mekanik bir biçimde uygulanmaktadır. Eleştirmen bu uyumsuzluğun neden doğduğunu kavramalıdır. Her olağanüstü yapıt başarıyla biten uzun bir savaşın sonunda doğmuştur. Böyle bir savaş verilmeksizin sayısız sıradan yapıt yapılmıştır. Bunların yanında, çok uzun sürmüş ama başarısızlıkla sonuçlanmış başka savaşlar da verilmiştir.

Görüşü geleneğe göre biçimlenmiş belki de on altısından. beri çırak ya da öğrenci olarak çalışmış bir ressamın kendi görüşünü olduğu gibi kabul edebilmesi, bu görüşü o zamana dek kullandığı uygulamalardan kurtarabilmesi gerekiyordu. Kendisini ressam yapan ölçüleri tek başına ele alıp değerlendirebilmesi gerekiyordu. Ressamlara yakıştırılan görme biçiminden kurtulmuş bir ressam olarak görebilmesi gerekiyordu kendisini. Bu da o ressamın kendisini, başka hiç kimse nin önceden göremediğı bir şeyi yaparken görmesi demektir. Bunu gerçekleştirebilmek için ne büyük bir çaba gerektiğini Rembrandt'ın kendi portrelerinde de görebiliriz:



Bunların birincisi 1634'te Rembrandt yirmi sekiz yaşındayken, ikincisiyse otuz yıl sonra yapılmıştır. Oysa bu iki resim arasındaki ayırım, aradan geçen yılların ressamın görünüşünde, kişiliğinde yarattığı değişiklikten çok daha başka bir şeydir.

SASKIA'YLA BİRLİKTE KENDİ PORTRESİ, REMBRANDT,
1606-1669



Birinci resmin Rembrandt'ın yaşamını gösteren dizi içinde özel bir yeri var gibidir. Rembrandt bunu evliliğinin ilk yılı içinde yapmıştır. Resimde karısı Saskia'yı gösteriyor bize. Saskia altı yıl sonra ölecektir. Bu resimde sanatçının, yaşamının mutlu evresini özetlediği söylenir. Oysa insan, duygusallığı bir yana bırakarak yaklaştığında resimdeki mutluluğun hem biçimsel hem de yaşanmayan bir şey olduğunu görecektir. Rembrandt burada, geleneksel yöntemleri geleneksel amaçlar için kullanmıştır. Kendisine özgü biçemi belli belirsiz başlamıştır. Ama bu, geleneksel rolleri oynayan yeni bir oyuncunun biçiminden öte bir şey değildir henüz. Bütün olarak resim modelin talihliliğini, toplumsal sınıfını, zenginliğini gösteren bir reklamdır. (Burada model, Rembrandt'ın kendisidir.) Bu tür reklamların hepsi gibi bu da içtenlikten yoksundur.

KENDİ PORTRESİ, REMBRANDT, 1606, 1669



İkinci resimde Rembrandt, geleneği kendisinden yana çevirmiştir. Geleneğin dilini koparıp almıştır elinden. Yaşlı bir adamdır artık burada Rembrandt. Var olma sorununun sezilmesi —bir sorun olarak varoluş— dışında her şey yok olmuştur. Rembrandt'ın içindeki ressam —bu yaşlı adama göre hem üstünlükleri hem de eksiklikleri olan birisi— yalnızca bu sorunu anlatmanın yollarını bulmuştur. Üstelik bunu, özellikle bu sorunu dışarda bırakmak amacıyla geliştirilmiş bir geleneğin araçlarını kullanarak başarmıştır.



AVRUPA'YI DESTEKLEYEN AFRIKA VE AMERIKA





MISIR KOÇANLARINI SOLDURAN KÜF HASTALIĞI



ROTUNDA'DA RESİM VE TUTSAK SATIŞI, NEW ORLEANS,
1842

















BEYAZ ÇORAPLI KIZ



SEN KIYISINDA İKİ KIZ

YIKIŖIŖTA ROMALIAR



SALON



MADAM CAHEN D'ANVERS



MIDDEL ONDINE





AZİZ ANTHONY'NİN KANDIRILIŞI



LA FORTUNE



CADILARPI, AYINI



PSYCHE'NİN YIKANIŞI



Yaşadığımız kentlerde hepimiz her gün yüzlerce reklam imgesi görürüz. Karşımıza bu denli sık çıkan başka hiç bir imge yoktur.

Tarihte başka hiç bir toplum böylesine kalabalık bir imgeler yığını, böylesine yoğun bir mesaj yağmuru görmemiştir.

İnsan bu mesajları aklında tutabilir ya da unutabilir; ama gene de okumadan görmeden edemez. Bir an için de olsa bu mesajlar belleğimizi imgeleme, anımsama ya da beklentiler yoluyla uyarırlar. Reklam imgesi anlıktır. Onu bir sayfayı çevirirken, bir köşeyi dönerken, ya-

nımızdan bir araç hızla geçerken görüveririz. Tecimsel reklamların bitmesini beklerken televizyon perdesinde çarpar gözümüze. Hiç durmadan yenilenip durmaları, zamana uydurulmaları bakımından da anlıktır reklam imgeleri. Oysa hiç bir zaman o anda söz edilmez reklamlarda. Çoğu zaman geçmişten, her zaman da gelecekten söz edilir.



Bu imgelerin bize seslenip durmasına öylesine alışmışızdır ki üzerimizde yaptıkları etkinin tümüne pek dikkat etmeyiz. Belli bir imge ya da mesaj içimizden birinin dikkatini bugünlük çekebilir çünkü o kişi o özel şeye ilgi duymaktadır. Oysa hepimiz reklam imgelerinin tümünü bir iklim özelliği gibi doğal kabul ederiz. Örneğin bu imgelerin içinde yaşadığımız ana bağlı olmaları, buna karşılık gelecekten söz etmeleri üzerimizde, çok alıştığımız bu yüzden de dikkat etmediğimiz garip bir etki yaratır. Çoğunlukla —yürürken, yolculuk ederken, bir sayfayı çevirirken— imgenin önünden geçen bizizdir aslında. Televizyon perdesinde durum biraz değişiktir; o zaman bile imgeyi görmemek bizim elimizdedir —reklama bakmayız, sesi kısarız ya da mutfığa kahve pişirmeye gideriz. Bütün bunlara karşın reklam imgeleri uzak bir istasyona doğru koşan hızlı trenler gibi durmaksızın önümüzden geçiyor—muş izlenimi bırakır. Biz dururuz; onlar hareket eder —gazete atılınca ya, televizyon programı bitinceye ya da reklam afişinin üstüne yenisi yapıştırılınca dek böylece sürer gider bu.

