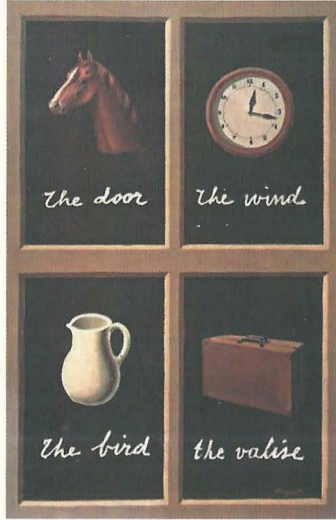


ile yapılan BBC televizyon dizisinden

GÖRME BİÇİMLERİ

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 görüşümüzü etkiler. İnsanların Cehennem'in gerçekten var olduğuna inandıkları Ortaçağ'da ateşin bugünkünden çok değişik bir anlamı vardı kuş-



metis



John Berger Görme Biçimleri

John Berger 1926'da Londra'da doğdu. İngilizce yazan en etkili sanat eleştirmenlerinden biri olan Berger, ayrıca senaryo yazarı, romancı, belgesel yazarı ve ressam olarak da tanınıyor. 1940'ların sonunda Londra'da çeşitli galerilerde sergiler açtı. Bu dönemde Komünist Partisi ile yakın ilişki kurdu, sol-kanat haftalık dergi *Tribune* için makaleler yazdı. 1948-55 yılları arasında resim öğretirken sanat eleştirmeni oldu ve 1951'den itibaren *New Statesman* için on yıl boyunca sanat eleştirileri yazdı. İlk romanı 1958'de yayımlanan *Zamanımızın Bir Ressamı*'dır. Romanı G. ile 1972 yılında Booker ödülünü almıştır. Çok sayıda kitabı Türkçeye çevrilmiş olan John Berger, Türkiyeli okurlarını uzun yıllardır derinden etkilemeyi sürdürüyor.



Metis Yayınlan
İpek Sokak No. 5, 34433 Beyoğlu, İstanbul
e-posta: info@metiskitap.com
www.metiskitap.com
Yayınevi Sertifika No: 10726

Görme Biçimleri
John Berger

İngilizce Basımı: Ways of Seeing (Penguin Books, 1972)
© John Berger © Metis Yayınlan, 1986
Bu çevirinin bütün yayım hakları
Metis Yayınlan'na aittir.

İlk Türkçe Basımı: Yankı Yayınlan, 1978
Metis Yayınlan'nda İlk Basım: Nisan 1986
Yirmi Üçüncü Basım: Nisan 2017

Yayıma Hazırlayan: Müge Gürsoy Sökmen

Dizgi ve Baskı Öncesi Hazırlık: Metis Yayıncılık Ltd.
Baskı ve Cilt: Yaylacık Matbaacılık Ltd.
Fatih Sanayi Sitesi No. 12/197, Topkapı, İstanbul
Matbaa Sertifika No: 11931

ISBN-13: 978-975-342-083-9

Eserin bütününü ya da kısmen fotokopisinin çekilmesi, mekanik ya da elektronik araçlarla çoğaltılması, kopyalanarak internette ya da herhangi bir veri saklama cihazında bulundurulması, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'nun hükümlerine aykırıdır ve hak sahiplerinin maddi ve manevi haklarının çiğnenmesi anlamına geldiği için suç oluşturmaktadır.

John Berger

ile yapılan BBC televizyon dizisinden

Görme Biçimleri

İngilizce'den Çeviren:

Yurdanur Salman



metis

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

Okurun dikkatine

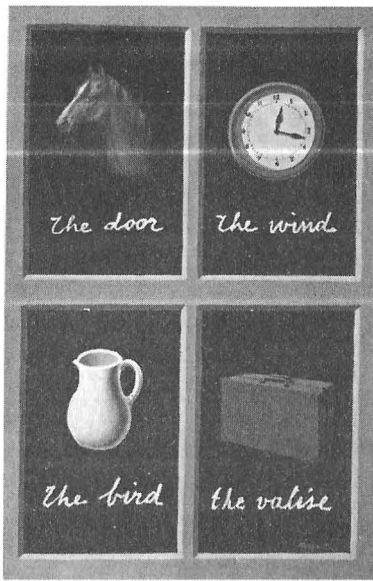
Bu kitabı beş kişi hazırladık. Çıkış noktamız televizyonda Görme Biçimleri adlı dizi konuşmalarda geçen bazı önemli görüşler oldu. Bu görüşleri açmaya, irdelemeye çalıştık. Görüşler söyleyeceklerimizi de, bunları nasıl söyleyeceğimizi de belirledi. Amacımızı ve savlarımızı başka biçimde düzenlenmiş bir 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 çelişik yanlarını inceleyen) bu denemeler, yazılı denemeler gibi seyirci-okurun kafasında soru uyandırmak amacıyla hazırlanmıştır. Resimli denemelerde yayımlanan 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.

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 görü-şümüzü etkiler. İnsanların Cehennem'in gerçekten var olduğuna inandıkları ortaçağda ateşin bugünkünden çok değişik bir anlamı vardı kuşkusuz. Gene de onlardaki bu cehennem kavramı –yanık-ların verdiği acıdan olduğu ölçüde– ateşi her şeyi yutan, kül eden bir şey olarak görmelerinden doğmuştur.

Seven birisi için sevgiliyi görmenin hiçbir sözcük ya da kucaklayışla karşılaştırılamayacak bir bütünlüğü vardır; bu bütünlük, geçici olarak, ancak sevişmeyle sağlanabilir.

Gene de sözcüklerden önce gelen ve sözcüklerle tam olarak anlatılamayan görme, uyarıcılara karşı mekanik bir tepkide bulunup bulunmama sorunu değildir. (Görme eylemi, ancak gözün retinasını ilgilendiren sürecin küçük bir bölümünü alırsak böyle tanımlanabilir.) Yalnızca baktığımız şeyleri görürüz. Bakmak bir seçme edimidir. Bu edimin sonucu olarak gördüğümüz nesne –her zaman elimizle dokunabileceğimiz 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 dolaşın, dokunma duygunun durağan, sınırlı bir görme biçimine dönüştüğüne

Bir imge, yeniden yaratılmış ya da yeniden üretilmiş görünümdür. İmge ilk kez ortaya çıktığı yerden ve zamandan –birkaç dakika ya da birkaç yüzyıl için– kopmuş ve saklanmış bir görünüm ya da görünümler düzenidir. Her imgede bir görme biçimi yatar. Fotoğraflarda bile. Çünkü fotoğraflar çoğu zaman sanıldığı gibi mekanik kayıtlar değildir. Her bir fotoğrafa baktığımızda, ne denli az olursa olsun, fotoğrafçının sınırsız görünüm olanakları arasından o görünümü seçtiğini fark ederiz. Rasgele aile fotoğraflarında da böyledir bu. Fotoğrafçının görme biçimi konuyu seçtiğinde 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 gözümüz ondan başkasını görmez.)

İmgeler başlangıçta orada bulunmayan şeyleri gözde canlandırmak amacıyla yapılmıştır. Zamanla imgenin canlandırdığı şeyden daha kalıcı olduğu anlaşıldı. Böyle olunca imge bir nesnenin ya da kişinin bir zamanlar nasıl görüldüğünü –böylece konunun eskiden başkalarınca nasıl görüldüğünü de– anlatıyordu. Daha sonraları imgeyi yaratanın kendine özgü görüşü de, yaptığı kaydın bir parçası olarak kabul edildi. İmge Y'nin X'i nasıl gördüğünü kaydeden bir şey oldu. Bu da, bireysellik bilincinin gittikçe artan bir tarih bilinciyle birlikte gelişmesi sonucunda olmuştur. Bu son gelişmeyi kesin bir tarihe bağlamaya çalışmak acelecilik olur. Bununla birlikte Avrupa'da bu bilincin Rönesans'ın (Yeniden Doğuş) başlangıcından beri var olduğu kesindir.

Eskiden kalan kutsal miras ya da metinlerin hiçbiri o zamanlarda yaşayan insanların dünyasının, imgeler ölçüsünde doğrudan kanıtları değildir. Bu bakımdan imgeler, edebiyattan daha kesin, daha zengindir. Bu, sanatı yalnızca geleneksel bir kanıt gibi görerek onun anlatımcı 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 insanların ona bakışı sanat konusunda edindikleri varsayımlar dizisinin etkisinden kurtulamaz. Bu varsayımlar şunlarla ilgilidir:

Güzellik

Gerek

Deha

Uygarlık

Biçim

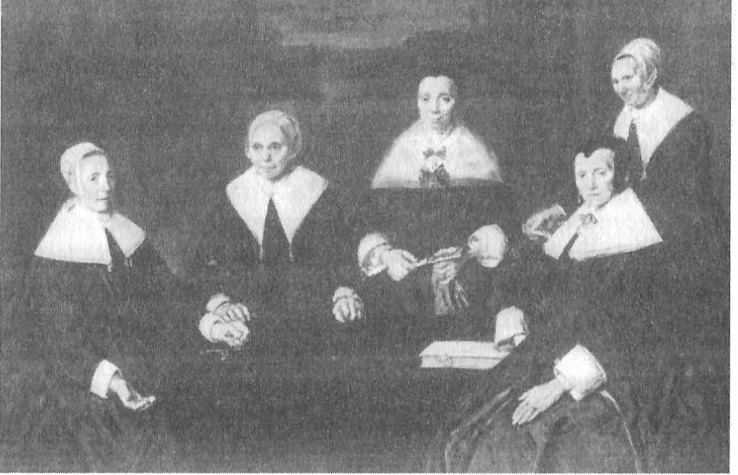
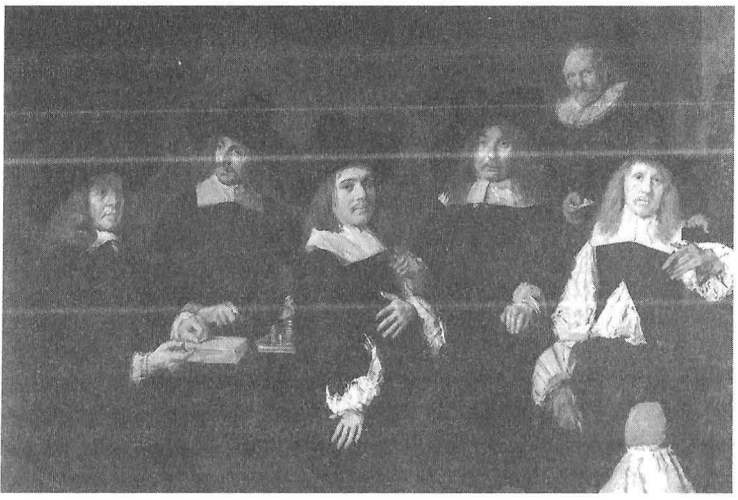
Toplumsal konum

Beğeni vb.

Bu varsayımların çoğu bugünkü durumuyla artık dünyaya uymuyor. (Bugünkü durumuyla dünya salt nesnel bir gerçeklik değildir; buna bilinçlilik de katılmıştır.) Günümüze tam olarak uymamalarının dışında bu varsayımlar geçmişe de gölge düşürürler. Geçmiş hiçbir zaman olduğu yerde durup yeniden keşfedilmeyi, aynıyla, olduğu gibi tanınmayı beklemez. Tarih her zaman belli bir şimdi'yle onun geçmişi arasındaki ilişkiyi kurar. Demek ki şimdi'den korkmak eskiyi bulandırmaya yol açıyor. Geçmiş içinde yaşanacak bir şey değildir. Eyleme geçerken içinden bir şeyler çekip çıkarttığımız bir sonuçlar kuyusudur. Geçmişin kültürel açıdan bulandırılması iki katlı bir kayıba yol açar. Önce sanat yapıtları gereğinden çok eskilere itilmiş olur. Sonra geçmişten bize eylem olarak tamamlanması gereken daha az sonuç kalmış olur.

Bir doğa resmi "gördüğümüzde" kendimizi onun içine koyarız. Geçmişte yapılmış sanata "bakıyorsak" o zaman kendimizi tarihin içine koymuş oluruz. Bu sanatı görmemiz engellendiğinde aslında bizim olan tarihten yoksun bırakılmış oluruz. Bu yoksunluktan kim yarar 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 hiçbir 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.* Uzmanlaşmış bir sanat tarihi incelemesi olaraksa bu kitabın öbür sıradan kitaplardan ayrılan bir yanı yoktur.



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 resimlerdir. Bunlar ısmarlanmış seyirlik portrelerdir. O zamanlar artık seksenin üstünde yaşlı bir adam olan Hals, yoksuldur. Yaşamının büyük bir kesimi borç içinde geçmiştir. Bu resimleri yapmaya baş-

ladığı 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 bütünü *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 indirgiyor. 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 şu tür bir yargıdan korkar:

Hals'ın öbür resimlerinin çoğunda olduğu 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 bir şey 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 olduğu bir toplumda yaşamamızdır. 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 gösterildiği 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 tıbbı başvuruyor. İçlerinden biri sarhoş gösterilmiş olsa resmin Yöneticilerce kabul edilmeyeceğini direnerek söylüyor. Bu görüşlerin her biri sayfalarca tartışılabilir. (On yedinci yüzyıl Hollandası'nda erkekler serüvenci ve zevk düşkünü görünmek için şapkalarını yana yatık giyerlerdi. Çok içmek hoşgörülen bir şeydi, vb.) Oysa böylesi savlar yazarın tartışmaktan kaçındığı tek önemli görüşten daha da uzaklaştırır bizi.

Bu önemli görüş şudur: Erkek ve Kadın Yöneticiler karşılarında duran Hals'a, ününü yitirmiş, vakıf yardımıyla yaşayan yoksul, yaşlı ressama bakmaktadırlar: Hals onları her şeye 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 olarak 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'ın 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.

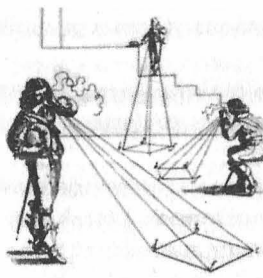
Asıl budur, bulandırma.

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 görebilirse geçmiş üzerine sorulması gereken soruları da sorabiliriz.

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

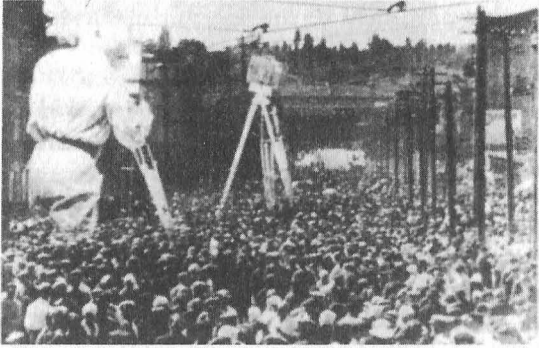
Bu değişiklik; perspektif geleneği denen şeyin aracılığıyla gösterilebilir. Yalnız Avrupa sanatına özgü olan Rönesans'ın başlarında yerleşen perspektif geleneğinde her şey bakan kişinin görüş açısına göre düzenlenir. Bu, tıpkı deniz fenerinden çıkan ışınlar benzer; ama dışarı doğru çıkan ışınlar yerine burada görünen şeyler sanki içeri doğru ilerler. Geleneklere uyularak bu görüşlere *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, aynı 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. Karmakarışık 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.*

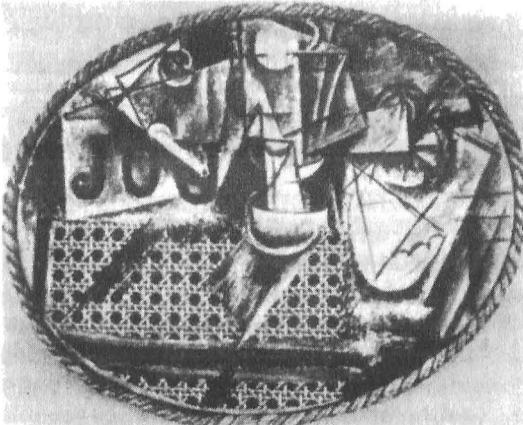
Fotoğraf makinasıyla anlık görünümler birbirinden ayrıldı; böylece imgelerin zamana bağlı olmadıkları fikri ortadan kalktı. Başka bir deyişle makina geçen zaman kavramının (yağlıboya resim dışında) görünen şeylerin algılanışından ayrılamayacağını gösterdi. Görüşümüz neyi nerede gördüğümüze bağlıydı. 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 gelmeye başladı. Bunlar hemen resimlerde yansıtıldı.

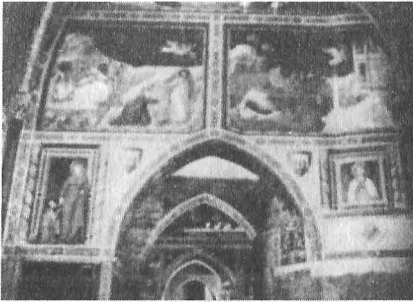
İzlenimcilere göre görünen nesneler kendilerini bize görülmek için sunmuyorlardı artık. Tersine, görünenler birbirleriyle sürekli alışveriş içinde bulunduklarından yakalanması güç, hareketli şeylerdi. Kübistlere göre görünenler tek bir gözün karşısına çıkan şeyler değildi artık; verilen bir nesnenin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

HASIR İSKEMELİ ÖLÜ-DOĞA, PICASSO, 1881-1973



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

ASSISI'DE AZİZ FRANCİS KİLİSESİ



Her resmin 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 görüldüğünde olanlar buna çok canlı bir örnektir. Resim her seyircinin evine girer. Seyircinin evindeki duvar kâğıtları, mobilya ve hatıra eşya-

larıyla 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 makinası 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, 1452-1519
NATIONAL GALLERY



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 bir şey 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 olduğundadır artık. Yapıtın bu biricik olan varlığı, içinde bulunduğumuz kültürde 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 dinselilik havasına sarılmış demektir. Sanat yapıtları kutsal miraslar mı gibi tartışılıp öyle sunulur bizlere. Her şeyden çok kendilerini saran kabuğun kanıtı olan miraslardır 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 bir şey 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 atıvermek çok yanlış olur. Bu duygular sanat uzmanlarının incelmış kültür 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, sımsıkı yazılmış on dört sayfadan oluşur. Yazıda imgenin anlamından hiç söz edilmez. Resmi kimin ısmarladığından, yasal hak kavgalarından, amaçtan, 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, LOUVRE



Fransız sanat tarihçileriye bunun tam tersini kanıtlamaya çalışıyorlar.



