

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK
ANABİLİM DALI

**KÜLTÜREL ÜRÜNLERDE METALAŞMA SÜRECİ: ÖRNEK OLAY OLARAK
KÜTAHYA ÇİNİCİLİĞİ**

Tezli Yüksek Lisans Tezi

Fisun TALAY YAVUZCAN

Ankara, 2021

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK
ANABİLİM DALI

**KÜLTÜREL ÜRÜNLERDE METALAŞMA SÜRECİ: ÖRNEK OLAY OLARAK
KÜTAHYA ÇİNİCİLİĞİ**

Tezli Yüksek Lisans Tezi

Fisun TALAY YAVUZCAN

Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ

Tez Danışmanı

Ankara, 2021

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

KÜLTÜREL ÜRÜNLERDE METALAŞMA SÜRECİ: ÖRNEK OLAY OLARAK
KÜTAHYA ÇİNİCİLİĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ

Adı ve Soyadı

İmzası

- 1- Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ
- 2- Prof. Dr. Bedriye POYRAZ
- 3- Prof. Dr. Tayyibe Nur ÇAĞLAR

Tez Savunması Tarihi

12 Kasım 2021

T.C.

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Prof. Dr. Nurcan TÖRENLİ danışmanlığında hazırladığım “KÜLTÜREL ÜRÜNLERDE METALAŞMA SÜRECİ: ÖRNEK OLAY OLARAK KÜTAHYA ÇİNİCİLİĞİ (Ankara.2021) ” adlı yüksek lisans - doktora/bütünleşik doktora tezindeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallarına uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

Fisun TALAY YAVUZCAN

İÇİNDEKİLER

BİRİNCİ BÖLÜM	7
KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	7
MARX'IN YABANCILAŞMA KURAMI VE FRANKFURT OKULU'NUN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ KURAMI	7
1. Marx'ın Yabancılaşma Kuramının Temelleri	7
1.1. İnsanın Doğadan Yabancılaşması	8
1.2. İnsanın Kapitalist Üretim Sistemi İçinde Yabancılaşması	8
1.2.1. Kapitalizmde Yabancılaşmanın Bileşenleri	16
1.2.1.1. İnsanın Üretim Sürecine Yabancılaşması	16
1.2.1.2. İnsanın Ürettiği Ürüne Yabancılaşması	17
1.2.1.3. İnsanın Diğer İnsanlara-Topluma Yabancılaşması	18
1.2.1.4. İnsanın Türsel Yabancılaşması	18
2. Meta Fetişizmi ve Şeyleşme- Tüketimin Yabancılaşması	19
2.1. Meta Fetişizminin İlk Hali	20
2.2. Kapitalizmin Günümüzdeki Hali ve Meta Fetişizmi	21
3. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Kuramı	25
KÜTAHYA'DA ÇİNİ ÜRETİMİ VE KULLANIMI	28
2.1. 19'uncu Yüzyıla Kadar Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Kütahya'da Çinicilik	30
2.2. 19'uncu Yüzyıldan İtibaren Kütahya'da Çini Üretimi	34
2.3. Cumhuriyet Dönemi	37
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	47
ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME	47
3.1. Yöntem	47
3.1.1. Araştırmanın Tasarımı	48
3.1.1.1. Örneklem Seçimi ve Teknikleri	48
3.1.1.2. Karşılaşılan Zorluklar	49
3.2. Araştırma Verileri	50
3.2.1. Çini Üretim Örgütlenmesinin Sınıflandırılması	50
3.2.1.1. Geleneksel Çini Sanatçılığı (Sanatsal Üretim)	51
3.2.1.2. El İşi Seri Üretim (Zanaat Üretimi)	54
3.2.1.3. Fabrika Üretimi	56
3.3. Bulgular	57
3.3.1. Yabancılaşma	58

3.3.1.1. Üreticinin Üretim Sürecine Yabancılaşması.....	58
3.3.1.2. Üreticinin Ürettiği Ürüne Yabancılaşması.....	59
3.3.1.4. Üreticinin Diğer İnsanlara-Topluma Yabancılaşması.....	60
3.3.1.5. Üreticinin Türsel Yabancılaşması.....	62
3.3.2. Kültürel Üründe Metalaşma	64
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	69
YABANCILAŞMA VE METALAŞMAYA DÜNYADAN ÖRNEK: HİNDİSTAN	69
4.1.Kültürel Ürün Olarak Varanasi Sarisi.....	71
4.2. Araştırmada Başvurulan Kaynaklar.....	73
4.3. Sömürge Döneminin El Dokuması Kumaş Üretimi Üzerinde Etkisi.....	76
4.4. Hindistan'da Üretim İlişkileri.....	78
4.4.1. Günümüzde Dokuma Sektöründe Üretim Örgütlenmesi.....	78
4.4.2. Günümüzde Varanasi'de Üretim İlişkileri	79
4.4.3. Sari Üretiminde Gelenekselden Uzaklaşmanın Nedenleri ve Sonuçları.....	82
4.4. Sari Üreticisinin Yabancılaşması.....	86
4.5. Kültürel Ürünün Metalaşması.....	88
4.6. Covid-19 Dönemi.....	94
SON BÖLÜM: SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	96
KAYNAKÇA.....	99
EK 1: GÖRÜŞME SORULARI	113
ÖZET	115
ABSTRACT	116

GİRİŞ

Bu yüksek lisans tezinde, kültürel bir ürünün üreticisinin üretim ilişkilerinde yaşadığı yabancılaşma ve ürünün metalaşma süreci Türkiye'den *çini*, dünyadan Hindistan'daki *sari kumaşı* üretimi örnekleri üzerinden tartışılmıştır.

Tartışmanın merkezine alınan kültürel ürün ve üreticisi arasındaki ilişki kapitalist üretim sistemi çerçevesinde irdelenmiş, karşılaştırma için geleneksel üretim modeli referans alınmıştır. Bu doğrultuda konu insan doğası, yaratıcı eylem ve mülkiyet ilişkileri üzerinden hareketle incelenmiştir.

Bu doğrultuda öncelikle “kültürel ürün” aşağıdaki temelde kavramsallaştırılmıştır:

- Emek yoğun bir şekilde el veya basit el aletleriyle yapılan (Gupta, 2011; Liebl & Roy, 2003; Collins Online Sözlük, 2017; Fuchs, Schreier, & van Osselaer, 2015),
- El yeteneği gerektiren (Adamson, 2013),
- Bir özgünlüğü olan (Ingold, 2013: 122),
- Tarihsel bir geçmişe sahip, içsel olduğu toplumun tarihi ile derin bağları bulunan ve geleneği nesilden nesile aktarılan (Schofield-Tomschlin ve Littrell, 2001),
- Geçmişle bağlantıyı ve kültürel değerleri korumanın bir aracı olan ve geleceğe anlam veren (Liebl ve Roy, 2000: 2),
- Üretiminde usta çırak ilişkisinin söz konusu olduğu, bir işi iyi yapabilmek amacıyla insanın merak, motivasyon ve beceri ile kendini adadığı bilişsel ve zihinsel bir sürece tabi olan (Sennet, 2013: 19,33),
- Kitlesele üretilmeyen, zanaatkarın kendi kişisel geçmişi ile zevkini yansıttığı (Mason, 2005),
- Ürün ile kurulan bağ neticesinde zanaatkarda kendine saygı ve güveni geliştiren, sürekli pratik yapmayı gerektiren (Sennett, 2014: 99),

- Zanaatkarın ddenin niteliği dahil üretimin tüm süreçlerine hakimiyetinin yanı sıra ürünün yaşam döngüsü hakkında bilgiye sahip olduğu (Sennet, 2004),
- Uygulandığı toplumun yapısı, değerleri ve kimliği ile ilgili bilgiyi taşıyan (Donkin, 2001),
- “Örtük bilgi”nin aktarıldığı (Polanyi, 1966) zanaat ürünü.

Sadece yüzeysel olarak olguların ele alınmasıyla yetinilmemiş olan, ayrıca daha geniş bir çerçevede tarihsel ve analitik bir yaklaşımla konunun incelendiği bu tezin genel literatürdeki çalışmalarından farkını izah etmek amacıyla, kültürel ürün konusunda son yıllarda yapılmış olan yüksek lisans tezlerinden aşığıdaki beş örnek verilebilir:

“Samsun İli'nin Vezirköprü İlçesi'ndeki Geleneksel Meslekler” adlı araştırmada (Özentürk Tezgel, 2008), küreselleşmenin kültürel ürünler üzerinde olumsuz etkisinden bahsedilirken zanaatların yeniden canlanması küreselleşmeye tepki olarak değerlendirilmiştir. Alandaki sorunlar; çırak bulamama, üretim amacında değişiklik ve dolaşım ilişkileri üzerinden tanımlanmıştır.

“Kültürel Ürün Tasarım Süreci ve Denemesi: Anadolu Mutfağına Yönelik Günümüz Yaşam Koşullarına Uygun Küçük Ev Aleti Tasarımı” adlı yüksek lisans tezinde (Gök, 2014), endüstrileşme ve küreselleşmenin yaşam alışkanlıkları ve kullanılan ürünlerle kurulan ilişkilerde meydana getirdiği değişiklikler ele alınmıştır. Küreselleşmenin ürünlerde yarattığı olumsuz etkilere ve kimliksizleştirmeye bir çözüm olarak yeni ürün tasarımları sunulmuştur.

“Bir Nesnenin Değişen Anlamları Üzerine Tarihsel Bir İnceleme: Maddi Kültür Bağlamında Fesin Biyografisi” adlı tezde (Özturan, 2015), bir kültürel ürün olan fes üzerinden Türkiye'de modernleşme süreci ve buna bağlı olarak gelişen kültürel dönüşümü irdelenmiştir. Çalışmada, fesin post-modern popüler kültürün bir nesnesi olarak nasıl yeniden var olduğu anlatılmıştır.

“Ürünlerin Arkasındaki Nedenler: İki Kültürel Ürün Üzerine Bir Analiz” adlı çalışmada (Küçüköğlü, 2018), kültürel ürün olarak ince belli çay bardağı ve Türk kahvesi fincanının günümüze kadar olan tasarım süreci araştırılmış, bu iki kültürel ürün ile tamamlayıcıları olan çay ve kahvenin üretimi ve tüketimi ile ilgili tarihsel, ekonomik, kültürel ve politik bir araştırma yapılmıştır.

“Tasarım Bağlamında Endüstriyel ve Teknolojik Gelişmelerin Konargöçer Yaşam Tarzına ve Maddi Kültürüne Etkileri ~ Mersin Yörükleri Örnekleme” adlı yüksek lisans tezinde (Ağça, 2019), Yörüklerin endüstriyel gelişmelerin sağladığı imkanlarla yerleşik yaşama geçmelerinin maddi kültürde ve yaşam tarzlarında meydana getirdiği değişimler araştırılmıştır. Yörük zanaatlarının sürdürülebilirliğinin sağlanması yerleşme bağlamında ele alınmıştır.

Örneklere görüldüğü üzere, konuya ilişkin literatürde rastlanan çalışmalarda yabancılaşma ve yabancılaşmayı ortaya çıkaran nedenler ele alınmamıştır.

Bu yüksek lisans tezinde ise; diyalektik bir bakış açısıyla, üreticinin kapitalist üretim sisteminde yaşadığı “yabancılaşma” ve kapitalizmin kültürel ürünü “meta” haline getiren koşulları araştırmanın temelini oluşturmuştur.

Ayrıca, bazı çalışmalarda meta kavramı kullanılsa da nasıl oluştuğundan bahsedilmemiştir. Metanın üretim ilişkilerinden bağımsız bir şekilde ele alınmasının sadece görünüme odaklanmaya neden olduğu gibi, gerçeklikle bağın kurulmasında da eksikliğe yol açtığı düşünülmektedir.

Çalışmada yabancılaşma ve metalaşmayı hazırlayan koşullar tarihsel bir şekilde neden sonuç ilişkisi dikkate alınarak irdelenmiştir. Bu doğrultuda odak noktası olarak üretim güçleri, üretim tarzı ve üretim ilişkilerinde günümüze değin süregelen dönüşüm ele alınmıştır. Diğer çalışmalardan bu yönüyle de farklılık gösteren çalışmada sanayi

kapitalizmi ve neoliberalizm ekseninde bu dönüşümler analiz edilmiş ve sermaye birikim sistemlerinin emek-sermaye ilişkisindeki dönüştürücü rolü araştırılmıştır.

Beş bölümden oluşan çalışmanın birinci bölümünde kültürel ürünün üreticisi olan zanaatkârın yaşadığı yabancılaşma Marx'ın "Yabancılaşma" kuramı; kültürel ürünün metaya dönüşmesi Frankfurt Okulu tarafından geliştirilen "Kültür Endüstrisi" kuramı çerçevesinde irdelenmiştir.

Kültürel bir ürün ekseninde yabancılaşma ve metalaşma süreci incelenirken ürüne sadece piyasa içinde dolaşım ilişkileri açısından bakmanın konunun doğru değerlendirilebilmesi için yeterli olmayacağı, bu nedenle öncelikle üretim sürecinde yaşanan değişimlerin tarihsel bir şekilde ele alınması gerektiği düşünülmüştür. Marx'ın ekonomi-politik eleştirisine dair temel kavramlarından olan yabancılaşma ve meta-fetişizmi üretim ilişkilerindeki bu değişimi irdelemek üzere başvurulan kavramlar olmuştur. Meta fetişizmi sanayi kapitalizmi ve 1980'lerden sonra kapitalizmde yaşanan dönüşümler esas alınarak iki dönem halinde analiz edilmiştir.

Yabancılaşma, özellikle mülkiyet ilişkilerinin değişiminin sonucu olarak üretim sürecine katılan bireyin ürettiği ile bağının kalmaması ve yaratıcı eylemini kullanamaması durumu olarak ele alınmıştır.

Sermaye birikimini arttırmayı hedefleyen kapitalist üretim sistemi yaşamın her alanını iş ve ticarete konu ederken kültürel ürünün bu alanın dışında kalması düşünülemez. Bu hedef doğrultusunda kültürel ürünün metaya dönüşerek toplumsal tüketimin nesnesi haline getirilme süreci ise Adorno ve Horkheimer'ın "Kültür Endüstrisi" kuramı ile irdelenmiştir.

Bu yüksek lisans tezinde bu iki yaklaşım çerçevesinde kültürel ürünün üretim, dolaşım ve tüketim sürecinde, var olduğu topluma özgü içselliğinden küreselleşmenin etkisiyle uğradığı dışsallaşma ve buna etki eden dinamikler de tartışma konusu

yapılmıştır. Kültürel ürünün, Kültür Endüstrisi Kuramı kapsamında incelenmesi de bu tezi diğer çalışmalardan farklılaştırmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde, çini üretiminin geleneksel biçiminden moderne geçiş süreci ele alınmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak, çini üretiminin 700 yıldır kentte sürdürülüyor olması nedeniyle araştırma evrenini belirlemek üzere seçilen Kütahya'da çiniciliğin tarihsel olarak üretim ilişkilerindeki yeri anlatılmıştır. Bu çerçevede Sanayi Devriminin etkisi Osmanlı İmparatorluğu'nda başlayan ve Türkiye Cumhuriyeti'nde devam eden süreç kapsamında ele alınmıştır. Ayrıca günümüzde neoliberal sermaye birikimi ve küreselleşmenin kültürel ürün üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Kütahya çinisinin kültürel ürün olarak bir araştırmaya konu edilmesi bu çalışmayı önemli yapan bir unsurdur.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, araştırma için üzerinde çalışılan örneklem ile verilerin toplanma şekli, analiz yöntemi ve araştırma neticesinde ulaşılan bilgi ve bulgulara yer verilmiştir. Katılımcılardan alınan cevaplar, metalaşma ve yabancılaşma başlıkları altında anlatılmıştır. Araştırmada yöntem olarak literatür taraması, katılımcı gözlem, amaçlı örneklem tercih edilmiştir.

Araştırmanın dördüncü bölümünde, dünyadan bir örnek olarak, kültürel ürünlerin ana akım ekonomide yer alması ile öne çıkan Hindistan'dan *sari kumaşı* incelenmiştir. Bu örnekte, ülkede binlerce yıllık geçmişe sahip olması nedeniyle el dokuması kumaşın ve üreticisinin üretim ilişkileri içindeki konumu sanayi kapitalizmi ve neoliberal kapitalizm çerçevesinde irdelenmiştir. Çalışmada ayrıca, Hindistan'da el dokuması kumaşın küreselleşme ile geçirdiği dönüşümü sunabilmek için Hint toplumuna içsel olan kültürel ürünün küresel hale gelerek dışsallaşmasına neden olan dinamikler incelenmiş, bu husus, Khondker'in (2004) makro yerelleşme kavramı çerçevesinde tartışılmıştır. Dünyadan örnek olarak Hindistan'a ait bir kültürel ürünün seçilmesi ve söz

konusu ürünün bu kuram çerçevesinde incelenmiş olması bu tezi önceki çalışmalardan farklılaştıran unsurlardan bir başkasıdır.

Beşinci ve son bölümde, araştırma kapsamında elde edilen verilerden ulaşılmış olan sonuçlara yer verilirken, 2019 yılı sonunda ortaya çıkarak izleyen dönemde küresel bir salgın haline gelen Covid-19 ile ekonomik ve toplumsal ilişkilerde hızlanan dönüşümlere dair öngörüle bulunulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

MARX'IN YABANCILAŞMA KURAMI VE FRANKFURT OKULU'NUN KÜLTÜR ENDÜSTRİSİ KURAMI

1. Marx'ın Yabancılaşma Kuramının Temelleri

Bu bölümde kültürel ürün ile üreticisi arasındaki yabancılaşma Marx'ın yabancılaşma kuramı temelinde ele alınmıştır. Marx insan emeğinin kapitalist toplum içindeki konumu üzerinden emek sermaye ilişkisindeki dönüşümü incelemiş ve yabancılaşmaya dair kavramsallaştırmasını oluşturmuştur.

Çalışmalarında insanı ve insan doğasını ön plana çıkaran Marx, kapitalist üretim tarzının insanın kendi doğasına içsel olan özelliklerini ortaya çıkarmasında bir engel oluşturduğunu söylemiş ve söz konusu üretim tarzı nedeniyle insanda kendini gerçekleştirilememenin yarattığı parçalanmanın yabancılaşmaya neden olduğunu savunmuştur.

İlk olarak 1844 El Yazmaları (Marx, 2005) ve Alman İdeolojisi'nde (Marx-Engels, 1992) ele alınan söz konusu kuram kapsamında Marx, iki tür yabancılaşmadan bahsetmiştir. Olumlu bir bakış açısıyla yaklaştığı yabancılaşmanın ilk türünde “üretken insan”ı yani “eylemde bulunan insan”ı merkeze koyan Marx (Ollman, 2015: 213), olumsuz olarak değerlendirdiği yabancılaşmanın ikinci aşamasının ise kapitalizm ile ortaya çıktığını söylemiştir. Aşağıda sırasıyla söz konusu yabancılaşma türleri anlatılmıştır.

1.1. İnsanın Doğadan Yabancılaşması

Marx ve Engels (2003: 36-37), insanın yaşamını sürdürebilmesi için öncelikle yiyecek, içecek, giysi ve barınma ihtiyaçlarını karşılaması gerektiğini söylemektedir. Keza Blackledge (2019), insanın temel gereksinimlerini gidererek hayatını devam ettirebilmek amacıyla Neolitik Çağ'dan bu yana toprağı işlediğini ifade etmektedir. Doğayı değişime uğrattığı bu ilişki neticesinde üretimde bulunan insan bir şekilde doğadan koparak yabancılaşma sürecine girmektedir. Yaşamın doğal akışı içinde olan bu yabancılaşma, insanın kendi emeği ile yaşamsal ihtiyaçlarını üretmesini sağlamaktadır (Marx ve Engels, 1992). Marx (2005), doğayı değiştirerek sadece nesnelere değil, aynı zamanda kendisini de yaratan insanın (Fromm, 1966: 26; Marx, 2003: 283; Şenel, 2006: 1010) bu süreçte üretimi baştan sona yaratıcı bir şekilde planladığını ve yürüttüğünü söylemiştir. Böylelikle, üretimle birlikte insanın karakteri, üretim sürecine ve nesnelere yansımaktadır. İnsan, doğayla ilgili bu "dönüştürücü etkinlik"te ürettiği nesnelere bir değer biçerek onların gerçek doğasını ortaya çıkarmakta ve doğayı kendi eseri ve gerçekliği olarak görmeye başlamaktadır (Erikson, 1986; Marx, 2005).

1.2. İnsanın Kapitalist Üretim Sistemi İçinde Yabancılaşması

Marx, yabancılaşmaya dair ikinci yaklaşımında, insan doğası ve emeği ile ilgili yukarıda belirtilen tezi üzerinden hareketle kapitalist toplumsal ilişkileri eleştirmektedir. Yabancılaşmayı kavramsallaştırmasında "üretim eylemi"ndeki dönüşüm ve "mülkiyet" kavramları üzerinde duran Marx (Ollman, 2015: 213), toplumsal ilişkilerde yıkıma neden olduğunu belirttiği kapitalizmin üreticinin ürettiği ürün ile arasındaki ilişkiyi değiştirdiğini savunmuştur.

Sanayileşmeyle birlikte sermaye birikim modelinde meydana gelen değişim sonucunda üretici güçlerin farklılaşması, insan doğası, üretim ve çalışma üzerinde dönüşüme neden olmuştur. Bu süreçte makineleşme ve ardından fabrikalaşmanın

başlamasıyla, insanın daha önce kendi özsel varlığını ortaya koyarak beden-zihin birlikteliğiyle ürettiği nesnelere, makine ile üretilmeye başlanmıştır. Kendi atölye ortamını bırakıp fabrikada çalışmaya başladığında önceden olduğu gibi üretim araçlarına sahip olmayan zanaatkar, hayatını devam ettirebilmek amacıyla kendi emek gücünü sermaye sahibine kiralamak zorunda kalarak işçileşmiştir. İşçi, bireysel emeğiyle üretmiş olmasına rağmen fabrikada ürettiği ürünler üzerinde herhangi bir mülkiyet iddiasında bulunamamaktadır. Üstelik, üretimde kullandığı emek gücü karşılığında kendisine verilen ücretin daha fazlasını ödeyerek onu satın alması gerekmektedir.

Diğer bir ifadeyle, zanaatkar geleneksel üretim tarzı olarak adlandırabileceğimiz şekilde basit el aletleriyle insan gücüne dayanan bir üretim yaparken sanayileşme ve fabrikalaşmayla birlikte üretim şartları değişime uğramıştır (Hodgson, 2001: 91). Buhar gücü ve elektrik enerjisi gibi yeni enerji kaynaklarının bulunmasıyla üretimde doğanın koşullarına bağımlılığın azaldığı yeni bir döneme girilmiştir.