Reklamların, çoğu zaman, halka (alıcıya), becerikli yapımcılara —ve böylelikle ulusal ekonomiye— yararlı bir yarışma aracı ol-

duğu savunulur. Özgürlükle çok yakından ilgili bir savdır bu: alıcının seçme özgürlüğü, üreticinin girişim özgürlüğü gibi özgürlüklerle. Anamalcılığın egemen olduğu kentlerde tüketim maddelerinin oluşturduğu büyük yığınlar ve reklam ışıkları, 'Özgür Dünya'nın sunduğu hemen göze çarpan görsel imgelerdir.



Dođu Avrupalılar'ın birçokları için Batı'daki bu imgeler Dođu'da onların sahibolamadıkları şeyleri özetler gibidir. Reklamın insanlara özgür seçme hakkı verdiğini sanılır.

Reklamlarda bir tür ürünün, bir firmanın öbürüyle yarıştığı doğrudur; ne var ki her reklam imgesinin öbürünü güçlendirdiği, hızlandırdığı da doğrudur. Reklamlar yalnızca birbiriyle yarışan bir mesajlar topluluğu değildir. Reklam, hep o aynı hiç değişmeyen o genel öneriyi yapmak için kendi başına kullanılan bir dildir. Reklamlarda şu kremle bu krem, şu arabayla bu araba arasında bir seçme yapmaya çağırılır; oysa dizgesel olarak ele alındıklarında reklamlar bir tek şeyi önerir her zaman.

Reklamlarla her birimize bir nesne daha satın alarak kendimizi ya da yaşamlarımızı değiştirmemiz önerilir.

Aldığınız bu yeni nesne der reklam, sizi bir bakıma daha zenginleştirecektir —aslında o nesneyi almak için para harcayarak biraz daha yoksullaşacak olsanız bile!

Reklam, yüzeysel görünüşü değişmiş, bunun sonucu olarak kıskanılacak duruma gelmiş insanları göstererek bizi bu değişikliğe inandırmaya çalışır. Kıskanılacak durumda olmak, çekici olmak demektir. Reklamcılık çekicilik üretme sürecidir.



Burada reklamın kendisini, reklamı yapılan nesnenin bize getireceği zevk ya da yararları birbirine karıştırmamak gerekir. Reklamın yarattığı etki gerçeğe yaslanmasındandır. Giysiler, şampuanlar, arabalar, güzelleştirici boya ve kremler, güneşli tatil yerleri gerçekten zevk alınacak şeylerdir. Reklam, içimizde yatan doğal bir zevk açlığını işleyerek girer işe. Ne var ki gerçek zevk nesnesinin aslını sunamaz bize: o zevkin aynı olan, o zevkin yerini tutabilecek ölçüde doyurucu başka bir şey yoktur. Reklam ılık, uzak bir denizde yüzmenin zevkini ne denli inandırıcı gösterirse, seyirci-alıcı, o denizden kilometrelerce uzak olduğunun o denli bilincine varacak, o denizde yüzme olanağının o denli az olduğunu anlayacaktır. İşte bunun içindir ki reklam, alıcıya sunduğu ürün ya da olanağı gerçekten gösteremez; alıcı da daha tatmamış olmalıdır bunları. Reklam hiçbir zaman bilinen bir zevkin alıcıya yeniden tattırılması olamaz. Reklam hep gelecekteki alıcıya seslenmek zordur. Alıcıya satmaya çalıştığı ürünle ya da olanakla çekicilik kazanmış olan kendi imgesini yansıtır. Bu imgeyle alıcıda, kendisinin gelecekte olabileceği durumu özleten bir kıskançlık uyandırır. Bu kıskanılabilir Ben'i yaratan nedir öyleyse? Başkalarının duyduğu kıskançlıktır elbette. Reklam nesneleri değil toplumsal ilişkileri amaçlar. Reklam, zevk değil mutluluk vadeder bize: dışardan, başkalarının gözüyle görülen bir mutluluk. Kıskanılmanın getirdiği bu mutluluk da çekicilik yaratır.



Kıskanılmaksa insanda, ancak yalnız başına tadılabilecek bir kendine güven duygusu yaratır. Bu duygu da yaşantınızı, sizi kıskananlarla paylaşmamanızdan gelir. İnsanlar size ilgiyle bakarlar, oysa siz onlara öyle bakmazsınız —bakacak olursanız o denli kıskanmazlar ki sizi! Bu bakımdan, kıskanılanlar bürokratlara benzerler; ne ölçüde kişiliksiz olurlarsa (hem kendilerinin hem de başkalarının gözünde) o denli büyüyecektir güçlülükleri, aldatmacaları onların. Gerçek olmayan bu mutluluklarında çekiciliğin gücü ‘yatar’: bürokratin aslında olmayan, var-sayılan yetkesinde yatan gücüdür bu. Çekicilik imgelerinin çoğunda görülen boş, belli bir yere yönelmemiş bakışlar başka türlü açıklanamaz. Bu imgelerdeki insanlar yaşamalarını sağlayan bu kıskanç bakışlara görmemezlikten gelerek bakarlar.



Seyirci alıcının, ürünü edindiği zaman erişeceği durumuna bakarak kendini kıskanması beklenir. O ürünle, başkalarının kıskanacağı bir nesne durumuna dönüştüğünü düşünmesi amaçlanır. Bu kıskançlık, onda kendini beğenme duygusunu güçlendirecektir. Bunu başka türlü de anlatabiliriz: reklam imgesi alıcıdan, aslında onun kendisine karşı duyduğu sevgiyi çalar; sonra da bu sevgiyi ona, alacağı ürünün fiyatına yeniden satar.



Reklam dilinin fotoğraf makinasının bulunmasına dek geçen zaman içinde yağlıboya resimde Avrupa'da dört yüzyıl boyunca egemen olan dille ortak bir yanı var mıdır?

Yanıtı apaçık ortada duran bir sorudur bu. Kesintisiz bir süreklilik söz konusudur bu alanda. Ne var ki bu süreklilik ekin sel endişelerle biraz göigelenmiştir. Sürekliliğin yanında çok büyük bir ayrım da söz konusudur. Bu ayrım ayrıca incelenmeye degecek ölçüde önemlidir.

Reklamlarda eski sanat yapıtlarına uzanan çizgiler görülür. Bazan reklam imgesinin tümü çok ünlü bir resmin açık bir benzeridir.



Reklam imgelerinde, mesaja çekicilik ya da güçlülük katmak amacıyla yontu ya da resimler kullanılır. Vitrinlerde sergilenen nesnelerin yanına çoğu zaman çerçevesiz resimler asılır.

Reklamlara 'alınan' her sanat yapıtı, iki işi bir arada görür. Sanat bir zenginlik simgesidir; güzel yaşam demektir: Dünyanın zenginlere, güzellere sunduğu değerli nesnelerinin bir parçasıdır.