National Gallery'de Leonardo'nun Azize Anne ve Vaf-tizci Aziz John'la Birlikte Bakire ve Çocuk taslağının kopyaları mü-zedeki bütün resim kopyalarından daha çok satılmaktadır. Oysa birkaç 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. Re-sim burada yepyeni bir etkililik kazanmış. Gösterdikleri –imgenin taşıdığı anlam– yüzünden değil bu. Resmin böyle etkileyici, gi-zemli oluşu, satış değerinden kaynaklanıyor.

Öyleyse, özgün sanat yapıtlarını çevreleyen, aslında onların satış değerlerine bağlı olan bu yalancı dinselilik havası, fo-toğraf makinasının resimleri yeniden canlandırılabilir kılmasından sonra resimlerin yitirdiği şeyin yerini almıştır. Bu dinselilik havası-nın işlevi, özlem uyandırmaktır. Oligarşik, demokrasi dışı bir kül-türün süregitmekte olan değerlerinin son boş direnişidir bu. İmge artık biricik, eşsiz olmasa bile sanat nesnesi o şey, gizemlilik katı-larak 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 yüzdelenişi:**

	Yunanistan	Polonya	Fransa	Hollanda
Hiçbir eğitim belgesi olmayanlar	0,02	0,12	0,15	—
Yalnız ilkokul 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 başyapıtlarının (hem para hem de manevi değerler açısından) varlıklarına ait olduğuna inanırlar. Başka bir tabloda da toplumsal 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
Hiçbirisi.....	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 ayrılamaz bir şey 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 ka-

yar ya da bütünüyle değişir. Bunun nelere yol açabileceğini açıkça kavramak gerekir. Yeniden yaratmanın imgenin belli yanlarını aynıyla yansıtmaması demek değildir bu; yeniden canlandırmanın, imgenin çok değişik amaç için kullanılmasını, 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 birkaç örnek inceleyelim.

VENÜS VE MARS, BOTICELLI, 1445-1510



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

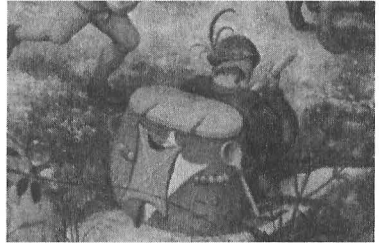


Bir resim, film makinasıyla yeniden canlandırıldığında ister istemez film yapımcısının savını doğrulayan bir malzeme olup çıkar.

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 art arda sıralanışı, tersine çevrilemeyecek bir deyiş biçimi kurar.



Resimde, tüm öğeler aynı anda bir arada görülebilecek biçimde karşımızdadır. Seyirci resmin her öğesini ayrı ayrı incelemek için resme bir süre bakmak isteyebilir; oysa her sonuca

**varışımızda, resmin bütünü, bu sonucu doğrulamak ya da çürüt-
mek amacıyla yeniden başvurulmak üzere karşımızdadır. Resim,
bir bütün olarak tüm yetkesiyle her zaman karşımızdadır.**

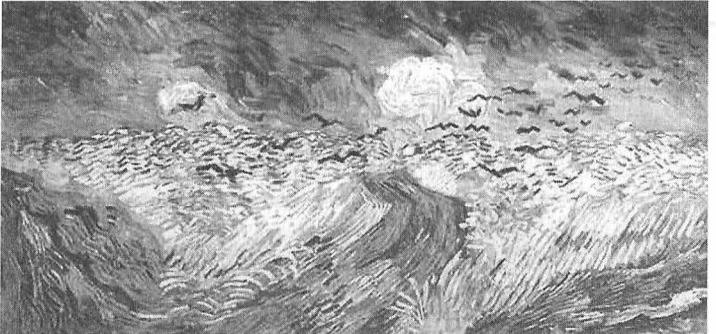
CALVARYE DOĞRU İLERLEYİŞ, BRUEGHEL, 1525-1569



**Yeniden canlandırılan resimlerin çevresinde çoğu za-
man yazılar bulunur.**

**Bu, üzerinde kuşlar uçuşan bir mısır tarlasının resmi-
dir. Resme bir süre bakın. Sonra sayfayı çevirin.**

**EKİN TARLASI VE KARĞALAR, VAN GOGH,
1853-1890**





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

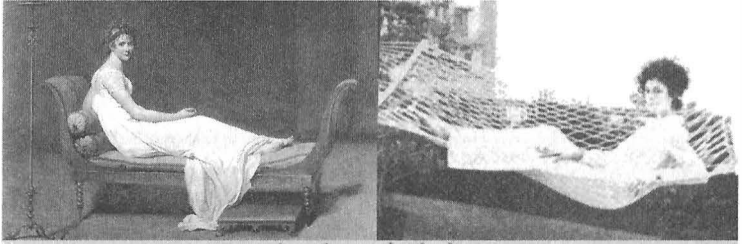
Eklenen sözün imgeyi nasıl değiştirdiğini açıklayabilmek güç, ama değiştirdiği kuşkusuz. Artık imge, sözü aydınlatıyor.

**Bu yazıda, yeniden canlandırılan her imge resmin ilk bağımsız anlamıyla çok az ilgisi olan ya da hiç ilgisi olmayan sa-
vın birer parçası olmuştur. Resimler söylenenleri, sözsel yetkeleri doğrulamak için alıntı olarak kullanılıyor. (Bu kitapta bulunan yazısız denemeler bu ayrımı 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.



If women knew then... what they know now.

There is a small, dark, rectangular box with text on it. The text is too small to read, but it appears to be a label or a plaque. The box is positioned to the right of the painting and the photograph.

Sanat yapıtları yeniden canlandırılabilirmelerinden dolayı, kuramsal olarak, herkesçe kullanılabilirler. Gene de çoğu zaman –sanat kitaplarında, dergilerinde, 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 Kültür Mirası kavramı, sanatın yetkesini, geçmişteki toplumsal düzeni, onun üstünlük tanıdığı kişileri yüceltmek için kötüye kullanıyor.

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 bir şeyler 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 miras 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 olmayacağı ölçüde sessiz ve dindirler. Bu bakımdan duvara asılan bir yeniden canlandırma, özgün resimle karşılaştırılmaz. Çünkü özgün resimde sessizlik ve dindinlik 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 bir şeyi ressamın açısından söylemiştir: "Dünyanın yaşamından bir an geçer! O anı gerçekliğiyle yakalayıp resme geçirmek, bunu yaparken her şeyi unutmak! O anı yaşamak, duyarlı bir levha olmak... zamanımızdan önce olan her şeyi unutarak gördüklerimizin imgesini yansıtmak..." Resme geçirilen bu an'ı, gözlerimizin önüne serildiğinde nasıl anlamlandırdığımız, sanattan ne beklediğimize göre değişir; bu da yeniden canlandırmalar yoluyla bugüne dek resimlerin anlamlarını nasıl algılayageldiğimize bağlıdır.

**Tüm sanatların öylece, kendiliğinden anlaşılabilirler-
lerini de söylemek istemiyoruz. Eski bir Yunan başını bir dergiden
bazı kişisel yaşantıları anımsattığı için kesip öteki dağınık imge-
lerle birlikte duvara asmak, o başın tüm anlamıyla kavranması de-
mek değildir elbette.**

**Saflık iki yanlıdır. İnsan bir tertibe katılmayı yadsıya-
rak o tertibin getireceği suçluluktan kurtulur, saf ve temiz kalabi-
lir. Saf kalmak, aynı zamanda bilgisiz kalmak anlamına da gelebi-
lir. Buradaki çekişme saflıkla bilgi (ya da doğalla kültürel) arasın-
daki çekişme değildir. Sanatı yaşantıların her yönüyle bağdaştır-
maya çalışan kapsayıcı yaklaşımla, çökmekte olan bir yönetici sı-
nıfın özlemini gidermekle görevli olan birkaç uzmanın ayırım gö-
zetici sanat yaklaşımı arasındaki çekişmedir. (Bu sınıf, işçi sınıfı
önünde değil, toplumsal kurumlarla devletin yenilerde ortaya çı-
kan yetkesi karşısında çökmektedir.) Gerçek sorun şudur: Geç-
mişteki sanat kimindir gerçekten? Bu sanatı kendi yaşamlarına
uygulayabilenlerin mi, yoksa kalıntı uzmanlarından oluşan bir
kültürel sınıfa mı?**

**Görsel sanatlar her zaman belli bir koruyucu kabuk
içinde varolagelmışlerdir; başlangıçta bu kabuk gizemli ya da kut-
sal bir şeydi. Bu kabuğun bir de maddesel yanı vardı: Bu, yapıtın
içine oturtulması ya da içinde saklanması için yapılan yer, mağa-
ra, binaydı. Başta yaşantısı olan sanat yaşantısı, yaşamın geri ka-
lan şeylerinden ayrıldı – bu da sanatı amaca göre kullanabilmek
için yapıldı. Sonra sanatın sarıldığı koruyucu kabuk toplumsal bir
şey oldu. Yönetici sınıfların kültürüne girdi. Bu arada bu sınıfın ya-
şadığı saray ve evlerin içinde insanlardan ayrıldı, koparıldı. Bütün
bunlar sırasında sanatın yetkesi, koruyucu kabuğun taşıdığı özel
yetkeden ayrılamaz oldu.**

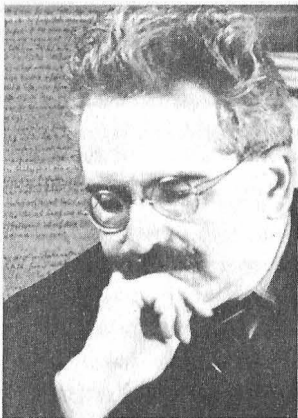
**Çağdaş yeniden canlandırma araçlarının yaptığı, sa-
natın yetkesini yıkmak ve onu –ya da bu araçların yeniden canlan-
dırdığı imgeleri– koruyucu kabuklardan kurtarmaktı. Tarihte ilk
kez sanat imgeleri gelip geçici, her yere taşınabilen, değeri mad-
desine bağlı olmayan, kolayca bulunabilen, değersiz, bedava şey-
ler oldular. Dilin bizi sarıp sarmaladığı gibi sardılar çevremizi. Ya-
şamın 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 değışmediğı yanılmasını güçlendirmek için kullanılmıştır. Ne var ki büyük kitleler yeniden canlandırmalar yoluyla, bir zamanlar yalnızca kültürlü azınlığın yaptığı gibi, sanatın tadına varmaya başladı. Halk kitleleri bugün bu sanat karşısında ilgisiz ve kuşkuludur; bu da anlaşılabilir bir şeydir.

İmgelerin yeni dili değışik bir biçimde kullanılsaydı, bu kullanım yoluyla yeni bir tür güç kazanacaktı. Bu imgeler dili içinde, yaşantılarımızı sözcüklerin yetersiz kaldığı yerlere göre daha iyi bütünleyebilecektik. (Görme, sözcüklerden önce gelir.) Yalnızca kişisel yaşantılarımızı değil, geçmişle olan ilişkilerimizin temel tarihsel yaşantılarını, başka deyişle, yaşamlarımıza anlam katma arayışını, canlı öğeleri olabileceğimiz bir tarihin anlaşılması yaşantısını da bütünleyebilecektik 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 canlandırmaların yayın hakkı, sanat basımevleriyle yayınevlerinin kimin elinde olduğu, sanat galerilerinin, müzelerin genel tutumu sorununa gelip dayanır. Çoğu zaman dendiğı gibi bunlar sanatı ilgilendiren, sınırlı sorunlar değildir. Bu denemenin amaçlarından biri de gerçekten tehlikede olan şeyin çok daha büyük olduğunu göstermektir. Kendi geçmişinden kopmuş bir halk ya da sınıf, seçmede ve eyleme geçmede tarih içinde kendi yerini bulmuş bir sınıf ya da halktan çok daha az özgürdür. İşte bunun için –tek neden de budur zaten– geçmişin tüm sanatı bugün siyasal bir sorun olarak karşımızdadır.

Bu denemedeki fikirlerin çoğu bundan kırk yıl kadar önce yazan bir Alman eleřtirmeni ve dűřűnűrű olan Walter Benjamin'den alınmıřtır.

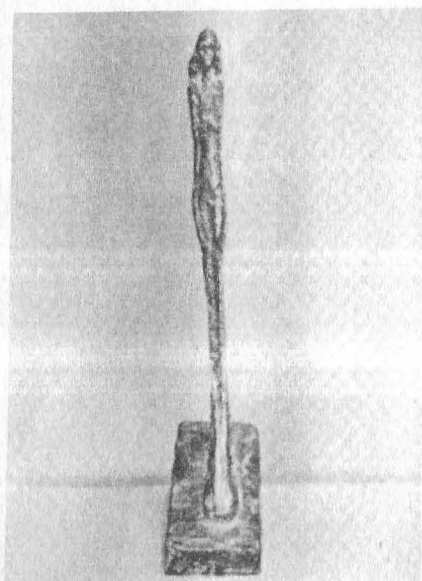


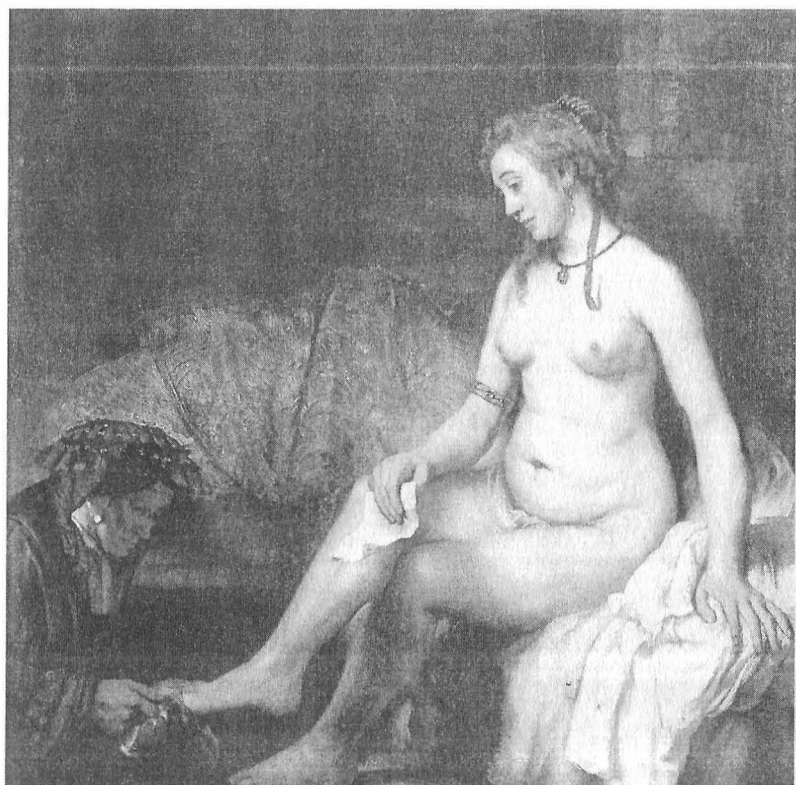
**Benjamin'in denemesi Mekanik Yeniden Yaratma a-
ğında Sanat Yapıtı adını taşıyordu. Bu deneme Illuminations baş-
lıklı kitapta İngilizce olarak bulunabilir (Cape, Londra, 1970; Bu
deneme Türkçe'de, Walter Benjamin'in Brecht'i Anlamak başlıklı
kitabında da yer almaktadır).**

2









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

Despite the results, however, the concluding statement is that the current data are not sufficient to make a decision on the effectiveness of the program. The authors call for a controlled trial to determine if the program will indeed improve the lives of the children. The authors also call for a controlled trial to determine if the program will improve the lives of the children. The authors also call for a controlled trial to determine if the program will improve the lives of the children.

ALMAY

Take a sensitive English skin,
cover it with Cooltan,
lay under the sun,
and turn slowly until golden brown.

It is a rich, soft, smooth material, for which no one's skin is too
sensitive. It is a perfect skin protectant for the English skin.
It is a perfect skin protectant for the English skin.

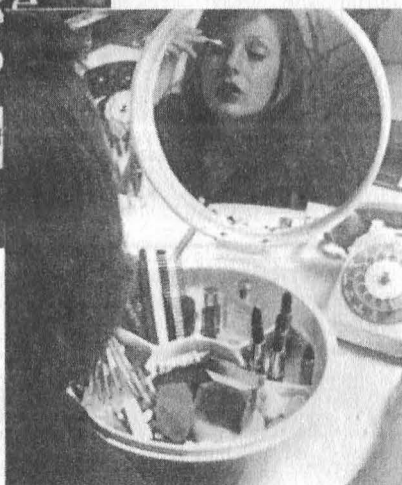
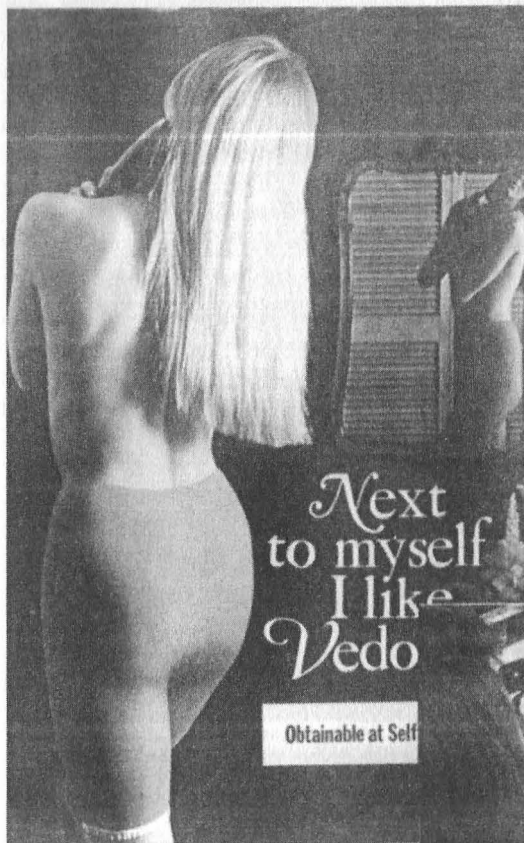
Cooltan for the English skin.