Üretim araçlarının yenilenmesini sağlayan bu gelişmelerle birlikte üretim ölçeğinde meydana gelen değişimlerin neticesinde üretim maliyetleri düşmüştür. Zanaatkarın basit aletlerle ve beden-zihin birlikteliği ile gerçekleştirdiği üretim biçimi olan zanaat üretiminin yerini fabrika üretiminin almasıyla sanayi kapitalizmine geçilmiştir (Alpkaya ve Alpkaya, 2004; Kazgan, 2012: 4,5). Söz konusu değişiklik ile beraber verimlilik artmış ve ürünler daha ucuza üretilmeye başlanmıştır.

Buhar makinesinin icadı ile yaşanan gelişmelerden biri de buharlı gemilerin okyanuslarda yer alması olmuştur. Daha fazla kâr elde etmek amacıyla hareket edilmesi nedeniyle, üretimin artırılmasını hedefleyen kapitalizmde dünyanın farklı coğrafyalarına giderek ticaret yapma ve hammadde temin edilebilecek yeni yerleri bulma fikri ortaya çıkmıştır.

Bu gelişmeler üretim örgütlenmesinde dönüşüme neden olmuştur. Atölyelerde ihtiyaca göre yapılan sınırlı üretim daha fazla üretim ve kar için yeterli olmadığı için önceki üretim yeri olan atölyelerin antitezi olarak fabrikalar, zanaatkarın antitezi olarak işçiler üretimde yerini almaya başlamıştır. Üretim tarzının değişmesiyle ürünlerin niteliği de değişmeye başlamıştır.

Sanayi Devrimi öncesinde sanat ve zanaat arasında bir ayrım söz konusu olmayıp nesnelere estetiklik ve işlevsellik birlikte bulunmaktayken yeni durum sanat ve zanaat arasında bir ayrıma yol açmış; zanaat ürünlerinin işlevsel, ihtiyacı karşılayan yani bir kullanım değerine¹ sahip nesnelere olarak nitelenmesine neden olmuştur (Shiner, 2010: 160). Bu süreçte, zanaatkarın yaptığı işler standartlaştırılarak ve seri üretime uygun hale getirilerek makinede üretilmeye başlanmıştır. Zanaatkar iş ortamı ve üretim aletlerini, üretim sürecindeki kontrolünü kaybetmiş bu süreçte zanaat üretimi ve zanaatkarın değeri azalmıştır. Bugüne geldiğimizde, arka planda kalan zanaatkarlığın artık “kaybolmakta olan meslekler/zanaatlar” adıyla nitelendirildiğini görmekteyiz. Ayrıca, kitlesel ve homojen-seri üretim amacıyla standartlaştırılmanın başladığı bu dönem yine günümüzdeki küreselleşme olgusunun da temelini atmıştır.

Bu gelişmeler Aydınlanma Çağı, Modernizm, Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi'nin birbirlerine eşlik ettikleri bir süreç içinde meydana gelmiştir (Giddens, 2004: 11). Bilgiyi, bilimi, akli ve ilerlemeyi ön plana alan bir toplum öngören Aydınlanma Çağının (Touraine, 1995: 26) toplumu şekillendirme ayağını oluşturan Modernizm ile, gelenek ve geçmişin önem kaybettiği, daha ziyade endüstriyel üretim ile pazar ekonomisinin hâkim olduğu bir toplumsal yapı inşa edilmeye çalışılmıştır (Giddens ve Pierson, 2001: 27, 83). Modernizmin politik ayağını oluşturan Fransız Devrimi ile feodal

¹ Marx'ın Kapital'in ilk bölümünde (2003:6) ele aldığı Marxist Değer Teorisi kapsamında yer alan kullanım değeri kavramı, nesnenin insanın ihtiyacını karşılaması ve insan için faydalı olması ile ilişkilidir.

düzen yıkılmaya başlanmış (Huberman, 2000: 92), sermaye birikimini öne çıkararak bir anlayışla liberalizm yükselişe geçmiş (Kazgan, 2012: 4) ve Sanayi Devrimi ile üretim örgütlenmesinde değişiklik gerçekleşmiştir. Tarımsal ekonomi ve zanaatkarların ön planda olduğu (mevcut) feodal üretim örgütlenmesinden, teknolojiye kaydedilen gelişmeler sonucunda makine ve sanayileşmeye dayanan kapitalist üretim örgütlenmesine geçiş söz konusu olmuş ve iş gücü sanayiye yönelmiştir. Tarihin hegemon gücü İngiltere okyanuslardaki hareket kabiliyetiyle dünyanın farklı coğrafyalarından hammadde getirerek bunları mamul mala dönüştürmüş ve hem kendi sınırları içinde hem dünya çapında satmıştır. Bütün bu gelişmeler dünyada ekonomi, üretim ve ticaretin yanı sıra toplumsal yapıda dönüşümlere yol açmıştır.

Bu yeni dönemde üretim ilişkilerindeki dönüşümü daha net görebilmek amacıyla aşağıdaki gibi bir karşılaştırma yapılması tercih edilmiştir:

- Geleneksel üretim modelinde üretim faaliyeti insan yaşamının bir parçasıyken, yani iş ve özel yaşam ayrımı yokken, fabrikadaki çalışma düzeninde insan yaşamı bu ayrıma göre düzenlenmiştir.
- Önceden zanaatkârın çalışma yani üretim mekânı, aynı zamanda yaşadığı ve çocuklarını yetiştirdiği yer iken (Sennett, 2013: 75), yeni üretim sisteminde üretim mekânı fabrika olmuştur.
- Geleneksel üretim tarzında iş ve meslek ayrımı bulunmazken, fabrika üretiminde bu ayrım söz konusu olmuştur. Mesleğin toplumdaki önemine bağlı olan toplumsal prestij artık piyasa ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmeye başlanmıştır (Dikmen, 2015: 43).
- Önceden iş sürecindeki denetim ustaya aitken, artık işçi üzerinde emeği denetleyen ayrı bir mekanizma oluşturulmuştur (Braverman, 2008).

- Geleneksel üretim biçiminde zanaatkarın üretim sürecine hakimiyeti söz konusuysen, fabrikada işin kendisine verilen kısmını yaptığı iş bölümü ortaya çıkmıştır.
- Geleneksel üretim yeri olan atölyedeki hiyerarşiye dayalı ritüeller yeni üretim ilişkileri içinde aşınmaya uğramıştır (Sennett, 2012: 143).
- İş saati ve boş zaman ayırımının söz konusu olmadığı geleneksel üretim tarzının aksine, sanayileşmeyle birlikte üretim belirlenmiş mesai saatleri içinde yapılmaya başlanmıştır (Werner Stark, 1997: 223).
- Doğadaki mevsimsel dönüşümler ile ayın ve güneşin hareketleri doğrultusunda döngüsel zamana göre (Strangleman ve Warren, 2008: 208-209) üretim yapan zanaatkar üretiminin yerini, verimliliğin esas olduğu çizgisel zamana göre yapılan üretim almıştır (Seçil, 2011: 31; Graham, 1981: 336). Doğa koşullarının işi bitirme süresi üzerinde belirleyici etkisi artık ortadan kalkmıştır (Thompson, 2006: 443).
- Yeni dönemde mesaiyi belirlemek için kullanılan saat ölçüsü, hem metanın değişim değerini belirleyen emek-zamanı hesaplamak hem de işçiyi disipline ederek standartlaştırmak amacıyla kullanılmaya başlanmıştır (Cox, 1998).
- “Önceden “kullanım değeri” nedeniyle ihtiyaca göre yapılan üretim söz konusuysen, yeni sistemde kâr amaçlı “değişim değeri²” göz önünde bulundurulurken üretim yapılmıştır. Arz-talep dengesi üretimde gözetilen bir ölçüt olmuştur.

² Değişim değeri, bir malın piyasa için üretilmeye başlanmasıyla yani satılık olmasıyla ortaya çıkmaktadır

ve bir mal, doğrudan değişim değeri için üretilmeye başlandığında artık “meta” adını almaktadır.

- Bu yeni dönemde nesnelere, önceden olduğu gibi talebe göre değil, doğrudan piyasada değişime tabi tutulmak amacıyla “meta” olarak üretilmeye başlanmıştır.
- Daha önce kendisi için çalışan insan, bir sermaye sahibi için çalışmaya başladığında yalnızca meta değil aslında artık değer³ üretimini gerçekleştirir olmuştur (Marx, 2003: 486). Yani emek sömürsünün yanı sıra maddi sömürü de söz konusu olmaya başlamıştır.
- Atölyede üretimin siparişe göre yapılması nedeniyle tüketici baştan belliyken fabrikada üretilen ürünü kimin alacağı bilinmemektedir (Dikmen, 2015: 41). Ürün ile üretici ve tüketici arasındaki ilişki değişime uğramıştır.
- Geleneksel üretimin el işi olması ve aynı zamanda müşterinin talebine göre yapılması nedeniyle birbirinden farklılaşan nitelikte ürünler üretilmektedir. Sanayileşmenin getirdiği kitlesel üretim kitlesel tüketimi de gerektirdiğinden fabrikada üretilen ürünlerde ise standartlaşma söz konusu olmuştur (Dikmen, 2015: 41; Harvey, 1989).
- Kapitalizm öncesi dönemde üretimde doğanın ritmini dikkate alan, ölçüde kendi vücudunu, kolunu, elini, ayağını, boyunu birim olarak esas alan üretici, kapitalist sistemde standartlaştırılmış zaman ve ölçüyü kullanmaya başlamıştır. Ayrıca, standartlaştırılmış ürünler üretilmesi nedeniyle her

³ Kapitalist sistemde işçileşen emek sahibi çalışmak için sahip olduğu “emek gücü”nü sermaye sahibine kiralamakta ve belli bir ücret karşılığında işgünü hesabına göre meta üretimi için çalışmaktadır; ancak meta üretimini yaptığı süre bir iş günü uzunluğunda değildir. İşçinin çalıştığı sürenin bir kısmı karşılıksızdır. Bunun için herhangi bir ödeme yapılmamaktadır; yani aldığı ücret aslında yaptığı üretimin karşılığı olmayıp, sermaye sahibinin emek gücünü kiraladığı kısma karşılık gelmektedir. İşçi tarafından üretilen ve ödeme yapılmayan kısım sermaye sahibinin karına öbür adıyla “artı değer”e karşılık gelmektedir (Marx, 2013: 360-361).

üretimden aynı sonucun alınması için daha fazla ölçüde matematik, fizik, kimya, geometri üretime girmiştir (Şenel, 2006: 1018).

- Gelişmiş bir beceri üzerine kurulmuş olan zanaatkarlıkta amaç işini iyi yapmak ve sonuç olarak iyi ve nitelikli bir ürün ortaya çıkarmak (Sennett, 2013: 33) olup bu süreçte iyi iş çıkarma ile kar maksimizasyonu birbiriyle çatışmaktadır. Fabrikada ise temel olarak üretimin hızlı olmasına önem verilmiştir.
- Geleneksel üretimde iş örgütlenmesinde aile ve akrabalık bağları önemliyken bunların yerini yeni dönemde uzmanlaşma almıştır (Dönmezer, 1999: 225; Langman, 1991).
- Eğitim aile içinde, nesiller boyu bilginin aktarılması şeklinde gerçekleşirken, fabrikalarda kurumsal eğitim ya da hizmet içi eğitim çerçevesinde gerçekleştirilmeye başlanmıştır.
- Fabrikada çalışan insanın uğradığı yabancılaşma neticesinde zanaatkar ve işçi birbirinin antitezi haline gelmiştir (Mollona, 2009).
- Yeni sınıfların oluşmasına neden olan bu gelişmelerle işçi sınıfının yanı sıra orta sınıf ortaya çıkmış ve tüketim toplumunun da böylece temeli atılmıştır (Schmiechen, 1988: 301)

Yeni üretim koşulları içinde üreticinin daha önce çalışma eylemi üzerinde sahip olduğu özerklik hali ve denetim gücünden uzaklaşmasının yanı sıra nesnelerdeki sıradanlaşma insanın kendi özsel varlığını ortaya koyabildiği zanaat çalışmasının antitezi olarak “yabancılaşmış çalışma”ya neden olmuştur. Zanaatkârın emeği üzerindeki denetimde aşınmaya neden olan bu durum Sennett’e (2014: 93) göre ayrıca “beceri kaybı” anlamına gelmektedir. Öncesinde insana içsel bir eylem olan çalışma, üretim mekanının ve üretim araçlarına sahipliğin değişmesiyle, kendisinden uzaklaşarak dışsal bir eyleme dönüşmüştür. Bu da zaman içinde insanda yabancılaşma sürecini doğurmuştur. Çelik

(2011:16), Marx'ın El Yazmaları'nda yabancılaşmayı insanın yaratıcılığının kısıtlanması süreci olarak gördüğünü belirtmektedir.

Marx'ın insanın çok yönlü bir şekilde gelişebilmesinin maddi üretim yapmasına bağladığını söyleyen Sennett (2013: 9) zanaatkarlığın temel bir insani dürtü olan bir işi iyi yapma arzusuna karşılık geldiğini ve zanaatkarın el ve beyin arasında bağlantı kurarak bunu gerçekleştirdiğini eklemektedir.

İşçi bu ortamda benliğini ortaya koyamamakta ve kendini gerçekleştirememektedir (Marx, 2005). Aynı zamanda vasıfsızlaştırılmayı da beraberinde getiren bu durum işçinin yabancılaşmayı içselleştirmesini ve her şeyi normal olarak kanıksamasını sağlamıştır. Yani süreç, kapitalizmin işleyebilmesi için gerektiği gibi yürümektedir. İnsan, önceden yaratıcı eylemini kullanarak kendini gerçekleştirmekte ve aynı zamanda üretim sürecinin kontrolünü elinde bulundurmaktayken, yeni üretim ilişkileri içinde ürettiği metalar gibi piyasada bir değişim değerine sahip olan ve sermaye sahibi tarafından kontrol edilen bir "meta"ya dönüşmüştür.

Orta çağdaki köylüyle fabrikada çalışan işçi arasındaki farkı açıklayan Roberts (2010: 453), orta çağ köylüsünün de başkasının karı için çalıştığını ancak fabrikada çalışan işçinin iş sürecine kişisel katılımının olmadığını ve monoton bir çalışma düzenine tabi olduğunu söylemektedir.

Kendini gerçekleştirmekten uzaklaşan insan, Sanayi Devrimi ile daha önce lonca örgütlenmesi altında sahip olduğu mesleki standartlarını, üretim araçlarının hakimiyetini, üretim sürecinin kontrolünü ve ürettiği ürününün mülkiyetini kaybetmiştir. Marx'ın ifadesiyle bir başkasının boyunduruğu altında çalışmaya başlayan insan için yabancılaşma, iş bölümü ve işin tekrarlara bağlı hale gelmesi neticesinde daha keskinleşmiş, kapitalist çalışma düzeni altında işçi zihinsel ve fiziksel olarak parçalanmaya başlamıştır (Ollman, 2015: 224-226).

Bu parçalanma olgusu, Taylor'un "bilimsel yönetim" yaklaşımının fabrikalarda uygulamaya konulmasıyla bilimselleştirilmiştir. Taylorizm, vasıfsız dolayısıyla ucuz, kontrol edilebilir, ikamesi kolay, farklılaşmamış bir iş gücü yaratmak amacıyla standartlaştırılmış bir iş bölümü tanımlaması geliştirmiştir. İşin küçük parçalara ayrılarak iş üzerinde denetimin sağlanmasını ve hızın artırılmasını amaçlayan bu yöntemle iş süreçleri basitleştirilmiştir.

Henry Ford tarafından geliştirilen montaj hattıyla birlikte üretim kitlesel olarak yapılmaya başlanmıştır. Bu süreçte geleneksel üretim örgütlenmesinde zanaatkarın üretim sürecine dair zihnini kullandığı durumlar ve el becerisi daha önemsiz hale gelmiştir. Bunun sonucunda zanaatkarın niteliği ve konumu değişime uğramıştır. Zanaatkar, sadece fiziksel bir emek gücü sahibine dönüşürken, önceden kullandığı zihin emeği artık kendisi tarafından değil başkası tarafından kullanılmaktadır (Artun, 2014). İnsanın kendi yaratıcı emeği ile arasında yaşadığı bu dönüşümler yabancılaşmayı kaçınılmaz kılmıştır.

Aşağıda, Marx tarafından insanın üretim sürecine, ürettiği ürüne, diğer insanlara ve insanlığa yabancılaşması olarak dört başlıkta ele alınarak kavramsallaştırılan yabancılaşma anlatılmıştır.

1.2.1. Kapitalizmde Yabancılaşmanın Bileşenleri

1.2.1.1. İnsanın Üretim Sürecine Yabancılaşması

Yukarıda anlatıldığı üzere, üretim araçlarının sahipliğini ve üretim süreci üzerindeki hakimiyetini kaybeden insan kaçınılmaz olarak emeğine yabancılaşmıştır. Üretim sürecini kendisi yönetememekte, bu süreç başkası yani sermaye sahibi tarafından düzenlenmekte ve denetlenmektedir. Fabrika çatısı altında belirlenmiş çalışma saatlerinde, belirlenmiş bir üretim mekânında, iş bölümüne göre çalışan (Werner Stark, 1997: 223) insan özünde bulunan, kendini gerçekleştirme hedefleyen bir üretim

tarzından uzaklaşmıştır. Hammadde seçimi dahil üretim sürecinde herhangi bir inisiyatifi bulunmamakta; işin nasıl yapılacağı, görevinin ne olduğu işçiye sermaye sahibi tarafından söylenmektedir (Şenel, 2006: 1010). Ayrıca, yapılan işin sadece tanımlanmış bir bölümünde çalışıyor olması ve işin geri kalanı hakkında bilgiye sahip olmaması yaratıcılığını ortaya koyamamasına neden olmaktadır.

Atölyede yapılan geleneksel üretimde insana üretim sürecinde aletler yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla, üretilen nesnenin kalitesinin zanaatkarın aleti kullanmadaki beceri ve yeteneği ile alakalı bir durum söz konusudur (Dikmen, 2015: 38). Makine ile yapılan üretimde standart ürün elde etme imkânı doğmuştur. İnsan bu süreçte standart üretimi sağlayan bu makinenin, Marx'ın (2015: 360) ifadesiyle “yaşayan bir uzantısı” haline gelmektedir.

Şenel (2006: 1010), orta çağ ve yeniçağda ürün ile üretici arasındaki bağda oluşan farklılıktan bahsederken, bir ürünü baştan sona kendisi yapan orta çağ zanaatkarının ürettiği ürünle bağ kurarak yaptığı işten mutlu olduğunu, yeniçağda ise durumun değiştiğini söylemiştir. Fabrikaların ortaya çıkışıyla buralarda çalışan işçi eski mesleğiyle ilgili bir işte çalışmış olsa dahi önceden sahip olduğu yaratıcılığın getirdiği haz ve mutluluğa sahip değildir. Kendisine ait olmayan hammaddelerle, üretimin tüm aşamalarını bilmeden üretim yapmaktadır. Bu yöntem, köyden kente yeni gelmiş, herhangi bir vasfi olmayan emekçilerin düşük ücretle çalışmasını sağlamıştır.

1.2.1.2. İnsanın Ürettiği Ürüne Yabancılaşması

İnsan sanayileşmeyle birlikte üretim üzerindeki hâkimiyetini kaybettiğinde artık ürettiği ürünün sahibi değildir. Onun ne olduğunu bilmemekte ve onunla ne yapılacağı hususunda da söz ve bilgi sahibi olamamaktadır (Ollman, 2012: 235-236). Şenel (2006: 1010, 1011), emek sahibinin ürününe yabancılaşmasına örnek verirken, kapitalist üretim sürecinin sonunda tamamlanan ürüne bakan zanaatkarın, önceden kendi ürettiği ayakkabı

için duyduğu gururu duyamayacağını ve kendisine bu ürünün aynı şekilde sıcak görünmeyeceğini söylemiştir. Ürün, üreticisinden koparak onun dışında bir varlığa dönüşmüştür (Hands, 2011:103). Üretici bu nedenle, ürettiği ürün vasıtasıyla kendisini yansıtamamaktadır. Bu durum doğal ilişki sürecini insanı yokmuş gibi göstererek nesnelere aracılığıyla tanımlayan ilişkilere dönüştürmektedir. Bu yabancılaşma sürecinde emek insandan kopmakta ve sonuç olarak insanın üretim sürecine hakimiyeti ve ürüne sahipliği ortadan kalkmaktadır. Eğer sahip olmak istiyorsa, üretim sürecinde kendi emeğinin karşılığı olarak verilenden daha fazla bir piyasa fiyatını ödeyerek onu satın alması gerekmektedir. Bu durum, ürettiği ürün karşısında kendi değerini sorgulayan insanı kendisine yabancılaştırmaktadır. (Marx, 2007: 22).

1.2.1.3.İnsanın Diğer İnsanlara-Topluma Yabancılaşması

Marx (2005: 79,80), emeğin yabancılaşmasının üçüncü ayağını insanın diğer insanlarla-toplumla olan ilişkisinde yaşadığı yabancılaşmayla anlatmaktadır. İnsanın emeğinin meta haline gelmiş olması onu diğer insanlarla yabancılaşmış bir ilişkiye itmektir. Meta haline gelen yani bir değişim değeri olan insanlar piyasada birbirlerini rakip olarak görmektedir. Artık yetenek ve emek para kazanmak için araçsallaşmıştır ve ilişkileri belirleyen çıkar olmaktadır. Kazanmak için aynı sınıf içindeki insanlar birbirlerini rakip, aşağı veya üst olarak görmektedir (Cox, 1998; Ollman, 2012: 237-240). Ayrıca ailesine, yakın çevresine yabancılaşan insanlar birbirleriyle anlamlı ilişkiler kurmaktan giderek uzaklaştırmaktadır (Erikson, 1986).

1.2.1.4. İnsanın Türsel Yabancılaşması

Marx (2005: 82), yabancılaşmanın dördüncü aşaması olarak insanın yaşadığı türsel yabancılaşmayı ele almaktadır. Marx bu yabancılaşmayı anlatırken insan ve hayvan arasında karşılaştırma yapmıştır. İnsanın kendisini gerçekleştirmek için kendi geçim araçlarını üretmesi onu hayvanlardan ayıran bir eylemdir. Yani üretim insan türüne aittir.

İşçinin ürettiği ürünün sermaye sahibine ait olması nedeniyle, onun üzerinde herhangi bir kontrolünün olmaması sonucu insan türsel bir yabancılaşma yaşamakta ve emeğini kiralayarak hayatta kalma amacı ile üretim sürecinde yer almaktadır. İnsan artık “doğanın etkin bir parçası” olmaktan uzaklaşarak kendi yaratıcı eylemine yabancılaşmaktadır (Erikson, 1986: 2).

2. Meta Fetişizmi ve Şeyleşme- Tüketicinin Yabancılaşması

Marx'ın yabancılaşma teorisinde karşımıza çıkan önemli bir kavram da “fetişizm”dir. Bu süreci Marx (2003: 82-83) “meta fetişizmi” ve Lukacs “şeyleşme” olarak kavramsallaştırmıştır.