Oysa sanat yapıtları ekinel üstünlüğü bir tür soyluluğu, giderek bir tür akıllığı da düşündürür. Bunlar, sıradan nesnelerden üstündür. Yağlıboya resim ekinel kalıtın bir parçasıdır, ince zevkleri olan bir Avrupalı olduğunuzu size anımsatan bir şeydir. Böylece reklamın içine konan (bu yüzden de reklamın çok işine yarayan) sanat yapıtı birbirleriyle çelişen iki şeyi aynı anda söyler bize: Zenginlik ve üstünlük gösteren o reklam ürününün hem lüks, hem de ekinel değer taşıyan bir şey olduğu imlenmiş olur. Aslında reklamcılar yağlıboya resim geleneğini, sanat tarihçilerinin çoğundan daha iyi anlamışlardır. Sanat yapıtıyla, seyirci sahip arasındaki ilişkilerin niteliğini kavramışlar, bu ilişkileri seyirci alıcıyı kandırmakta, onun gururunu okşamakta kullanmışlardır.

Gene de yağlıboya resim geleneğinden reklamlara bu yolla geçiş, bazı resimlerin 'alıntı olarak' kullanılmasından daha da derinlere işlemiştir. Reklamlarda da büyük ölçüde yağlıboya resim dili kullanılır. Aynı şeylerden aynı dille söz edilir. Bazan görsel benzerlikler öylesine yakındır ki insan 'Tıpatıp!' diye bağırabilir —eş imgeler ya da ayrintılar neredeyse aynıyla yanyana konmuştur.





Ne var ki bu yalnızca resimsel imgelerin etkisi açısından değil, kullanılan imgeler dizisi açısından da önemlidir.

Bu kitapta verilen reklam imgeleriyle yağlıboya resimdeki imgeleri karşılaştırın; elinize resimli bir dergi alın ya da, vitrinlerde sergilenen nesneleri seyrederek pahalı dükkânların bulunduğu bir cadde-
den geçin. Sonra da resimli bir müze katalogunu karıştırın. Bunların her ikisinde de mesajların nasıl benzer yollarla verildiğine bakın. İyiden iyiye incelenmesi gereken bir konudur bu. Biz burada yalnızca bu benzerliğin araçlarla amaçlarda çok çarpıcı bir biçimde ortaya çıktığını bir kaç alandan söz etmekle yetinebiliriz ancak.

Modellerle (mankenlerle) mitoloji kişilerinin hareketlerindeki benzerlik.

Saflığın yeniden kazanılabileceği bir yer yaratmak amacıyla doğanın (yapraklar, ağaçlar, su) romantik bir biçimde kullanılışı.

Akdenizin sıcak, özlem uyandıran çekiciliği.

Kalıplaşmış kadın tiplerini gösteren pozlar: Dingin anne (madonna),

uçarı sekreter (kadın oyuncu, kralın metresi), kusursuz evsahibesi (seyirci sahibin karısı), cinsel nesne (Venüs, ürken su perisi), vb.

Kadın bacaklarının cinsellik açısından özellikle vurgulanması.

Lüks kullanım özelliği taşıyan malzemeler: oyma madenler, kürkler, maroken. vb.

Sevgililerin, seyirci düşünülerek önden verilmiş kucaklaşmaları.

Yepyeni bir yaşam sunan deniz.

Erkeklerin, zenginliği ve güçlülüğü gösterecek biçimde duruşları.

Uzaklığın - gizemlilik yaratacak biçimde —perspektifle verilmesi.

İçmenin başarıyla eşitlenmesi.

Şövalyenin (atlının) araba sürücüsüne dönüşmesi.

Reklamlarda yağlıboya resim dilinin görsel anlatımına neden bu denli çok başvuruluyor?

Reklam tüketici toplumun yarattığı ekindir. Toplum böylece kendine olan inancını imgeler yoluyla çoğaltarak sürdürür. Bu imgelerde yağlıboya dilinin kullanılmasının bir çok nedeni vardır.

Yağlıboya resim her şeyden önce özel mülke sahibolmanın sevincini yansıtıyordu. Bir sanat türü olarak yağlıboya resim, neyin varsa sen osun ilkesinden yola çıkmıştı.

KARISI, KIZKARDEŞİ VE GELECEKTENİ
PARMA NIN III CARLO SUYLA,
BİRLİKTE CARLO LODOVICO DI
BORBONE İMZASIZ, 19. YÜZYIL



Reklamı, Yenidendoğuş sonrası Avrupa görsel sanatının devamı olarak düşünmek yanlıştır; o sanat türünün can çekişmesidir reklam.



Is It Rationing? Or a Real Armstrong Ration?

Reklam özünde özlem uyandırıcı bir şeydir. Geçmiş geleceğe satmaktır görevi. Kendi söylediklerinin ölçüsünü kendisi tutturamaz. Bu yüzden nitelikle ilgili her reklam ister istemez geriye dönüşlüdür, gelenekseldir. Bütünüyle çağdaş bir dil kullanacak olsa, reklam hem kendine güvenini, hem de inandırıcılığını yitirir.

Sıradan seyirci alıcının geleneksel eğitimi kendi çıkarına kullanması gerekir reklamın. Seyirci alıcının okulda tarih, mitoloji, şiir olarak öğrendikleri, çekicilik üretiminde kullanılabilir. Purolar bir kral adıyla, iç çamaşırları Sfenks'le ilgi kurularak, yeni bir araba yazlık bir konağın önüne yakıştırılarak satılabilir.



Bu belli belirsiz tarihsel, şiirsel ya da ahlâksal imlere yağlıboya resim dilinde her zaman raslanır. Bunların belirsiz, giderek anlamdan yoksun oluşları belli bir yarara dönüktür; anlaşılır olmamalıdır bu imgeler; aslında yalnızca yarım yamalak öğrenilmiş olan ekinel dersleri anımsatmalıdır. Reklamcılık, tüm tarihi mitolojiye dönüştürür; ne var ki bunu, etkili bir biçimde yapabilmek için tarihsel boyutları olan görsel bir dil kullanmak zorunda kalır.



Son zamanlarda geliştirilen bir teknikle yağlıboya resim dilini reklam klişelerine çevirmek kolaylaşmıştır. Bu teknik gelişme, on beş yıl kadar önce ucuz renkli fotoğrafın bulunmasıdır. Belli nesnelerin rengi, dokusu, canlılığı resme geçirilebilir olmuştur böylece. Seyirci sahip için yağlıboya resim neyse, seyirci alıcı için de renkli fotoğraf

aynı şeydir. Bunların ikisinde de imgelerdeki gerçek nesneyi ele geçirebileceği duygusunu alıcıya vermek için büyük ölçüde dokunabilirlik yaratma yoluna başvurulur. Her iki durumda da alıcıda uyanan bu, imgelere neredeyse dokunuvacakmış duygusu, ona gerçek nesneyi ele geçirebileceğini ya da gerçekten ele geçirdiğini düşündürür.