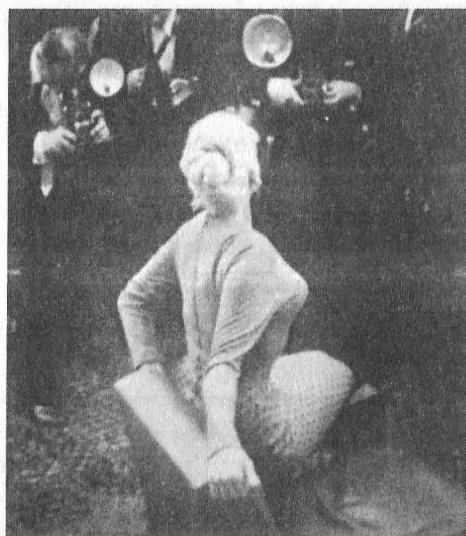
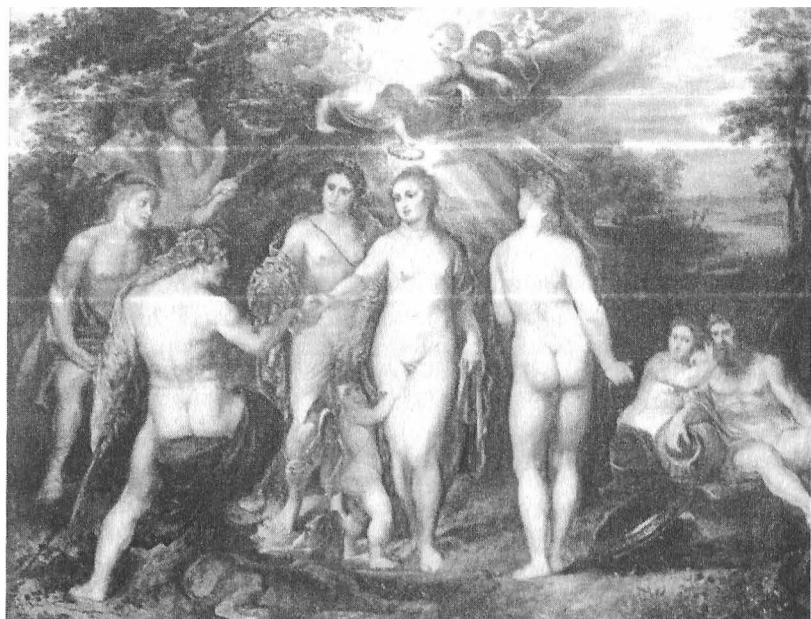
French cuisine puts
everything to a good use:
making soup.

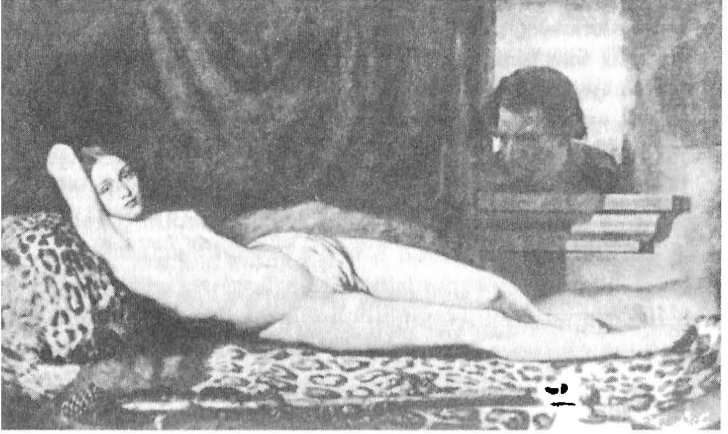
And not just here, there and everywhere of the good
things to eat. There is the whole French world to go.
The others are: France of France and France of France.
Come, Mother's Kitchen and Vegetables and Baking with
Lemon and Lard. Meat is a very good thing to eat.

Webster's top
tighter for 15
anti-gravity









Bugün artık irdelenmeye başlayan ama hiçbir çözüme şmamış olan uygulama ve törelere göre kadının toplum için i varlığı erkeğinkinden çok başkadır. Erkeğin varlığı kendinde li yetkelilik umuduna bağlıdır. Bu, büyük ve inanılır bir umut- erkeğin varlığı çarpıcı olur. Küçük ve inanılmaz bir umutsa er- in varlığı da önemsizleşir. Bu yetkelilik umudu ahlaksal, be- sel, yaradılışa göre değişen, parasal, toplumsal ya da cinsel umut olabilir. Neyse ki yetkelilik umudunun yöneldiği nesne zaman erkeğin dışındadır. Bir erkeğin varlığı o erkeğin yap- ceklerini, sizin için yapabileceklerini gösterir. Üretilbilir bir ıktır onun varlığı; çünkü erkek gerçekte yapamayacağı şeyleri abilecek yetkedeymiş gibi davranır. Bu yalancı davranış her ıan onun başkaları üzerinde etkili olmak için kullandığı bir yet- e yönelmiştir.

Bunun tersine bir kadının varlığıysa, onun kendine karşı olan tutumunu gösterir; o kadına karşı nelerin yapılabileceğini belirler. Kadının varlığı hareketlerinde, sevinde, fikirlerinde, yüz ifadelerinde, giysilerinde, seçtiği çevrelerde, zevklerinde ortaya çıkar. Gerçekten de kadın kendi varlığına katkıda bulunmayan hiçbir şey yapmaz. Varlığı, kadının kişiliğiyle öylesine iç içedir ki erkekler bunu bedenden çıkan bir tutsu, 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 görmeye 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. Kadının 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 dışavurmasıdır. Kadın güzel bir fıkra anlatırsa bu, onun kendi içindeki fıkracıya nasıl davrandığını, elbette fıkracı 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*, kadınlarsa *göründükleri gibidirler*. Erkekler kadınları seyrederler. Kadınlarsa seyredilişlerini seyrederek. 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."...

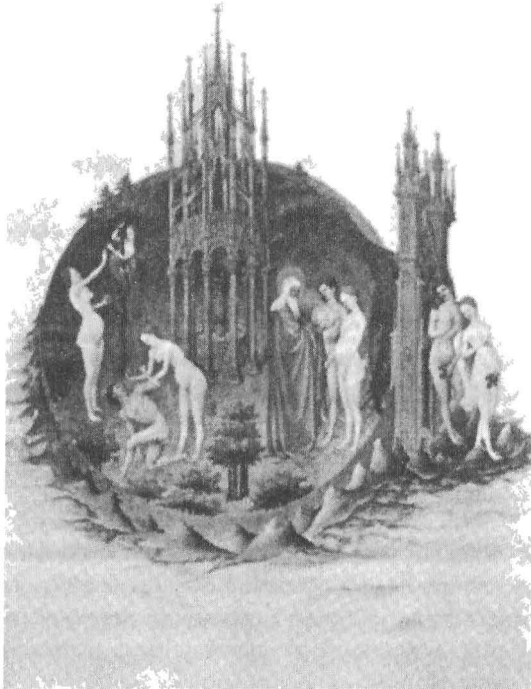
Ve kadına da şöyle dedi Tanrı: "Senin acılarını ve doğurganlığını artıracam; çocuklarını acı içinde dünyaya getireceksin, arzuların kocana yönelecek ve seni o yönetecek."

Bu öyküde çarpıcı olan nedir? Çıplak olduklarını fark ettiler, çünkü elmayı yediklerinden birbirlerini değişik görmeye 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.

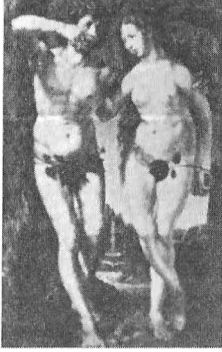
Ortaçağ resim geleneğinde bu öykü resimli roman gibi sahne sahne resme geçirilmiştir.

DÜŞÜŞ VE CENNETTEN KOVULMA, POL DE LIMBOURG, 15. YÜZYIL BAŞI



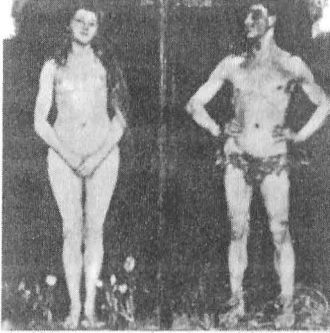
Rönesans çağında öyküsel sıralanış ortadan kalkmış, resme geçirilen tek an utanma anı olmuştur. Erkekle kadın incir yapraklarıyla ya da elleriyle bir örtünme hareketi yaparlarken gösterilir. Ama artık birbirlerinden değil, seyirciden utanmaktadırlar.

ADEM VE HAVVA, MARBUSE, 16. YÜZYIL BAŞI

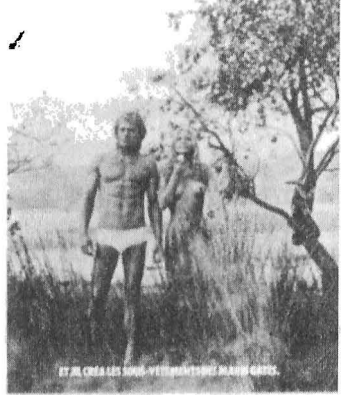


Sonra bu utanma bir tür gösterişe dönüşmüştür.

ÇİFT, MAX SLEVOGT, 1868-1932



İÇ ÇAMAŞIRI REKLAMI

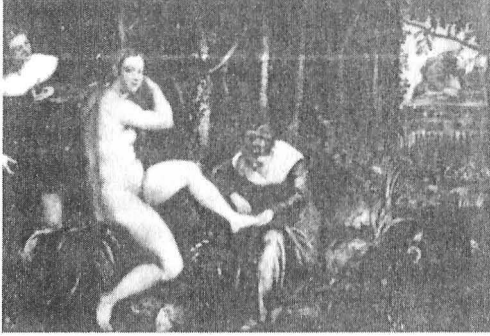


Resim geleneği dünyasal konulara yönelmeye başlayınca, başka konularda da çıplak kadın yapma olanağı belirdi. Gene de bu resimlerin hepsinde resme konu olan şeyin (kadının) bir seyirci tarafından seyredildiğinin farkında olduğunu gösteren bir şey kaldı.

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

**Bu, çoğu zaman –çok beğenilen Susannah ve Kentin
Büyükleri'nde olduğu gibi– resmin asıl konusudur. Susannah'yı
yikanırken gizlice seyretmek için biz de Büyükler'e katılırız. Su-
sannah da kendisini seyreden bizlere bakmaktadır.**

SUSANNAH VE KENTİN BÜYÜKLERİ,
TINTORETTO, 1518-1594



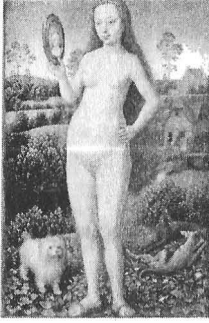
**Bu konunun Tintoretto tarafından işlendiği başka bir
resimde Susannah, aynada kendisini seyretmektedir. Böylece o
da gene kendisini seyreden bizlere katılır.**

SUSANNAH VE KENTİN BÜYÜKLERİ, 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.

KENDİNE HAYRANLIK, MEMLING, 1435-1494

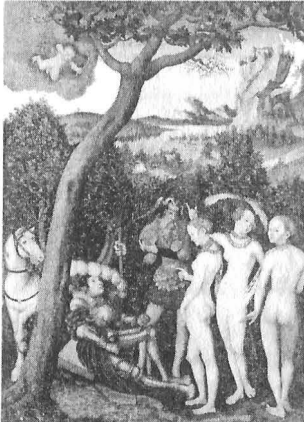


Çıplak kadın resmi yapılıyordu çünkü çıplak kadına bakmaktan zevk duyuluyordu; kadının eline bir ayna veriliyordu ve resme *Kendine Hayranlık* deniyordu. Böylece çıplaklığı zevk için resme geçirilen kadın ahlak açısından suçlanıyordu.

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.

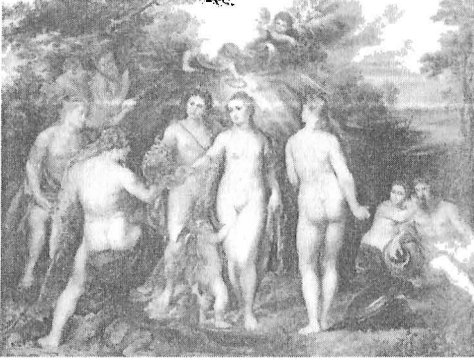
Paris'in Yargısı çıplak kadına bakan bir ya da birçok erkek fikrini anlatan başka bir konudur.

PARIS'İN YARGISI, CRANACH, 1472-1553



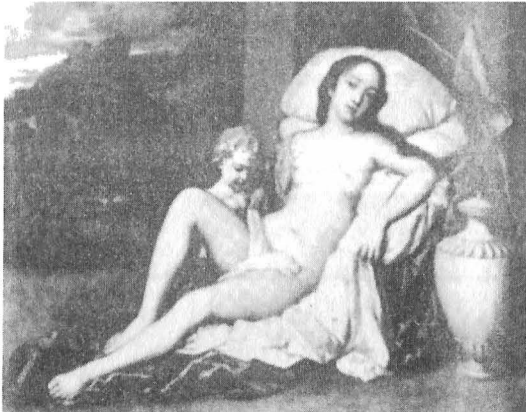
Ama şimdi resme başka bir öge daha eklenmiştir: yargı ögesi. Paris elmayı en güzel bulduğu kadına sunar. Böylece güzellik, yarışmalı bir şey olur. (Günümüzde Paris'in Yargısı, Güzellik Yarışmalarına dönüşmüştür.) Güzel yargısını alamayanlar *güzel sayılmaz*. Güzel yargısını alanlaraysa ödül verilir.

PARİS'İN YARGISI, RUBENS, 1577-1640



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

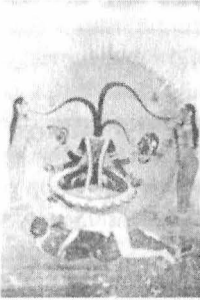
NELL GWYNNE, LELY, 1618-1680



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, 18. YÜZYIL



VIŞNU İLE LAKSMİ, 11. YÜZYIL



MOÇİKA 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.

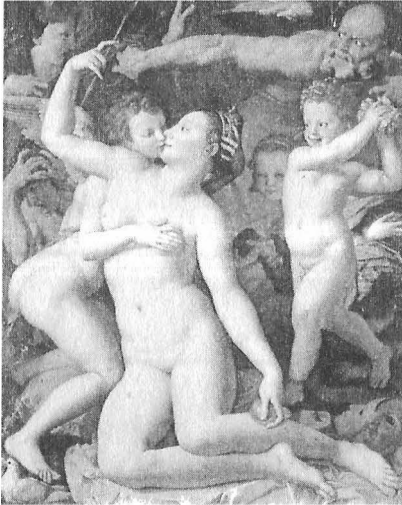
Çıplak olmak açık olmaktır.

Seyredilmek üzere ortaya çıkmak insanın derisinin, vücudundaki kılların, bu durumda hiçbir zaman çıkarılıp atılamayacak bir çeşit örtüye dönüşmesi demektir. Nü hiçbir 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 Alegorisi'ni düşünün.

VENÜS, KÜPID, ZAMAN VE SEVGİ, BRONZINO, 1503-1572



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

Resim, Fransa Kralı'na Floransa Dükü tarafından armağan olarak gönderilmiştir. Mindere diz çökerek kadını öpen çocuk Küpid'dir. 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 görül-müştür. Kadının cinsel tutkusunun az gösterilmesi gerekir ki seyirci kendisini bu tutkunun tekelcisi hissedebilsin.) Kadınlar orada bir açlığı gidermek için bulunurlar; kendi açlıklarını doyumak 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 tanımasına karşın– nazla bakan bir kadının yüz ifadesidir bu. Burada kadın seyredilen birisi olarak dişiliğini sunmaktadır.

Resimlerde bazan kadının erkek sevgilisinin sergilendiği de doğrudur.

BACUS, CERSE VE KÜPID, VON AACHEN, 1552-1615



Ne var ki resimdeki kadının ilgisi hemen hemen hiçbir 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 imgeleriye, bunun tersine, birçok çiftin aynı anda seviştiği düşüncesini uyandırır. "Hepimizin binlerce eli, binlerce ayağı var; hiç yalnız kalmayacağız."

Rönesans sonrası Avrupasında cinsel imgelerin hemen hepsi önden gösterilmiştir –ya gerçekten önden verilmiştir ya da öne yansıtılmıştır– çünkü asıl cinsel kahraman resme bakan seyirci-sahiptir.

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

OREADLAR, BOUGUEREAU, 1825-1905

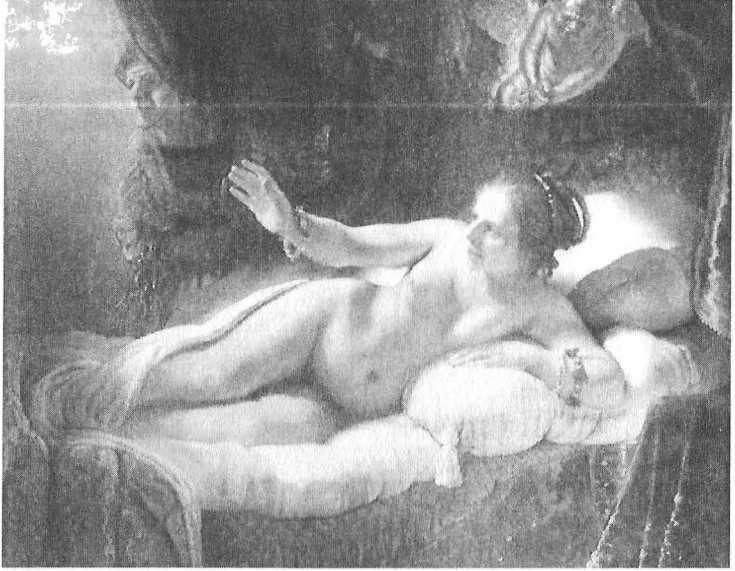


Devlet adamları, işadamları böyle resimlerin altında yapıyorlardı iş tartışmalarını. İçlerinden birisi yenik düştüğünü hissettiği zaman avunmak için başını kaldırıp resimlere bakıyordu. Resimde gördükleri ona erkek olduğunu bir kez daha anımsatıyordu.