Sanayi Devrimi ile başlayan üretim tarzındaki değişikliğin etkilerinden ve dolayısıyla kapitalizmin üretim ilişkilerinde getirdiği dönüşümden yukarıda bahsedilmişti. Nesnelere, insanın ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kullanım değeri göz önünde bulundurularak üretilirken kapitalizmle birlikte doğrudan satılmak amacıyla “meta” olarak üretilmeye başlanmıştır. Yani, nesnenin ihtiyaçtan bağımsız olarak kazandığı bir değer söz konusudur. Arz talep ilişkisinin belirleyici olduğu bu dönemde bir değişim değerine sahip bu metalar, Marx'ın (2004) “meta fetişizm”ine dair kavramsallaştırmasında hareket noktası olmuştur.

İnsanın tüketim ile ilişkisinin nasıl kurulduğunu anlamada önemli bir yer teşkil eden meta fetişizmi kavramının iki ayrı dönem içinde ele alınması daha yerinde olacağı düşünülmüştür. Kapitalist üretim sisteminin sermaye birikim biçiminde meydana gelen değişimler bu ayrımı yapma konusunda etkili olmuştur. Kapitalizmin ilk yıllarında meta fetişizmi metanın değişim değeri ile alakalıyken 80'lerden itibaren tüketimde semboller ve göstergeler ön plana çıkmaya başlamıştır.

2.1. Meta Fetişizminin İlk Hali

Geleneksel üretim ilişkilerinde insanlar arasındaki toplumsal ilişki, emeklerin birbirlerine bağımlılığının söz konusu olduğu çalışma eylemine dayanmaktaydı. Kapitalist toplumsal ilişkilerde bu ilişki dönüşüme uğramış; üretilen metaldan kaynaklı bir ilişkiye dönüşmüştür (Marx, 2003: 83). Marx (2003:143), ihtiyaçların nesnelere ilişkisini açıklarken bu ilişkinin bozulmasıyla değişim değerinin kullanım değeri haline geldiğini söylemektedir. İnsanın nesne ile kurduğu ilişkisini dönüştüren bu yeni durumda metanın piyasadaki değişimi, Sanayi Devriminden önce olduğu üzere malların takası yoluyla değil Marx'ın (2003:106) "evrensel eşdeğer" olarak kavramsallaştırdığı para aracılığıyla gerçekleşmeye başlamıştır. Yani metalar parasal değer üzerinden fiyatlandırılmaya başlanmış ve malın değeri kullanım değerinden farklılaşmıştır. Bu süreç Marx (2003: 83) tarafından "meta fetişizmi" olarak tanımlanmıştır. Nesnenin değerinin belirlenme şeklinin değişmesiyle metalar fetiş hale getirilirken değişim değeri metaya içselmiş gibi sunulurak ürün ile üretici arasındaki bağ gözden kaybolmuştur. Malların kazandığı bu fetiş karakterinin insanlar arasındaki ilişkileri de etkilemesi yabancılaşmaya neden olmaktadır (Kulak, 2011: 34).

Malların nötr bir karakterde olduğunu söyleyen Douglas ve Isherwood (1999), onların toplumsal ilişkileri kurduğunu ve sürekliliğini sağladığını belirtmektedir. Bu sürecin ilerleyen aşamasında tüketim hırısı körüklenmiştir.

Lukacs (2006:158), Marx'ın meta fetişizmi kavramını tüm toplum için genişleterek "şeyleşme" olarak kavramsallaştırmıştır. Meta, insanların birbirlerine karşı yaklaşımlarını etkileyerek toplumsal ilişkiler üzerinde belirleyici olmaktadır. Değişim değeri daha önemli hale gelerek para üzerinden kurulan ilişkiler ön plana çıkarılmakta ve insanlar arasında kurulan ilişki tüketim arzusu nedeniyle şeyler arasındaki ilişkilere dönüşmektedir (Tolan, 1991: 294). Yani insanlar artık birbirlerine, sahip oldukları

metaların piyasa değerlerine göre yaklaşmaktadır. Bu şekilde metaya bir değer belirleme eylemi gerçekleştirilerek aslında şeyleştirme yapılmaktadır.

Marx (2015: 94), fetişin meta üretiminden ayıramayacağını ve metaya yapışmış durumda olduğunu söylemiştir. Meta fetişizmine yol açan insanın tüketim tutkusudur. Meta fetişizmi ve şeyleşme kavramları yabancılaşma ile özdeş hale gelmektedir.

Bir metayı ihtiyacımız nedeniyle satın alma isteğimiz meta fetişizminden farklı bir niteliktedir. Bir metanın fetiş karakteri kazanması onu gerçekte sahip olmadığı bir değer mertebesine yükseltmektedir. Ayrıca bir metaya gerçekte değer katan, onu yaratan emek olduğu halde fetişleştirme ile emek gözden kaybolmakta (Marx, 2003) ve meta, üretimini gerçekleştiren emek gücü sahibinden bağımsızlaşarak ona dışsallaşmaktadır. Emek sahibinin ürününe yabancılaşması ile metanın emek sahibine dışsallaşarak fetiş karakteri kazanması birbirini tamamlayan iki süreç olarak ortaya çıkmaktadır.

Kapitalist üretim sisteminin günümüzdeki hali, Marx'ın eleştirdiği ve kavramsallaştırmalarını oluşturduğu dönemin koşullarından farklılık gösterse de esasen metanın etkisi azalmamış daha da güçlenerek hayatın her alanını kaplamıştır. Sermaye birikim modelinde meydana gelen değişim metanın etkisini arttırırken meta fetişizmine de farklı bir boyut getirmiştir. Aşağıda bu yeni farklı boyut anlatılmıştır.

2.2. Kapitalizmin Günümüzdeki Hali ve Meta Fetişizmi

1970'lerin sonu ve 1980'lerde kitlesel üretimin olumsuz bir sonucu olarak emek ve meta piyasasında yaşanan krize çözüm bulmak amacıyla (Şaylan, 2009: 173) emeğin esnekleştirilmesi ve yeni teknolojiler kullanarak üretimin kitlesel üretimin yanı sıra talebe göre yapılmaya başlanması yoluna gidilmiştir (Castells, 2005; Harvey, 1999: 164).

Kumar (1995:51), bu girilen yeni dönemde lüks, kişiye özel veya statü mallarının önem kazanmaya başladığını söylemektedir. Homojen ve standardize üretimin yapıldığı ölçek ekonomisinden farklı ürünlerin üretilebildiği kapsam ekonomisine geçilmiştir.

Üretim sistemindeki esnekleşme sayesinde aynı firma içinde kitlesel üretimin yanı sıra bireyselleştirilen üretim ile bir ürünün farklı versiyonları yapılabilmektedir. Bu yeni tüketim anlayışına göre günümüzdeki toplumun bir taraftan kullan-at toplumu (Ruppert, 1996) diğer taraftan gösteri toplumu (Debord, 1996) olarak ikili bir yapıda tanımlanabileceği düşünülmektedir. Aynı firma/işletme içinde anlık, kullan at mantığına uygun, daha ucuza üretilen ve dolayısıyla ucuza satılabilecek kitlesel ürünler üretilirken daha lüks ürünlerin üretimi de yapılabilmektedir.

Ayrıca, el emeğine dayalı, biricik olan veya kişiye kendini özel hissettiren ürünlerin üretimi günümüzde revaçta olmaya başlamıştır. Bu doğrultuda, Modernizm öncesine ait olan ve geçmişi temsil eden zanaat ürünlerinin tüketimi moda haline gelerek (Bachrach Ehlers, 1996), Postmodern toplumun tüketim nesnesi yani “meta” olarak piyasada yer bulmaya başlamıştır.

Baudrillard, Marksizm’e ait kavramlarla günümüzdeki ekonomik ilişkileri analiz etmenin eksik kalacağını savunmaktadır (Cevizci, 2000: 119). Bu nedenle Marx’ın “kullanım değeri” ve “değişim değeri” kavramlarının yanına “gösterge değer” kavramını yerleştirmiştir. Ancak, her ne kadar Marx’ın ekonomik ilişkileri açıklamada tüketim kısmına yeteri kadar yer vermediğini iddia etse de fetiş kavramını ilk defa kullanan Marx olmuştur. Marx’ın yaklaşımına yukarıda yer verilmiştir.

Baudrillard (1997), günümüz tüketim toplumunda metaların bir gösterge sistemi içinde değerlendirildiğini savunmaktadır. Yani insanlar, nesnelere anlamlar yükleyerek onları simgeselleştirmekte ve kendi konumlarını ve kimliklerini bu simgeler üzerinden tanımlamaktadırlar. Bu tüketim biçimine yönlendiren, insanlar arasında farklılık ve

kimlik üretmeye yönelik olan sembolik değerlerdir. Ürünler, herhangi bir ihtiyacı karşıladıkları için değil, ürettikleri semboller nedeniyle bir işleve sahip olmaktadır (Artun, 2014).

Günümüzde, aşağıdaki bölümde anlatılmış olan kültür endüstrisinin aynılaştırıcı etkisinin yanında, Endüstri Devrimi ve Modernizm öncesi döneme ait olan geleneksel üretim ve geleneksel ürünleri oluşturan el işi ürünler yeniden gündeme gelmektedir. Ancak bu geçmişî hatırlama, tüm saflığı ile geleneğe dönmek değildir.

Kapitalist sistemin devamı için yeni zevklerin, beğenilerin yaratılması gerekmiş; kültür ve gelenek araçsallaşarak meta haline gelmiştir. Modernizmin unutturmaya çalıştığı gelenek ve geçmişe ait kültürel unsurlar genelleştirilmiş yeniden meta üretimi kapsamında karşımıza bu bağlamda çıkmaktadır.

Baudillard'ın “yeniden keşif” kavramı gelenekselin, doğal üretimin, çevreye zarar vermeyen doğal içeriklerin kullanımının yeniden keşfi olarak kendini göstermektedir. Zanaatkarın ürettiği bu özellikteki ürünler metalaşan kültürün göstergesi olmuştur (Doğan, 2012: 83).

Modernizm öncesi, “kullanım değeri” esas alınarak üretilen ancak günümüz tüketim alışkanlıkları içinde “gösterge değer” olarak değerlendirilen bu tarz ürünler üst ve orta sınıf tüketicilere yönelik “üst kalite” ürün olarak tanımlanırken, daha alt gelir düzeyine sahip olanlar ise el işi ürünlerin seri olarak elde ya da makinede üretilen versiyonlarını alarak aynı hisse ulaşma gayretinde olabilmektedir.

Baudillard'ın belirttiği gibi “nesnelerin dönemi” yaşanmaktadır. İnsanların yaşamı ister kitlesel tüketime ister kişiselleştirilmiş tüketime yönelik olsun, nesnelere göre yönlendirilmektedir. Bauman (1999: 83) da tüketim kültüründe, metanın insana faydası yerine gösterge yönüyle ön plana çıktığını ve aslında tüketilen şeylerin gösterge olduğunu söylemektedir.

Kapitalizmin yeni şeklinde metalaştırma sürecinin insanların gözünde doğallaştırılması için insan ve metaya dair her şey şeyleştirilmektedir. Metalara olağanüstü sıfatlar verilerek, üreticisinin varlığından bağımsız olarak kendiliğinden varolmuş gibi yüceleştirilerek şeyleştirme yapılmaktadır (Adorno, 2007: 101). Bunun sonucunda insan, kendi ürettiği metaların yani ‘şey’lerin tutsağı haline gelmektedir. Kapitalizm, yarattığı sahte ihtiyaçlarla, insanların doyumsuzluğunu arttırarak kar maksimizasyonu elde etmektedir. Fromm (2004) piyasaya sunulan ürünlerin kişide haz duygusunu tetikleyerek yeni bir ihtiyacı yaratan koşulları oluşturduğunu söylemektedir. Böylece insan yabancılaşmış ihtiyaçların etkisi altına girmektedir. Scarpaci’nin (2016) söylediği gibi insanların satın almaya yönelik arzuları nedeniyle, kendileriyle ilgili duyguları aşınmaktadır.

Ürünlerin kimlik göstergelerine dönüşmesiyle özgünlük taşıyan ürünler üretilmeye başlanmıştır. Yani, Virilo’nun ifade ettiği gibi “tüketim ve sanat birbirine geçmekte” ve hayat Baudliard’ın ifadesiyle bir “meta tasarım”a dönüşmektedir (Artun, 2014). Dolayısıyla bugün için tüketim yalnızca ekonomik bir yön taşımamakta olup gösterge ve sembolleri de barındıran bir karaktere sahiptir (Bocock, 1997:13). Hayatın estetikleştirilmesi ile paralellik taşıyan bu tüketim alışkanlığı çerçevesinde bir ülkeye, bölgeye ya da kente içsel olan yerel ve kültürel özellikler, kalkınmada bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Nesne, kullanım değeri ve değişim değerinin ötesinde günümüzde metanın fetişleşmesi ile bu değerlerden daha üst bir değerle piyasada yerini almaktadır.

Telekomünikasyon bilgisayarlaşması ve bilgisayarlar arası bağlantının kurulabilmesiyle (Törenli, 2005:124) internet yeni bir kültürel mekân, ekonomik bir pazar alanı olarak ortaya çıkmıştır. Bu sayede küresel kalıpların yanı sıra kültürel unsurlar da insan hayatına hızlı bir şekilde dahil olmaya başlamıştır. İnternet teknolojisi kültürel alanın da hızla küreselleşmesine katkıda bulunmuştur. Böylelikle yeni bireysel ve

toplumsal ilişki turleri ortaya çıkarken yeni kültürel biçimlerin yaratılması homojen bir küresel kültürün inşası için ortam yaratmış (Güzel, 2006), ulusal ekonomi içinde kalan yerel üretimler, uluslararası ve küresel ekonominin içine çekilerek genelleştirilmiş meta üretiminin kapsamı genişletilmiştir.

3. Frankfurt Okulu ve Kültür Endüstrisi Kuramı

Frankfurt Okulu teorisyenleri, Marx gibi kapitalist toplumsal ilişkilerde meydana gelen değişimleri incelese de kapitalizmin devinimlerini izah etmede Marx'ın yaklaşımını yeterli bulmayarak Aydınlanma düşüncesi zemininde kapitalizme eleştiri getirmiştir. Bu eleştiri, Weber'in Modernizme dair görüşleri ve Lukcs'ın "şeyleşme" yaklaşımı üzerinde şekillenmiştir. Modernizme yönelik eleştirisini "araçsal akılcılık" zerinden yapan Weber, insanın davranışını düzenlemede bunun rolünden bahsetmiştir (Bauman, 2005:181). Weber, insanın eylemine değer biçen içsel ve ahlaki normlar hiyerarşisinin yerini araçsal aklın aldığını belirtmektedir (zlem, 1990).

Lukcs, Marx'ın insan emeği üzerinden açıkladığı metalaşma kuramını genişletmiştir. İnsan zihni ile toplumsal bilincin meta fetişizminin etkilerine maruz kaldığını söyleyen Lukcs, Frankfurt Okulu'nu bu görüşüyle etkilemiş ve söz konusu okulun temsilcileri "metalaşma" kuramını, Lukcs'ın "şeyleştirme" kuramından hareketle kültürü tktim boyutunda ele alarak incelemiştir.

Frankfurt Okulu'nun temel yaklaşımı kapitalist sistem ile onun yarattığı tktim toplumu üzerine olup; Frankfurt Okulu'nun önde gelen temsilcileri olan Adorno ile Horkheimer, "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı kitaplarında akılcılık ve kültürün ticarileşmesini eleştirmiştir. Kapitalist retim tarzının kültür üzerindeki etkilerinin ve kültürün endüstriyel üretime ait bir meta haline gelişinin ele alındığı kuramda "endüstri" kavramı, üretim sürecini değil kültür ve kültürel ürünün kapitalist üretim ilişkileri içinde standartlaştırılarak kiteselleştirilmesini ve dağıtım tekniklerinin akılcılaştırılmasını

açıklamak için kullanılmıştır (Adorno, 2008). Adorno ve Horkheimer, eleştirdikleri bu yapıyı “Kültür Endüstrisi” olarak kavramsallaştırmışlardır.

Söz konusu kuramda kültür üzerinde ticari ilişkilerin belirleyici olduğu belirtilmekte, kitleleri yönlendirmek ve kontrol etmek amacıyla kültürün ve kültürel ürünlerin araçsallaştırıldığı savunulmaktadır.

Okulun bir başka kuramcısı Marcuse (1997: 6,7) kapitalist sistemin yarattığı “sahte ihtiyaçlar”dan bahsetmiştir. İnsanlar aslında ihtiyaçları olmadığı, bu sahte ihtiyaçlara yönelik arzu duymaya başlamışlardır. Bunun için kültürel ürün, yaşam tarzı, beğeni ve haz metalaştırılmakta ve bununla birlikte sahte ihtiyaçların peşinde koşan insan yabancılaşmayı yaşamaktadır.

“Kültür Endüstrisi” olarak adlandırılan bu yapı içinde endüstriyel üretimde olduğu gibi, insanların düşünceleri, arzuları ve davranışları seri üretimle şekillendirilmektedir. Kitlesele olarak piyasa için üretilmeye başlanmasıyla biricikliğini kaybeden kültürel ürün ve sanat metalaşarak “aura”sını kaybetmektedir. Esasen, topluma içsel olan kültürün oluşma şekline farklı olarak kültür endüstrisi tarafından yaratılan ve empoze edilen bir kültürle karşı karşıya kalınmaktadır. Yani, kültür endüstrisi tüketicileri kendi istediği gibi yönlendirmekte, onların neyi izleyeceklerine, dinleyeceklerine ve satın alacaklarına karar vermektedir. Planlı bir şekilde gerçekleşen bu yönlendirme ekonomik, yönetsel ve teknolojik bir yoğunlaşma ile olmaktadır (Adorno, 2003).

Yine bu süreçte, tüketimin küresel boyutta her alana daha geniş anlamda yayılması kapitalizmin metalaştırma eylemini genişletmesi ile mümkün olmaktadır. Bu bağlamda ekonominin, tüketimle olan bağımlılığı nedeniyle, kapitalizm “boş zamanı” meta tüketimi zamanı olarak formüle etmiştir. Ancak bu boş zamanın kullanılışı planlı, rasyonel, standartlaştırılmış ticari bir program içinde yönlendirilmektedir. İnsanların boş zamanı olarak tatil sürecini ticarileştiren turizm sektörü içinde kültürel ürünün piyasaya sunulmak

üzere standartlaştırıldığı görülmektedir. Bu durumun kuramı doğrular nitelikte olması nedeniyle, bu çalışmada kültür endüstrisi kuramına kitle turizmi kapsamında turistik yerlerde piyasaya sürülen standartlaştırılmış “kültürel ürün” temelinde başvurulmuştur.

“Kültürel ürün” insanlar tarafından tarihsel bir süreç içinde toplumların kendi iç dinamikleri ile oluşturulmaktadır. Üretildiği topluma içsel olması nedeniyle toplumları birbirlerinden farklılaştıran çeşitlilik ve zenginliğe sahiptir. Ancak hediyelik eşya kategorisine girerek günümüzde kitle turizminin nesnelereinden biri haline gelmiş olan “kültürel ürün” sanayi toplumlarında endüstri tarafından seri bir şekilde üretilen bir standart metaya (Adorno, 2008: 76) dönüşmüştür. Yani, kültürel ürün endüstriyel üretimle aynı mantıkla seri ve standart bir üretime tabi kılınmakta ve pazarlanmaktadır. Böylece kültürün ve dolayısıyla kültürel ürünün niteliğindeki birbirine benzememe ve farklı olma hali aşınmaya uğramaktadır.

Sonuç olarak “kültürel ürün”, kurgulanmış turistik piyasa koşulları içinde kitlelerin tatil dönüşü orada bulduklarını gösterme ihtiyacını karşılayacak olan el işi seri üretim metaları haline gelmektedir. Anlatılan bu üretim ve tüketim ilişkisi içinde belirleyici olan insanın ihtiyaçları değil, kapitalist sistemin tercihleridir.

Sanatsal nitelik taşıyan ve meşakkatli bir emek sürecine tabi olan kültürel ürünü üretmek için gerekli zaman, kitle üretimi yapan bir kültür endüstrisi için sabredilebilecek bir süre olmadığı gibi, satışta hedeflenen kitleden de o ürünü ve niteliğini anlaması istenmemekte ve beklenmemektedir. Kısa sürede tüketilebilecek, üzerinde çok düşünülmeyecek bir alışveriş ve bir defaya mahsusluk müşteriler için ucuza satılabilecek dolayısıyla ucuza mal edilmiş metalar arzu edilmektedir.

Bu araştırmanın ikinci bölümünde, kültürel ürün olarak incelenmek üzere seçilen Kütahya çinisinin üretim ilişkilerinin tarihsel boyutu verilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

KÜTAHYA'DA ÇİNİ ÜRETİMİ VE KULLANIMI

Bu bölümde çiniciliğin Kütahya'daki gelişimi yer, şartlar ve zamanın belirleyiciliği göz önünde bulundurularak tarihsel bir süreklilik içinde irdelenmiştir. Bu çerçevede coğrafya, kentleşme, ticaret yolları ile yönetim merkezine yakınlık, dünyada meydana gelen ekonomik ve siyasal gelişmelerin etkisi diyalektik bir ilişki içinde ele alınmıştır.

Çalışmada;

- Geleneksel üretimin yapıldığı Osmanlı İmparatorluğu dönemi (19'uncu yüzyıla kadar),
- 19'uncu yüzyılda Sanayi Devrimi ile Osmanlı'da başlayan sanayileşme çalışmaları ve modernleşme süreci ile Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte devam eden süreç ve
- 1980'lerde başlayan ve günümüze değin süregelen neoliberal kapitalizm dönemi itibariyle dönemselleştirme yapılmıştır.

Öncelikle vurgulamak gerekir ki bulunduğu coğrafyadaki zengin kil ve kum yatakları ile üretimin yapıldığı diğer hammaddeler nedeniyle Kütahya'da antik çağlardan (M.Ö. 5500-3000) itibaren seramik⁴ zanaatı yapılmaktadır (Çini, 1991: 67; Gülaçtı, 2018: 32). Şehir, kazılardan elde edilen bilgilere göre Frigler, Roma ve Bizans'tan bu yana seramik

⁴ Seramik, topraktan yapılmış pişirilmiş her türlü eşyayı tanımlamak için kullanılmaktadır. Daha fazla bilgi için (Hacizade, 2014: 39-54)

üretiminde önemli bir merkezdir (Bilgi, 2006: 9; Kürkman, 2005: 20,21,31; Şahin, 1981-82: 111–170).