İÇİ KADEHLERİYLE ÖLÜ DOĞA CLAESZ, 1598/7-1661



Sierra . Le soleil de midi .

arcoroc *

Anlatım dilinin böyle kesintisiz sürmesine karşın reklamın işlevi gene de yağlıboya resmin işlevinden çok başkadır. Seyirci alıcı dünyayla, seyirci sahibinkinden çok değişik bir ilişki içindedir.

Yağlıboya resim sahibin mülkleri arasında, onun yaşamı içinde, zaten tadını çıkarmakta olduğu nesneleri gösteriyordu. O sahibin bir insan olarak değerli olduğu duygusunu doğruluyordu. Zaten içinde bulunduğu durumda kendi gözünde kendi imgesini güçlendiriyordu. Gerçeklerden, onun yaşamının gerçeklerinden yola çıkıyordu. Sonra, sahibin gerçekten içinde yaşadığı yapıların iç duvarlarını süslüyordu bu resimler.



Reklamın amacıysa, seyircide içinde bulunduğu yaşamdan bir ölçüde, memnun olmadığı duygusunu kamçulamaktır. Toplumun yaşamında değil, kendi özel yaşamında bir eksiklik duymalıdır seyirci. Reklam seyirciye, sunulan nesneyi aldığı anda yaşamın daha iyi olacağını söyler; ona içinde bulunduğu yaşamdan daha iyi bir yaşam önerir.



Yağlıboya resim pazardan para kazananlara satılmak amacıyla yapılıyordu. Reklamlarsa (önce işçi, sonra da alıcı olarak) pazarı oluşturan insanların sırtından iki kat kâr sağlayan, aynı zamanda tüketici üretici de olan seyirci alıcıya yöneltiştir. Reklamların pek girmediği yerler yalnızca çok zenginlerin çevreleridir; onlar da zaten paralarını kendilerine saklarlar.

Bütün reklamlar huzursuzluk duygusunu işler. Her şey para-
raya dayanır; parayı ele geçirmek huzursuzluğu yenmek demektir.



New Scotland Savings Certificate (1)



New Scotland Savings Certificate (2)



New Scotland Savings Certificate (3)

Reklamın dayandığı temel huzursuzluk şu korkudan doğar:
Hiçbir şeyin yoksa sen de bir hiç olursun.

Derek died broke.
And that
broke
his wife.



scottish
amicable

Para yaşamdır. Parasız aklıktan öleceksiniz demek de-
ğildir bu. Anamalin insana, başka bir sınıfın tüm yaşamı üzerinde egemen-
lik sağlaması demek de değildir. Paranın her türlü insan yeteneğini gös-
teren bir şey, bunlara giden yolu açan bir anahtar olması demektir. Pa-
ra harcama gücü, yaşama gücüyle bir tutulur. Reklamlarda anlatılan ma-
sallara bakılırsa, para harcama gücü olmayanları gerçekten kimse sev-
mez. Para harcama gücü olanlarsa sevilir.



Already one man in 21 has a different kind of spending power

Her türlü ürünü ya da hizmeti satabilmek amacıyla reklamlarda cinselliğe gittikçe daha çok başvuruluyor. Ne var ki bu cinsellik hiçbir zaman kendi başına, özgür bir cinsellik değildir. Cinsellikten daha büyük bir şeyin, yaşarken istediğimiz her şeyi ele geçirebileceğimiz güzel bir yaşamın simgesidir. Satın alabilecek durumda olmak cinsel bakımdan istenir olmakla eşitlenir. Bazan bu yukardaki Barclays Bankası reklamında gördüğümüzümüz gibi apaçık verilen bir mesajdır. Ama çoğu zaman gizlenir mesaj: bu ürünü satın alabiliyorsanız sevilen birisi olacaksınız. Alamıyorsanız sevilmeyeceksiniz.

Reklam açısından şimdi, tanımı gereği yetersiz kalır. Yağlıboya resimler geleceğe kalacak kayıtlar olarak düşünülmüştü. Bir resmin sahibine verdiği zevkte biraz da kendisinin o zamanki imgesini gelecekteki çocuklarına götüreceği umudu yatıyordu. Bu yüzden yağlıboya resimde şimdiki zaman resme geçiriliyordu. Ressam gerçekten olsun, imgeleminden olsun, önünde olanları resmediyordu. Geçici olan reklam imgesindeyse yalnızca gelecek zaman kullanılır. Bu nesneyle çekici olacaksınız. Bu çevrede tüm ilişkileriniz mutlu, pırıl pırıl olacak.



Buyuk ölçüde işçi sınıfına seslenen reklamlarda, satılan özel ürünün kişiyi baştan aşağıya değiştireceğinden söz edilir (Külkedisi); orta sınıfa yönelik reklamlardaysa bir ürünler dizisiyle yaratılacak genel havanın içinde doğacak değişik ilişkiler vurgulanır. (Büyülü Saray).



Giffon a whole new way of life.



Reklamlarda gelecek zamanla konuşulur, oysa geleceğe ulaşma anı sürekli olarak ertelenir durur. Öyleyse nasıl oluyor da inanılır — ya da yaptığı etkiyi sürdürecektik ölçüde inanılır — olabiliyor reklamlar. Reklamlar inanılır oluyor çünkü burada söylenenlerin doğruluğu, söz verilen şeylerin gerçekleşebilirliğinden değil, uyandırdığı düşlerin seyirci alıcının düşleriyle çakışmasından doğuyor. Reklam temelde gerçeğe değil, düşlere dayanıyor.

Bunu daha iyi anlamak için çekicilik kavramına dönmemiz gerekir



Çekicilik çağımızda yaratılmış bir şeydir. Yağlıboya resmin çok tutulduğu zamanlarda çekicilik diye bir kavram yoktu. İncelik, şıklık, güçlülük gibi nitelikler buna benzeyen ama temelde çok değişik bir şey oluşturuyordu.

BAYAN SIDDONS, GAINSBOROUGH, 1727-1766



Burada Gainsborough'nun yorumuyla gösterilen Bayan Siddons'ın imgesi çekici değildir; çünkü kıskanılacak birisi, bu nedenle mutlu birisi olarak sunulmuyor bize. Bayan Siddons zengin, güzel, yetenekli, talihli bir kadın olarak görülebilir. Ama bu nitelikler onun kendisininidir; böylece kabul edilmiştir. Bayan Siddons'ın burada yansıtılan durumu başkalarını ona benzemeye kıskırtmak için yaratılmış bir durum değildir. Başkalarının kıskançlığını körüklemek için yaratılmış bir karikatür imgesi değildir o — oysa Andy Warhol Marilyn Monroe'yu böyle kullanmıştır.