Avrupa yağlıboya resim geleneğinde bütün bunların dışında kalan başka nüler 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 nüler. 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 iç içedirler. Seyirci olsa olsa yalnızca onların ilişkisine tanık olabilir; bundan öte bir şey

yapamaz. Dışlanan birisi olduğunu kabul etmek zorunda kalır. Resimdeki kadının salt o seyretsin diye soyunmuş olduğuna inandıramaz kendini. Kadını nüleştiremez. Ressam kadını resme geçirirken onun istemiyle eğilimlerini hem imgenin yapısına hem de vücudunun ve yüzünün ifadesine sindirmiştir.

---VAE, REMBRANDT, 1606-1669



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: Biliñçaltı eşcinsel arzular (ya da çift eşcinselse biliñçaltı karşı cinsel duygular) ikisini de değişik bir şeyler beklemeye itebilir yarı yarıya. Ama bu "rahatlama" duygusunu biliñçaltına 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 bütünüyle 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.

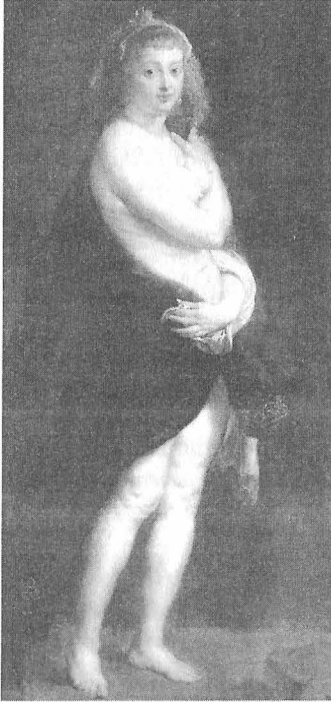
İlk soyunma anındaki sıradanlığa gereksinme duyarız çünkü bu sıradanlık bizi gerçeğe indirger. Aslında bundan da öte bir şey yapar. Cinselliğin tartışılmaz, atalardan gelme mekanizmasını taşıyan bu gerçeklik cinselliğin herkesçe paylaşılma özelliğini de birlikte getirir.

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 keşilip 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, 1577-1640



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 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 birtakım 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 dökülmüş gibidir. Vücuduna sardığı kürkün altında kadının üst yanıyla bacakları hiçbir zaman bir araya getirilemez. Yana doğru neredeyse yirmi santimlik bir kayma vardır; baldırlarının kalçasıyla birleştirilebilmesi için yirmi santim yana kaydırılması gerekir.

Rubens bunu düşünerek yapmamıştır sanırız. Seyirci de bunu bilinçli olarak görmeyebilir. Kendi içinde önemsiz bir şeydir 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 eğretilenim 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 Hélène 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) karısının 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 *kültürel* diline hiçbir zaman tam olarak giremedi.

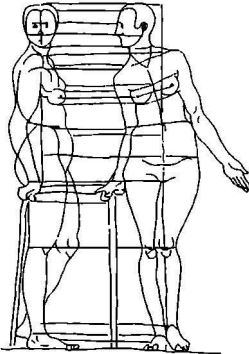
Bu çelişki şöyle de anlatılabilir: Bir yanda ressamın, düşünürün, efendinin, sahibinin bireyciliği öte yanda bu insanların eylemlerinin nesnesi olan ya da bir soyutlama gibi görülen kişi – başka deyişle kadın.

UZANMIŞ KADININ RESMİNİ 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

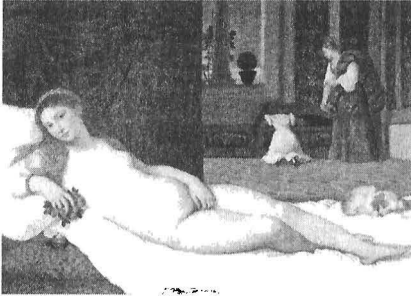


Elde edilen sonuç insan'ı görkemli kılacaktı. Oysa böyle bir şeye girişmek, bir insanın kim olduğunu hiç dikkate almamak demektir.

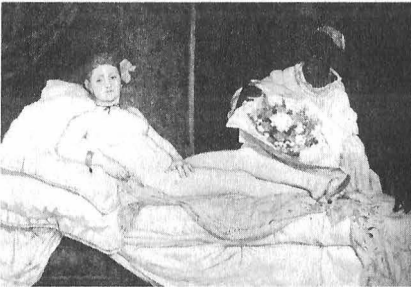
Avrupa nü sanatında ressamalar ve seyirci-sahipler erkekti, nesne olarak işlenen kişilerse çoğunlukla kadın. Bu ters ilişki kültürümüze öylesine sinmiştir ki bugün bile sayısız kadının bilincine biçim vermektedir. Kadınlar kendilerine karşı, erkeklerin onlara karşı davrandığı biçimde davranmaktadırlar. Kadınlar da, erkeklerin onların karşılarında 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'inkiyile karşılaştırsak Manet'nin geleneksel yerine oturtulmuş olan kadının resminde bu yere belli bir başkaldırıyla karşı çıkmakta olduğunu görürüz.

URBINO VENÜSÜ, TITIAN,
YAKLAŞIK 147-1576



OLYMPIA, MANET, 1832-883



İdeal kadın imgesi bozulmuştur. Ne var ki onun yerine konan şey –yirminci yüzyılın başındaki öncü resmin değişmez

kadını olan- yosmanın "gerçekliği"nden öte bir şey değildir. (Toulouse-Lautrec, Picasso, Rouault, Alman Dışavurumculuğu, vb.) Gelenek, akademik resimde de sürdürülmüştür.

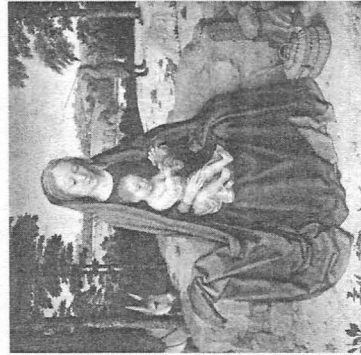
Bu geleneği besleyen tutucu değerler günümüzde daha geniş alanlara ulaşabilen yollarla –reklamlar, gazeteler ve televizyonla- yaygınlaştırılmaktadır.

Gene de kadınları görme biçimi, imgelerin kullanılışı temelde değişmemiştir. Kadınlar erkeklerden çok değişik bir biçimde gösterilir –dışının 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!

4



PIERO DELLA FRANCESCA, 1410/20-1492



GERADUS DAVID, 1523



CIMABUE, YAKLAŞIK 1240-1302



FRA FILIPPO LIPPI, 1457/8-1504

RAPHAEL, 1483-1520



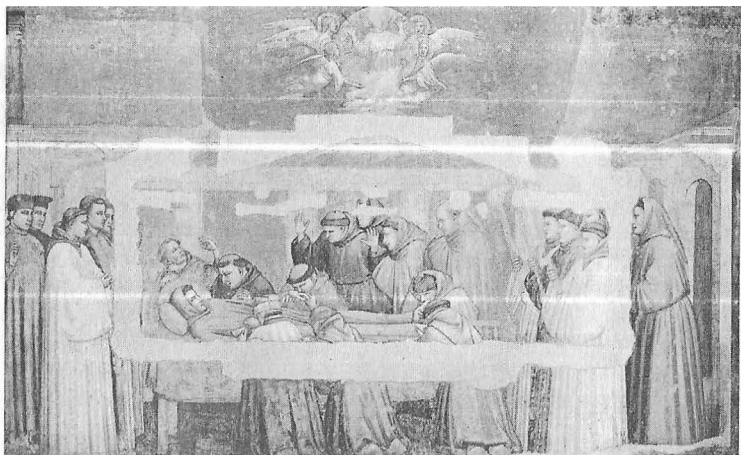
MURILLO, 1617-1662



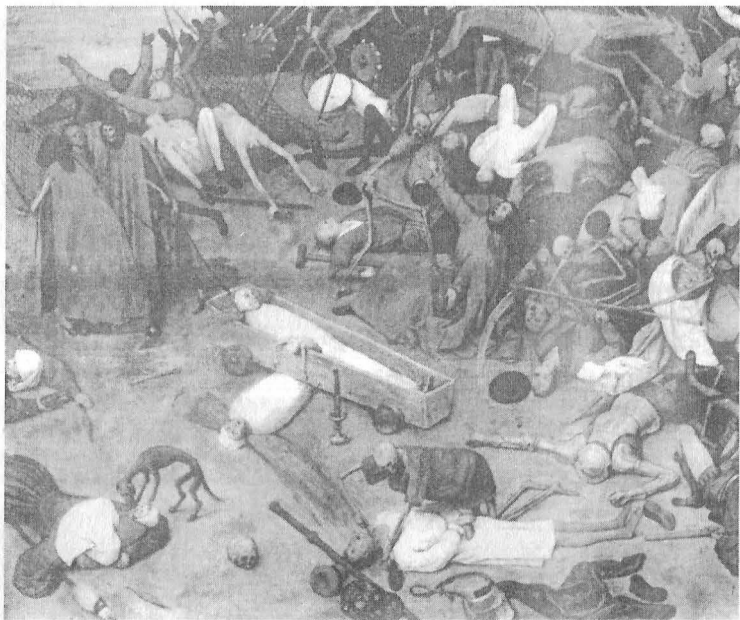
FORD MADDOX BROWN, 1821-1893

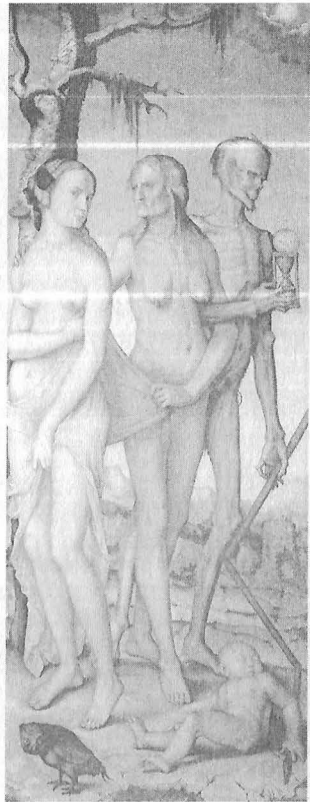


GIOTTO, 1266/7-1337



PIETER BRUEGHEL, 1525-1569

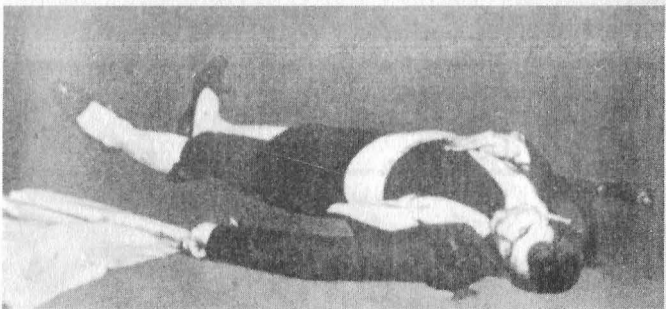




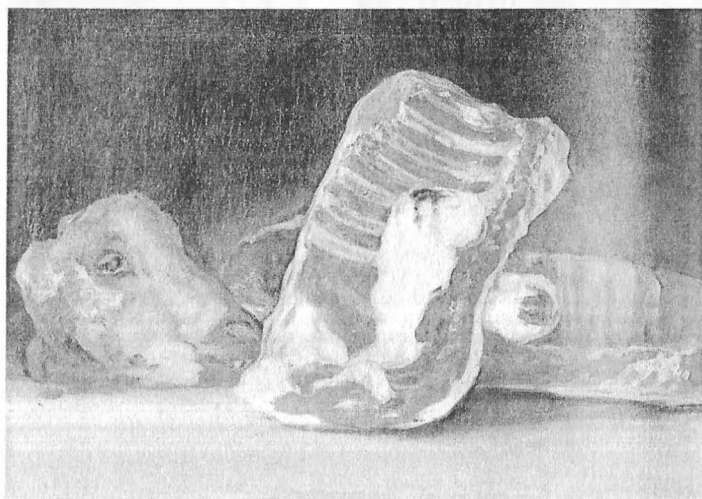
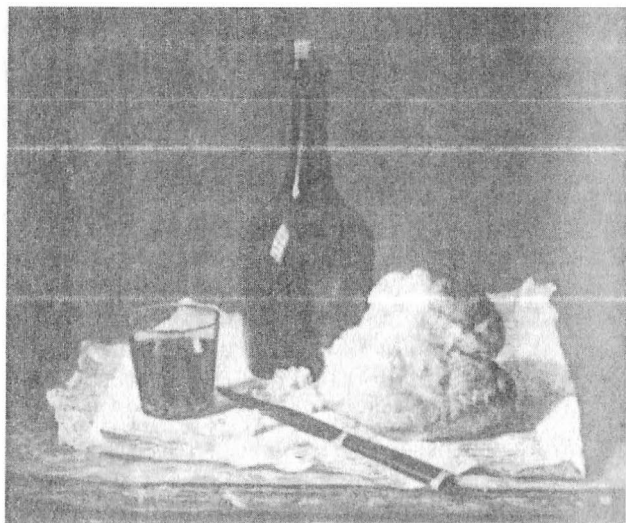
HANS BALDUNG GRIEN, 1483-1545