Germiyoğulları Beyliği'ne kadar, Kütahya'da günlük ihtiyaçları karşılamak amacıyla seramikten yapılan tabak, çömlek gibi ürünlerin üretimi söz konusuysen, (Kürkman, 2005: 25) Germiyoğulları döneminde başlayan çini⁵ üretimi günümüze değin süregelmiştir (Aslanapa, 1949: 12-14). Bu sürekliliğin nedenleri olarak;

- Üretimde kullanılan hammaddelerin temininin kaynaklara yakınlık nedeniyle kolay olması,
- Germiyoğulları döneminde başlayan ve Osmanlı'da devam eden kentleşme sayesinde binalarda çininin kullanımı,
- Günlük hayatta ihtiyacı karşılayan, yani kullanım değeri olan nesnelerin üretilmesi,
- Üretime dair yüzyıllardır oluşturulan bilgi, üretim tekniği ve reçetelerin usta çırak ilişkisi içindeki ritüeller ve gelenekle nesilden nesile taşınması,

⁵ Çini en geniş anlamıyla sırlı kap olarak tanımlanmaktadır. Ustalarının reçete olarak adlandırdıkları kimi ustalar tarafından sır olan özel üretim bilgileri kullanılarak üretilmekte, özel motifler belli bir üslup ile form adı verilen karo, tabak, sürahi, tabak ürünlerin üzerine işlenerek süsleme yapılmaktadır. Çini kelimesi, “Çin'den gelen” anlamında, Osmanlı döneminde Çin'den ithal edilen porselenler için kullanılmıştır. Oysa ki mimaride kullanılan seramiğe “kaşi”, günlük ev ihtiyaçları karşılamak amacıyla, kap, sürahi, tabak olarak kullanılan seramiğe ise “evani” denilmektedir. İki kelime de hala Kütahya'da çiniyi tanımlamak üzere çini ile meşgul olan insanlar arasında kullanılmaya devam edilmektedir. Kütahya çinisinin ayırt edici niteliklerinden bahsedilirken el ile desenlenmesi, sır altı süslemesinde sadece fırça kullanılması, desendeki çeşitlilik ve desenlerin çoğunlukla geleneksel Türk çiniciliğine ait olması söylenmektedir. Ayrıntılı bilgi: (Aslanapa, 1949; Çini, 1991; Öney, 1987; Gülaçtı, 2018).

- Çini üretiminin şehirde temel geçim kaynağını oluşturması gösterilebilir.
(Yükselener, 2010: 46)

2.1. 19'uncu Yüzyıla Kadar Osmanlı İmparatorluğu Döneminde Kütahya'da Çinicilik

Germiyanogulları döneminde kentleşmenin etkisiyle öncelikle mimari eserlerde görünen çini, Beyliğin yönetsel ve dini binalarında yer almıştır (Uysal, 2006: 100, 125, 141, 149). Şehrin hakimiyeti 15'inci yüzyılda Osmanlılar'a geçmiş ve artan kentleşme ile çinicilik dini mimaride ve idari binalarda daha fazla kullanılmaya başlanmıştır (Uzunçarşılı, 1932: 54, 55, 59). Ancak çininin kullanımı sadece mimari yapılarla sınırlı kalmamış, halkın günlük yaşamında kullandığı tabak, fincan, sürahi gibi ürünler de üretilmiştir (Aslanapa, 1949: 94-96).

Kütahya Çinisini incelerken birbirleriyle olan derin ilişkileri nedeniyle İznik Çinisine de değinmek bir gereklilik taşımaktadır. Osmanlı döneminde başkentin İstanbul olmasından itibaren Saray'a yakınlığı nedeniyle İznik temel olmak üzere Kütahya çini üretim merkezi olmuştur (Öney, 1987; Öney ve Çobanlı, 2007: 203).

Osmanlı zamanında Saray, Yeniçeri Ocağı ve atölyeler olmak üzere üretimin gerçekleştiği üç mekân söz konusudur (Yaman, 1996: 5, 273). Yeniçeri Ocağındaki üretim, ordunun kendi ihtiyacı olan malzemelerin üretilmesi nedeniyle konumuz kapsamında bulunmamaktadır. Bu nedenle, aşağıda diğer iki mekânda üretim ve dolaşım ilişkilerinin nasıl olduğuna değinilmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu'nda farklı zaman aralıklarında var olmuş sırasıyla "ahilik", "lonca teşkilatı" ve en son "gedik sistemi" olmak üzere üç mesleki örgütlenme biçimi söz konusu olmuştur. Üretim ağını kontrol altında tutan bu örgütlenmeler mesleki kuralları belirlemiştir. Her bir zanaat kolunda kaç kişinin çalışacağı, alacağı ücret,

mesleğin devamını sağlamak üzere usta çırak ilişkisi bu yapıların kontrolü altında gerçekleşmiştir.

Böylece;

- Üretimin sürekliliği sağlanmış,
- Talepten daha fazla üretim yapılması engellenmiş,
- Ürünlerin kalitesi kontrol edilmiş ve
- Fiyatlar üzerinde denetleme yapılmıştır.

Ayrıca esnaf ve zanaatkârın yetişmesi sağlanarak işsizlik ve iflasın olmaması için de tedbirler alınmıştır. Rekabetin ve bireyciliğin olmadığı Osmanlı'da üretim devlet için yapılmıştır (Küçükerman ve Mortan, 2007: 63). İş kollarından birinde yeni bir dükkânın açılmasına ihtiyaç duyulması durumunda bu, o işin ustasına verilmiştir (Yıldırım, 2015). Her üç yapı altında da zanaatkarın sermaye birikimi elde etmesinin önüne geçmek hedeflenmiştir. Üretimi yapan ve satan kişinin aynı olduğu bir model söz konusudur (Küçükerman ve Mortan, 2007: 66). Sanatçı ve zanaatkar ayrımı söz konusu değildir.

Topkapı Sarayı'nda ise farklı bir durum mevcut olmuştur. Ehl-i Hiref adı verilen sanatçı/zanaatkarlar saray için çalışmıştır. Çini örneğinde Fatih Sultan Mehmet zamanında İmparatorluğun sanatsal merkezi olarak kurulan Nakkaşhane'de Ehl-i Hiref tarafından hazırlanan desenler, malzeme tedariki sağlanarak İznik'teki atölyelere işlettirilmiştir. (Öney ve Çobanlı, 2007: 214) Sarayın ihtiyaçları ve yabancı devletlere hediye olarak verilmek üzere İznik'te üretimi yapılan çinilerin, Saray'ın bu etkisi sayesinde kalitesi ve bilinirliği yüksek olmuş ve Osmanlı klasik dönem eserleri olarak adlandırılan sanatsal çalışmalar bu dönemde ortaya çıkmaya başlamıştır. Saraydaki Ehl-i Hiref teşkilatı ile Nakkaşhane'nin yarattığı üslup birliği bu başarıyı getirmiştir (Kalyoncu, 2015). "Hiref" meslek, sanat anlamına gelen "Hirfet" kelimesinin çoğuludur (Kalyoncu,

2015: 280). “Herif” ile aynı kökten geldiği anlaşılmaktadır. Nişanyan Sözlük’te⁶ herifin anlamı “sanatkâr, meslek erbabı, yoldaş”tır. Ancak TDK Güncel Türkçe Sözlük’te⁷ “güven vermeyen, aşağı görülen, bayağı kimse” olarak belirtilmektedir. Bu anlam kaymasının daha sonra yer verilecek olan sanayileşmenin etkisiyle işsiz kalan zanaatkarların toplum içindeki konumuyla alakalı olabileceği düşünülmektedir.

Kütahya çinisi ile ilgili çalışmalarıyla bilinen araştırmacı-yazar Rıfat Çini (1991: 78), Kütahya’nın 16’ncı yüzyılda saray için üretim yapan İznik’i destekleyen ve onun kalıplarını uygulayan ikinci üretim merkezi olduğunu söylemektedir. Bununla birlikte Kürkman (2005: 45), her ne kadar İznik çini desenlerindeki imgelere benzeyen desenler kullanılsa da Kütahya çinilerindeki imgesel dilde farklılıklar olduğunu; daha ziyade halkın günlük hayatını, günlük giysisi içinde kadınları, sokakta olup biteni, Hristiyan ve Müslüman din adamlarının giysilerini yansıttığını dile getirmektedir. Saray nakkaşhanesi tarafından gönderilen desenler yerine çini ustaları kendi üslupları doğrultusunda oluşturdukları geometrik motifler, doğaya ait figürler ve yazılı ifadelerle çinilerde desenleme yapmışlardır (Gök, 2015). Ayrıca kimi zaman çinide kullanılan çamurdaki ideal olan kalitenin yakalanamaması sebebiyle, çini tabaktaki sorunu gizlemek amacıyla yoğun geometrik desenler kullanılmıştır. Bütün bunlar Kütahya çini desenlerinin karakteristik özellikleri üzerinde belirleyici olmuştur.

İznik’te çini üretimi, Osmanlı İmparatorluğu’nun duraklama döneminde talepte oluşan azalma nedeniyle 17’nci yüzyılda zayıflamaya başlamış (Bakır, 2007: 287), 18’inci yüzyılda durma noktasına gelmiştir (Bilgi, 2006: 14). Ayrıca Çin’den ithal edilen ucuz porselenlerle İznik çinicilerinin mücadele edememesi de Saray’dan yapılan çini siparişlerinin azalmasının yarattığı etkiye ek olarak İznik çinilerinin statü simgesi

⁶ <https://www.nisanyansozluk.com/?k=herif>

⁷ <https://sozluk.gov.tr/>

olmaktan çıkmasına yol açmıştır (Kürkman, 2005: 281, 282). Buna karşın üretimde Sarayın talebine bağlı olmayan Kütahya, çini üretiminde tek merkez haline gelmiştir. Sarayın belirleyici talebi olmadan ve halkın ihtiyaçlarına göre yapılan formlar (fincan, tabak, matara, sürahi, ibrik, hokka, kâse, darbuka, sütlük, nargile, lokumluk, meyvelik, abajur, mumluk, kül tablası, biblo, duvarb kaplaması vb.) (Bilgi, 2006: 17) ve bu formlarda yerel motiflerin kullanılarak kendi tarzını yaratması nedeniyle çiniciliğin Kütahya’da halk sanatı haline geldiği (Aksungur, 1989: 94; Bakır, 2007: 287; Gök, 2015: 11; Şahin,1982: 133) ve yaşadığı düşünülmektedir.

Her ne kadar üretim devam etse de Kütahya’daki atölye sayısı 17’nci yüzyılda 300 iken 18’inci yüzyılın sonuna doğru 100’e düşmüştür. Bu yüzyılın bir başka özelliği ise Kütahya’da seri olarak üretilen çinilerin inşa edilen veya onarılan cami ve kiliselerde kullanılmış olması ve bu tarz ürünlerin İmparatorluğun sınırları içinde yoğun kullanım alanı bulmasıdır (Bilgi, 2006:14,15).

18’inci yüzyılda Kütahya’daki çinicilerin üretim ilişkilerine dair iki resmi belge mevcuttur. İlk belge 23 Temmuz 1764 tarihli bir kadı sicilidir. Bu sicil kalfa ve ustanın yaptığı işler hakkındadır. Yapılan düzenlemeye göre kalfa sadece işyerinde çarkta fincan üretebilecektir. İşyeri dışında yani evde üretime yasak getirilmiştir. İş yeri sahibi olduğu anlaşılan ustanın ise çarkta fincan üretimi yasaklanmıştır (Bilgi, 2006: 14; Kürkman, 2005: 82, 83). Bu belgeden 18’inci yüzyılda Kütahya’da evlerde de üretim yapıldığı anlaşılmaktadır (Moughalian, 2019: 60). İkinci belge 1766 tarihli Fincancılar Esnafı Anlaşması’dır. Bu belgede kalfa, usta ve ustabaşlarının niteliklerinin yanı sıra sayıları ile yevmiye miktarları belirtilmiş ve iş yeri sayısı sınırlandırılmıştır. Ücretlendirmede emek/performans ölçüt alınmış, ürünün kalitesi ile ilgili kıstaslar ifade edilmiş ve anlaşmaya uyulmaması durumunda verilecek cezalar tanımlanmıştır. İş yeri dışında evde çarklarda fincan üretimi ilkinde olduğu gibi bu belgede de yasaklanmıştır (Gülaçtı, 2018: 35; Kürkman, 2005: 84, 113). Faroqhi (2018: 285) bu belgeden atölyedeki iş bölümüne

dair bilgiye ulaşılabileceğini söylemektedir. Çini formunu şekillendirmeden sorumlu olanlar kalfa ve çıraklardır. Ücretleri yaptıkları işin niteliğine göre değişmektedir. Çıraklar daha az tecrübeye sahip olmaları nedeniyle kalfalara göre daha düşük kalitede iş yapmaktadırlar ve bu da ücretlendirmeye yansımaktadır. Üretim sürecinde atölyenin sahibi olan ustanın rolünün üretim üzerindeki denetimin yanı sıra siparişlerin alınması ile formlar üzerinde desenlemeyi yapmak olduğu düşünülebilir (Faroqhi, 2018: 285; Kürkman, 2005: 83, 113)

Üretimin mekânına dair bilgiler ise Moughalian (2019: 67-68) tarafından aktarılmıştır. Kütahyalı çini ustası David Ohannessian'ın 19'uncu yüzyılın sonlarına doğru Kütahya'daki çini atölyelerindeki çalışma düzenine dair gözlemlerinden bahseden Moughalian, atölyenin giriş kısmında, yapılan çinilerin sergilendiği bir salon ve ayrı bir çalışma alanının mevcut olduğunu söylemektedir. Bu alanın bir kısmında erkekler tarafından çamur üretiminin başka bir kısmında ise çarkta çini formlarının yapıldığını belirtmiştir. Ayrıca başka bir kısımda da çocuklar kil topaklarını ayıştırmaktadır. Çalışma alanının ikinci katında formun pişeceği fırın bulunmakta olup, üçüncü katında desenleme yapılmaktadır. Üretimin bu aşaması günümüzde el işi seri üretimde olduğu gibi kadınlar tarafından yapılmaktadır.

Kütahyalı çini ustalarına dair bu yüzyılda karşılaşılan bir başka unsur eserlerinde imza niteliğindeki işaretleri kullanmaya başlamış olmalarıdır (Aksungur, 1983: 95; Kürkman, 2005: 233, 266).

2.2. 19'uncu Yüzyıldan İtibaren Kütahya'da Çini Üretimi

Birinci bölümde anlatıldığı üzere 19'uncu yüzyılda İngiltere'de başlayan Sanayi Devrimi ve geliştirilen yeni teknolojiler dünya çapında rekabet ilişkilerini değiştirmiş, yeni bir ekonomik ve toplumsal ilişkiler ağı kurarak bir iktisadi büyüme yaratmıştır (Pamuk, 2013: 300). Eski İmparatorlukların sanayileşme karşısında parçalandıklarını

söyleyen Wilson (2002: 1), bu imparatorlukların başında Osmanlı İmparatorluğu'nun geldiğini belirtmektedir.

Osmanlı döneminde tarımsal fazlanın yaratılmamış olması nedeniyle sanayileşme için şartlar oluşmamış (Ortaylı, 2004: 466), bununla bağlantılı olarak dünya genelinde Batı'nın üstünlüğünü ve hakimiyetini sağlayan Sanayi Devrimi, Osmanlı'nın uygulamakta olduğu ekonomik ve ticari politikaların yetersiz kalmasına neden olmuştur. Osmanlı topraklarının kapitalist devletlere pazar olarak açılması sonucu, bu ülkelerde makineleşme ile ucuza mal edilen ürünler Osmanlı İmparatorluğu'nda satılmaya başlamıştır.

Ülkede ticaretin serbestleşmesine neden olan 1838 yılında İngiltere ile imzalanan Balta Limanı Anlaşması'nın neticesinde Osmanlı tüccarı ile İngiliz tüccarı eşit haklara sahip olmuştur (Clarrk, 1992: 37). 19'uncu yüzyılın ekonomi şartları altında ve ithalatın baskısı sonucunda zanaat gerileme eğilimine girmiştir (Pamuk,2020). Bu durum, diğer yerli ürünlerde olduğu gibi Kütahya'daki çini ürünlere yönelik talepte de değişikliklere yol açmış ve çini çamurunun kalitesi yanında desenlerinde de bozulmaya neden olmuştur. Bu süreç çini ticaretini de olumsuz etkilemiştir. (Crowe, 2006-2007: 4, 5; Çini, 1991: 18, 19) Avrupa'da sanayileşmenin etkisiyle ucuza mal edilen porselenlerin piyasayı kaplamaya başlaması ve Osmanlı'nın da porselen ithal etmesinin çini üretimi üzerinde etkisi mevcuttur. Bu dönemde hız kazanan fabrikalaşma karşısında zanaatkarı korumak amacıyla önlemler alınmış, zanaatkarın üretimini yaptığı nesnelere fabrika üretiminin yapılmamasına dikkat edilmiş (Damlıbağ, 2015: 79, 87, 88) ancak bu durum çok uzun vadeli bir çözüm olmamış ve zanaat giderek zayıflamıştır. Aynı dönemde çini ve seramik üretimi yapan Beykoz Çini Fabrikası (1845) ve Yıldız Çini Fabrika-i Hümayunu (1890-92) açılmıştır (Bozdemir, 2011).

1851 yılında Londra’da gerçekleştirilen büyük sanayi fuarında Osmanlı’nın geleneksel üretim tarzı olan zanaat üretiminin anti tezi olan makine sanayisi ile karşılaşması tarihsel bir anlam ifade etmektedir (Küçükerman, 2010: 293). Bu fuarı takiben sanayiye geliştirmek amacıyla sanayinin gelişmesi için çalışmalar yapmak üzere Islah-ı Sanayi adlı bir komisyon kurulmuştur (Semiz ve Kuş, 2010: 277) Ayrıca yabancı malların Osmanlı pazarı üzerindeki hakimiyetini engellemek amacıyla gerekli hammaddenin ithal edilmesi yoluyla seri üretim yapılması için çalışmalara başlanmıştır (Giz, 1968: 15).

Osmanlı’daki toprak yönetim rejimi, özel mülkiyetin ve rekabet ilişkilerinin bulunmadığı bir sistem olup, sermaye birikiminin ve bir burjuva sınıfının ortaya çıkmasını mümkün kılamamıştır. Avrupa ile rekabet etmesi gerektiğini anlayan yönetim, bunun çaresini sanayileşme olarak görmüş ve bu yönde çalışmalara başlanmıştır.

Sanayi alanında yapılmaya başlanan yatırımlar orduyu güçlendirmek amacıyla tercih edilirken zanaatkarların üretimi de bundan olumsuz etkilenmiştir. Makineleşme sonucu üretilmeye başlanan standart ürünler, geleneksel kültüre ve ürünlerdeki estetiğe zarar vermeye başlamıştır. Makineleşmenin seramikte uygulanmaya başlaması sonucu, düşük teknoloji ile çalışan çini atölyeleri makineleşmenin sağladığı hız ve verimliliğe ulaşamayınca onunla mücadele edememiş ve üretimde meydana gelen düşüş sonucu atölyelerin çoğu kapanmış veya ticari kaygı ile yapılan üretim nedeniyle işçilik ve desen niteliğindeki kalite ve özgünlük yok olmaya başlamıştır.

Her ne kadar 18’inci yüzyıldaki üretim miktarından az olsa da 19’uncu yüzyılda yeni bir canlanma gösteren Kütahya’da çini üretimi faaliyetleri piyasaya yönelik olarak gerçekleştirilmiştir.

19’uncu yüzyıla ait bir diğer gelişme Kütahya’da demiryolunun açılışı olmuştur. Ulaşımındaki imkanların artması, kente yönelik turistik seyahatte bir artış sağlamıştır

(Moughalian, 2019: 67). Dolaşım ilişkilerinin turistik piyasaya göre şekillendiğinin görüldüğü bu dönemde çini atölye sayısında olan artışın yanı sıra, turist ile çini üreticisinin karşılaşma mekânı olan atölyeler turistlerin uğrak yeri olan merkezi yerlere taşınmıştır (Köse, 2016: 54).

Suna-İnanç Kırac Kütahya Çini ve Seramikleri Koleksiyonu 2’de 20’nci yüzyıldaki nesnelere kalıplama adı verilen bir seri üretim yönteminden bahsedilmektedir. Bu yöntem kullanılarak aynı formda üretilmiş olan biblolar mevcuttur; ancak bu bibloların üzerindeki desenler birbirinden farklılık göstermektedir (Gök, 2015: 17). Kalıpla üretilmiş olsa da desenlemedeki çeşitlilik bu ürünlere el işi statüsü kazandırmıştır (Gök, 2015: 23).

19’uncu yüzyılda öncülüğünü John Ruskin’in yaptığı, endüstrileşme karşısında değerini kaybeden zanaatkar ile makinede üretildiği için bozulan zanaat ürünlerinin tekrar değer kazanması amacıyla İngiltere’de ortaya çıkan Arts and Crafts akımı, lonca teşkilatını canlandırmayı amaçlamıştır. Bu akıma paralel olarak ortaya çıkan 1. Ulusal Mimarlık Döneminde Osmanlı’da da çini üretiminde yeniden bir canlanma görülmüştür. Selçuklu ve Osmanlı mimarisi esas alınarak bina süslemelerinde çini kullanılmıştır. 1930’lara kadar süren bu dönemde bina cephelerinde kullanılan 16’ncı yüzyıl İznik çinileri Kütahya’da yaptırılmıştır (Acer, t.y.: 2) Mimari eserlerde kullanılan desenler günlük kullanılan eşyalara da uygulanmıştır (Bilgi, 2006: 15). Bu hareket, çini zanaatkarlığının sanayileşme karşısında korunmasında rol oynamıştır. (Çıkış, 2011: 48, 56, 58)

2.3. Cumhuriyet Dönemi

Osmanlı İmparatorluğu zamanında modernleşme ve sanayileşmenin ne zaman başladığı konusunda kesin bir tarih vermek pek mümkün olmasa da (Ortaylı 1983, 10)

Mühendishane'nin açılması ile başlayan çalışmalar, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşu ile birlikte ivme kazanmıştır.

Cumhuriyet rejimi, toplumsal alanda modernizm ve pozitivizmi, ekonomi alanında ise liberal kapitalist sistem anlayışını benimsemiştir. Sanayileşme kalkınma aracı olarak kabul edilerek sermaye birikimi sağlanmaya çalışılmıştır. Bu dönemde el sanatları sanayileşmede bir basamak olarak kullanılmıştır. Bu çalışmada geleneksel üretime has olan çini üretiminin Cumhuriyet döneminde gelişimi bu bağlamda irdelenmiştir. Sanayileşmenin etkilerinin görülmeye başlandığı bu dönemde çini üretiminde kullanılan üretici güçlerde oluşmaya başlayan değişimle birlikte üretim tarzının ve sonuç olarak üretim ilişkilerinin dönüşüme uğradığı anlaşılmaktadır.

Osmanlı dönemi ile Cumhuriyet dönemini üretici güçler bakımından karşılaştırdığımızda, üretim araçlarında teknolojinin gelişmesiyle birlikte oluşan değişimler aşağıda sıralanmıştır:

- Makineleşmeye yönelik ilk çalışmalar, el ile üretilen çini formlarının kalıplarda yapılmaya başlanması olmuştur.
- Çamur ve sırrın⁸ hazırlanmasında kullanılan el değirmeninin yerini elektrik enerjisiyle çalışan değirmen almıştır.
- Çini çamuru tülbent ile süzülürken işlem elektrikli filterpres ile yapılmaya başlanmıştır.
- Çamurun son şekli vakumpres adlı araçla yapılmaya başlanmıştır.
- Ayrıca çamur ve sırrın yoğunluğunun ölçümünde kullanılmaya başlanan teknolojik olarak daha ileri seviyede bulunan vizkometre ve dilatometre Cumhuriyet dönemine aittir.