MARILYN MONROE, ANDY WARHOL



Çekicilik, kişisel ve toplumsal kıskançlığın ortak, yaygın bir duygu olarak ortaya çıkmasından önce yaratılmazdı. Demokrasiyi amaçlayan, ama yarıyolda kalan sanayi toplumu böyle bir duygunun yaratılabileceği bulunmaz bir ortamdır. Kişisel mutluluk peşinde koşmak, evrensel olarak herkesçe kabul edilmiş bir haktır. Oysa günümüzdeki toplumsal koşullar bireyin kendisini güçsüz hissetmesine yol açıyor. Birey, içinde bulunduğu durumla olmak istediği durum arasındaki çelişkiyi her gün yeniden yaşıyor. O zaman da ya bu çelişkinin iyice bilinci- ne vararak, başka şeylerle birlikte anamalcı düzeni devirerek tam demokrasiyi gerçekleştirme yolunda siyasal kavgaya katılıyor ya da kendi güçsüzlük duygusuyla beslenen kıskançlık duygusunun pençesinde hiç bitmeyen düşlere kapılarak yaşıyor.

İşte reklamların nasıl olup da hala inanılabilirliklerini koruduklarını anlamamıza yardım edecek şey budur. Reklamın aslında sunduklarıyla sözünü ettiği gelecek arasındaki uçurum seyirci alıcının içinde bulunduğu durumla olmak istediği durum arasındaki uçurumla çakışır. İki uçurum üst üste gelir, birleşir; etkinlikle ya da gerçek yaşantılarla kapatılmak yerine bu uçurum, çekicilik düşleriyle doldurulmağa çalışılır.

Çalışma koşulları da çoğu zaman buna kapılmaya iter insanları.



İş saatlerinin anlamsız, sonu gelmez sürgitliği, düşlenen bir gelecekle 'dengelenir'; gelecekte girişilecek düşsel etkinlikler o andaki edilginliğin yerini doldurur. O kadın ya da erkek işçi, düşlerinde gerçek tüketici olur. Çalışan ben, tüketen beni, kıskanır.

Düşlerin hiçbirisi öbürüne uymaz. Bazıları anlıktır, bazıları uzaklara yönelir. Düş her zaman kurana özgü bir şeydir. Reklam düş üretmez. Reklamın yaptığı yalnızca, bize kıskanılır duruma daha gelmediğimizi — ama gelebileceğimizi — söylemektir.



Reklamın başka bir önemli toplumsal işlevi daha vardır. Reklamları hazırlayanların, kullananların bu işlevi bir amaç olarak önceden tasarlamamış olmaları önemini azaltmaz. Reklamcılık, tüketimi demokrasinin yerine geçen bir şeye dönüştürmüştür. İnsanın yiyeceklerini (giysilerini, arabasını) seçmesi çok önemli siyasal seçmenin yerine geçmektedir. Reklam toplumda demokratik olmayan her şeyi örtbas etmeye, bu eksikliklerin bedelini ödemeye de yardım eder. Üstelik dünyanın geri kalan kesiminde yer alan olayları da gözlerden siler.

Reklam, bir tür düşünsel dizge olup çıkar sonunda. Her şeyi kendi diliyle açıklar. Dünyayı yorumlar.

Tüm dünya reklamlarda sözü edilen güzel yaşamın gerçekleştirebileceği yer olarak sunulur. Dünya bize gülümser. Kendini sunar bize. Ne var ki her yer kendini bize böyle cömertçe sunduğundan, bu yerlerin hepsi birbirinin aynı olup çıkar sonunda.

ALITALIA'S TWO FOR THE PRICE OF ONE HOLIDAYS



Reklamlara bakılırsa üstün olmak demek çatışmalardan uzakta olmak demektir.



P.J.A. *Was the best player?* (Answer: Yes, because he was the best player.)

PIA



Reklamlarda devrim bile reklam diline dönüşürölür.



Reklamların dünyayı yorumlayışıyla dünyanın aslında içinde bulunduğu durum arasındaki uyumsuzluk apaçık ortadadır. Bu uyumsuzluk zaman zaman, haber öyküleri yayınlanan renkli dergilerde açıkça görülür. Arkada böyle bir derginin iç sayfalarından biri görülüyor

Communicable Diseases, 1999, 1, 107

First Photographing Studio: The first photo studio was set up by a group of men with no formal training or experience. They had learned photography from books and magazines. Later, they were joined by a man who had been trained at a photography school in New York City.

[illegible]

The Fortinet's Mission:
to help you plan, build, and
manage your IT. In
2009, Fortinet will make
your IT mission a reality. Page 28

High-Speed 148: photo of the 1st Cavalry Regiment, the only unit in the 27 regts to serve in Vietnam, by Robert Johnson. **Page 46**

Bridge to South
Stephen Crane
Page 81



Things happen after a batedas bath

badedas

Böylesi bir uyuşmazlığın yarattığı sarsıntı oldukça büyüktür. Gösterilen iki dünyanın birarada gerçekten var olmalarından değil bunları altalta koyan ekinin aldırmaazlığından geliyor bu sarsıntı. Bu uyuşmazlığın yanyana istenerek getirilmediği söylenebilir. Gene de metin, Pakistan'da çekilen resimler, derginin düzenlenişi, reklamın simgele nişi, ikisinin birarada basılışı, reklamcıya ayrılan sayfalarla haber sayfalarının birbirinden ayrılmaması — bütün bunlar aynı ekinin işidir.

Bununla birlikte burada üzerinde durulması gereken şey, uyuşmazlığın yarattığı ahlâksal sarsıntı değildir. Bu sarsıntıyı hesaplamak reklamı verenlerin kendilerine düşer. Haftalık Reklam Dergisi'nde (3 Mart 1972), haber dergilerinde ortaya çıkabilecek böyle tatsız uyuşmazlıkların tecimsel açıdan ne denli tehlikeli olabileceğinin farkına varan bazı reklamcıların daha az çarpıcı, daha gölgeli, renkliden çok siyah beyaz imgeler kullanmaya karar verdikleri yazılıyor. Burada bizi ilgilendiren şey, böylesi uyuşmazlıkların reklamların gerçek niteliği konusunda bize söyledikleridir.

Reklam temelde olaysızdır. Reklam, hiç bir şeyin olmayacağı ölü bir noktaya dayanabilir. Reklamlarda, gerçek olayların tümü olağanüstü olaylardır ve yalnızca yabancıların başından geçer. Bangladeş fotoğraflarındaysa yaşanan olaylar acıdır, ama uzakta olmuştur. Oysa bu olaylar yakında bir yerde, Derry ya da Birmingham'da olsaydı uyuşmazlık çarpıcılığını gene yitirmeyecekti. Uyuşmazlık olayların acı olmasından da kaynaklanmıyor. Yaşanan olaylar acıysa, bu bizi uyuşmazlığa karşı daha da uyarır. Oysa olaylar neşeli olsaydı, doğrudan, kalıplaştırılmadan verilseydi, uyuşmazlık gene de büyük ölçüde çarpıcı olacaktı.