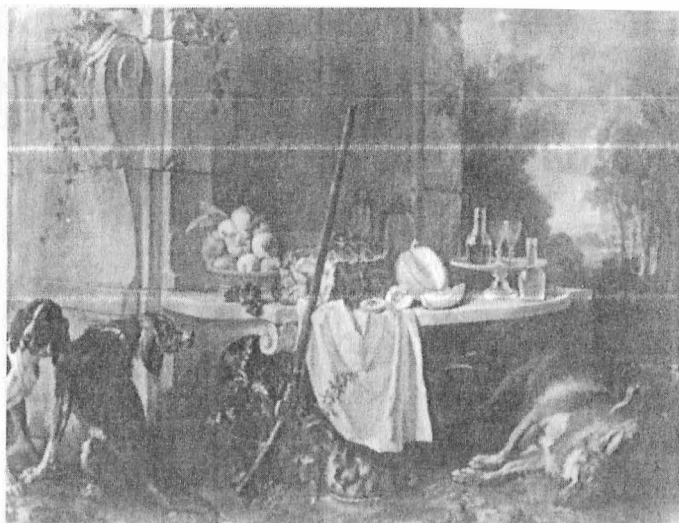


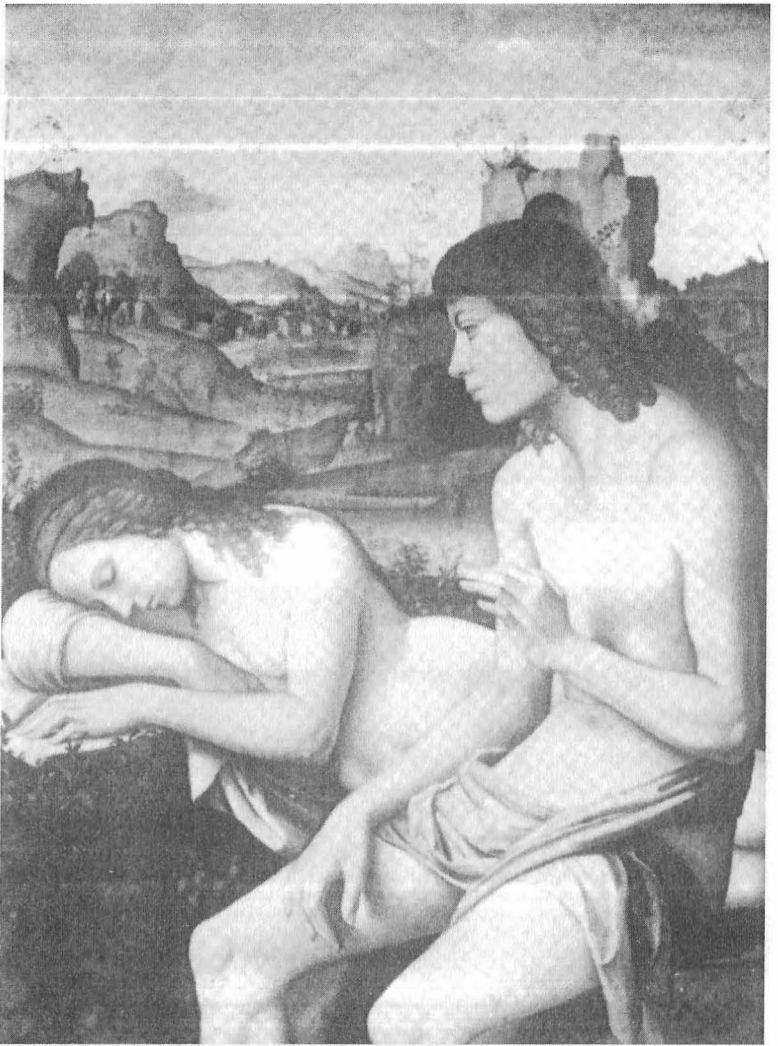
GERICAULI, 1791-1824



EDOUARD MANET, 1823-1883



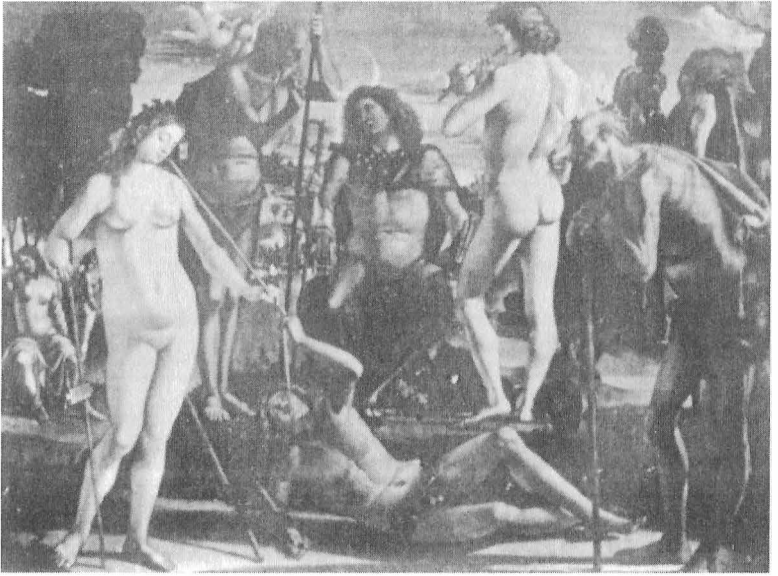




DEFNE İLE KLOE, 15. YÜZYIL



VENÜS İLE MARS, 15. YÜZYIL

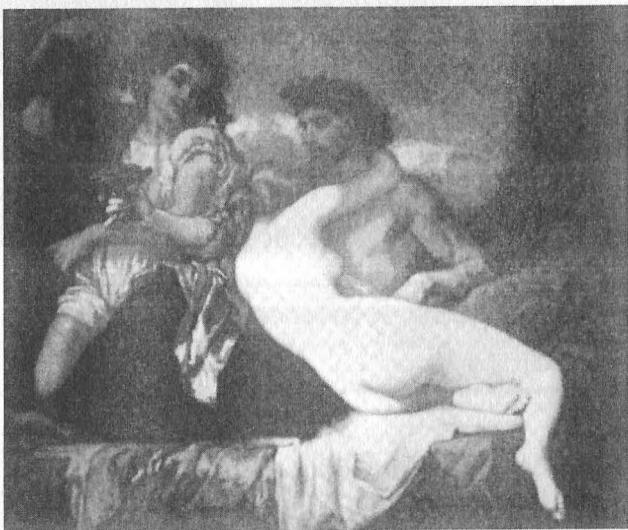


PAN, 15. YÜZYIL

ANGELICA'YI KURTARAN RUGGIERO, 19. YÜZYIL

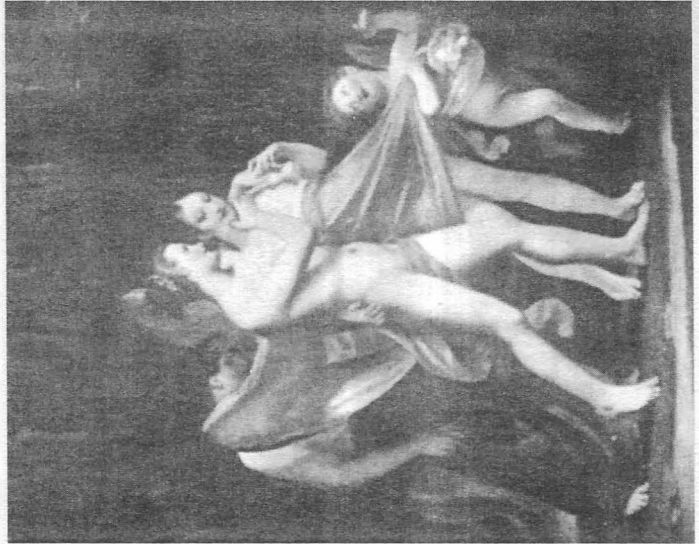


BİR ROMA ŞÖLENİ, 19. YÜZYIL

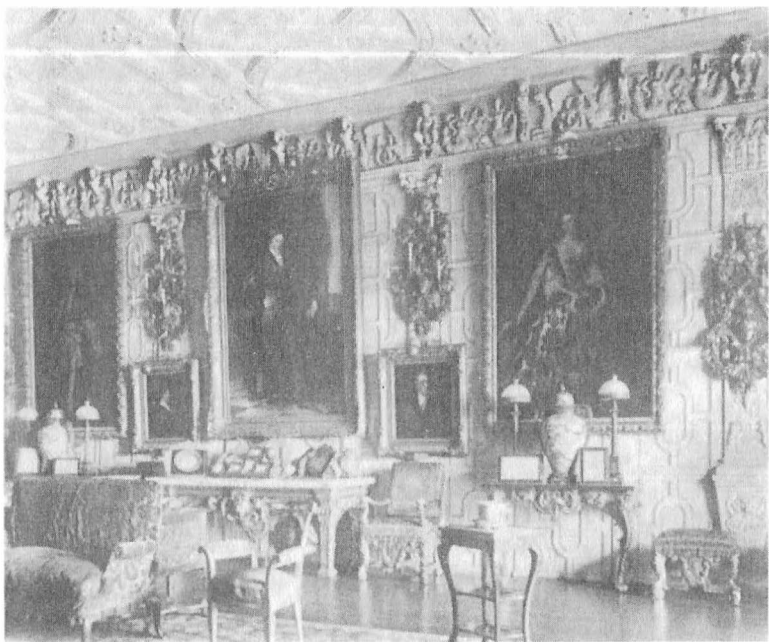




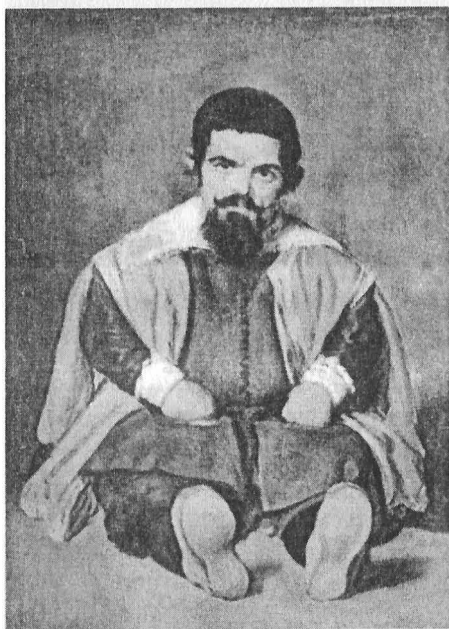
PAN İLE SYRINX, 18. YÜZYIL



SEVGİNİN SAFLIĞI KANDIRIŞI, ZEVKİN ONU ALIP GÖTÜRMESİ,
ARKADAN PİŞMANLIĞIN GELİŞİ, 18. YÜZYIL

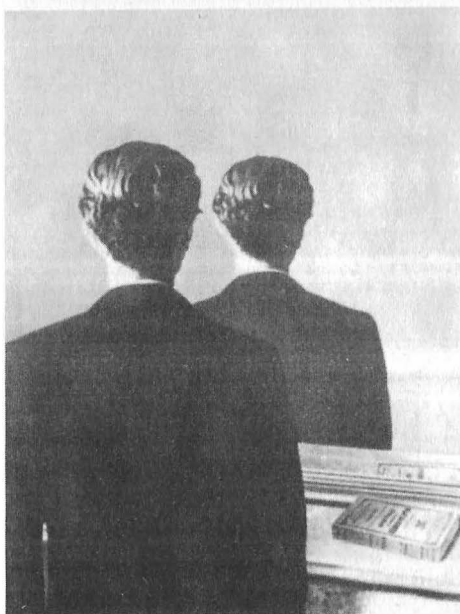












Yağlıboya resimlerde nesneler çoğu zaman oldukları gibi gösterilir. Gerçekte bunlar satın alınabilir nesnelerdir. Bir nesnenin resmini yaptırıp aldığınızda onu beze geçirtmek o şeyi satın alıp evinize koymaktan pek de değişik bir şey değildir. Böylece bir resmi satın aldığınızda o resimde gösterilen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

OXNEAD SALONU'NDA PASTON ZENGİNLİKLERİ, HOLLANDA OKULU, 1665



Bir nesneye *sahibolmakla* yağlıboya resimde o nesnenin görüntüsüne sahipolmak 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 göze batan 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 bir şeyler 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.

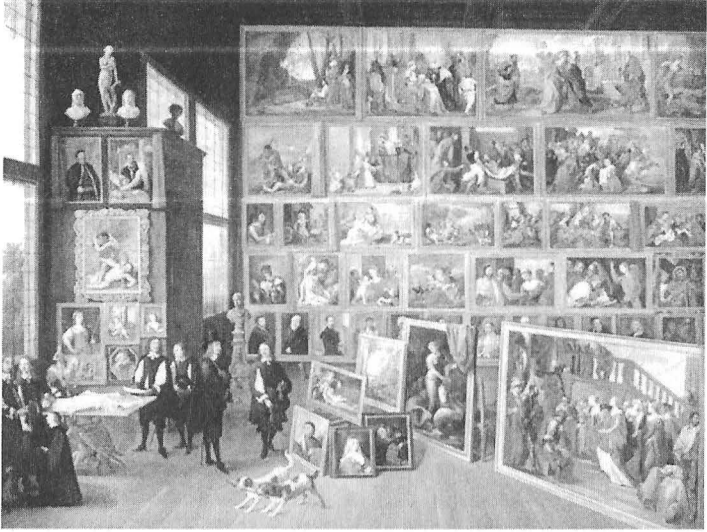
Yağlıboya resim döneminin bitiş tarihi de tam olarak saptanamaz. Bugün bile yağlıboya resim yapılmaktadır. Ne var ki yağlıboya resimdeki geleneksel görme biçimi izlenimcilikle sarsılmış, Kübizmle yıkılmıştır. Bütün bunlar olurken fotoğraf görsel imgelerin başlıca kaynağı olarak yağlıboya resmin yerine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

Oysa bu gelenek kültürel 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?

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

ÖZEL RESİM GALERİSİNDE ARŞİDÜK LEOPOLD, WILLHELM TENIERS,
1582-1649



Bu resim neyi gösteriyor?

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



Bu resimler nedir?

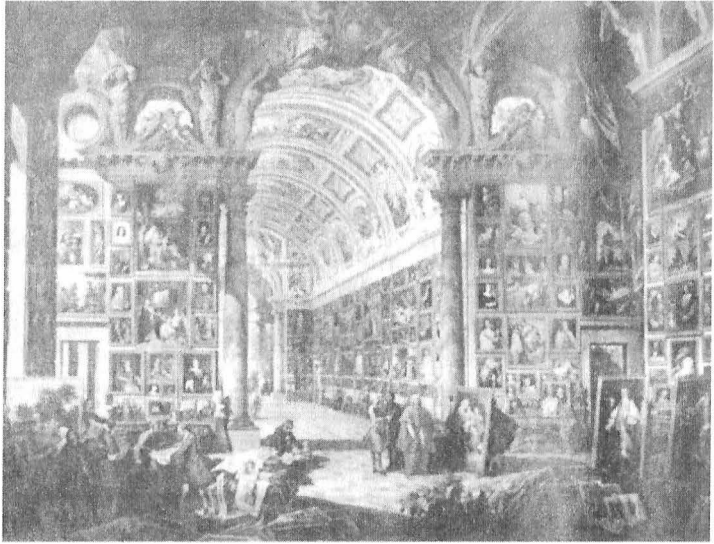
Bunlar her şeyden önce satın alınıp sahibolunabilecek nesnelerdir. Biricik nesnelerdir. Bir sahip resimleriyle çevrelendiği gibi müzik ya da şiirle çevrelenemez.

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 görünülere sunar.

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

Rönesans'ta, sanatçılara göre resim bir bilgi aracıydı belki, ama aynı zamanda bir mülk aracıydı da. Rönesans resmine eğildiğimizde bunun Floransa'da, daha başka yerlerde biriken sınırsız zenginlikler yüzünden gerçekleşebildiğini, zengin İtalyan tüccarların ressam-lara dünyada güzel, istenir olan her şeyi onların mülküne sokabilecek araçlar gözüyle baktıklarını unutmamalıyız. Floransa saraylarındaki resimlerle küçük bir dünya oluşmuştur: Bu dünyada mülk sahibi, sanatçı-larına, dünyada kendisi için değerli olan her şeyi ulaşabileceği bir yerde, olabilecek en gerçek biçimde yenden yaratırmıştır.



KARDİNAL VALENTİ GONZAGA'NIN RESİM GALERİSİ, PANİNİ, 1692-1765/8

Her dönemde sanat yönetici sınıfın ülküsel çıkarlarına hizmet eder. 1500'le 1900 yılları arasında Avrupa sanatının da

hepsi değişik biçimlerde kapitalin 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. FLORENSA OKULU, 17. YÜZYIL



Kapitalin 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. Kartezyen 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.nin 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 kısmı 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 fark edilmeden öylece sürüp gider. Olağanüstü bir yapıt üçüncü sınıf yapıtlarla çevrelenmiş durumdadır.

Her türlü kültürün sanatında çok büyük bir yetenekler çeşitliliği görülür. Oysa başka hiçbir kültürde "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 yapılar 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 dokunabilecekmişiz gibi gösterir bize. Bu tür resimdeki im-

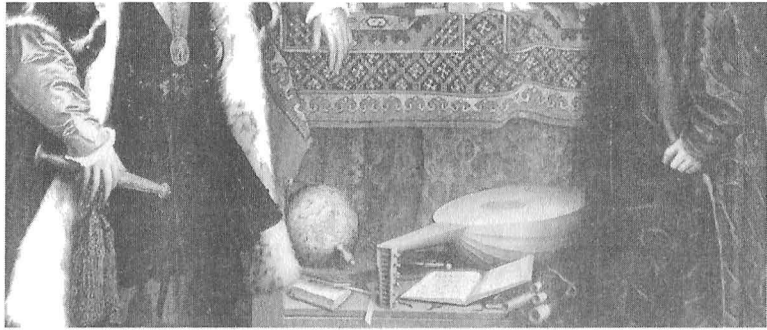
gelerin iki boyutlu olmasına karşın gözü aldatma etkisi yontunun etkisinden çok daha büyüktür. Çünkü yağlıboya, nesnelerin renklerini, dokularını, sıcaklıklarını yansıtabilir. Nesnelerin bir yeri kapladığını bize imleme yoluyla gösterir.

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?

ELÇİLER, HOLBEIN, 1497/8-1543



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 herkesiyle bir yandan salt görsel etki uyandırırken bir yandan da dokunma duygusunu kullanmaya çağırır bizi. Göz kürkten başlayarak ipeğe, madene, tahtaya, kadifeye, mermere, kâğıda ve keçeğe doğru kayar. Her kaymada gözün resimde gördüğü şey dokunma duygusu diline çevrilir. Resimdeki iki adamın belli bir ağırlığı vardır. Adamlar fikirleri simgeleyen birçok nesneyle çevrenmiştir. 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 her şeyi 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 görüldüyor.

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 satın alma 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 aynada yansıyan bir kafatası. Kafatasının resme nasıl girdiği, elçilerin bunu neden istediği konusunda çeşitli yorumlar vardır. Yorumların hepsi bunun bir tür ölüm simgesi olduğunda birleşir. Ortaçağda, kafatası ölümün varlığını sürekli anımsatan bir imge olarak kullanılıyordu. Bizim savımız açısından önemli olan bu kafatasının resimdeki öbür şeylere göre (gerçek anlamda) bambaşka bir görüş açısından verilmiş olmasıdır. Kafatası da resmin geri kalan kesimi gibi resmedilseydi fizikötesi anlamı kalmazdı. O da öbürleri gibi bir nesne, ölü iskeletinin bir parçası olurdu.

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

KENDİNE HAYRANLIK, POORTER, 1608-1648



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 MAGDALEN, AMBROSİUS BENSON
ATÖLYESİ, 1519-1550 ARAISI



MARY MAGDALENE, VAN DER WERFF, 1659-1722



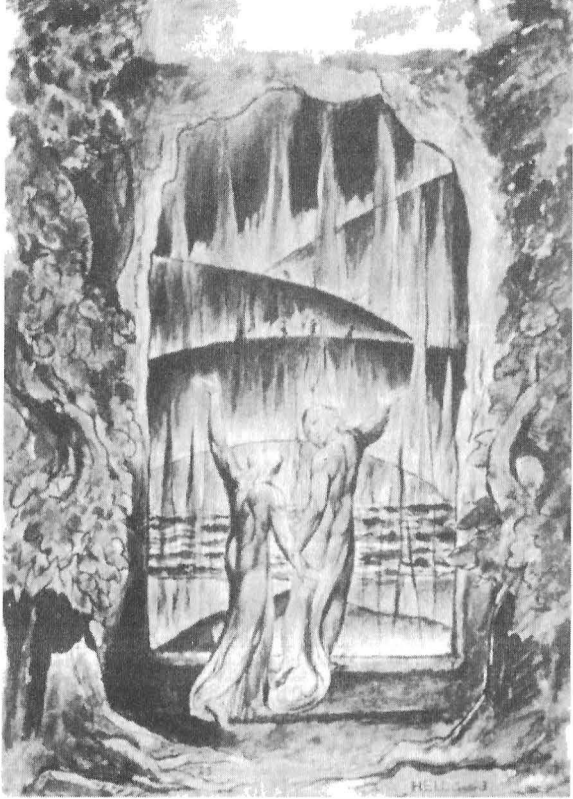
TÖVBE EDEN MAGDALEN,
BAUDRY SALONU, 1859



Öyküde vurgulanan şey Magdalena'nın İsa'yı çok sevdiği, bu yüzden geçmişinden pişmanlık duyduğu, tövbe ederek bedeninin ölümlülüğünü, ruhun ölmezliğini kabul ettiğidir. Oysa resimler, yapılış 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 ayrılamaz olmaları, yerçekiminden kurtulmaları, görünür ama dokunulmaz olmaları, belli bir yüzey olmaksızın ışık saçmaları, nesnelere indirgenemeyecek insanlar olmaları için her şeyi yapmıştır Blake.

DANTE'NİN 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 anlamlandıralım:

ELÇİLER, HOLBEIN, 1497/8-1543



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. San-ki başkaları onların değerlerini anlayamazmış gibi bir bakış. Adamların ait olmadıkları bir şeye bakar gibi bir halleri vardır. On-ları çevreleyen ama adamların dışında kalmak istedikleri bir şey-dir bu. En iyisini düşünersek onları çevreleyen, onları alkışlayan bir kalabalık, en kötüsünü düşünersek, rahatlarını kaçıran insan-lar olabilir bunlar.

Bu gibi adamların dünyanın geri kalan kesimiyle iliş-kileri nelerdir?