⁸ Sır: Çininin üzerine tatbik edilen şeffaf boya, camsı tabaka.

- Çamura akışkanlığı önceden elle karıştırılarak verilirken yerini elektrikli mikser almıştır.
- Şekillendirmede insan gücüyle çalışan çarktan elektrikli motor sistemine geçilmiştir.
- Aynı zamanda ilk defa mekanik pres kurularak çini karo imalatı yapılmıştır
- Desen çiziminde kullanılan fırçalarda da değişim söz konusudur. Geleneksel olarak eşek yelesi kılından yapılmış fırça kullanılmaktayken günümüzde samur fırça olarak tanımlanan sentetik kıllardan oluşan fırçalar kullanılmaktadır. Bu fırça sanatsal üretimde kullanılmaktayken harcıalem olarak adlandırılan ürünlerde fırça yerine boya pompası kullanılmaktadır.
- Sır altı tekniği⁹, teknolojideki ilerlemelerden etkilenmemiştir (Kızıllı, 2010: 31).

Kütahya’da, 1920 ile 1930 yılları arasında çiniden ziyade seramik ön plana çıkmış ve günlük ihtiyaçlara konu olan seramik eşyaların üretimi yapılmıştır (Gülaçtı, 2018: 36). 1923 yılında düzenlenen 1. Türkiye İktisat Kongresinde, hammaddesi yurt içinde elde edilebilen sanayi dallarının kurulması kararlaştırılmış, bu çerçevede seramik endüstrisinin temeli atılmıştır (İnan, 1989: 49). Bu dönemde devlet tarafından çiniciliğe destek sağlanmış, 1925 yılında Kütahya Çini İşleri Ticaret Anonim Şirketi kurulmuş (Çelebi, t.y.), 1926’da çiniciliğe vergi muafiyeti getirilmiş, çinicilik okullarının açılması ve bu amaçla eğitici yetiştirmek üzere Avrupa’ya öğrenim için öğrenciler gönderilmiştir (Çini, 1991). Bunun yanı sıra günümüzdeki gelişmelerin temeli olarak kabul edilen Sümerbank’ın kurulmasıyla 1933 yılında İstanbul ve Kütahya’nın dahil olduğu seramik

⁹ Çini yapım tekniklerinden biri olan sır altı tekniğinde, pişen çini formu üzerine astar yapıldıktan sonra desenlenir ve en son üzeri sırlanarak fırında tekrar pişirilir. Çininin desen ve renkleri bu pişirim sonunda ortaya çıkar. Detaylı bilgi için: <https://islamansiklopedisi.org.tr/cini>

endüstrisi etüt ve projeleri başlamıştır. (Çevik, 2015: 84; Erman, 2010: 83). 1923-1952 yılları arasında on iki büyük çini fabrikası açılmıştır (Gülaçtı, 2018: 36)

İkinci Dünya Savaşının başlaması için ortamı hazırlayan 1929 buhranından etkilenen Türkiye’de, dünyanın içinde bulunduğu ekonomik koşulların etkisiyle uygulanan devletçilik ve içe kapalı ekonomik yaklaşım, yerli üretime yönelmeye neden olmuştur. Liberal ekonomik politikalardan devletçiliğe geçiş olmuş ve planlı bir sanayileşme gerçekleştirmek amacıyla 1934’te 1. Beş Yıllık Kalkınma Programı kabul edilmiştir. Bu planda Kütahya’da bir seramik fabrikasının kurulmasına dair bir karar yer almıştır. Keyder, 1920’lerde endüstrileşme olmamasına rağmen ithalatın yarattığı rekabet nedeniyle kaybolmaya yüz tutan zanaatkarlıkta bu dönemin şartlarının etkisiyle bir hareketlenme olduğunu belirtmektedir (Keyder, 1999). İkinci Dünya Savaşının yaşandığı yıllarda izlenen içe kapalı ekonomik sistemin etkisi ile porselen ithalatının durması, çininin porselen ürünleri yerine mutfak pazarına girmesine neden olmuş ve bu sayede 1943-1946 döneminde dört yeni fabrika açılmıştır.

Pazarda porselenin yerinin artmış olması nedeniyle çiniye olan talep azalmış, bundan kaynaklı olarak ülkedeki çini fabrika sayısı 1950’li yılların sonuna doğru yediye, 1960’lı yıllarda beşe inmiştir. (Gülaçtı, 2018: 36). 1963 yılında çinicilik üzerine eğitim çalışmalarının desteklenmesi amacıyla Millî Eğitim Bakanlığı ve özel sektör temsilcileri arasında bir protokol imzalanmıştır.

1970’lerden itibaren dünya ekonomisinde yeni bir döneme girilmiştir. Sadece ekonomik değil toplumsal alanda da önemli bir yer teşkil eden bu dönemle birlikte üretim modeli, tüketim kalıpları ve örgütlenme biçimleri değişime uğramıştır. Bu dönemin Kütahya’da çiniciliğin gelişiminde belirleyici bir etkisinin olduğu görülmektedir. 1973 yılında ortaya çıkan petrol krizi sonucu petrolün fiyatının artması küresel çapta ticaret hacminde bir daralmaya neden olmuş (Öztürk ve Saygın, 2017: 2), ekonomisi sanayiye

dayanan ülkeler duraklamaya girmiştir (Afşar, 2011: 145). Petrol krizinin Fordist üretim modeline vurduğu ağır darbeye Avrupa işçi göçünü geçici olarak durdurma kararı almıştır. Kitlesele üretimde yaşanan sıkıntılar neticesinde üretimin azaltılmasını amaçlayarak 1973'te işçi alımını durduran Almanya, gelen işçilerin geri dönüşünü temin etmek amacıyla kalkınma yardımları altında teknik yardım vermiştir. Bu yardım kapsamında 1974'te Kütahya'daki seramik ve çini üretim yöntemlerini modernleştirmek, çini ve seramik sektöründe çalışanların eğitimini sağlayacak kurslar düzenlemek üzere "Çinikoop" adında bir kooperatif kurulmuştur. Bu kooperatif ayrıca Kütahyalı çini ustalarının envanterini çıkarmak amacı ile de çalışmalar yapmıştır.

Çinikoop tarafından düzenlenen Çini Desenlerini Geliştirme Programı kapsamında Almanya'da çoğaltılan İznik çini desenleri Kütahya çini atölyelerine dağıtılmıştır. Bu gelişme sonucu Kütahya çini desenleri unutulmaya başlanmıştır. Kütahya'da çiniyi dekorlamada kullanılan çizgi ve boyama standartlaştırılmış, çini boyları, İngiltere, Avusturya ve Almanya'dan ithal edilmeye başlanmıştır.

Ancak, Çinikoop çok uzun ömürlü olmamış, bir süre sonra sadece çamur hazırlama ve satma amacı taşıması nedeniyle pazar bulamamış ve borçları nedeniyle kapanmıştır.

Öte yandan, geleneksel desenlerin çağdaş formlara uygulandığı çalışmaların yanı sıra turistik amaçlı üretimin de yapılmaya başlandığı bu dönemde çini üreten fabrika sayısı 18'e yükselmiş, ayrıca üretilen ürünlerin pazarlanmasına yönelik işletmelerin sayısı artmaya başlamıştır (Gülaçtı, 2018: 36).

Şahin (1989: 142), önceden çinide kullanılan boyların çini ustaları tarafından hazırlanmaktayken bu dönemde ithal edilmeye başlandığından bahsetmektedir. İthal boylar çininin geleneksel renklerinde farklılaşmaya ve bozulmaya neden olmuştur.

Kütahya’da ilk el işi seri üretim tekniği olan elek baskının¹⁰ görüldüğü yıl 1978’dir. Yine bu yıllarda çinide ithal sır kullanılması çini üretiminde olumsuz sonuçlar yaratmıştır.

1980’li yıllarda, İznik çinileri koleksiyoneri olan Vehbi Koç kendisine Kütahya’dan gönderilen hediye çini tabağın desenini kalite açısından beğenmemesi üzerine, duayen isimleri Kütahya’ya göndererek Çinikoop’un tekrar faaliyete geçmesine vesile olmuş, burada çini kursları düzenlenmeye başlanmıştır. Günümüzdeki çini sanatçılarının bir kısmı bu kurslarda eğitim almıştır.

Bu yıllarda Kütahya’da atölye sayılarında artış görülmektedir. Ayrıca fabrikalaşmanın etkisiyle, işi fabrikada öğrenen kişiler kendilerine daha sonra atölye açarak çalışmaya başlamışlardır. Ancak bu atölyelerdeki çalışma biçimi geleneksel atölye çalışma tarzında değil, el işi seri üretim şeklindedir.

Fabrikalaşma ve teknolojik ilerlemeler çiniciliği bir sektör haline getirmiş ve istihdamı arttırmıştır. Ancak teknolojik ilerleme, kültürel bir ürün olan çininin yapısında bozulmaları da beraberinde getirmiştir. Piyasada artış gösteren ithal boyalar, çininin gerçek rengini verme kalitesinden uzaktır. Üretimde başlayan kolaylık hızlı tüketilebilecek ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

1990’da geleneksel üretim aracı olan odunlu fırın yavaş yavaş terkedilmeye ve daha üst teknolojide olan elektrikli fırın kullanılmaya başlanmıştır. Aynı dönemde Prof. Dr. Işıl Akbaygil, orijinal İznik çini desenlerini içeren “İznik” adlı bir kitabın yayımlanmasını sağlamıştır. Bu kitap, Kütahya’da yapılan çini ürünlerini de etkilemiş ve çoğunlukla İznik motifleri kullanılmaya başlanılarak Kütahya çinisine dair motifler unutulmuştur. Ancak, İznik çinilerinin desenleri kopyalandıkça özünü yitirmiş ve diğer desenler de bundan etkilenmiştir.

¹⁰ Elek baskı serigrafik baskı anlamına gelmektedir. Seri üretimde kullanılmaktadır.

Kütahya çini motiflerinin zorluğu, yapma süresinin uzunluğu nedeniyle günümüzde iki atölye dışında Kütahya motifi çalışan bulunmamaktadır. 1990'lardan itibaren kitle turizminin artması ile öğrenmesi ve yapımı kolay, hızlı bir şekilde üretilebilecek yeni desen, kompozisyon ve farklı tarzlar ortaya çıkmıştır; turistik bölgeler için süs eşyası ve hediyelik çiniler üreten atölyelerin sayısında artış olmuştur. Neredeyse her atölye farklı tarz bir dekorasyon çeşidinde uzmanlaşmıştır.

2000 yılında ise Belediye tarafından, binalarda çini kullanımı şartı getirilmiştir. Ancak bir zorunluluk olarak görülen ve estetik bir anlayış taşımayan çini desenleri binaların dış cephelerinde uygulanmaya başlamıştır.

Ayrıca 2005 yılında mahreç kategorisinde coğrafi işaret alınmıştır. Ürünlerin belli bir standartta olması gerektiğini ifade eden coğrafi işaretin bu standartları taşıyan çinilerde bulunması gerekmektedir. Ancak, çinicilerden ürünü alan tüccarların ürünün orijininin bilinmesini istememeleri nedeniyle coğrafi işaret genellikle kullanılmamaktadır.

2008 yılında, Sıtkı Olçar, “geleneksel çini sanatını modernize eden bir anlayışla Kütahya çiniciliğinin yanı sıra, İznik çinisi ve Çanakkale seramik sanatı ile ilgilenerek yeni biçim ve arayışlara yönelmesi” nedeniyle, 2009 yılında, eserleri yurtdışı temsilciliklerimizde, özel koleksiyonlarda ve Anadolu Medeniyetleri Müzesi ile çok sayıda müzede bulunan Mehmet Gürsoy, İznik çiniciliğinin yeniden canlanmasındaki rolü ve 16'ncı yüzyıl klasik dönem çinilerini günümüze taşıması nedeniyle, Hamza Üstünkaya ise yaptığı desen çalışmaları nedeniyle UNESCO Yaşayan İnsan Hazinesi unvanını almışlardır. UNESCO tarafından verilen bu unvan, sanatçıları ön plana çıkarırken onların yetenekleri ve üsluplarına da övgü niteliğindedir. Ayrıca sanatçıların yetiştirmiş olduğu çırakların ve yaptıkları eserlerin de envanteri tutulmaktadır.

2016 yılında UNESCO Somut Olmayan Kültürel Miras listesine geleneksel çini ustalığı eklenmiştir. Unsurla ilgili topluluk ve aktarıcılar çini ustaları, çini eğitimcileri, çini sanatına özel ilgi duyan kişiler ve çinicilikle ilgili sivil toplum örgütleri olarak belirtilmektedir. 2017 yılında ise kentler arasında iş birliği kurulmasını teşvik eden uluslararası bir program olan “Unesco Yaratıcı Şehirler Ağı Programı”na “Zanaat ve Halk Sanatları” alanında dahil olmuştur. Yerel kalkınmayı destekleyen programa üyelik kapsamında şehir mimarisinde çininin görünürlüğünün nitelikli hale getirilmesine yönelik çalışmalara başlanmıştır. Sanatçıların çalışmalarından oluşan altgeçitler, şehir kapılarının yanı sıra otogar, tren garı ve kamu binalarındaki çalışmalar bunlara örnek oluşturmaktadır. Covid-19 salgını nedeniyle faaliyetlere ara verilen bir dönem olsa da çininin görünürlüğünü ve bilinirliğini arttırmaya yönelik fuarlar¹¹ düzenlenmiş ayrıca, öğrencileri çiniyle tanıştırmak amacıyla etkinlikler gerçekleştirilmiştir.

Sektör haline gelen çinicilikte önceden tek bir atölyede gerçekleştirilen üretim aşamaları ayrı birer iş kolu haline gelmiştir. Çini yapmak isteyenler için çamur, bisküvi form ve boyalar, fırça, sırça ve diğer gerekli malzemelere ulaşmak kolaylaşmıştır. Çininin altyapısını oluşturan çamuru ve onun hammaddelerini üreten fabrikalar, çini formlarını üreten, sırlayan ve pişirimi yapan atölyeler bulunmaktadır. Çamuru üreten fabrikalar bunu form üretimi yapan atölyelere satmakta, üretilen formlar da desenleme yapan atölyelere veya eğitim kurumlarına satılmaktadır. Kütahya’da ayrıca elektrikli fırın imalatı da yapılmaktadır. Bu fırınlar da formların pişirimini yapan atölyeler ile eğitim kurumlarına satılmaktadır.

Çini artık daha rahat ve hızlı bir şekilde üretilebilmektedir ve sektör büyümektedir. Ancak üretilen çininin niteliği değişmiştir. Sayısı net verilemese de

¹¹ <http://www.kutahya.gov.tr/kutahya-cini-festivali-izmirde-basladi>

<https://elsanatlarifestivali.dpu.edu.tr/>

sanatsal üretim yapan atölye sayısı 10'u geçmemektedir. Çininin kültürel kimliğinden uzak turizme yönelik üretim yapılmakta, rekabetçi ve bireysel davranılmaktadır.

Çininin üretiminin tarihsel sürecine baktığımızda halkın günlük ihtiyaçlarına göre üretim yapılan Kütahya'da Osmanlı zamanından itibaren el işi seri üretimin yapıldığı anlaşılmaktadır. Cumhuriyetle beraber sanayileşme adımlarının atılması ile kurulan fabrikaların çatısı altında el işi seri üretim devam etmiştir. Ancak bu fabrikalarda desen işleri evlere verilmiştir. Ev olarak adlandırılan yer ise çinicilikle uğraşan herkesin ev yaşamı ile iş yaşamının bir arada devam etmesi nedeniyle atölyelerdir. Ancak 30 yıl önce makineleşmenin artması sonucu sektörleşmenin oluşmaya başlaması günümüzde görülen anlamda atölyeleşme ve el işi seri üretimin oluşmasına neden olmuştur.

Çinicilik, Kütahya'da 700 yıldır aralıksız olarak varlığını sürdürmektedir. İstatistiki bir bilgi olmasa dahi üç evden ikisinde çiniciliğin yapıldığı dile getirilmektedir. Kentte hali hazırda 400'den fazla atölye, 48 Kültür ve Turizm Bakanlığı çini sanatçısı, 812 çini ustası bulunmakta, evlerde çalışanlarla birlikte çiniyle uğraşan kişi sayısı 6 bine ulaşmaktadır. Kayıt dışı çalışanların sayısı ile ilgili net bir bilgiye ulaşamamıştır. Bunların dışında çini üretimi bilgisine sahip seramik ve porselen fabrikalarında çalışanlar bulunmaktadır. Atölye ve dolayısıyla çalışan sayısı mevsimsel olarak değişmektedir. Kış mevsiminde çamur olan hammaddenin niteliğinin değişmesi nedeniyle üretim azalmakta ve bazı atölyeler kapanmakta, yazın ise tekrar açılmaktadır. Bazı atölyeler içinse kış mevsimi turistik bölgeler için istenen ürünün hazırlandığı dönem olmakta, üretim miktarları artmaktadır.

El sanatları, ortaya çıktığı yer ile bir bağa sahiptir. O yerin sosyokültürel yapısı, coğrafyası el sanatları ile yakından ilgilidir ve yerelliği içerir. Ancak sanatçılar içinde de bir hareketlilik söz konusu olup, bazı sanatçılar iki farklı şehirde çalışmalarını sürdürmektedir ya da farklı şehirlerden gelerek atölye çalışmalarını Kütahya'da devam

ettiren sanatçılar bulunmaktadır. Ayrıca yine farklı şehirlerden gelerek kısa süreli ikametlerle sanatçıların yanında eğitim alan kişiler mevcuttur.

Bu çalışmanın sürdürüldüğü esnada küresel çapta etkin olan Covid-19 salgını ortaya çıkmıştır. Ülkelerin birbirlerine sınırlarını kapatmaları hatta şehirleri arasında hareketliliğin kısıtlanması ve sokağa çıkma yasakları nedeniyle salgından turizm sektörü ile üretim ve tüketim yapıları büyük ölçüde etkilenmiştir

Kütahya'da çini üretiminin çoğunlukla turistik piyasalara yönelik olması nedeniyle üreticiler bu salgından etkilenmiştir. 2020 yılında 10 atölyenin kapandığı öğrenilmiştir. 2021 yılında kısıtlamaların azalmasının yanı sıra ürün çeşidinde değişime gidilmesine yönelik çalışmalara başlanması üzerine kapananların yarısı açılmıştır.

Halihazırda atölyelerin hemen hemen hepsi çini turistik eşya üretimden seramik mutfak eşyası üretimine yönelik çalışmaya başlamıştır. Mutfak sektöründe bu ürünlerin rakibi fabrikasyon ürünlerdir. Seri-homojen olarak kitlesel üretilen ürünlerin ucuza mal ediliyor olması nedeniyle atölyeler kendilerine pazarda yer açabilmek amacıyla mevcut formlardan farklı seramik fincan ve tabak üretimine başlamışlardır. Ayrıca, çini form ve desenlerinde de yeni renk uygulamaları ve tasarımlar üzerinde çalışılmaktadır. Bu dönemde en çok zarar gören kesim ise evde parça başı iş üzerinden çalışanlar olmuştur. Bunun sebebi tasarım ve renk çalışmalarının ancak işin uzmanlarınca atölyede yapılabiliyor olmasıdır. Bu durum vasfın ve uzmanlığın önemi hususunda bir gösterge niteliğindedir.

Türkiye'de devlet kurumlarınca krizin etkisini azaltma amacıyla yapılan çalışmalar ise genele uygulanan hibe, borç erteleme ve kısa çalışma ödeneğinin sağlanması şeklinde olmuştur.

Üçüncü bölümde, günümüzde Kütahya'da çiniye ilişkin mevcut üretim ilişkilerine dair yapılan alan araştırmasında ulaşılan veriler ve bulgular anlatılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARAŞTIRMA BULGULARI VE DEĞERLENDİRME

3.1. Yöntem

Bu araştırmanın evreni kültürel üründür. Ancak araştırma evrenini sınırlamak gerektiğinden, önceki bölümde anlatıldığı üzere uzun tarihsel geçmişi dikkate alınarak, münhasıran çini ele alınmıştır. Çini üretiminde 700 yıllık geçmişiyle öne çıkan ilimiz olan Kütahya alan araştırması için tercih edilerek Kütahya'daki atölyelerde ve fabrikalarda görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında, konuyu tarihsel, kültürel, siyasal ve ekonomik bir perspektifle incelemek üzere öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Ardından, konunun özelliklerinden hareketle, üreticilerin kişisel deneyimlerini öğrenmek ve üretim eyleminin gerçekleştiği ortamların koşullarını anlayabilmek için yerinde gözlemler gerçekleştirilmiştir. Konunun ayrıntısal olarak ele alınmasının yanı sıra olgu ve olayların geniş bir perspektifle (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 255) anlaşılabilmesi amacıyla nitel bir araştırma yöntemi olarak katılımcı gözlem gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, görüşülen kişilere kendi çalışma ortamlarında yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir. Böylece daha bütüncül ve derinlemesine bir araştırma olanağı elde edilmiştir.

Kent Müzesi, Arkeoloji Müzesi ve Çini Müzesi ziyaretleri ile kentteki çini üretiminin tarihsel toplumsal gelişimine dair bilgi zenginleştirilmesi hedeflenmiş; bu çerçevede ek olarak kentin mimari yapısında çininin varlığını anlamak üzere gözlemlerde bulunulmuştur.

Araştırmada elde edilen bilgiler kavramlar itibariyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, çininin üretim ilişkilerine dair belli bir zaman dilimine

ait gerçekleri saptamaktadır. Sosyal olaylar doğaları gereği durağan değildir ve bir değişim ve gelişim içindedir. Bu nedenle aynı sonuçlara ikinci kez aynen ulaşılamayacağı ihtimalinin bulunduğu göz önünde tutulmuştur. Ancak bu bilgilerin, günümüz ekonomik ve sosyal koşulları altında diğer kültürel ürünler için de uygunluğunun farklı çalışmalarda araştırılabileceği düşünülmektedir.

3.1.1. Araştırmanın Tasarımı

3.1.1.1. Örneklem Seçimi ve Teknikleri

Görüşme yapılacak katılımcıları belirlemek amacıyla öncelikle çevrimiçi arşiv ve kaynak taraması yapılmış, bu alanda söz sahibi kişiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan bu ön araştırma neticesinde Kütahya'daki çinicilik sektöründe çalışanların zanaatkar, sanatkar, usta, işçi, çırak, kalfa, evden çalışan, ara mal üreticisi, fabrika sahibi ve girişimciler olarak gruplaştıkları görülmüştür. Bu grupları aynı örneklem içinde temsil edebilmek için “amaçlı örneklem” yöntemi tercih edilmiştir. Kartopu ve zincir yöntemi, katılımcıları belirlemek için kullanılmıştır.