Sürekli bizden kaçan bir geleceğin içine yerleştirilen reklam, şimdi'yi ortadan kaldırır; tüm olayları, tüm gelişmeyi yok eder. Reklam içinde yaşanî olanaksızdır. Ne oluyorsa hepsi dışarda bir yerde olur.

Dokunabilirliği kendi başına olaylaştıran bir dil kullanmаса, aslında reklamın olaysızlığı hemen görülebilirdi. Reklamlarda gösterilen her şey oradadır; yalnızca ele geçirilmeyi bekler. Ele geçirme eylemi bütün öbür etkinliklerin yerini almıştır; sahibolma duygusu bütün öbür duyguları silip götürmüştür.

Reklamın korkunç bir etkileme gücü vardır; reklam aynı zamanda çok önemli bir siyasal olgudur. Oysa reklamın ulaşma alanı geniş olsa da sundukları sınırlıdır. Reklam ele geçirme gücünden, başka güç tanımaz. Bütün öbür insan yetileri ya da gereksinimleri bu gücün buyruğuna verilmiştir. Tüm umutlar toplanmış, birbirine uydurulmuş, yalınlaştırılmıştır; sonunda yoğun ama belirsiz, büyümlü ama yinelenebilir bir umut sunulur her ürünle birlikte. Anamalcılık ekini içinde başka hiç bir umut, doyum ya da zevk türü düşünülemez olur artık.

Reklam bu ekinin yaşamıdır —öyle ki anamalcılık onsuz varlığını sürdüremez— ve aynı zamanda bu ekinin ürünüdür de.

Anamalcılık sömürdüğü çoğunluğu, isteklerini çok sınırlı bir biçimde tanımlamaya zorlayarak sürdürür varlığını. Bir zamanlar bu sonuç çok yaygın bir yoksullukla sağlanıyordu. Bugünse gelişmiş ülkelerde halka istenecek, istenmeyecek şeylerin ne olduğunu, yanlış ölçütleri zorla kabul ettirerek yapıyor.



ÖZGÜRLÜĞÜN EŞİĞİNDE, RENE MAGRITTE, 1898-1967

YAPITLARIN LİSTESİ

- 8 **Düşlerin Anahtarı**, René Magritte, 1898-1967, özel koleksiyon
- 12 **Yaşlılar Bakımevinin Erkek Yöneticileri**, Frans Hals, 1580-1666, Frans Hals Müzesi, Haarlem.
- 12 **Yaşlılar Bakımevinin Kadın Yöneticileri**, Frans Hals, 1580-1666, Frans Hals Müzesi, Haarlem
- 18 **Hasır İskeleli Ölüdoğa**, Picasso, 1881-1985, 1984
- 20 **Kayaların Bakiresi**, Leonardo da Vinci, 1542-1519, National Gallery, Londra
- 22 **Kayaların Bakiresi**, Leonardo da Vinci, 1452-1519, National Gallery, Londra
- 23 **Azize Anne ve Vaftizci John ile Birlikte Bakire ve Çocuk**, Leonardo da Vinci, 1452-1519, National Gallery, Londra
- 25 **Venüs ve Mars**, Sandro Botticelli, 1445-1510, National Gallery, Londra
- 27 **Calvary'ye Doğru İlerleyiş**, Pieter Brueghel (büyük), 1525-69, Kunsthistorisches Müzesi, Viyana
- 27 **Ekin Tarlası ve Kargalar**, Vincent van Gogh, 1853-90, Stedelijk Müzesi, Amsterdam
- 31 **Süt Boşaltan Kadın**, Jan Vermeer, 1632-75, Rijk Müzesi, Amsterdam,
- 38 (Üst sol) **Çıplak**, Picasso 1881-1985, 1984
- 38 (Üst sağ) **Çıplak**, Modigliani, 1884-1920, Courtauld Institute Galleries, Londra
- 38 (Alt sol) **Artık Hiç**, Gauguin, 1848-1903, Courtauld Institute Galleries, Londra
- 38 (Alt sağ) **Ayakta Çıplak**, Giacometti, Tate Gallery, Londra
- 39 **Batşeba**, Rembrandt van Ryn, 1606-69, Louvre, Paris
- 43 **Paris'in Yargısı**, Peter Paul Rubens, 1577-1640, National Gallery, Londra
- 45 **Uzanmış Bakante**, Felix Trutat, 1824-48, Musée des Beaux Arts, Dijon
- 48 **Cennet Bahçesi, Kandırılma, Düşüş ve Kovulma**, "Berry Dükü'nün Çok Zengin Saatleri"nden minyatür, Pol de Limborg ve kardeşleri, 1416'dan önce Musée Conde, Chantilly.
- 49 **Adem ile Havva**, Jan Gossart (Mabuse de denilmektedir)-1533, Kraliçe Hazretlerinde.
- 49 **Çift**, Max Slevogt, 1868-1932
- 50 **Susannah ile Kentin Büyükleri**, Jacopo Tintoretto 1518-94, Kunsthistorisches Müzesi, Viyana
- 51 **Kendine Hayranlık**, Hans Memling, 1435-94, Strazburg Müzesi
- 51 **Paris'in Yargısı**, Lucas Cranach (büyük), 1472-1533, Landes Müzesi, Gotha
- 52 **Nell Gwynne**, Sir Peter Lely, 1618-80, Denys Bower Koleksiyonu, Chiddingstone Şatosu, Kent
- 52 **Paris'in Yargısı**, Peter Paul Rubens, 1577-1640, National Gallery, Londra
- 53 **Cinsel Birleşmeyi Gösteren Moçka Seramiği**, Fotoğraf: Shippee-Johnson, Lima, Peru
- 53 **Rajasthan**, 18. yüzyıl, Ajit Mookerje, Yeni Delhi
- 53 **Vişnu ile Laksmi**, 11. yüzyıl Parsavanatha Tapınağı, Khajuraho
- 54 **Venüs, Küpit, Zaman ve Sevgi**, Agnolo Bronzino, 1503-72, National Gallery, Londra
- 55 **Büyük Odalık**, J.A.D Ingres, 1780-1867, Louvre, Paris, (ayrıntı)
- 56 **Baküs, Ceres ve Küpit**, Hans von Aachen, 1552, 1615, Kunsthistorisches Müzesi, Viyana
- 57 **Oreadlar**, William Bouguereau, 1825-1905, özel koleksiyon
- 58 **Danae**, Rembrandt van Ryn, 1606-69, Hermitage Leningrad (ayrıntı)