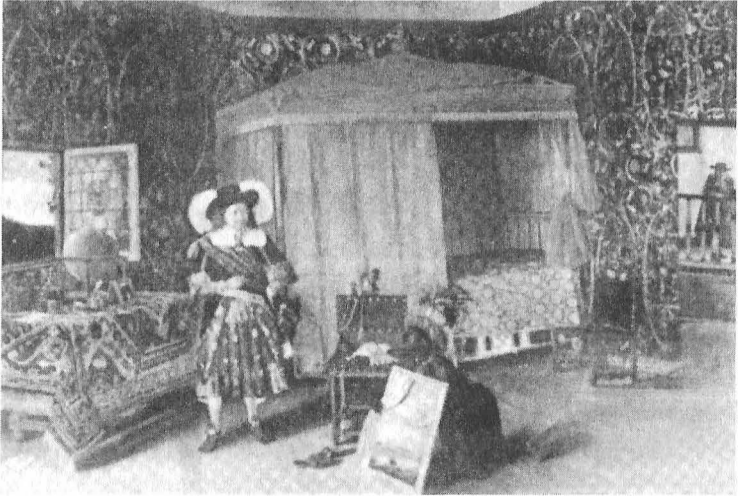
Resimde adamların arkasındaki rafta görülen nesne-ler –imleri çözebilen birkaç kişiye– bu adamların dünyadaki yeri hakkında belli bir bilgi vermek amacıyla konmuştur oraya. Dört yüz yıl sonra biz bu bilgiyi kendi görüşümüze göre yorumlayabi-liriz artık.

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 kapital 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 küre 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 ilahi kitabı, bir de ut vardır. Bir ülkeyi sömürgeleştirebilmek için insanlarını Hristiyan yapmak, onlara hesap öğretmek gerekiyordu; böylece onlara dünyada en ileri uygarlığın Avrupa uygarlığı olduğu kanıtlanıyordu. Elbette Avrupa sanatı bunun dışında değildi.

ELMİNA ŞATOSUNDA AMİRAL RUYTER, DE WITTE, 1617-1692



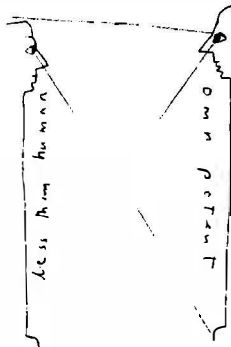
Bu resimde Afrikalı tutsak, efendisine yağlıboya bir resim gösteriyor. Elindeki resimde Batı Afrika tutsak ticaretinin en önemli merkezlerinden birinde bulunan şato görülüyor.

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.

BRİTANYA'YA İNCİLERİNİ 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 beklemezler. İmgelerinin başkalarını hem taşıdıkları koruyucu tavır hem de uzak duruşlarıyla etkilemesini isterler. Eskiden krallar, 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 düşünülmemeyecek 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.

TOSCANA'LI 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 görülmesi gerekir.

Benzer bir örnek olarak mikroskop altında incelenen parçaları düşünebiliriz.

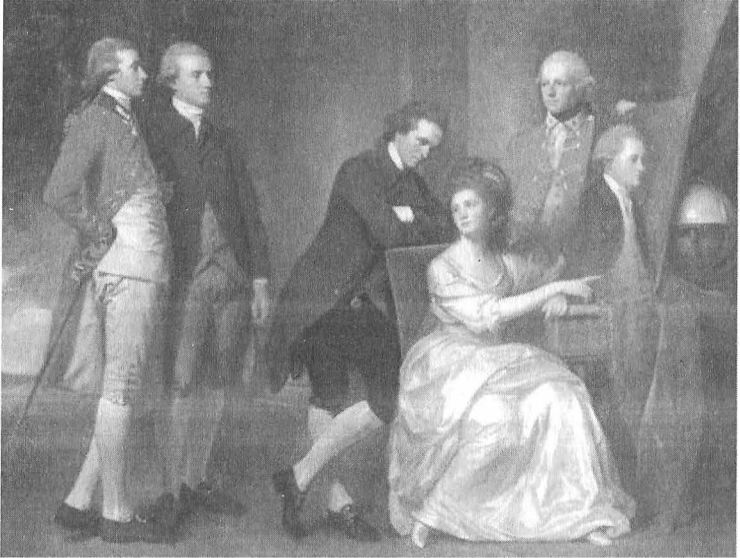
Tüm ayrıntılarına dek inceleyebileceğimiz biçimde gözümüzün önündedir bu parçalar, ama onların bizi aynı biçimde gördüklerini düşünmek olanaksızdır.

BAY VE BAYAN WILLEEM ATHERTON,
DEVIS, 1711-1787



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

BEAUMONT AİLESİ, ROMNEY, 1737-1802



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 hiçbir gelenekle ortaya çıkmayan yağlıboya resim türleridir bunlar.

Yağlıboya resim geleneğinden önce ortaçağda ressamlar, 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.

ISTAKOZLU ÖLÜ-DÜĞA, DE HEEM, 1606-1684



Burada yiyecekler görülüyor. Böyle bir resmin sanatçının neleri resme geçirebileceğini 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 davranlardır. (Dört ayaklı ev eşyaları gibi resme geçirilen hayvanlar.)

LINCOLNSHIRE ÖKÜZÜ, STUBBS, 1724-1806



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

CLAESZ'İN YAPTIĞI SANILAN ÖLÜ-DOĞA,
1566-1661



Yapıtların resimleri –bazı erken Rönesans ressamlarının yapıtlarında olduğu gibi mimarlık bakımından kusursuz olan yapıtları değil– babadan oğula geçen taşınmaz mülkü gösteren yapılar.

SARAY BAĞÇIVANI ROSE'UN II. CHARLES'A
ANANAS SUNUŞU, HEWART'IN DANCERT'-
TAN YAPTIĞI KOPYA, YAKLAŞIK 1603-1678/9



Yağlıboya resmin en üstün türü tarihsel ya da mitolojik resimlerdir. 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 örneklerin dışında bu mitolojik resimler bugün şaşırtıcı bir biçimde boş gelir bize. Hiç erimeyecek balmumundan yapılmış köhne tablolarıdır bunlar. Oysa zamanında bu denli çok tutulmalarıyla taşıdıkları bu boşluk birbirine doğrudan bağlıdır.



BİLGİNİN UTKUSU, SPRANGER, 1546-1627



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 görünüşleri 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 görünüşler, kendini değerlendirirken ona yardımcı ve destek oluyordu. Bu görünüşlerde 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.

HYMENİ 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 MAREŞALLERİNİ KARŞILAYAN OSSIAN, GIRODET, 1767-1824



"Gündelik yaşam" resimleri denen resimler –"düşük yaşam"ı gösteren resimler– mitolojik resimlerin karşısı olarak görülüyordu. Soylu 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 doğrulamış oluyorlardı. Bu tür resimler yeni ortaya çıkan kentsoylular sınıfınca çok tutuluyordu. Kentsoylular kendilerine resimdeki kişileri değil resimde canlandırılan ahlak dersini yakıştırıyorlardı. Burada gene yağlıboyanın maddesel yoğunluk yanılsaması uyandırma özelliği şu duygusal yalanı inandırıcı kılıyordu: Zengin olanlar dürüst ve çalışkan insanlardı. Hiçbir işe yaramayanlarsa, haklı olarak, hiçbir şeye sahibolamıyorlardı.

MEYHANE, BROUWER, 1605-1638



Adriaen Brouwer bütün bunların dışında kalan bir "gündelik yaşam" ressamıydı. Onun ucuz meyhaneleri, bu meyhanelere düşen insanları işleyen resimleri acı ve doğrudan bir gerçekçilik taşır. Bu gerçekçilik de o alışılmış duygusal ahlak dersini ta baştan ortadan kaldırır. 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, 1530-1666



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. (Dışleri görünecek biçimde gülümsüyorlar; resimlerde zenginler hiç böyle gülümsemez.) Varlıklılara gülümsüyorlar – kendilerini onlara kabul ettirmek, aynı zamanda bir şey satmak ya da bir iş çıkarmak umuduyla gülümsüyorlar. Böylesi resimler iki şeyi bir arada söyler: Yoksullar mutludurlar; varlıklılar dünya için bir umut kaynağıdır.

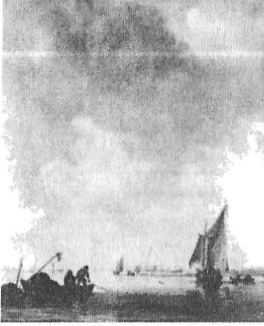
Yağlıboya resim türleri içinde doğa resimleri savımızın en az uygulanabileceği resim türüdür.

YAKINTILARI GÖSTEREN GENİŞ DOĞA RESMİ,
RUISDAEL, 1628-1692



Son zamanlarda çevre bilime karşı duyulan ilgi artmaya başlamadan önce doğa, kapitalizmin eylemlerinin nesnesi olarak düşünölmüyordu. Kapitalizmin, toplumsal yaşamın ve her birey yaşamının yer aldığı bir alan olarak görölüyordu yalnızca. Doğanın çeşitli yanları bilimsel incelemelere konu oluyordu; ne var ki bir bütün olarak doğa sahibolunacak bir şey olarak görölmeye başlanmamıştı henüz.

AĞ ATAN BALIKÇILARI GÖSTEREN İRMAK
RESİMİ, 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 yağlı boya 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 İzlenimciler 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 açıkha-
va resminin gelişmesinde de belli ölçüde etkili olmuştur. Gainsbo-
rough'nun çok tanınan Bay ve Bayan Andrews resmini ele alalım.**

BAY VE BAYAN ANDREWS, GAINSBOROUGH, 1777-1788



**Kenneth Clark* Gainsborough'nun resmi üzerine şun-
ları 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 görünüşleri 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 biçimiyle 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, Viol de Gamba'sını alıp sevimli bir köye giderek doğa resmi yapmak istediğini söyleyen alıntıyla, olanak bulsaydı Gainsborough'nun gerçekçi bir açık hava ressa-

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

mı olacağını kanıtlamak istemişlerdir. Oysa Viol de Gamba'dan söz eden bu mektup Gainsborough'un Rousseau'culuğunun bir parçasıdır. Gainsborough'un bu konudaki gerçek düşünceleri, kendisinden özel parkının resmini yapmasını isteyen bir zengin 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 görünüler* 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 resme oturtulmasını istemişlerdir?

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



Profesör Lawrence Gowing Bay ve Bayan Andrews'un mülke düşkün oldukları savını kızgınlıkla çürütmeye 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 yol gösteri-

cisi Francis Hayman'ın aynı sıralarda Gainsborough' nunkeyne çok benzeyen bir konuyu işlediği resminde gösterdiği gibi, böyle resimlerdeki insanlar "Büyük İl- ke"den... bozulmamış ve çarpıtılmamış *Doğa*'nın ger- çek Işık'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 toprak ağası olarak görmenin verdiği zevkin de bulunduğudur. Resimde topraklarını tüm maddeselliği içinde yansıtan yağlıboyanın kullanılması da bu zevki artırmıştır. Bize kültür tarihinde bunun önemsiz bir şey olduğü 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 girişir. Ama incelemenin çıkış noktası açıklığı kavuştu sanıyorum. Yağlıboya resmin kendine özgü nitelikleri nedeniyle, görülen şeylerin resme geçirilmesinde özel bir töreler dizgesi

oluştı. Bu törelerin toplamı yağlıboya resmin yarattığı görme biçimleridir. Çoğu zaman çerçevesi içindeki yağlıboya resmin dünyaya açılan düşsel bir pencere olduğu söylenmiştir. Bu da, kabaça dört yüzyıl içinde oluşan tüm biçim değişikliklerini (Yapmacılık, Barok, Yeni Klasikçilik, Gerçekçilik, vb.) içine alarak geleneğin kendisini nasıl değerlendirdiğini gösterir. Söylemek istediğimiz şey şudur: Avrupa yağlıboya resim kültürü bir bütün olarak ele alınır, bu kültürün kendini değerlendirışı bir yana bırakılırsa o zaman yapılan resmin dünyaya açılan çerçeveli bir pencere değil daha çok duvara gömülmüş bir kutu, görünümlerin içinde saklandığı bir kasa olduğu anlaşılabacaktır.

Bizi sürekli mülkten söz etmekle suçluyorlar. Bunun tam tersidir doğru olan. İncelediğimiz toplumun, kültürün 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 hiçbir zaman. Mülkle Avrupa kültüründe ortaya çıkan sanat arasındaki ilişkiler bu kültüre doğal gelmektedir. Bu yüzden birisi çıkıp da belli bir kültürel alanda mülk çıkarlarının ne denli yaygın olduğunu gösterdiğinde bu tutum, gerçeği *gösterenin* saplantısı olarak yorumlanıyor. Böyle bir yorum, Kültürel 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: Ölümlemlerinden sonra geleneğin bu ressamılarına içine alması, onların yarattıkları küçük yöntem yeniliklerini benimsemesi, her şeyi temelde sanki hiçbir 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, anlaşılmamakla, biraz da kendisiyle savaşıarak yaşayan birisi. Bu sanatçı Melek'le gürleşen Yakup olarak dü-

şünülmüştür. (Bunun örnekleri Michelangelo'dan Van Gogh'a dek uzanır.) Sanatçı başka hiçbir kültürde böyle düşünülmemiştir. Öyleyse bu kültürde neden böyle düşünülüyor? 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 bulunduğu geleneğin 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 çirak 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 kimsenin önceden göremediği bir şey yaparken görmesi demekti. 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



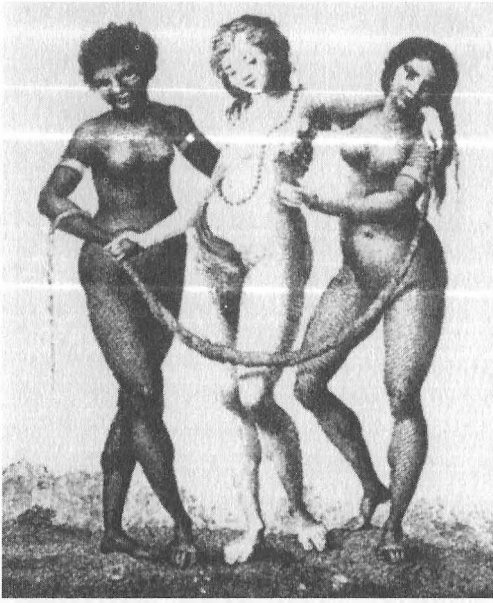
Birinci resmin Rembrandt'ın yaşamını gösteren dizi içinde özel bir yeri var gibidir. Rembrandt bunu evliliğinin ilk yılı içinde yapmıştır. Resimde karısı Saskia'yı gösteriyor bize. Saskia altı yıl sonra ölecektir. Bu resimde sanatçının, yaşamının mutlu evresini özetlediği söylenir. Oysa insan, duygusallığı 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.



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.

6

AVRUPAYI DESTEKLEYEN AFRIKA VE AMERIKA



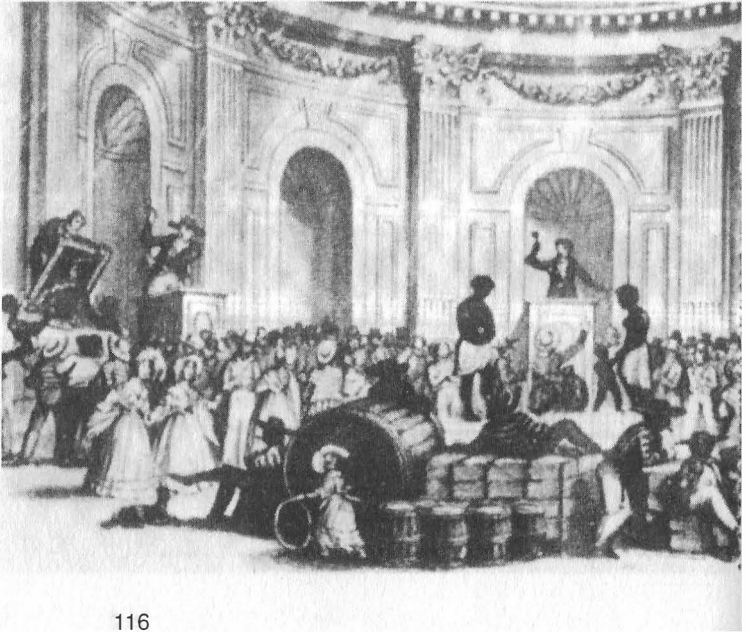
ACIMA







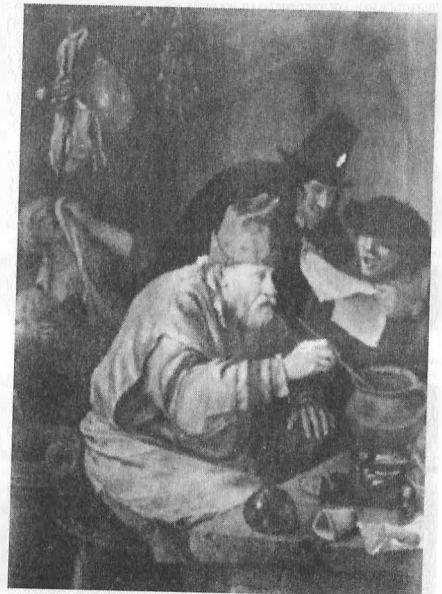
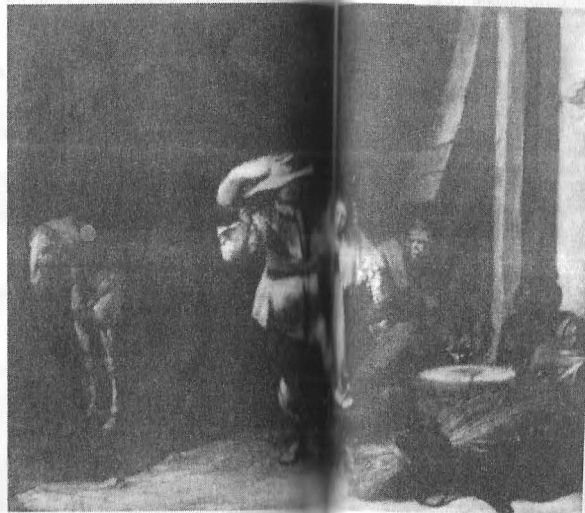
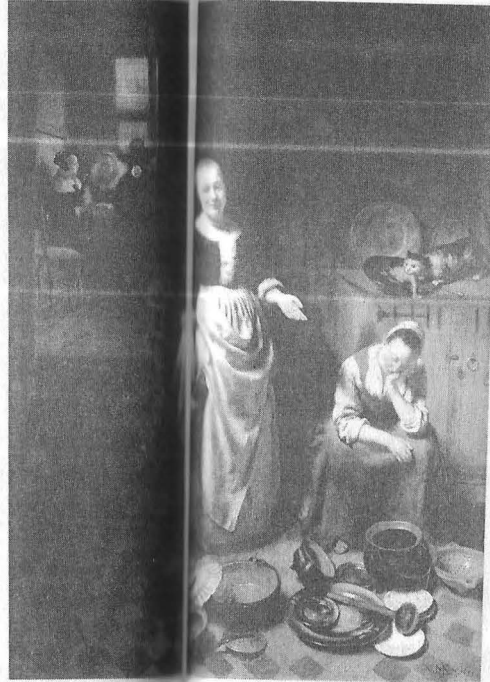
ROTUNDA'DA RESİM VE TUTSAK SATIŞI, NEW ORLEANS, 1842