Görüşmeler, yüz yüze gerçekleştirilmiş, görüşülen katılımcıların onayları alınmak suretiyle ses kaydı yapılmıştır. Evde çalışanların yüz yüze görüşme konusunda isteksiz olmaları nedeniyle bir katılımcı ile telefonla görüşme yapılmış, söyledikleri not edilmiştir. Görüşmelerde önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış sorular sorulmuştur. Ancak katılımcıların kimi zaman herhangi bir soru sorulmadan düşüncelerini aktarmalarına olanak sağlanmıştır. Katılımcıların görüşme esnasında sorulara verdikleri yanıtlara ve soru dışında konunun farklı hususlarında anlatmak istediklerine müdahale edilmemiştir.

Araştırma kapsamında görüşülen katılımcıların isimleri verilmemiş olup kodlama ile belirtilmiştir. Bu şekilde 6 sanatçı, 2 kalfa, 1 çırak, 2 stajyer, 3 zanaat tarzı iş yapan

atölye sahibi, 1 girişimci, 2 fabrika sahibi, 4 fabrika işçisi, 1 evde çalışan, 2 ara mamul üreticisi ile görüşülerek ürüne, üretim mekânına, üretim araçlarına ve üreticilere dair veriler toplanmıştır.

3.1.1.2. Karşılaşılan Zorluklar

Literatür taraması yapılırken konu bağlamında karşılaşılan kaynakların daha ziyade turizm, hediyeleşme, pazarlama ve folklor üzerine yapılan çalışmalar olarak yoğunlaştıkları görülmüştür. Konunun tarihsel, toplumsal, kültürel, sanatsal ve ekonomik yönlerinin bulunması nedeniyle kuramsal çatıyı oluşturmak için metalaşma, yabancılaşma, kültür endüstrisi, küreselleşme, fordizm, post-fordizm ve post-modernizme ilişkin kaynaklardan yararlanılmıştır.

Çinicilik Kütahya’da 700 yıllık bir geçmişi olan, çok katmanlı yapıya sahip bir halk sanatıdır ve çok geniş bir toplumsal emek söz konusudur. Sanatsal üretim, zanaat üretimi olarak adlandırılan el işi seri üretim ve fabrikasyon üretim olarak üç üretim kategorisinin varlığı tespit edilmiştir. Bu üretim örgütlenmelerinin kendi içlerinde farklılıklar ve iç içe geçmişlikler mevcuttur. Çini üretiminin seramik ve porselen ile bağlantısı, kayıt dışı çalışanlar, fason üretim, evlerde parça başı iş üzerinden çalışanlar, hobi olarak bu işi yapanlar, şehir dışından eğitim almak için gelenler, stajyerler, çıraklık eğitim merkezi mezunları ve cezaevlerinde üretim yapanlar nedeniyle önceki bölümde bahsedilen sayının dışında tespit edilemeyen bir grup daha çinicilikle uğraşmaktadır. Atölye ve çalışan sayısında turizme yönelik üretim yapılması nedeniyle mevsimlere göre değişiklikler yaşanmaktadır. Zaman zaman İznik’e giden ve oradan gelen sanatçıların olması, KÜTSO ile Çiniciler Odasına kayıtlı sanatçıların farklı olması ve kimi zaman kayıtlı oldukları kuruluşu değiştirmeleri nedeniyle sayı ve niteliğe dair net bir veri toplanması güç olmuştur.

Konunun tarihsel, toplumsal, kültürel, sanatsal ve ekonomik yönlerinin olması çoklu bir bakış açısına sahip olmayı gerektirmektedir. Çininin görünürlüğünü arttırmaya yönelik süregelen yerel ve uluslararası çalışmaların mevcudiyeti nedeniyle ilgili gelişmelere dair açık kaynak ve basın taramasının aralıklarla yapılması gerekmiştir.

3.2.Araştırma Verileri

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, metodolojide açıklanan analiz modeli çerçevesinde alt başlıklara ayrılmıştır. Bulgular; örnekleme belirtilen kişilerden elde edilen görüşleri içermektedir.

Yapılan görüşmelerde Marx'ın yabancılaşma kavramsallaştırmasında temel yeri teşkil eden üretim ilişkileri, özel mülkiyet ile iş bölümünün geleneksel çini üreticiliğindeki etkisine ve bunun emek üzerindeki dönüştürücü taraflarına bakılmıştır. Kültürel ürünün metalaşması ise kitle turizmi ve sanatsal üretim üzerinden irdelenmiştir. Öncelikle yabancılaşmanın boyutunu tasvir edebilmek amacıyla araştırma evreninin mülkiyet yapısı ve burada iş bölümünü belirleyen üretim örgütlenmeleri ortaya konmuştur.

3.2.1. Çini Üretim Örgütlenmesinin Sınıflandırılması

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen alan araştırması, görüşmeler ve gözlemler neticesinde çini üretiminde günümüzde üç farklı üretim örgütlenmesinin mevcut olduğu belirlenmiştir:

1. Sayıları gitgide azalan ve usta çırak ilişkisinin yaşatıldığı atölye ortamlarında geleneksel üretim biçimini sürdüren çini sanatçılarının yaptığı üretim,
2. El işi seri üretim yapılan ve zanaatkar üretimi olarak adlandırılan üretim,
3. Fabrika üretimi.

Bu üç farklı örgütlenme biçiminde üretim ve dolaşım ilişkilerinde farklılıklar gözlenmiştir. Aşağıda ayrıntıları verilecek olan bu üretim örgütlenmelerinde üreticinin yabancılaşması ile ürünün metalaşması aranırken görüşme yapılan kişilerin mesleğe nasıl başladığı, vasıf kazanma süreci, meslekten duydukları haz, yaratıcı emeğin kullanımı, üretim araçlarının mülkiyeti, üretim sürecine hakimiyet, sanat ve zanaata dair görüşleri ile dolaşım ilişkilerini yönetimlerine dair ekte yer alan araştırma soruları yöneltilmiştir.

3.2.1.1. Geleneksel Çini Sanatçılığı (Sanatsal Üretim)

Yapılan görüşmeler ve gözlemler neticesinde geleneksel çini sanatçılığı yapılan atölyelerde saptanan özellikler şöyledir:

Sanatçı, klasik dönem İznik ve Kütahya çinilerini üretmektedir. Bu ürünlerin üretiminde geleneksel üreticiye has niteliklere sahip olup, kendi yorum ve yaratıcılığını eserlerinde gösteren sanatçı, uzun yıllara dayanan geleneksel usta çırak ilişkisi içinde vasıf kazanmıştır. Kendi atölyesinde, üretim araçlarına ve sürecine hâkim olarak ve yaratıcı emeğini kullanarak üretim yapmaktadır.

Üretim araçlarının mülkiyetinin ustada olduğu söz konusu üretim örgütlenmesinde usta işin uzmanıdır ve üretim sürecine hakimdir. Desenlemede kullanılan boyayı her sanatçı kendisi üretmektedir. Üretime yardımcı aletlerdeki teknolojik gelişmeler takip ediliyor olsa da üretimde kullanılan teknoloji düzeyi basittir ve geleneksel üretimde olduğu gibi üretim el ile yapılmaktadır; aletler üretime yardımcıdır. Dolayısıyla üretimde beden-zihin birlikteliği mevcuttur.

Vasıf kazanma sürecine bakıldığında; usta, çırak ve kalfalar ile birlikte yapılan bir üretim sürecinin söz konusu olduğu görülmüştür. Usta olan sanatçının üretim sürecinde patriarkal gücü bulunmaktadır ve üretimin tüm aşamaları hakkında bilgiye sahiptir. Ustanın kendi ustasından aldığı ve tecrübeleriyle birleştirdiği bilgi çırağa aktarılmakta ve

böylelikle bilgi nesilden nesile aktarılmaktadır. E, Ahilikte duayen olabilmenin şartı olarak, evine ekmek götüren atölye sahibi üç usta yetiştirmek gerektiğini söylemiştir. Bir yaşam şekline bürünen bu eğitim süreci, yüksek vasfa sahip ustalar yetiştirebilmek amacıyla yılları alan bir karaktere sahiptir. Katılımcılar tarafından ustaya itaatin olduğu askeri bir disiplin içinde gerçekleşen bir eğitim sürecinden bahsedilmiştir. “Ben oldum” gibi bir ifadenin kabul edilemeyeceği, kendilerinin öğrenmeye hala devam ettiği ve birkaç gün olsa bile fırça kullanılmadığında elin gerilemeye başlayacağı ifade edilmiştir. Tekrarlara ve sabra dayanan uzun süreli bir adanmışlık, estetik, zarafet ve altın oranı bilmek, çamura şekil verilme aşamasında vücutta hangi kasın çalıştığını bilmek, dikkatli bir göz ile desen ve renk bilgisine hâkim olmak, üretim sürecinin tüm aşamaları hakkında içselleştirilmiş bir bilgiye sahip olmak gerekmektedir. Atölyelerdeki kimi üretim bilgileri sırdır, sadece ustalığa geçerek kendi atölyesini açacak çok özel yeteneği olan kalfalarla paylaşılmaktadır. Çalışma belirlenmiş mesai saatleri içinde olmak zorunda değildir; çalışmak isteyen atölyeye istediği zaman gelip çalışmaktadır. Zorla yapılan bir iş değil, içselleştirilmiş bir yaratım ve üretim süreci söz konusudur.

Katılımcılar tarafından, çok kısa süre çıraklık yapıp sıkılarak ayrılan veya kendini ustalaşmış olarak görüp atölye açan kişilerden bahsedilmiştir. Bu kadar kısa sürede ustalaşmanın imkânsız olması nedeniyle bu kişilerin sanata zarar verdiği belirtilmiştir.

Üretimde yaratıcı emeğin kullanılması irdelendiğinde siparişe göre yapılan üretimin yanı sıra sanatçının kendi içinden gelen yaratıcı güdü ile yaptığı üretimler söz konusudur. Her ikisinde de özsel varlığın ve yaratıcı emeğin ortaya konulduğu ürünlerin üretiminin söz konusu olduğu saptanmıştır. Ürünün tüketicisinin genellikle belli olduğu bu üretim örgütlenmesinde ürünün niceliği değil niteliği önemlidir; ürün piyasa tarafından belirlenen talebe göre üretilmemektedir. Üreticinin motivasyonu ile ilhamının ürünün ortaya çıkmasında belirleyiciliği nedeniyle üretim sürecinde zaman baskısı olmamalıdır. Bu nedenle siparişin teslimatı için çok kesin bir tarih verilememektedir. Mevsime bağlı

olarak çamurun hammaddesinde yaşanabilecek aksaklıklar, ürünün doğal ortamda kuruması gerektiği için üretim yapılan mevsim, ürünün büyüklüğüne bağlı olarak kuruma süresi, desenlemeyi yapan kişinin motivasyonu ve yorgunluğu, fırınlamada ortaya çıkabilecek fireler üretim süreci ve dolayısıyla teslimat üzerindeki diğer belirleyicilerdendir.

Ürünün dolaşıma sokulması atölyede ya da özel satış mekânında gerçekleştirilmektedir. Bazı sanatçılar sosyal medya hesaplarını sanata dair bir farkındalık oluşturmak amacıyla kullanmaktadır. Burada ürünün fiyatını belirleyen sanatçının kendisidir. Katılımcılar, çininin değerinin belirlenmesinin çamurun kilo hesabıyla yapılamayacağını, çini sanatının seramik dünyasının kuyum işi olduğunu belirtmiştir. Her ustanın elinin değerinin farklı olduğu, ürünün ne kadar sürede yapıldığı, büyüklüğü, tasarımın ve desenin niteliği, mevsimsel şartlar nedeniyle taşıdığı riskler, sanatçının kim olduğunun değer üzerinde etkili olduğu ifade edilmiştir. Bu nedenle hiçbir ürünün değeri birbiriyle karşılaştırılmamaktadır. Bu ürünlerin fiyatının yüksek olmasının yanı sıra, bazılarının fiyatını belirlemekte usta zorluk çekmekte ya da bir fiyat belirleyememektedir. Bu sanatçılar, ürünlerini satma zorunluluğu hissetmemektedir.

Katılımcılar, tekrarı olmayan ürünü sanat eseri olarak tanımlamıştır. Üründen sadece bir adet yapılabilmekte, istense dahi birebir aynısı yapılamamaktadır. Üründe kültürel kimlik ve üslup mevcuttur. Sanatçı yeni form ve desen üretmenin yanı sıra klasik form ve desenleri de eserlerinde kullanmakta, ancak kendi yorumunu esere katmaktadır. Kullandığı boya, fırçayı tutuş şekli, tasarımı bir imza niteliği taşımakta, eserini diğerlerinden farklılaştırmaktadır. Telif hakkı ve marka koruması alınabilmektedir; ancak tercih edilmediği öğrenilmiştir. Herkesin modeli, çizimi ve kullandığı boyanın ve renklerin farklı oluşu nedeniyle desenlerin yayılmasının zenginlik olarak görüldüğü tespit edilmiştir. Çini desenleri ve formlar kopyalansa da katılımcılar bunun kendilerine yeni ürün ve model çıkarma hususunda vesile olduğunu söylemiştir. Ürünlerin altında

sanatçının adı yazmaktadır. Bazı ürünlerde usta deseni nasıl çizeceklerini çırak ya da kalfaya anlatmakta, ürünü onlar çıkarmaktadır. Ancak usta tarafından çok beğenildiyse kendi atölyesinin ürünü olması nedeniyle usta eserin arkasına kendi adını yazmaktadır.

3.2.1.2. El İşi Seri Üretim (Zanaat Üretimi)

Görüşme yapılan katılımcılar zanaatı elle yapılan seri üretim olarak adlandırmıştır. Sanatsal üretimde olduğu gibi burada da üretim el ile yapılmakta ve basit bir teknoloji kullanılmaktadır; ancak mülkiyet ilişkileri, iş bölümü ve yaratıcı emeğin kullanımı açısından irdelendiğinde derin farklılıklar söz konusudur.

İlk olarak el işi seri üretim yapılan atölyelerde üretim araçlarının mülkiyetinin kimde olduğu araştırılmış, söz konusu mülkiyetin sermaye sahibinde olduğu tespit edilmiştir. Eski bir usta girişimci olmuştur ya da iş fikri sahibi olan bir girişimci tarafından bir işletme kurulmuştur.

Vasıf kazanma süreci incelendiğinde geleneksel bilginin aktarımının yapılmadığı bir yapının mevcut olduğu görülmüştür. Burada piyasanın talebine göre belirlenen ve özellikle sipariş üzerine turistik bölgeler için üretilen, klasik İznik ve Kütahya desenlerinin değil kitle turizminin etkisiyle sonradan ortaya çıkan desenlerin kullanıldığı ürünler üretilmektedir. Hiçbir çalışan üretimin tüm aşamaları hakkında bilgiye sahip değildir. Zanaat işi yapan atölyesindeki üretim örgütlenmesini ve dekorlama (desen çizimi) ile ilgili vasıf kazanma sürecini anlatırken M, kendileri gibi üretim yapan atölyelere kimsenin çiniciliği öğrenmek üzere gelmediğini, dekorlama yapmak isteyenlerin daha önce yaptıkları işleri getirdiğini ve o işler üzerinden istihdam konusunda kendisinin karar verdiğini söylemiştir. Usta çıraklık ilişkisinin söz konusu olmadığı dekorlama için birkaç günlük bir eğitim verilmesi yeterlidir. Sanatsal üretimde kullanılan üretim araçlarından biri olan ve kullanımı için gerekli eğitim süresinin en az 3

ay olduğu fırçanın yerini, kullanımının birkaç gün içinde öğrenilebileceği boya pompası almıştır.

Üretim mekanının ev ve atölye olarak ikiye ayrılmasının ve ustanın paternalist denetiminin olmamasının kalitede noksanlık yarattığı düşünölmektedir. Yüksek teknik beceri ve uzmanlık gerektiren fırınlama gibi aşamalar atölyede yapılmaktayken, dekorlama kısmı evlerde yapılmaktadır. Evlere kamyonla çini bisküvilerinin geldiği ve bir hafta sonra fırın aşamasına kadar hazırlanmış yani dekorlanmış çinilerin aynı şekilde toplandığı katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Çininin kendine has tekniğinin kullanılmadığı bu ürünlerin Kapalı Çarşı üzerinden örnek verilerek turistik mekanlarda çiniyi temsil etmekte olduğu belirtilmiştir.

Üretimin doğrudan ticari amaçlı yapıldığı ve hızın önemli olduğu el işi seri üretimde ürünün niteliğinden ziyade niceliği önemlidir. Bunun sebebi; kısa sürede üretilebilen, kolay pazarlanabilir ürünlerin üretilmesinin tercih edilmesidir. Ürünlerin alt kısmında “el yapımı” olduğu yazmaktadır. Katılımcıların “harcıalem” ürün olarak nitelendirdiği süs eşyası, hediyelik eşya olarak ve turistik bölgeler için üretimi yapılan bu çinilerde telif hakkı söz konusu değildir. Bazı atölyeler, ürünlerin arkasına Kütahya’da üretildiğini ve atölyenin adı yazmaktayken, bazıları yazmamaktadır. Sebep olarak ise ürünlerin pazarlamasını yapan tüccarın bunu istememesi olduğu öğrenilmiştir. Özellikle Kapadokya’daki turistik yerlerde satılmak üzere pazarlanan çiniler için geçerli olan bu duruma maddi olarak güçlü olmayan firmalar maruz kalmaktadır. Esasen bu durumdan üzüntü duyulduğu belirtilmiştir ancak ürünün satılabilmesi için mecbur kaldıkları bir durum söz konusudur.

Katılımcılar tarafından çininin değerini düşüren bir başka faktörün, çinilerin kamyonlara doldurularak turistik yerlerdeki dükkanlara götürölmesi olduğu ifade edilmiştir. Ürünü ayağında bulan satıcı/toptancı fiyat üzerinde dilediği gibi indirim

yaptırma hakkını kendinde görmekte ve çini üreticisi de malın elinde kalmaması için kimi zaman maliyetinin altında ürünü toptancıya satmaktadır. Zaten piyasa koşullarına göre belirlendiği için düşük olan bu ürünlerin fiyatı daha da aşağıya çekilmektedir.

Katılımcılarla görüşmelerden, aracıyla irtibatta olan kişinin atölye sahibinin kendisi ya da oğlu olduğu öğrenilmiştir. Genç nesli temsil eden dolayısıyla yeni iletişim teknolojileri konusunda bilgi sahibi olan oğul ayrıca yurt içi ve yurt dışı çevrim içi satışı yöneterek daha geniş bir alana ürünleri satmaktadır. Ancak atölye sahiplerinin hepsinin bu konuda donanımlı olmaması ve bunun için birini istihdam etmek amacıyla bütçe ayırmak istememeleri nedeniyle geleneksel yöntem kullanılmakta ve iletişimi sağlamak üzere telefon ve whatsapp'ı tercih edilmektedir.

3.2.1.3. Fabrika Üretimi

Fabrikada yapılan üretimde sanatsal üretim, zanaat üretimi ve fabrika üretimi olmak üzere üç farklı üretim örgütlenmesinin birlikte yer aldığı bir örneğin yanı sıra sanatsal ve fabrika üretiminin birlikte yapıldığı başka bir örnek incelenmiştir. Bu üretim örgütlenmesi altında gerçekleştirilen çini üretimine ait özellikler aşağıdaki gibidir:

Üretim araçlarının mülkiyeti fabrikanın sahibi olan sermaye sahibindedir. Çalışanların üretim sürecinde bir hakimiyetleri ya da denetimleri söz konusu değildir; iş bölümü mevcuttur.

Vasıf kazanma süreci eğitim usta çırak ilişkisi içinde değil kurumsal eğitim ile gerçekleştirilmektedir. Kimi çalışanlar makinenin uzantısı şeklindedir. Üretim makinelerle gerçekleştirilmekte ancak makinelerin kontrolü, formların hazırlanışı, desen çizimi ve bilgisayara aktarımı gibi unsurlarda el emeği mevcuttur. Mutfak ürünlerine yönelik ve mimaride kullanılmak üzere ürünler yapılmaktadır. Geleneksel üretimde ihtiyaç duyulan nitelikler makineler aracılığı ile azaltılmıştır. Seri üretim söz konusudur. Ürünün teslimat tarihi kesin olarak bildirilebilmektedir. Pazarlama ve iş süreçlerinin

takibi profesyoneller tarafından yapılmaktadır. İlk iki üretim biçimine göre daha yüksek teknoloji kullanılmaktadır. İşçinin ürün üzerinde karar verici gücü ya da belirleyiciliği kısıtlıdır. Tamamen makineli üretimin yapıldığı ürünler kitlesel olarak üretilmektedir. Standart ve homojen bir üretim söz konusudur. Çalışma belli mesai saatleri içinde yapılmaktadır. Çalışan sayısı çoktur. Üretim doğrudan değişim amacıyla yapılır ve değerini piyasa belirler. Ürünün tüketicisi belli değildir. Ürünlerin bir kısmında patent koruması mevcuttur.

Fabrika içinde otomasyon sistemi içinde yapılan seri üretimin yanında sanatsal üretim ile el işi seri üretim de söz konusudur. Fabrikada çalışanlardan yetenekli olanlar ayrı bir bölümde sanatsal üretimi gerçekleştirmektedir. El işi zanaat üretiminin yapıldığı kısımda üretilen ürünlerde tamamen standart söz konusu olmasa da belli ürün grubunda belli desenler uygulanmaktadır. Kimi zaman desen çiziminde çalışanlara özgürlük tanınmaktadır ancak genellikle fabrikanın desinatörünün belirlediği desenler çizilmektedir.

Yukarıda belirtilen üretime dair üçlü yapıda yabancılaşmaya ve metalaşmaya dair bulgular aşağıdaki bölümde anlatılmıştır.

3.3.Bulgular

Araştırma kapsamında, insanın emek faaliyetinin kapitalist üretim ilişkileri içinde zorunlu bir sonucu olarak yabancılaştığı ve metalaşmanın kültürel bir ürün olan çininin üretiminde mevcut olduğu saptanmıştır.

Farklı formasyonlarda biçimlendiği tespit edilen üretim örgütlenmeleri içinde oluşan yabancılaşmanın boyutları aşağıda verilmiştir.

3.3.1. Yabancılaşma

Marx'a göre yabancılaşmanın temelinde üreticinin üretimde kullandığı araçlara sahip olmaması ve işin süreçlere bölünmesi yani iş bölümü yatmaktadır. Aşağıda sırasıyla üreticinin üretim sürecine, ürettiği ürüne, insanlığa yabancılaşması ile türsel yabancılaşmaya yönelik bulgulara yer verilmiştir.

3.3.1.1. Üreticinin Üretim Sürecine Yabancılaşması

Kendileriyle görüşülen sanatsal üretim yapan katılımcılar üretim araçlarının mülkiyetine sahiptir. Çalışma eylemi kendilerine içsel olup, ürettikleri ürünlerin sahibi kendileridir. Ürünün mübadele değerini belirleyebilmekte olan bu kişiler, üretim eyleminde kendilerini gerçekleştirerek, özsel varlıklarını ortaya koymaktadırlar. Diğer kategorilerde görüşme yapılan katılımcılara göre üretim eyleminden aldıkları mesleki doyum çok daha fazladır.