- 60 **Kürk Mantolu Hélène Fourment**, Peter Paul Rubens, 1577-1640, Kunsthistorisches Müzesi, Viyana
- 62 **Uzanmış Bir Kadını Çizen Adam**, Albrecht Durer, 1471-1528
- 62 **İnsan Bedeninin Oranları Üstüne Dört Kitap'dan tahta oyma**, Albrecht Dürer, 1471-1528.
- 63 **Urbino Venüsü**, Titian, 1487/90-1576, Uffizi, Florence
- 63 **Olympia**, Edouard Manet, 1832-83, Louvre, Paris
- 66 (Üst sol) **Tahta Oturmuş Bakire**, Cimabue, Louvre, Paris 1240-1302 ?
- 66 (Üst sağ) **Bakire, Çocuk ve Üç Melek**, Piero della Francesca, 1410/20-92, Williamston, Clark Art Institute
- 66 (Alt sol) **Madonna ve Çocuk**, Fra Filippo Lippi, 1457/8-1504
- 66 (Alt sağ) **Mısır'a Kaçarken Dinlenme**, Gerard David, Ö.1523, National Gallery of Art, Washington, Mellon Koleksiyonu
- 67 (Üst sol) **Sistin'deki Madonna**, Raphael, 1483-1520, uffizi, Floransa
- 67 (Üst sağ) **Bakire ve Çocuk**, Murillo, 1617-82, Pitti Sarayı, Floransa
- 67 (Alt) **Meleyen Güzel Kuzular**, Ford Madox Brown, 1821-93, Birmingham Şehir Müzesi
- 68 (Üst) **Aziz Francis'In Ölümü**, Giotto, 1266/7-1337, Sta Croce, Floransa
- 68 (Alt) **Ölümün Utkusu**, Ayrınntı, Pieter Brueghel, 1525/30-69, Kunsthistorisches Müzesi, Viyana
- 69 (Üst sol) **Giyotinlenmiş Kafalar**, Theodore Gericault, 1791-1824, National Museum, Stockholm
- 69 (Üst sağ) **Kadının Üç Çağı**, Hans Baldung Grien, 1483-1545, Prado, Madrid
- 69 (Alt) **Ölü Boğa Güreşçisi**, Edouard Manet, 1832-83
- 70 (Üst) **Ölü Doğa**, Pierre Chardin, 1699-1779, National Gallery, Londra
- 70 (Alt) **Ölü Doğa**, Francisco Goya, 1746-1828, Louvre, Paris
- 71 (Üst) **Ölü Doğa**, Jean Baptiste Oudry, 1686-1755, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 71 (Alt) **Ölü Doğa**, Jan Fyt, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 72 **Defne ile Kloe**, Bianchi Ferrari, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 73 (Üst) **Venus ve Mars**, Pierro di Cosimo, 1462-1521, Gemöldegalerie, Berlin-Dahlen
- 73 (Alt) **Pan**, Luca Signorelli, yaklaşık 1441/50-1523, aslı şimdi bulunmuyor, eskiden Berlin Kaiser Friedrich Müzesi'nde idi.
- 74 (Üst) **Angelika'yı Kurtaran Ruggiero**, J.A.D. Ingres, 1780-1867, National Gallery, Londra
- 74 (Alt) **Bir Roma Şöleni**, Thomas Couture, 1815-79, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 75 (Üst) **Pan ile Srynx**, Boucher, 1703-70, National Gallery, Londra
- 75 (Alt) **Sevginin Sağlığı Kandırışı, Zevkin Onu Alıp Götürmesi, Arkadan Pişmanlığın Gelişi**, Pierre Paul Prud'hon, 1758-1823, Wallace Koleksiyonu, Londra.
- 76 **Knole daklı Balo Salonu**,
- 77 (Üst sol) **Savoy'lu Emanuel Phillbert**, Sir Anthony van Dyck, 1599-1641, Dulwich.
- 77 (Alt sol) **Endymion Porter**, William Dobson, 1610-46, Tate Gallery, Londra
- 77 (Sağ) **Macleod'un İkinci Başkanı Norman**, Allan Ramsey, 1713-84, Dunvegan Castle
- 78 (Üst) **Descartes**, Frans Hals, 1580/5-1666, Kopenhag
- 78 (Alt) **Saray Soyтары**, Diego Velasquez, 1599-1660, Prado, Madrid
- 79 (Üst sol) **Dona Tadea Arias de Enriquez**, Francisco Goya, 1746-1828, Prado, Madrid
- 79 (Alt) **Çocuk Kaçıran Dell**, Théodore Gericault, 1791-1824, Springfield, Massachusetts
- 79 (Üst sağ) **Mutfaktaki Kadın**, Pierre Chardin, 1699-1779
- 80 (Üst) **Kendi Portresi**, Albrecht Dürer, 1471-1528
- 80 (Alt) **Kendi Portresi**, Rembrandt van Ryn, 1606-69
- 81 (Üst) **Kendi Portresi**, Goya 1746-1828, Musée Castres.
- 81 **Yeniden Canlandırılmamak Üzere**, Rene Magritte, 1898-1967, E.F.W. James Koleksiyonu, Sussex
- 83 **Oxnead Salonu'nda Paston Zenginlikleri**, Dutch School, yaklaşık 1665, Norwich Şehir Müzesi
- 85 **Özel Resim Galerisi'nde Arşidük Leopold Wilhelm**, David I. Teniers, 1582-1649, Kunsthistorisches Museum, Viyana