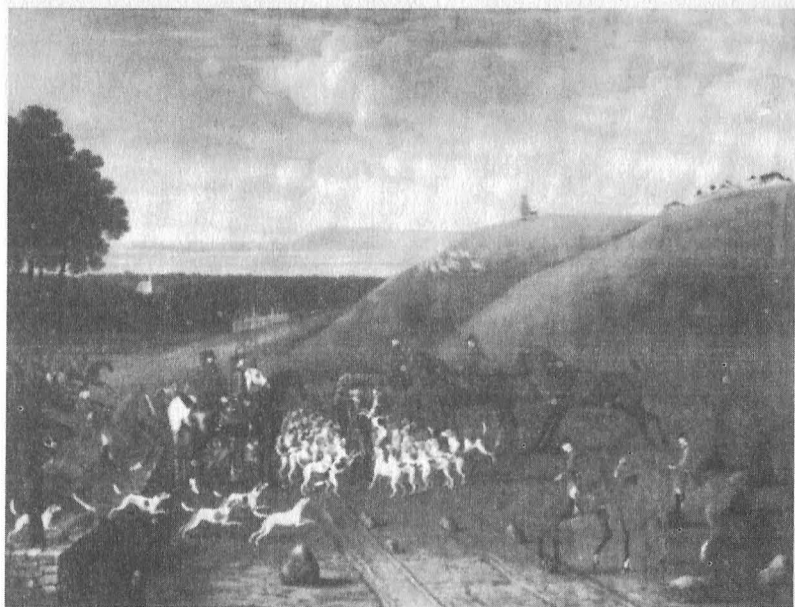
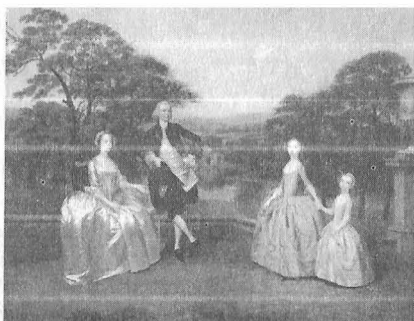


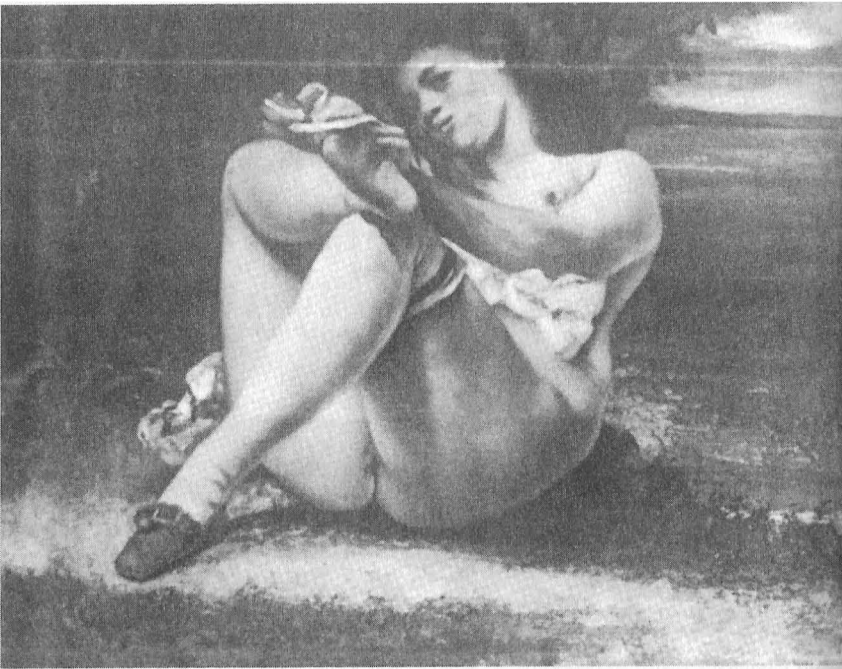










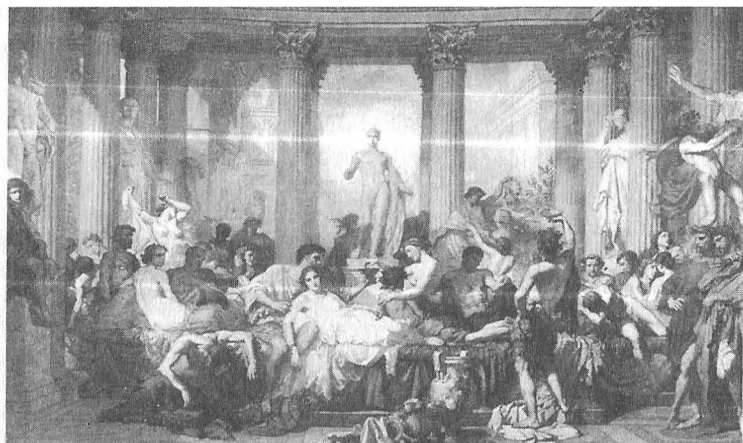


BEYAZ ÇORAPLI KIZ



SEN KİYİSİNDE İKİ KIZ

YIKILIŞTA ROMALILAR



SALON



MADAM CAHEN D'ANVERS



MİDDEN'Lİ ONDİNE



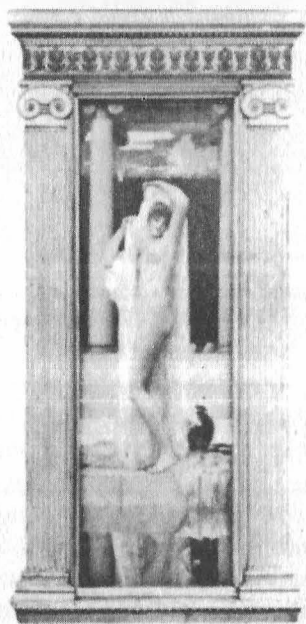
CADILARIN SABAH AYINI



AZIZ ANTHONY'NIN KANDIRILIŞI



PSYCHE'NİN YIKANIŞI



LA FORTUNE

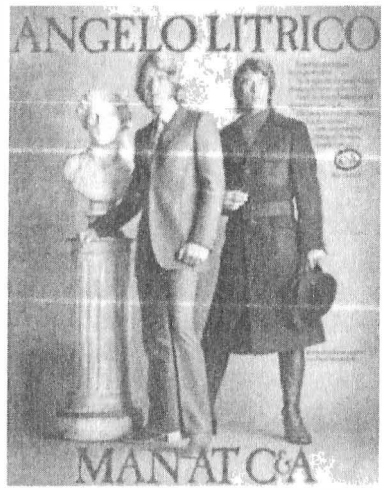




Yaşadığımız kentlerde hepimiz her gün yüzlerce reklam imgesi görürüz. Karşımıza bu denli sık çıkan başka hiçbir imge yoktur.

Tarihte başka hiçbir 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, yanımızdan hızla geçerken görüveririz. Tescimsel reklamların bitmesini beklerken televizyon ekranında çarpıp gözümüze. Hiç durmadan yenilenip durmaları, zamana uydu-

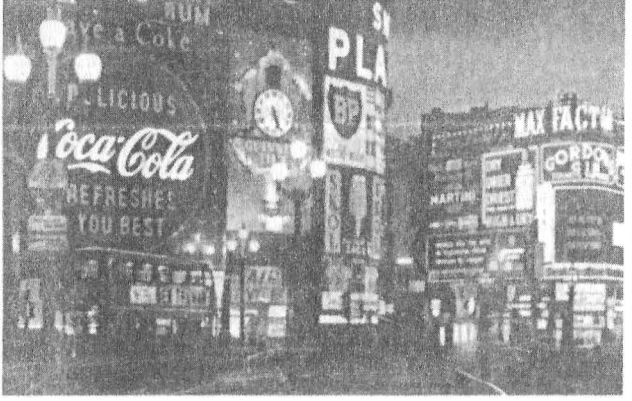


rulmaları bakımından da anlaktır reklam imgeleri. Oysa hiçbir zaman o andan söz edilmez reklamlarda. Çoğu zaman geçmişten, her zaman da gelecekte söz edilir.

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 gelecekte 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 ekranında 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, televizyon programı bitinceye ya da reklam afişinin üstüne yenisi yapıştırılınca dek böylece sürer gider bu.

Reklamların, çoğu zaman, halka (alıcıya), becerikli ya-pımcılara –ve böylelikle ulusal ekonomiye– yararlı bir yarışma aracı olduğu savunulur. Özgürlükle çok yakından ilgili bir savdır

bu: alıcının seçme özgürlüğü, üreticinin girişim özgürlüğü gibi özgürlüklerle. Kapitalizmin egemen olduğu kentlerde tüketim maddelerinin oluşturduğu büyük yığınlar ve reklam ışıkları, "Özgür Dünya"nın sunduğu hemen göze çarpan görsel imgelerdir.



Doğu Avrupalılar'ın birçokları için Batı'daki bu imgeler Doğu'da onların sahibolamadıkları şeyleri özetler gibidir. Reklamın insanlara özgür seçme hakkı verdiği 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 çağırırız; 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.

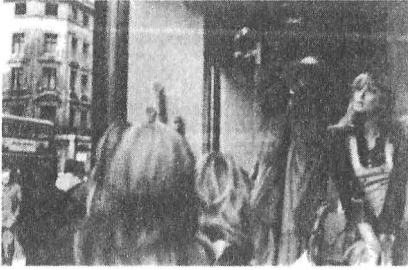
Aldığınız bu yeni nesne der reklam, sizi bir bakıma daha zenginleştirecektir – aslında o nesneyi almak için para harcayarak biraz daha yoksullaşacak olsanız bile!

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 yararlar 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 zorundadır. 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 kıskanılmalı Ben'i yaratan nedir öyleyse? Başkalarının duyduğu kıskançlıktır elbette. Reklam nesneleri değil toplumsal ilişkileri amaçlar. Reklam, zevk değil mutluluk vaat eder bize: dışardan, başkalarının gözüyle görülen bir mutluluk. Kıskanılmamanın getirdiği bu mutluluk da çekicilik yaratır.

Seyirci-alıcının, ürünü edindiği zaman erişeceği duruma 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.

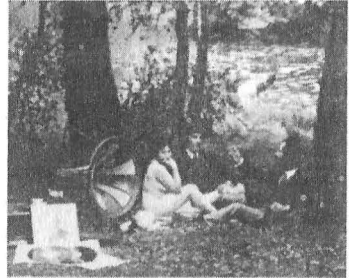


Reklam dilinin fotoğraf makinasının bulunmasına dek geçen zaman içinde yağlıboya resimde Avrupa'da dört yüzyıl boyunca egemen olan dille ortak bir yanı var mıdır?

Yanıtı apaçık ortada duran bir sorudur bu. Kesintisiz bir süreklilik söz konusudur bu alanda. Ne var ki bu süreklilik kültürel endişelerle biraz gölgelenmiştir. Sürekliliğin yanında çok büyük bir ayırım da söz konusudur. Bu ayırım ayrıca incelenmeye değer olacak ölçüde önemlidir.

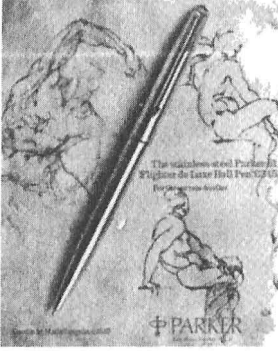
Reklamlarda eski sanat yapıtlarına uzanan çizgiler görülür. Bazen reklam imgesinin tümü çok ünlü bir resmin açık bir benzeridir.

KIRDA KAHVALTI, MANET, 1832-1883



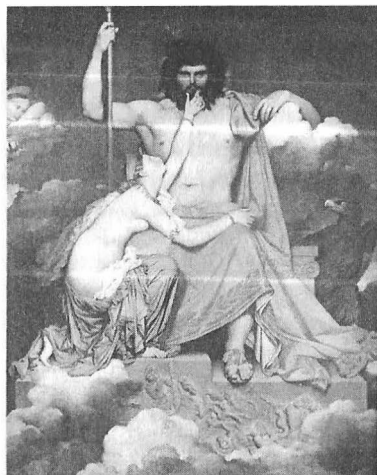
Reklam imgelerinde, mesaja çekicilik ya da güçlölük katmak amacıyla yontu ya da resimler kullanılır. Vitrinlerde sergilenen nesnelerin yanına çoğu zaman çerçevesiz resimler asılır.

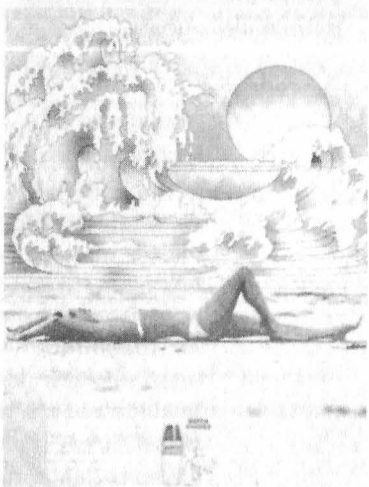
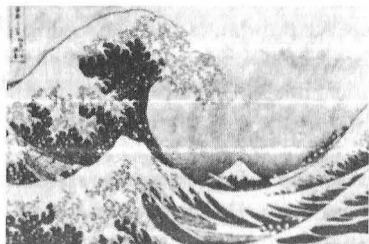
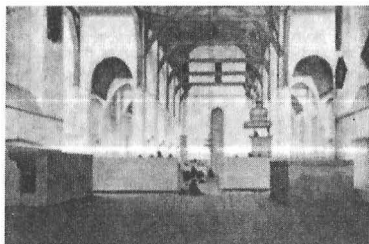
Reklamlara "alınan" her sanat yapıtı, iki işi bir arada görür. Sanat bir zenginlik simgesidir; güzel yaşam demektir: Dünyanın zenginlere, güzellere sunduğu değerli nesnelerinin bir parçasıdır.



Oysa sanat yapıtları kültürel üstünlüğü bir tür soyluluğu, giderek bir tür akıllılığı da düşündürür. Bunlar, sıradan nesnelerden üstündür. Yağlıboya resim kültürel mirasın 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 kültürel 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 ayrıntılar neredeyse aynıyla yan yana 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 caddeden geçin. Sonra da resimli bir müze kataloğunu 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 çıktığı birkaç 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 ane (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.

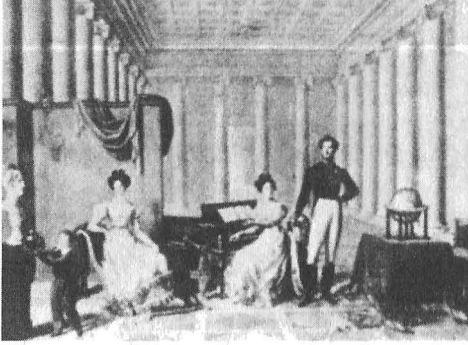
Şövalyenin (atlının) araba sürücüsüne dönüşmesi.

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

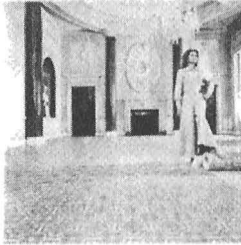
Reklam tüketici toplumun yarattığı kültürdür. Toplum böylece kendine olan inancını imgeler yoluyla çoğaltarak sürdürür. Bu imgelerde yağlıboya dilinin kullanılmasının birçok nedeni vardır.

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

KARISI, KIZ KARDEŞİ VE PARMA'NIN
GELECEKTEKİ III. CARLO'SUYLA BİRLİKTE CARLO
LODOVICO DI BORBONE, İMZASIZ, 19. YÜZYIL



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



Is it Italian like? Or a real Armstrong floor?

Come and play tennis with Armstrong today

Reklam özünde özlem uyandırıcı bir şeydir. Geçmişe 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 eğitimini 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.

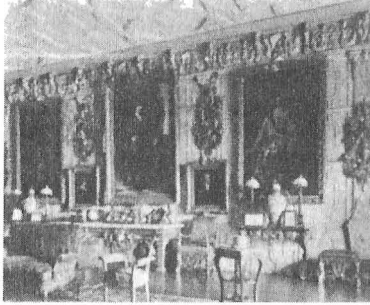


Bu belli belirsiz tarihsel, şiirsel ya da ahlaksal imlere yağlıboya resim dilinde her zaman rastlanır. Bunların belirsiz, giderek anlamdan yoksun oluşları belli bir yarara dönüktür; anlaşılır olmamalıdır bu imgeler; aslında yalnızca yarım yamalak öğrenilmiş olan kültürel dersleri anımsatmalıdır. Reklamcılık, 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 fotoğrafa geçirilebilir

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 kamçılamaktır. 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. Reklamılsa (önce işçi, sonra da alıcı olarak) pazarı oluşturan insanların sırtından iki kat kâr sağlayan, aynı zamanda tüketici üretici de olan seyirci-alıcıya yöneltilmiştir. Reklamların pek girmediği yerler yalnızca çok zenginlerin çevreleridir; onlar da zaten paralarını kendilerine saklarlar.