El işi zanaat üretimi yapan katılımcılar örneğinde üretim araçlarının mülkiyeti sermaye sahibine aittir. Bu çalışanların ürün üzerinde bir hakimiyetleri ya da söz hakları yoktur. Altyapı ve fırınlamanın teknoloji ve nitelikli emek gerektirmesi nedeniyle bunlar atölyelerde yapılmaktadır. Dekorlama aşamasında el emeğinin ve el aletlerinin yeterli olması nedeniyle evde çalışanlara hammadde temin edilerek ne kadar üretim yapılacağı bildirilmekte ve onlar da atölye sahibi için evlerinde üretim yapmaktadırlar. Gelen sipariş üzerine evlere dağıtılan işler, verilen bir zaman dilimi içinde tamamlandıktan sonra evlerden toplanmaktadır. Dekorlamayı yapan kişiler yalnızca bu işi bilmekte ve bir zanaat örgütlenmesinin içinde yetişmenin verdiği, ürünü baştan sona yapabilme becerisine sahip olmamaktadırlar.

Fabrika üretiminde ise kontrol tamamen sermaye sahibindedir. Fabrika kendi işçisini yaratmış olmanın yanı sıra zanaatkar olan emek sahiplerini de istihdam etmektedir.

3.3.1.2. Üreticinin Ürettiği Ürüne Yabancılaşması

Üretim araçlarına sahip olan sanatçı, ürünün de sahibidir ve üzerinde dilediği gibi tasarruf hakkına sahiptir. Ürünle üretici arasında herhangi bir yabancılaşma söz konusu değildir. Ürünle arasındaki bağı kaybetmemiştir, bitmiş ürüne baktığında kendi emeği ile gurur duyabilmektedir. Yaratıcı eylemi ile kendini gerçekleştirme imkanına sahiptir. Ürünün fiyatı üzerinde söz hakkı kendisine sahiptir.

Ürünün satışını doğrudan kendi atölyesinde ya da özel mağazasında yapmaktadır. Değerini bilemeyeceğini düşündüğü kişilere satış yapmamaktadır, uzun süre satmadığı ürünler mevcuttur. G, “Bir sene satış yapmayız, sonra biri gelir toplar, ama gönlümüzün olması lazım” demektedir.

Üretici ile tüketicinin bir aracı olmadan bir araya gelmesi ve üreticinin ürünü satın satmama yönündeki inisiyatifin kendisinde olması üreticiye yabancılaşmamış bir emek deneyimi sunmaktadır. Aynı şekilde satışın özel mağazada gerçekleştiği ürünleri de satıştan sorumlu kişi, müşterinin ürünün kıymetini anlamayacağını düşündüğünde ve müşteri pazarlık yapmaya çalıştığında o ürünü satmamayı tercih etmektedir.

Üretim araçlarına hâkim olmamaları nedeniyle el işi seri üretim işinde ve fabrikada çalışan işçiler için ürünleri onlara yabancılaşmıştır. Ürettiği ürünün sahibi olmaması nedeniyle ona sahip olabilmek için satın alması hatta bunun için kendi emek gücünün karşıladığı miktardan fazlasını ödemesi gerekmektedir. Ürün kendisine dışsal hale gelmiştir. Ürünün üretimi üzerinde söz sahibi olmadığı gibi dolaşıma girmesi konusunda da herhangi bir tasarrufu söz konusu değildir.

3.3.1.4. Üreticinin Diğer İnsanlara-Topluma Yabancılaşması

Fiyatları aşağıya çekici bir rekabetin had safhada olduğu, bireysel çıkarlara göre davranıldığı, insanın yetenekleri ve ihtiyaçlarını karşılama güdüsünün para kazanma araçlarına dönüştüğü tespit edilmiştir. Aynı işi yapan insanlar birbirlerini kar/zarar ve birbirlerinden üstün olma perspektifinden görmektedir. Ürünlerin izinsiz kopyalanması, bireysel davranma ve ekonomik nedenlerle ürünlerini daha çok satmak istemenin sonucunda aşağıya doğru bir fiyat rekabeti oluşturmanın insanın diğer insanlara karşı yabancılaşmasına örnek teşkil ettiği düşünülmektedir.

Katılımcı E, sektörde kendi yaşadığı ve tanık olduğu sorunları anlatırken gördüğü en temel sorunun fiyatı aşağıya çeken kişisel bir rekabet olduğunu ifade etmiştir: “Bu ürünü dünyadaki her yere satabilirsiniz. Bir kısır döngüde herkes birbirine karşı fiyat kırıyor, maliyetin altına ürünler satılıyor. Bu kadar zor üretilen bir ürün bu kadar değerinin altında satılabilir. Sektör zarar ettikçe ürün de zarar ediyor. Bir firma pazara kötü ürün ürettiğinde aslında Kütahya Çinisinin değeri düşüyor.”

Bir diğer örnek ise ustalara ve fabrikalara ait desenlerin ve formların izinsiz olarak kopyalanması ve bu şekilde üretilen metaların ticarete konu edilmesidir. Desenler ile ilgili çoğunlukla hukuki bir koruma söz konusu değildir. Katılımcılar, herkesin çizimi ve dokunuşunun farklı olduğunu ve kendine has karakteri çizerken eserde gösterdiğini belirtmişlerdir. Bu nedenle en azından sözlü bir izin alınmasının yeterli olacağı dile getirilmiştir. Ancak bu genellikle yapılmamaktadır. Kopyalama hususu Kütahya’da çini işi ile uğraşanların birbirine bir güvensizlik duymasına neden olmaktadır.

Sanatçının eserlerinin korunamaması, kopyalama, eserini kopyaladığı kişiye karşı piyasada rakip olarak çıkma, kayıt dışı çalışma, parça başı iş üzerinden eleman çalıştırma gibi hususlar nedeniyle her türlü mali sorumluluğunu yerine getiren sanatçının bu piyasa

ortamında rekabet edememesi nedeniyle insanla çalışmanın sınırlı olduğu makineli üretimi seçtiği görülmüştür. Sistemdeki çarpıklık sanatçıyı, sanatsal üretiminden uzaklaştırmıştır.

Sanatçı olduğu halde fabrikasyon üretime geçen katılımcı F'nin bu duruma iyi bir örnek teşkil ettiği düşünülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı sanatçısı olan F, yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı piyasada rekabet edememesi üzerine sanatsal üretime son verip kendi patentini aldığı ancak koruyamadığı nihalelerin kendi fabrikasında üretimini yapmaktadır. Bu aşamaya parça parça geçmesi nedeniyle halihazırda işyerinde daha fazla insan çalıştığını, bütün sistemi aynı anda kursaydı daha az insana ihtiyacı olacağını belirten F bu üretim tarzı sayesinde artık para kazanmaya başladığını belirtmiştir.

İnsanların birbirine yabancılaşmasına dair bir diğer örnek ise kayıt dışı üretimde söz konusu olmaktadır. Hukuki zorunlulukları yerine getirerek üretim yapanların karşısında herhangi bir şartı yerine getirmeyen ve bu nedenle daha düşük maliyetle ve ayrıca düşük nitelikte ürünlerin üretimini yapan insanlar mevcuttur. Maliyetin düşük olması mübadele değerini de düşürmekte, müşterinin ise ucuz olana yönelmesi nedeniyle piyasada adaletsiz bir durum oluşmaktadır.

Bu bağlamda katılımcı K, bazı üreticilerin özellikle merdiven altı üretim yapanların, malın elinde kalmasını engellemek için ürünlerini ucuz sattıklarını, bunun da çiniye zarar verdiğini söylemiştir: “Mesela küçük bir kâsenin toptan fiyatı 3 TL, atölye çıkış fiyatı ise 2.75'tir. Merdiven altı üretim yapan biri müşteriye ürünü toptan 1.75'ten veriyor, müşteri de kendi açısından değerlendiriyor. İşçiliğin çok önemi yok böyle durumlarda, müşteri karını düşünüyor. Sizin verdiğiniz kâse daha pahalı olduğu için kazıklandığını düşünmeye başlıyor. Çinideki sanat ve tarih de böyle yok oluyor.”

Birbirinin müşterisine daha ucuz ürün satarak diğerinin satışını engelleme de insanların birbirlerine yabancılaştığını gösteren örneklerden bir başkasıdır. Bazı çini

sanatçılar kentteki bu ortamın etkisi ve yanı sıra karşılaştıkları bürokratik engellerden dolayı yaratıcılıklarını hayata geçirmede yaşadıkları sıkıntılar nedeniyle şehri terk ederek başka yerlerde yaşamaya başlamıştır.

3.3.1.5. Üreticinin Türsel Yabancılaşması

Evde çalışanlar için boş oturmaktansa en başta para kazanıyor olmanın, işi sevmek için bir neden olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca desen ve renklerle uğraşmak onları mutlu etmektedir. İş sevmeye nedenleri farklı gerekçelerle açıklansa da görüşülen herkeste bir memnuniyetin olduğu izlenimi edinilmiştir.

Emeğin yabancılaştığı durumlarda çalışma, hayatın devam ettirilmesini sağlayan bir araç olarak görülmektedir. Oysaki, yabancılaşmamış emekte çalışma insanın kendini gerçekleştirmesini ve özünü ortaya koymasını sağlamaktadır.

Evde parça başı iş üzerinden çalışanlar, kadınlardan oluşmaktadır. “Boş oturmak yerine” bu işi yapıyor olduklarını söylemeleri ya da işverenin onları tanımlarken “evde boş oturmak istemeyen kadınlar” olarak tanımlaması türsel bir yabancılaşma sürecini göstermektedir. Artı değer yaratılmadığı için bir değere layık görülmeyen evde yapılan işler kapitalist üretim sistemi içinde emek sürecinin yabancılaşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle evde boş oturmak yerine bir işe yaramak düşüncesiyle ve aile bütçesine katkıda bulunmak amacıyla bu işe yönelme söz konusudur.

Parça başı fiyat belirlenmesi nedeniyle ne kadar çok ürün ortaya çıkarılırsa o kadar fazla kazanacak olmaları nedeniyle emek güçlerini olabildiğince çok kullanmaya çalışmaktadırlar. Kendini gerçekleştirme amacıyla değil geçim sağlama nedeniyle bu iş yapılmaktadır. Ancak renklerle ve desenle ilgileniyor olmak ve para kazanmak işten memnuniyet duyulmasını sağlamaktadır.

Fabrikada çalışanlar için üretim araçlarına sahiplik ve üretim sürecinde söz sahibi olma söz konusu değildir ve iş bölümü nedeniyle bir parçalanma söz konusudur. Ancak desen kısmında çalışanların desen ve renklerle uğraşıyor olmaları nedeniyle memnuniyet duydukları gözlemlenmiştir. Ayrıca, form kısmında çalışanlar hazır kalıplar üzerinden çalışsalar da işlem esnasında el emeğinin kullanılması nedeniyle yapılan işi el emeği olarak görmektedirler. Katılımcı D, bir daha dünyaya gelse aynı işi yapmak isteyeceğini söylemektedir. Tüm çalışanların ortak memnuniyet sebebi kurumsal bir firmada çalışmaları, sigortalarının düzenli olarak yatırılması, haklarının gözetilmesi ve emeklilik hakkı elde edecek olmalarıdır.

Zanaat atölyelerinde ve fabrikalarda çalışanların hepsi kendi atölyelerinin olmasını arzu etmektedir. Ancak maddi imkanlar, eleman bulma, ustalık belgesi alma şartının bulunması ve emekli olacakları iyi bir işlerinin olması gibi nedenlerle halihazırdaki işlerini yapmaktan memnun olduklarını belirtmektedirler.

Atölye sahibi olan sanatçılar, üretim araçlarının mülkiyetine sahiptir. Ürettiklerine değeri kendileri biçer ve bu sanattan aldıkları mesleki doyum yüksektir. Ortaya ürün çıkarmaktan ve bilgilerini çıraklarına aktarmaktan büyük mutluluk duyduklarını belirtmişlerdir. Katılımcı C, üretim araçlarının mülkiyetine tam olarak sahip olmasa da kendi imzasıyla çıkan ürünlerin değerini kendisi belirlemektedir. Fabrikanın desinatörüdür ve desen çizimleri kendi denetimi altında gerçekleşmektedir. Bundan kaynaklı mesleki doyumunun yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

13 yaşından 23 yaşına kadar katılımcı A'nın yanında çırak olan katılımcı H, 9 yıl boyunca vasıflı olmadığı farklı bir sektörde çalıştıktan sonra tekrar ustasının yanına dönmüştür. Bu süreyi bir kayıp olarak nitelendiren H, iyi bir usta olmak istediğini ve çini ara mamul üretiminde çalışmaktan çok memnun olduğunu ifade etmiştir. Bir bilinçlenme yaşayan katılımcı H'nin yıllarca başka bir sektörde vasıfsız olarak çalıştıktan sonra tekrar

ilk iş yeri olan atölyeye dönmesi, kendi özünü gerçekleştirme çabası ve bunu sağlayacak atölye ortamında sahiplik ve aidiyet duygusunu hissediyor oluşudur.

3.3.2. Kültürel Üründe Metalaşma

Marxist literatüre göre çinide metalaşma olup olmadığını anlamak için çininin doğrudan değişim için üretilip üretilmediğine ve niteliklerinin pazarın tercihleri tarafından değiştirilip değiştirilmediğine bakılmıştır. Görüşme yapılan iki sanatçı, ürünleri satma düşüncesiyle yapmadıklarını, istemedikleri kimseye satmayacaklarını belirterek uzun süre kendilerinde kalan ürünlerden bahsetmişlerdir. Diğer sanatçılar da talebe göre üretimi artırıp azaltmamakta ve ürünlerini pazarın tercihlerine göre değiştirmemekte, değerini anlamayacağını düşündükleri alıcıya ürünlerini satmamaktadırlar. Fiyat bireysel değer ile belirlenmektedir. Her birinin değeri diğerinden farklıdır, hatta kimi eserlere değer biçilememektedir.

Sanatsal çini kimi nitelikleriyle diğerlerinden ayrılmaktadır. Bunlar; biricik olması, seri üretilmemesi, içinde haz ile ilhamı barındırması ve eserin kendinden menkul bir değere sahip olmasıdır. Günümüzde kapitalizmin genişletilmiş yeniden meta üretimi kavramı kapsamına giren kültürel ürünlerin, içerdikleri estetik değer ve biricik olmaları nedeniyle bu ürünlere sahip olma isteğinin meta fetişizmi kapsamında değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

Katılımcı M, değer biçemediği eserlerinden bahsetmiştir. Ancak bu eserlerin de muhakkak bir değeri olacaktır ve bu değeri belirleyen ise ürünlerin maliyetiyle alakalı olmayan, içerdikleri göstergesel değerlerdir. Katılımcı E, seramik dünyasının kuyum işi olarak nitelendirilen ve müzayedelere konu olan çiniye net bir fiyat verilemeyeceğini belirtmiş; katılımcı B ise, ürünün değerini belirlerken kusursuzluğa verdiği öneme dikkat çekmiştir. Piyasada 30 cm ebadındaki bir tabağın 70 TL olduğunu, kusursuz olarak

nitelendirdiği kendine ait aynı ebattaki bir tabağa ise 225-250 Dolar fiyat biçtiğini belirtmiştir.

Baudlaird (2008: 116), sanatsal ürünlerin değerini arttıran şeyin, içerdiği sembolik değerler olduğunu söyleyerek, sanat eserinin kime ait olduğunu gösteren imza aracılığıyla kazandığı değerden bahsetmektedir. Kütahya’da sanatsal çinilerin değerini arttıran kimi sembolik değerlerin şu şekilde olduğu tespit edilmiştir:

- Çini sanatçısının tanınmış olması,
- Sanatçının eserlerinin belli başlı müzelerde sergilenmesi,
- UNESCO envanterinde yer alması,
- Sanatçının çinilerinin koleksiyonerlerin listesinde yer alması,
- Sanatçının belli yarışmalarda ödül kazanması,
- Bu nitelikte ürünlerin herkes tarafından yapılamaması.

Çini, bu semboller aracılığıyla dolaşıma sokularak müşteri ile buluşturulmaktadır. Sergi, fuar ve yarışmalarda müşterinin karşısında sadece bir ürün olarak çini ile çıkılmamakta, ürünün mübadele değerini arttırmak amacıyla sunum biçimi estetikleştirilerek (Simmel’den aktaran: Batı, 2015: 76) çininin veya formların yapılışı da sergilenmektedir. Bryman’ın (2004:2) performatif emek olarak adlandırdığı bu yöntemin, sanatçılar tarafından müşteriyle kurulan iletişimde etkili olduğu belirtilmiştir.

Sanatçının somut emeği, ürüne değer kazandırma sürecinde gereklidir. Çini sanatçısının isminin ön planda tutularak pazarlanabilir bir marka haline gelmesi post-modern toplumda bireyselliğin tapılan bir meta haline gelmesini doğrular niteliktedir. Yurtdışında katılım sağlanan sergiler, müzeler için özel üretimler, katılınan ünlü fuarlar, bazı kraliyet ailelerine ve varlıklı kişilere yapılan özel üretimler, küresel ekonomi sisteminde dünyanın her yerinde ürün gibi sanatçının da pazarda yer bulduğu bir marka haline geldiğini göstermektedir (Doğan, 2013).

Öte yandan, metanın sanatlaşması da söz konusu olabilmektedir. Günümüzde fabrikasyon üretime konu olduğu halde, farklı ülkelerdeki kraliyet aileleri için sanatçı tarafından üretilen Selçuklu ve Osmanlı dönemine ait desenlerin yapıldığı el yapımı çini banyo karolarının buna örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

Benzer durum, çıkartma olarak üretilen çini deseninin yapıştırıldığı ürünler için de geçerli olmaktadır. Baudrillard'ın (2004: 249) ifade ettiği “hayatın estetikleşmesine” paralel olarak, bu durum makine üretiminin sanata ve el işi ürüne öykünmesinin bir örneği olarak kabul edilebilir.

Doğrudan değişim amacıyla üretilen işlerden oluşan zanaat ve fabrika ürünlerinin değerlendirme biçimlerinde ise farklılık görülmektedir. Her ikisi de doğrudan değişim amaçlı üretilmekte ve ürünün niteliği piyasanın talebine göre değişmektedir. Fiyatı belirleyen ise piyasada oluşan toplumsal değer olmaktadır. Piyasanın değişkenliği, tüccarın talepleri ürünün niteliğini ve miktarını etkilemekte, buna göre değişim yapılabilmektedir. Turistik bölgeler için yapılan bu üretimlerde turistin niteliğine göre üretilen ürünün niteliği de değişim göstermektedir. Katılımcılar tarafından, ABD ve Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin klasik desenlerin olduğu çinilere ilgi gösterirken Rusya ve Arap ülkelerinden gelenlerin tercihlerinin turistik amaçla üretilen çinilere yönelik olduğu ifade edilmiştir.

Zanaat ürününün, hatıra veya hediyelik eşya metası olarak yeniden üretilirken, popülerleşerek metalaşmasının hızlanmasının zarar verici sonuçları olduğu düşünülmektedir. Kütahya'da çinicilikte nesneleşen bir üretim ve dolaşım ilişkisi görülmektedir. Bunun ise her iki ilişki bağlamında yaşanan genel kabuller nedeniyle olduğu düşünülmektedir. Bu durum, kültürel ürünün kendi topraklarına ve kültürüne yabancılaşmasına neden olmaktadır. Kitlese tüketimi arttırmak ve dolayısıyla daha fazla

satış ile kara ulaşmak amacıyla kültürel ürün kökeninden koparılıp üzerinde oynandığında bozulmaktadır.

Bu üretim örgütlenmesinde, üretilen çini her ne kadar el işi olsa da ürünlerde tek tipleşme hakimdir ve ticari bir kaygıyla hareket edilmesi nedeniyle kitlelerin tüketimine uygun olacak şekilde üretilmektedir. Adorno'nun ifadesiyle bu ürünler kitleselleşmekte ve kültür endüstrisi içinde hızlı tüketilen metalar haline gelmektedir. Bu süreçte kopyalanan ve seri olarak üretilen çiniler gelenekten kopuşu imlemektedir. Ürünün biricik olmasına dair özelliğinin yerini kitlesel olarak üretilme almıştır, gelenek yoluyla aktarılan bilgi ve üslup bozulmaktadır (Benjamin, 2000: 55).

Zanaatin özünde yer alan öncülü taklit etme, işçilikteki teknik bilgiler anlamına gelen üslubu taklit ederek en iyi ürünü ortaya koyma anlamını taşımaktadır. Ancak, halihazırdaki el işi seri üretim ürünlerinde görülen taklit, bir başkasının çini formunu ya da desenini kopyalayarak çoğaltma ve ticarete konu edebileceği bir meta olarak ortaya koyma şeklindedir.

Kitlesel üretim yapan el işi seri üretim atölyeleri kültürel bir kimlik taşıyan çini ürünlerini piyasaya sunarken sanat eseri olan çiniye has olan biriciklik ve el emeği olma kurgusunu oluşturmak için ürünün altına "handmade" yazmaktadır, ancak bu elin sahibi anonimdir. Metalaşma süreci emeği görünmez kılmaktadır. Sanat ürünü somut emeğe aitken, bu metalar ise soyut emek tarafından yapılmaktadır.

Sanayi Devrimi ile başlayan makineli üretim, zanaatkârlığı sona erdirmiş görünse de Kütahya'da çinicilikteki zanaat üretimi fabrikalaşma ile sona ermemiş, hatta birlikte devam etmiştir. Son birkaç yıldır ise makineleşmenin artması sonucu fabrika üretiminde artışın yanı sıra el işi seri üretim yapan atölyelerde de makineleşme ve baskı çini üretimi görülmektedir.

Tarihsel olarak bakıldığında Kütahya'daki ilk çini fabrikalarında da ürünlerin dekorlama kısmı evlerde yaptırılmıştır ve üretimin merkezi fabrika olsa da el işi seri üretim olarak adlandırılabilir bir üretim tarzı söz konusudur. Günümüzdeki atölyelerin, makineleşme sonucu üretimin kolaylaşması ve süreçlere ilişkin uzmanlaşma ve sektörleşme olması üzerine el işi seri üretime başlamış olmaları, fabrikalaşma ile el işi seri üretim arasında döngüsel bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Marx'ın (2003) ifade ettiği gibi, fabrikalaşma toplumsal üretimi kökünden değiştirememiş, ancak kentteki el zanaatları ile evden çalışma üzerinde yükselmiştir.

Küreselleşme ile birlikte “yer” ve “yerel kültür”ün kente bir imaj vermek amacıyla araçsallaştırıldığı görülmekte; kapitalist birikim süreçleri kent mekânının üretim, yeniden üretim ve dönüşüm süreçlerinde önemli rol oynamaktadır (Kumar, 2010: 224). Çininin görünürlüğü ve bilinirliği bu şekilde artmaktadır.

Ancak kent mimarisinde çininin kullanımına bakıldığında ise çinideki değersizleşmenin somutlaştığı görülmektedir. 2000 yılında Belediye tarafından sivil mimaride çininin kullanılması kararının uygulama şekli binalarda yama şeklinde görülen fabrikasyon çinilerdir. Bu durumun, çinideki değer kaybını halkın gözünde normalleştirici bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Kültürün kent planlamasına entegrasyonunun yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır. Metalaşma sonucu ortaya çıkan ürünün niteliksizleşmesi ve kimliksizleşmesi böylelikle kentte yaşayanların gözünde de normalleşmekte, metalaşma ortak bir kabul olarak yayılarak yaşamaya devam etmekte ve kültürel ürünle yabancılaşmayı arttırmaktadır.