- 86 **Kardinal Valenti Gonzago'nun Resim Galerisi**, G.P.Panini, 1692-1765/8, Wadsworth Athenaeum, Hartford, Connecticut
- 87 **Bir Sanat Galerisinin İçi**, Flaman, 17. yüzyıl National Gallery, Londra
- 89 **Elçiler**, Hans Holbein (genç), 1497/8-1543, National Gallery, Londra..
- 91 **Kendine Hayranlık**, Willem de Poorter, 1608-48, Koleksiyon, Baszenger, Cenova
- 92 **Okuyan Magdelen**, Ambrosius Benson'un Stüdyosu tarafından (1519-50'de etkindi), National Gallery, Londra.
- 92 **Mary Magdelene**, Adriaen van der Werff, 1659-1722, Dresden
- 92 **Tövbe eden Magdelen**, Baudry, 1859 Salonu, Musee des Beaux-Arts, Nantes
- 93 Dante'nin **İlahi Komedi'sinin** sluboya resimlerinden **Cehennem Kapısı Üzerindeki Yazı**, William Blake, 1757-1827, Tate Galerisi, Londra
- 100 **Saray Bahçivani Rose'un II. Charles'a Ananas Sunuşu**, Hendrick Danckerts'ten kopya, Yaklaşık 1630-78/9, Ham House, Richmond Müzesi, Burnley, Lancashire.
- 101 **Bay Towneley'le Dostları**, Towneley Sarayı Sanat Galerisi ve Müzesi
- 101 **Bilginin Utkusu**, Bartholomew Spranger, 1546-1611, Viyana
- 102 **Hymen'i Süsleyen Üç Grace**, Sir Joshua Reynolds, 1723-92, Tate Gallery, Londra
- 102 **Valhalla'da Napolyon'un Mareşallerini Karşıl原因an Ossian**, A L Girodet de Roucy-Trioson, 1767-1824, Malmaison Şatosu
- 103 **Meyhane**, Adriaen Brouwer 1605/38, National Gallery, Londra
- 104 **Gülen Balıkçı Çocuk**, Frans Hals, 1580-1666, Burgsteinfurt, Westphalia: Bentheim ve Steinfurt Prens'i'nin Koleksiyonu
- 104 **Balıkçı Çocuk**, Frans Hals, 1580-1666, İrlanda Ulusal Galerisi, Dublin
- 104 **Yıkıntıları Gösteren Geniş Doğa Resmi**, Jacop van Ruisdeal, 1628/9-82, National Gallery, Londra
- 105 **Ağ Atan Balıkçıları Gösteren İrmak Resmi**, Jan van Goyen, 1596-1656, National Gallery, Londra
- 106 **Bay ve Bayan Andrews**, Thomas Gainborough, 1727-88, National Gallery, Londra
- 111 **Saskia'yla Birlikte Kendi Portresi**, Rembrandt van Ryn, 1606-69, Pinakotek, Dresden.
- 112 **Kendi Portresi**, Rembrandt van Ryn, 1606-69, Uffizi, Floransa
- 114 (Üst) **Avrupa'yı Destekleyen Afrika ve Amerika**, William Blake, 1757-1827
- 114 (Alt) **Acıma**, William Blake, 1757-1827
- 115 **Mısır Koçanlarını Solduran Kuf Hastalığı**, William Blake, 1757-1827
- 116 (Üst) **Matmazel de Clermont**, Jean Mare Nattier, 1685-1766, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 116 (Alt) **Rotunda'da Resim ve Tutsak Satışı**, New Orleans, 1842
- 117 (Sol üst) **Prenses Rakocski**, Nicolas de Largillierre, 1656-1746, National Gallery, Londra
- 117 (Alt) **İki Arap**, Rembrandt van Ryn, 1606-69, Lahey, Mauritshuis
- 117 (Üst sağ) **III. Richmond Dükü Charles**, Johann Zoffany, 1734-1810, Özel Koleksiyon
- 118 **Sarah Burge**, 1883, **Dr. Barnardo'nun Evleri**, Fotoğrafçı bilinmiyor
- 119 **Pencereye Yaslanmış Köylü Çocuğu**, Bartolomé Murillo, 1617-82, National Gallery, Londra
- 120 (Üst sol) **Bir Aile Topluluğu**, Michael Nouts, 1656, National Gallery, Londra
- 120/1 (Üst orta) **Uyuyan Hizmetçi ve Hanımı**, Nicholas, Maes, 1634-93, National Gallery, Londra
- 120 (Alt sol) **Bir Ev İçi**, Delft Okulu, yaklaşık 1650-55?, National Gallery, Londra
- 120/1 (Alt orta) **Ahır Avlusunda Kadın ve Erkek**, Peter Quast, 1605/6-47, National Gallery, Londra
- 121 (Üst sağ) **İçerde Yemek Pişiren Kadın**, Esaias Boursse, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 121 (Alt sağ) **Meyhane**, Jan Steen, 1626-79, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 122 (Üst sol) **İdareli Yemek**, John Frederick Herring, 1795-1865, Tate Gallery, Londra
- 122 (Üst sağ) **Abbotsford'dan Bir Görüntü**, Sir Edwin Landseer, 1802-73, Tate Gallery, Londra
- 122 (Orta sol) **Beyaz Köpekler**, Thomas Gainsborough, 1727-88 National Gallery, Londra

- 122 (Orta merkez) **Onur ve Onursuzluk**, Sir Edwin Landseer, 1802-73, Tate Gallery, Londra
- 122 (Sağ merkez) **Bayan Bowles**, Sir Joshua Reynolds, 1723-92, Wallace Koleksiyonu, Londra
- 122 (Alt) ayrıntı **Çiftlik Arabası**, Thomas Gainsborough, 1727-88 Tate Gallery Londra
- 123 (Üst) **James Ailesi**, Arthur Devis, 1711-87, Tate Gallery, Londra
- 123 (Orta sol) **Beyaz Köpek ve Mavili Seyisle Bir At**, George Stubbs, 1724-1806, Tate Gallery Londra.
- 123 (Orta sağ) **Doru At**, John Ferneley, 1782-1860, Tate Gallery, Londra
- 123 **Ashdown Korusunda Bir Av**, James Seymour, Tate Gallery, Londra
- 124 **Beyaz Çoraplı Kız**, Gustave Courbet, 1819-77
- 125 **Sen Kıyısında İki Kız**, Gustave Courbet, 1819-77, Petit Palais Müzesi, Paris
- 126 (orta) **Salon**, fotoğraf
- 126 (üst) **Yıkılıştaki Romalılar**, Thomas Couture, 1815-79
- 126 (Alt sol) **Madam Chen d'Anvers**, L. Bonnat
- 126 (Alt sağ) **Niddenli Ondine**, E.Doerstling
- 127 (Üst sol) **Aziz Anthony'nin Kandırılışı**, A.Morot
- 127 (Üst sol) **Cadıların Sabah Ayini**, Louis Falero
- 127 (Alt sol) **Psyche'nin Yıkanişı**, Leighton
- 127 (Alt sağ) **La Fortune**, A.Maignan
- 129 **Steven Blomberg'in Bir Fotoğrafı**,
- 134 **Kırda Kahvaltı**, Edouard Manet, 1832-83, Louvre, Paris
- 136 (Üst) **Jüpiter ve Thetis**, J.A.D. Ingres, 1780-1867, Granet Müzesi, Aix-en-Provence
- 136 (Alt sol) **Syrinx'i Kovalayan Pan**, Hendrick van Balen I ve Jan Breughel I'in izleyicisi, 17. yüzyıl National Gallery, Londra
- 136 (Alt sol) **Baküs, Ceres ve Küpid**, Bartholomew Spranger, 1546-1611
- 137 (Sol üst) **Assendelft'teki Aziz Odulphus Kilisesi'nin İçi**, Pieter Saendredam, 1547-1665
- 137 (Sağ üst) **Dalga**, Hokusai, 1760-1849
- 139 **Karısı, Kızkardeşi ve Parmanın Gelecek III. Carlo'suyla Birlikte Carlo Lodovico di Borbone**, imzasız 19. yüzyıl, Viareggio Arşidüklük Malikânesi
- 141 **İçki Kadehleriyle Ölü Doğa**, Pieter Claesz, 1596/7-1661, National Gallery, Londra
- 147 **Bayan Siddons**, Thomas Gainsborough, 1727-88, National Gallery, Londra
- 147 **Marilyn Monroe**, Andy Warhol
- 155 **Özgürlüğün Eşiğinde**, Rene Magritte, 1898-1967

**Bu kitabı tamamlamayı okurun
kendisine bırakıyoruz...**