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

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

Para yaşamdır. Parasız aklıktan öleceksiniz demek değildir bu. Kapitalin insana, başka bir sınıfın tüm yaşamı üzerinde egemenlik sağlaması demek de değildir. Paranın her türlü insan yeteneğini gösteren bir şey, bunlara giden yolu açan bir anahtar olması demektir. Para harcama gücü, yaşama gücüyle bir tutulur. Reklamlarda anlatılan masallara bakılırsa, para harcama gücü olmayanları gerçekten kimse sevmez. Para harcama gücü olanlarsa sevilir.



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

You can have it too. If you have a Barclaycard, it's the answer to that other man's actually affable, without using cash or cheque, or better and allowing to forget about. 10000 points with Barclaycard - always, anywhere, anytime, today, tomorrow. And you can choose 21 in cash at any branch of Barclays.

Why not apply for a Barclaycard? It doesn't matter which bank you use and it's issued free. (The regular rate is small after one charge on each purchase.) You just show your Barclaycard sign the bill and get a note of it. That way you need a receipt for every receipt.

Later, we send you your statement for the whole month's Barclaycard purchases. If you pay that in full within 21 days of the date, you get no extra charges for your purchases. You can, if you like, pay 21.

Minimum 21 each month of the month outstanding and one on the rest of a monthly interest of 10%.

If you'd like to know more, contact a staff at any branch of Barclays or 01 in the evening right now.

Please tell me everything about Barclaycard.
I am over 18.

Name: _____

Address: _____

Post to: Barclaycard, South View,
100 The Quadrant, London E1 1BB

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. Bazen bu yukardaki Barclays Bankası reklamında gördüğümüz gibi apaçık verilen bir mesajdır. Ama çoğu zaman gizlenir mesaj: bu ürünü satın alabiliyorsanız sevilen birisi olacaksınız. Alamıyorsanız seilmeyeceksiniz.

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.

Reklamlarda gelecek zamanla konuşulur, oysa geleceğe ulaşma anı sürekli olarak ertelenir durur. Öyleyse nasıl oluyor da inanılır –ya da yaptığı etkiyi sürdürecektir 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.

THE PRESENT
TO BE ENJOYED
ALL YEAR
THROUGH



12

YOUR GIFT OF GLAMOUR

Give 12 presents in one - give a year of Glamour to delight and inform her about fashion, beauty, entertaining, decorating, careers, travel, interesting people, events, and films that are shaping our world. And Glamour is so easy to give. Tear out and mail the order form today, and we'll take care of everything else. We'll sign and send a Christmas card for you to announce each gift of Glamour... and every month during the next year we'll deliver another of your favorite presents.

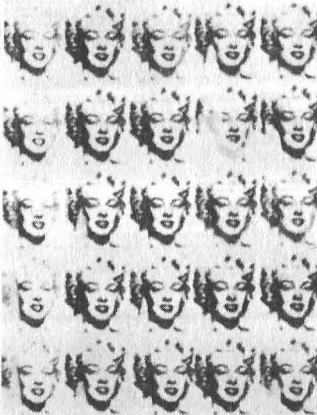
Çekicilik çağımızda yaratılmış bir şeydir. Yağlıboya resmin çok tutulduğu zamanlarda çekicilik diye bir kavram yoktu. İncelik, şıklık, güçlülük gibi nitelikler buna benzeyen ama temelde çok değişik bir şey oluştuyordu.

BAYAN SIDDONS, GAINSBOROUGH, 1727-1788



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 kendisininindir; 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 yarı yolda 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 bilincine vararak, başka şeylerle birlikte kapitalci 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 hâlâ inanılabilirliklerini koruduklarını anlamamıza yardım edecek şey budur. Reklamın aslında sunduklarıyla sözünü ettiği gelecek arasındaki uçurum se-yirci-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 doldurulmaya 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 gerçekleştirilebileceği 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

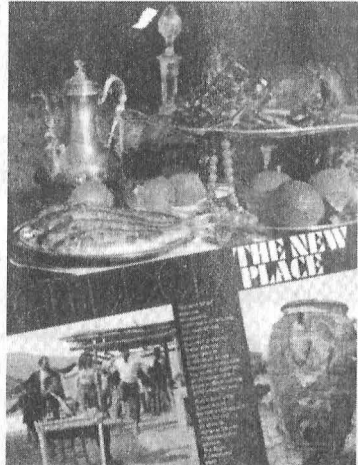


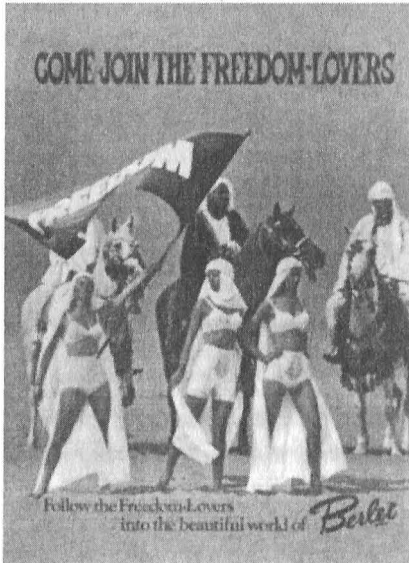
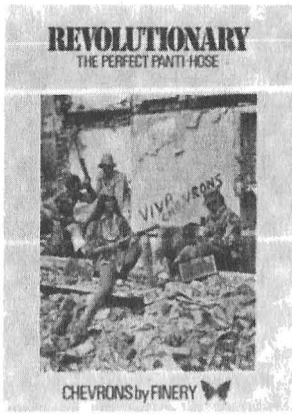
Reklamlara bakılırsa üstün olmak demek çatışmalardan uzakta olmak demektir.



P.I.A. has the best places: LONDON, FRANKFURT, PARIS, GENEVA, ISTANBUL, BEIRUT, BAHADUR KHAN, ISLAMABAD, TEHRAN, KARACHI, Dacca, KATHMANDU, CANTON, SHANGHAI, BAHRAIN, COCOT, DUBAI, JEDDAH, SAUDI.

PIA PAKISTAN INTERNATIONAL AIRLINES





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

The Picturesque Shows the House of Commons, how it works, and why it doesn't work better, by Tom Driberg; models by Roger Law and Deirdre Ainsdett. **Page 8**

The Road from Bangla Desh: the plight of the East Pakistan refugees (right), photographed by Donald McCullin. **Page 20**

The Fischer's Mistress: the strange love affair of Ilya Braun and Adolf Hitler, by Audrey Terry, with newly released photographs. **Page 28**

High-Speed Life: profile of Marie-Claude Besançon, the first woman for 20 years to drive at Le Mans, by Judith Jackson, photograph by David Steen. **Page 40**

Chess by C. H. O'D. Alexander; Bridge by Boris Schapiro; Mephisto Crossword. **Page 44**



Things happen after a badedas bath

(After you've got something to do with the home chestnut)

foamy green waters bubble and sing, the fresh tang of deep green medicinal herbs soaks the air. badedas with its mysterious extract of horse chestnut is whispering its old magic. Barges about soap, hot for there... notice... being treatment more kindly, more gently than you'd believe possible but it's what happens afterwards that matters, to the re-born, invigorated you. Call it Libentust if you will (the French strap it off as *saute de vivre*). The British simply revel in it.



Böylesi bir uyuşmazlığın yarattığı sarsıntı oldukça büyüktür. Gösterilen iki dünyanın bir arada gerçekten var olmalarından değil bunları alt alta koyan kültürün aldırılmazlığından geliyor bu sarsıntı. Bu uyuşmazlığın yan yana istenerek getirilmediği söylenebilir. Gene de metin, Pakistan'da çekilen fotoğraflar, derginin düzenlenişi, reklamın simgelenişi, ikisinin bir arada basılışı, reklamcıya ayrılan sayfalarla haber sayfalarının birbirinden ayrılmaması – bütün bunlar aynı kültürün işidir.

Bununla birlikte burada üzerinde durulması gereken şey, uyuşmazlığın yarattığı ahlaksal sarsıntı değildir. Bu sarsıntıyı hesaplamak reklamı verenlerin kendilerine düşer. *Haftalık Reklam* dergisinde (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, hiçbir 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.

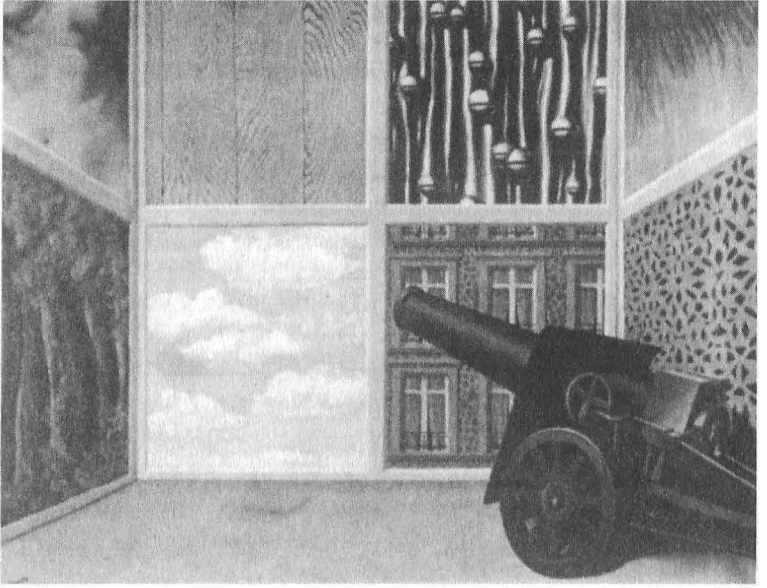
Sürekli bizden kaçan bir geleceğin içine yerleştirilen reklam, şimdi'yi ortadan kaldırır; tüm olayları, tüm gelişmeyi yok eder. Reklam içinde yaşantı olanaksızdır. Ne oluyorsa hepsi dışarda bir yerde olur.

Dokunabilirliği kendi başına olaylaştıran bir dil kullanmasa, aslında reklamın olaysızlığı hemen görülebilirdi. Reklamlarda gösterilen her şey oradadır; yalnızca ele geçirilmeyi bekler. Ele geçirme eylemi bütün öbür etkinliklerin yerini almıştır; sahilbolma 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. Kapitalizmin kültürü içinde başka hiçbir umut, doyum ya da zevk türü düşünülemez olur artık.

Reklam bu kültürün yaşamıdır –öyle ki kapitalizm onsuz varlığını sürdüremez– ve aynı zamanda bu kültürün ürünüdür de.

Kapitalizm 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.



Yapıtların Listesi

- 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 İskemleli Ölü-doğa**, Picasso, 1881-1985, 1984.
- 20 **Kayaların Bakiresi**, Leonardo da Vinci, 1452-1519, National Gallery, Londra.
- 22 **Kayaların Bakiresi**, Leonardo da Vinci, 1452-1519, Louvre, Paris.
- 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 Breughel (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 Limbourg ve kardeşleri, 1416'dan önce Musée Condé, Chantilly.
- 49 **Adem ile Havva**, Jan Gossart (Mabuse de denilmektedir), -1533, Kraliçe Hazretlerinde.
- 49 **Çift**, Max Slevogt, 1868-1932.
- 50 **Susannah ve Kentin Büyüklüğü**, 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 **Paris'in Yargısı**, Peter Paul Rubens, 1577-1640, National Gallery, Londra.
- 52 **Nell Gwynne**, Sir Peter Lely, 1618-80, Denys Bower Koleksiyonu, Chiddingstone Şatosu, Kent.
- 53 **Rajasthan**, 18. yüzyıl, Ajit Mookerje, Yeni Delhi.
- 53 **Vişnu ile Laksmi**, 11. yüzyıl Parsavanatha Tapınağı, Khajuraho.
- 53 **Cinsel Birleşmeyi Gösteren Moçika Seramiği**, Fotoğraf: Shippee-Johnson, Lima, Peru.
- 54 **Venüs, Küpid, 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 Küpid**, 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 Kadının Resmini Çizen Adam**, Albrecht Dürer, 1471-1528.
- 62 **İnsan Bedeninin Oranları Üstüne Dört Kitap'tan tahta oyma**, Albrecht Dürer, 1471-1528.

- 63 **Urbino Venüsü**, Titian, 1487/90-1576, Uffizi, Floransa.
- 63 **Olympia**, Edouard Manet, 1832-83, Louvre, Paris.
- 66 (Üst sol) **Tahta Oturmuş Bakire**, Cimabué, Louvre, Paris, 1240-1302 (?)
- 66 (Üst sağ) **Bakire, Çocuk ve Üç Melek**, Piero della Francesca, 1410/20-92, Williamstown, 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**, Ayrıntı, Pieter Brueghel, 1525/30-69, Kunsthistorisches Museum, Viyana.
- 69 (Üst sol) **Giyotinlenmiş Kafalar**, Théodore Géricault, 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) **Venüs ve Mars**, Pierro di Cosimo, 1462-1521, Gemöldegalerie, Berlin-Dahlem.
- 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 Saflığı Kandırışı**, Zevkin Onu Alıp Götürmesi, Arkadan Pişmanlığın Gelişi, Pierre Paul Prud'hon, 1758-1823, Wallace Koleksiyonu, Londra.
- 76 **Knole'daki Balo Salonu**.
- 77 (Üst sol) **Savoy'lu Emanuel Philibert**, 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 Kalesi.
- 78 (Üst) **Descartes**, Frans Hals, 1580/5-1666, Kopenhag.
- 78 (Alt) **Saray Soyтарыsı**, Diego Velasquez, 1599-1660, Prado, Madrid.
- 79 (Üst sol) **Dona Tadea Arias de Enriquez**, Francisco Goya, 1746-1828, Prado, Madrid.
- 79 (Alt) **Çocuk Kaçırın Deli**, Théodore Géricault, 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**, René Magritte, 1898-1967, E. F. W. James Koleksiyonu, Sussex.
- 83 **Oxnead Salonu'nda Paston Zenginlikleri**, Hollanda Okulu, yaklaşık 1665, Norwich Şehir Müzesi.
- 85 **Özel Resim Galerisi'nde Arşidük Leopold Wilhelm**, David I. Teniers, 1582-1649,

- 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, Mus e des Beaux-Arts, Nantes.
- 93 **Dante'nin İlahi Komedi'sinin suluboya resimlerinden Cehennem Kapısı  zerindeki Yazı**, William Blake, 1757-1827, Tate Gallery, Londra.
- 95 **Elmina  atosunda Amiral Ruyter**, Emmanuel de Witte, 1617-92, Dowager Leydi Harlech koleksiyonu, Londra.
- 96 **Britanya'ya İncilerini Sunan Hindistan**, 18. yüzyıl'da.
- 97 **Toscana'lı İkinci Ferdinand ve Vittoria Della Rovere**, Justus Suttermans, 1597-1681, National Gallery, Londra.
- 98 **Bay ve Bayan William Atherton**, Arthur Devis, 1711-87, Walker Art Gallery, Liverpool.
- 98 **Beaumont Ailesi**, George Romney, 1734-1802, Tate Gallery, Londra.
- 99 **İstakozlu  l -doğa**, Jan de Heem, 1606-84, Wallace Koleksiyonu, Londra.
- 99 **Lincolnshire  k z **, George Stubbs, 1724-1806, Walker Art Gallery, Liverpool.
- 100 **Saray Bah ıvanı Rose'un II. Charles'a Ananas Sunu u**, Hendrick Danckerts'ten kopya, yaklaşık 1630-78/9, Ham House, Richmond.
- 101 **Bay Towneley'le Dostları**, Johann Zoffany, 1734/35-1810, Towneley Sarayı Sanat Galerisi ve Müzesi, Burnley, Lancashire.
- 101 **Bilginin Utkusu**, Bartholomew Spranger, 1546-1611, Viyana Galerisi.
- 102 **Hymen'i Süsleyen    Grace**, Sir Joshua Reynolds, 1723-92, Tate Gallery, Londra.
- 102 **Valhalla'da Napolyon'un Mare allerini Kar layan Ossian**, A. L. Girodet de Roucy-Trioson, 1767-1824, Malmaison  atosu.
- 103 **Meyhane**, Adriaen Brouwer, 1605/38, National Gallery, Londra.
- 104 **G len Balıkçı Çocuk**, Frans Hals, 1580-1666, Burgsteinfurt, Westphalia: Bentheim ve Steinfurt Prensi'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 **A  Atan Balıkçıları Gösteren Irmak 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 **( st) Avrupa'yı Destekleyen Afrika ve Amerika**, William Blake, 1757-1827.
- 114 **(Alt) Acıma**, William Blake, 1757-1827.
- 115 **Mısır Ko anlarını Solduran K f Hastalığı**, William Blake, 1757-1827.
- 116 **( st) Matmazel de Clermont**, Jean Marc Nattier, 1685-1766, Wallace Koleksiyonu, Londra.
- 116 **(Alt) Rotunda'da Resim ve Tutsak Satışı**, New Orleans, 1842.
- 117 **(Sol  st) Prenses Rakocski**, Nicolas de Largill erre, 1656-1746, National Gallery, Londra.
- 117 **( st sa ) III. Richmond Dükü Charles**, Johann Zoffany, 1734-1810,  zel koleksiyon.
- 117 **(Alt) İki Arap**, Rembrandt van Ryn, 1606-69, Lahey, Mauritshuis.

- 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) **Nidden'li Ondina**, E. Doerstling.
- 127 (Üst sağ) **Aziz Anthony'nin Kandırılışı**, A. Morot.
- 127 (Üst sol) **Cadıların Sabah Ayını**, 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.
- 137 (Alt sol) **Baküs, Ceres ve Küpid**, Bartholomew Spranger, 1546-1611.
- 137 (Sol üst) **Assendelft'teki Aziz Odolphus Kilisesi'nin İçi**, Pieter Saendredam, 1547-1665.
- 137 (Sağ üst) **Dalga**, Hokusai, 1760-1849.
- 139 **Karısı, Kız Kardeşi ve Parma'nın Gelecekteki 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**, René Magritte, 1898-1967.

Bu kitabı tamamlamayı okurun kendisine bırakıyoruz...



Metis Sanatlar ve İnsan
ISBN-13: 978-975-342-083-9



9 789753 420839

Metis Yayınları
www.metiskitap.com