Sonraki bölümde kültürel üründe yabancılaşma ve metalaşma bağlamında dünyanın farklı bir coğrafyasından örnek olarak Hindistan ve el tezgahında kumaş üretimine yer verilmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YABANCILAŞMA VE METALAŞMAYA DÜNYADAN ÖRNEK: HİNDİSTAN

Bu bölümde kültürel ürün olarak Hindistan'da el tezgahında üretilen kumaşın üreticisinin yaşadığı yabancılaşıma ve ürünün metalaşma süreci irdelenmiştir. Araştırmada literatür taramasında, resmî kurumların web siteleri, gazeteler ve dergiler ile Hindistan'daki saha çalışmalarından yazılı ve görsel örneklere dayanılmış, ayrıca bu kültürel ürünün dolaşıma girdiği mekanlarda bizzat gözlem yapılmıştır.

Araştırmada dünyadan örnek olarak el tezgahında üretilen kumaşın seçilme nedenleri aşağıda belirtilmiştir:

- Kumaş dokumanın insanlığın en eski üretim eylemlerinden biri olması,
- Kumaşın insanın temel ihtiyaçlarından birini oluşturması nedeniyle kullanım değerinin yüksekliği,
- Üretim ve dolaşım ilişkilerinin yerel, bölgesel ve küresel boyutta tarih boyunca mevcudiyeti,
- Sanayileşmenin öncelikle dokuma tezgahında başlamış olması,
- Dokuma üretiminin, bir toplumun geçmişten günümüze ekonomik ve toplumsal ilişkilerine dair bir öngörü sunması.

Ülke olarak Hindistan'ın seçilmesinde aşağıdaki özellikler dikkate alınmıştır:

- Hindistan'da kumaş üretimi M.Ö. 5000 yılına kadar uzanmaktadır (Mishra ve Mohapatra, 2021: 160).
- El dokumacılığı, Hint kültürel mirasının en zengin ve en canlı unsurlarından birini oluşturmaktadır (Mishra ve Mohapatra, 2021: 160).

- Ülkede tarımdan sonraki en büyük geçim kaynağıdır. 2021 yılında 1,380 milyar nüfusa ulaşan ülkede Hindistan Yatırım Ajansı'nın verilerine göre¹² 45 milyon kişi tekstil sektöründe çalışmakta olup bu sayının yaklaşık dört milyonu el dokuması kumaş üretmektedir.
- Hindistan el dokuması kumaş üretiminde ve kumaş çeşitliliğinde dünyanın en önde gelen ülkesidir (Kshetrimayum, 2018; Fourth All India Handloom Census 2019-20:20). Hindistan Yatırım Ajansı'na göre dünyadaki el dokuması kumaşın %95'i Hindistan'dan gelmektedir.
- Ülkede kumaş dokumak yalnızca ekonomik bir eylem olmayıp, ayrıca kültür ve medeniyetin sonraki kuşaklara aktarılmasında bir araç rolü oynamaktadır.
- Kumaşın Hindistan'da ulusal kimlik ve kültürel aidiyet üzerinde sembolik gücü mevcuttur. Üretim süreci ve kullanım şekli incelendiğinde toplumun tarihi ve sosyal yapısı anlaşılabilir (Kshetrimayum, 2018)
- Kumaş, günlük hayatın ve ritüellerin ayrılmaz parçasıdır (Kumar, 1988; Raman, 2010).
- Topluluk temelli üretim yapılan Hindistan'da zanaatkarın zanaatıyla derin bağları mevcuttur ve her topluluk ürettiği ürün üzerinden bilinmektedir.
- El dokuması kumaş insanların sadece ihtiyaçlarını değil aynı zamanda lüks tüketime has tercihlerini de karşılayarak bir gösterge değer üzerinden de anlamlandırılmaktadır.
- Dokuma sektörü üzerinden Hindistan'da üretim ilişkileri ile yerel, yöresel, ulusal ve küresel politikalar analiz edilebilmektedir.

¹² <https://www.investindia.gov.in/sector/textiles-apparel/handlooms-handicrafts>

4.1.Kültürel Ürün Olarak Varanasi Sarisi

Zengin bir kültürel çeşitliliğe sahip ülkede her bölgenin/eyaletin/şehrin kendine has dokuma çeşidi/çeşitleri olması nedeniyle bunların hepsine araştırmada yer verilmesinin mümkün olmaması, bir kültürel ürünün tercih edilmesi gerekliliğini doğurmuştur. Bu nedenle aşağıda belirtilen öne çıkan özelliklerinden dolayı *Varanasi sarisi*¹³ üzerinde inceleme yapmaya karar verilmiştir:

- *Sari* Hindistan'da yerli halkın en önemli giysilerinden biridir.
- Geçmişi çok eskiye dayanan *Varanasi sarisi* ilk olarak M.Ö. 500-600 yıllarına ait Budist metinlerinde yer almaktadır¹⁴
- Varanasi şehri ise, 1700'lü yıllardan bu yana ülkenin en önemli üretim merkezlerindedir (Kumar, 1988; Wood, 2013: 46)
- Şehir *sari* üretimi üzerinde, ulusal ve küresel alanda bilinirliğe sahiptir.
- 1980'lerden itibaren kullanımı artan elektrikli tezgahların etkisiyle üretim ilişkilerinde değişim yaşanmaktadır.

Geçmişi çok eskiye dayanan, Hindistan'ın kuzeydoğusunda Hindu inancına göre kutsal kabul edilen Ganj Nehri kıyısında kurulu olan şehir, hacılar ve turistler tarafından da rağbet gören bir destinasyondur. Ayrıca, şehir çok çeşitli zanaat geleneklerine de ev sahipliği de yapmaktadır. Bunlardan en bilineni ise el dokuması *saridir* (Kumar, 1988;

¹³ *Sari* Sanskritçe'de "kumaş şeridi" anlamına gelmektedir. *Sariden* ilk defa MÖ 3.000'de Hindu kutsal kitabı olan Rig Veda'da bahsedilmektedir. 4.5 ila 9 metre olan dikişsiz kumaştan oluşan *sari* vücuda sarılarak giyilmektedir. *Varanasi sarisi*, altın ve gümüş brokarları, zarileri, ince ipek dokuması ve gösterişli işlemleri ile bilinmektedir. Hindistan'ın sıcak iklimine uygun olan bu giysi Hindistan dışında Pakistan, Bangladeş, Srilanka ve Nepal'de toplumun her kesiminden kadın tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/the-story-of-the-sari-in-india>

¹⁴ <https://artsandculture.google.com/exhibit/banarasi-sarees-and-textiles/GwLyn7fQMm9ELA>

Pandey, 1981; Sahasrabudhey, 1992). *Varanasi Sarisi* Hindistan'da 1526-1857 yılları arasında hüküm süren Babür İmparatorluğu zamanında sarayın üretim üzerindeki patronajı nedeniyle altın çağını yaşamıştır. Babür zamanında kullanılmaya başlanan çiçek desenleri günümüzde de kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra sarinin renkleri üzerinde etkisi olan Budist geleneği de günümüze değin süregelmiştir. Küme tabanlı bir üretimin yapıldığı Varanasi'de *sari* üretimi şehrin her yerine yayılmış durumdadır. Dokumacıların yanı sıra tasarımcılar, boyacılar, nakış yapanlar ve tezgâh üreticilerinden oluşan iş bölümü çerçevesinde mahallelerin çoğu, üretime dair belirli faaliyet alanlarında uzmanlaşmıştır. Sokaklarda el tezgahlarının tıkırtısı ile elektrikli tezgahların gümbürtüsü duyulmakta, bu seslere boyanıp kurutulmak için serilen dokuma iplikleri ile bisikletlerde kumaş desteleri ve iplik ruloları taşıyan insanların görüntüsü eşlik etmektedir Basole (2012: 14).

Uzun ahşap tezgahlarda elle dokunan *sari* kumaşı, verdiği his, ağırlığı ve duyulabilir hışırtısıyla meraklıları tarafından kolaylıkla diğerlerinden ayırt edilebilmektedir.

Tez kapsamında ele alınan kültürel ürünün *sari* kumaşı olması nedeniyle öncelikle *sarinin* Hint toplumundaki kullanım değerine baktığımızda en belirgin şekilde geleneksel gelin kıyafeti olarak kullanıldığı görülmektedir. Hint kadınları için bir giysiden daha fazlasını ifade eden *sari*, ayrıca anneden kızına evlendiği zaman hediye edilen bir aile yadigarı ve aile kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. Kırsal bölge veya kent fark etmeksizin ülkenin her yerinde ve toplumun her katmanında günlük giysi olarak *sari* giyilmektedir. *Sariyi* göreceğimiz ilk yer sokaklarken düğünler dışındaki diğer iki yer ise moda gösterileri ve Bollywood filmleridir. El sanatları üzerine çalışan Datskar adlı kooperatifin kurucusu, tasarımcı, yazar ve zanaat aktivisti Laila Tyabj kendisi ile yapılan röportajda her *sariyi* dokunduğu bölgeyi, toplumu, zanaatkarları ve yerin coğrafyasını anlatan bir tarih kitabına benzeterek, *sari* üretiminde köyden köye bile farklı bir dokuma tekniğinin olduğunu, her *sarinin* toplum ve insanlar hakkında bir hikayesi bulunduğunu belirtmiştir.

Sari iklim şartları, farklı yaşam tarzları ve diğer kültürlerle girilen etkileşimler neticesinde yüzyıllar içinde dönüşüme uğramış olup günümüzde dünya çapında ilgi duyulan bir giysi olma yolunda ilerlemektedir.

Yukarıda belirtilen kuramlar çerçevesinde *Varanasi sarisinin* üretim ilişkilerindeki dönüşümünü analiz etmek amacıyla tarihsel iki dönem dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak Hindistan’da sömürge döneminin etkileri irdelenmiş, ikinci olarak Ülke daha önce tam bir liberalleşme süreci dahi yaşamadan 1990’lı yıllarda dünya çapında uygulanmaya başlanmış olan ve Hindistan’ı da kaçınılmaz olarak etkileyen neoliberalleşme politikalarının üretim ilişkilerine etkisi küreselleşme ve makroyerelleşme bağlamında incelenmiştir.

4.2. Araştırmada Başvurulan Kaynaklar

Çalışmada Varanasi’de *sarinin* üretim ilişkilerindeki yerine dair yapılan araştırmalar (Basole, 2012; Ciotti, 2006; Shaw ve Das, 2013; Shaw, 2015; Schütte, S., ve Kreutzmann, 2015; Kumar, 1988; Raman, 2010; Raman, 2013; Shaw, 2015; Wood, 2014), belgeseller (The Weavers of Baranasi, 2014; Weavers of Varanasi, 2018; Datskari Haat Samiti-Banarasi Sari Weaving, 2019; Bunkar: The Last of the Varanasi Weavers, 2018) ile zanaatkara dayalı moda endüstrisi üzerine yapılan araştırmalar (Kuldova, 2014, 2016; Outka, 2008) esas alınarak, üreticinin yabancılaşması ve kültürel ürünün metalaşması Marx’ın “yabancılaşma” ve Frankfurt Okulu’nun “kültür endüstrisi” kuramları çerçevesinde irdelenmiştir.

Araştırmaya derinlik kazandırabilmek amacıyla bizzat gözlem yapmak ve satıcı ile iletişim kurmak amacıyla yapılan mekân ziyaretleri de şu şekildedir:

Mekanlardan ilki Yeni Delhi’de üç farklı lokasyonda bulunan *Dilli Haat* adında yılın her günü açık olan zanaat pazarı olmuştur. Bu açık hava pazarında, Tekstil Bakanlığı El Sanatları Kalkınma Komiserliği’ne kayıtlı, ülkenin farklı köşelerinden zanaatkarlar

kendilerine 15 günlük bir süre için tahsis edilen standlarda satış yapmakta, kimileri aynı zamanda performatif emek sergilemektedir. Katılımcı zanaatkarlar ve etkinlikler önceden ilgili web sitesinde duyurulmaktadır.

Bunun yanı sıra bu mekânda Hindistan’da farklı resmî kurumlarca (Kabile İlişkileri Bakanlığı, Azınlık İlişkileri Bakanlığı, Ticaret Bakanlığı, Tekstil Bakanlığı, eyalet yönetimleri) ve kooperatiflerce dönemsel olarak geleneksel fuarlar¹⁵ düzenlenmektedir. Kırsalda yaşayan zanaatkarların ticari faaliyetlerini teşvik etmek amacıyla düzenlenen bu fuarlarda zanaatkar ile tüketici birebir karşılaşma imkânı elde etmektedir. Bu etkinliklerin amaçlarından biri de müşteriden gelen geri bildirimlere göre yeni ürün tasarımları yapmaktır. Aynı zamanda bu etkinlikler kültürün yaşaması için de bir araç görevi görmektedir.

Ayrıca, 60 yıldır ülkenin farklı bölgelerinden toplanan el sanatları ile el dokumalarından oluşan çok geniş bir koleksiyona sahip olan Tekstil Bakanlığı tarafından yönetilen Ulusal El Sanatları Müzesi & El Sanatları Akademisi¹⁶ ziyaret edilmiştir. Günümüzdeki usta zanaatkarları tanıtan programların da yapıldığı müzede, aylık dönemler halinde zanaatkarlar satış yapma ve performatif emek gösterme imkânı

¹⁵ Öne çıkan bazı örnekler aşağıdaki gibidir:

-Kabile İşleri Bakanlığı Kabile Kooperatifi Pazarlama Geliştirme Federasyonu (TRIFED) tarafından kabile ürünlerini sergilemek ve zanaatkârların müşteri ile bağlantı kurmasına yardımcı olmak amacıyla kabile zanaatkarları, kabile imece grupları, ajanslar ve kabilelerle çalışan kuruluşların katıldığı yıllık Aadi Mahotsav adlı bir sergi olan Ulusal Kabile El Sanatları Fuarı. Fuarın 2021 yılındaki teması “vocal for local” sloganı çerçevesinde coğrafi işaretli ürünler olmuştur.

- Birlik Azınlık İşleri Bakanlığı’nın düzenlediği ülkenin farklı bölgelerinden 31'den fazla Eyalet ve Birlik Bölgesinden 600'den fazla zanaatkarın katıldığı 26’ncı “HunarHaat”. 2021 yılında fuar “vocal for local” temasıyla düzenlenmiştir

¹⁶ <http://nationalcraftsmuseum.nic.in/>

bulmaktadır. Bu müzede Hindistan'ın farklı eyaletlerine ait dokuma örneklerinin tarihsel incelemesi yapılmıştır. Bunun yanı sıra Hindistan'ın bağımsızlık sürecinde simgesel anlama sahip olan kendi kendine yeterliliği sembolize eden çikrik ve *khadi*¹⁷ kumaşını tarihsel bağlamı içinde anlatan Yeni Delhi Şehir Konseyi Çikrik Müzesi¹⁸ ziyaret edilmiştir.

Diğer ziyaret edilen yerler ise Kabile İşleri Bakanlığı Kabile Kooperatifi Pazarlama Geliştirme Federasyonu'nun (TRIFED) ve 1952 yılında kurulmuş, zanaatkarı güçlendirmeyi amaçlayan Tekstil Bakanlığı'na bağlı Central Cottage Industries¹⁹'in mağazaları olmuştur. Ayrıca TRIFED²⁰, Azınlık İşleri Bakanlığı,²¹ önde gelen kooperatiflerden Dastkar²² ve Dastkari Haat Samiti²³ ile çevrim içi satış kanalı Amazon India'nın münhasıran Hint zanaat ürünleri için açtığı platform olan Amazon Karigar²⁴ e-ticaret siteleri ziyaret edilerek çevrim içi ortamda zanaatkar-ürün ve tüketici arasındaki bağın kurulma şekli incelenmiştir.

¹⁷ Khadi kumaşı elle dokunan pamuklu bir kumaş olup, Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve Srilanka'da kullanılmaktadır.

¹⁸ <http://charkha.ndmc.gov.in/>

¹⁹ Kolonyalizm ve sanayileşmenin Hindistan ekonomisi ve sosyal çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak ve Hintli zanaatkarları korumak amacıyla kurulmuştur. <https://shoponline.cottageemporium.in/>

²⁰ <https://www.tribesindia.com/>

²¹ <https://hunarhaat.org/home-new/>

²² <https://www.handsondastkar.com/>

²³ <https://dastkarihaat.com/>

²⁴ <https://www.amazon.in/b?ie=UTF8&node=16676064031>

4.3. Sömürge Döneminin El Dokuması Kumaş Üretimi Üzerinde Etkisi

18'inci yüzyılda Avrupa'daki Sanayi Devrimi sürecinde İngiltere'nin sermaye birikimini sağlamak amacıyla sömürgeleştirdiği Hindistan bu nedenle Sanayi Devrimi sürecinin olumsuz etkilerinin yerel bağlamda tecrübe edildiği ilk ülkelerden biri olmuştur. Marx'ın kapitalizmin ilk sermaye birikim sistemini açıklamak için kullandığı “ilkel birikim” dönemi olan sömürge döneminde, doğal kaynaklar ve emek sömürülmüştür (Uzgel, 2019). Sömürgeleştirilen yerlerden elde edilen hammadde sömürgeci ülkede mamüle dönüştürülerek sömürülen ülkeye satılmıştır. İngiltere'nin bu dönemde en büyük ithalat kalemleri dokumada kullanılan ipek, yün ve pamuk iken ihracatta önemli kalemlerinden birini dokuma oluşturmuştur. Dokuma için hammaddeyi sağlayan başlıca coğrafyalardan biri Hint alt kıtasıdır (Kazgan, 2012: 5).

Marx 1853 yılında New-York Herald Tribune'de yayınlanan makalesinde Hint el tezgâhını kıran ve çıkırığı yok edenin İngilizler olduğundan bahsetmiştir. Roy (2002), bu durumu açıklarken İngiltere'nin Hindistan'da uyguladığı “endüstrisizleştirme” ile buradan hammadde aldığını ve makineleşme ile ucuza ürettiği iplik ve kumaşları buraya sattığını söylemiştir. Hindistan'ın endüstrisizleştirilmesinin etkisi ile ilgili olumlu ve olumsuz yönde yaklaşımlar içeren akademik tartışmalar mevcuttur. Ancak araştırmada ele alınan konunun bu değil kapitalist ekonomik ve toplumsal ilişkiler altında üretim ilişkilerinin değişimi olması nedeniyle bu tartışmaya girilmemiştir.

“İmalatçılar Müzesi” adıyla 1852 yılında açılan dünyanın sanat ve tasarım alanında en geniş koleksiyonuna sahip Londra'da bulunan Victoria ve Albert Müzesi'nin Hint tekstil ürünlerinin tanıtıldığı web sayfasında 1780'lerde İngiltere'nin Hint kumaş ithalatına gümrük vergileri koymasının kendi tekstil endüstrisinin ilerlemesini kolaylaştırdığından, ancak Hindistan'daki endüstriye zarar verdiğinden bahsedilmektedir.

Bu süreçte Lancashire fabrikalarında üretilen kumaşların Hint kumaşlarının yerini alması Hindistan'ın iplikçileri ve dokumacılarının işsiz kalması ile sonuçlanmıştır.

Sömürgeleştirme döneminde Batının kendine ait bilgi sistemini meşrulaştırmak istemesi nedeniyle Hindistan'a ait yerli bilgi zarar görmeye başlamıştır. 200 yıllık İngiliz yönetimi sırasında zanaatkar, kendi zanaatını yapmak yerine vasfının bulunmadığı pamuk üretiminde çalışması için zorlanmıştır (Ramaswamy, 2003). Böylelikle ham pamuk ihracatçısı haline getirilen Hindistan'a İngiltere'den dokuma ipliği ithal edilmeye başlanmıştır. Zanaatkarlara bu ipliği kullanmaları için baskı uygulanması neticesinde öncelikle iplik üretenler geçim kaynaklarını kaybetmiş ve bununla birlikte el tezgahında dokuma yapanlar makine ipliğine bağımlı hale gelmiştir.

Jena (2010), zanaatkarın kralların himayesi altında olduğunu ancak İngiliz yönteminin makine üretimi ürünlerin satılması yönünde oluşturduğu baskı nedeniyle doğrudan kurduğu patron-müşteri ilişkisinin kaybolduğunu ve aracılara olan bağımlılığın bu süreçte başladığını söylemektedir. Dokumacıların ipliğe ulaşmak için yeteri kadar finansmanının bulunmaması aracılara muhtaç olmalarına yol açmıştır. Sonuç olarak, çoğu dokumacı bağımsızlığını kaybederek sözleşmeli ya da ücretli olarak bir tüccar altında çalışmaya başlamıştır.

Ancak Hindistan'ın sömürülmesi kendi antitezini yaratmış; 1890'larda "kendi ülken" anlamına gelen "swadeshi" hareketi ortaya çıkmıştır. Gandhi, kendine yetmenin ancak ekonomik bağımsızlıkla olacağını söyleyerek Hint halkından elle eğrilmiş pamuk ipliğinden elle dokunan bir kumaş olan *khadi*'yi²⁵ üretmek için çıkırtığı döndürmelerini ve kendi dokudukları giysileri giymelerini istemiştir. Makineleşmenin işsizliğe yol açacağı endişesiyle, elde yapılan üretimi işsizliğe ve yoksulluğa çare olarak görmüştür. *Khadi*

²⁵ Khadi kumaşı Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve Srilanka'da kullanılmakta olan el dokuması pamuklu bir kumaştır.

çıkırığı ile üretici üretim aracına sahip olurken aynı zamanda beden ve zihin birlikteliğiyle üretim eylemini gerçekleştirmektedir. 1921'de kendi kendine yetmenin ve direnişin sembolü olarak benimsenerek *khadi çıkırığı* bayrak tasarımına dahil edilmiştir.²⁶

1920'lerde rekabet koşullarını değiştiren bir gelişme olarak elektrikli tezgâhın kullanılmaya başlanması zaten mevcut olan iplik maliyetinin yüksekliği ile birleşince el tezgahında dokuma üretiminde gerileme olmuştur. Bu süreçte ayrıca zanaatkarın ürünlerini piyasaya sokabilmek amacıyla tüccara bağımlı hale gelmesi ve bunun yanı sıra kendi emeğini sermaye sahibine kiralaması ile bağlantılı bir dönüşüm de söz konusudur. Bu süreçteki bir diğer gelişme ise büyük bir grup kumaş üreticisinin ticaretle ilgilenmeye başlamasıdır Roy (1989).

El dokuması kumaşın üretim ilişkilerinin geçirdiği dönüşüm, günümüze değin ekonomik, toplumsal ve siyasal yapı içinde devam edegelmiştir. Hindistan'ın 1990'lı yıllarda liberal ekonomi modeli uygulamaya ve dünya ekonomisiyle yeniden bütünleşmeye başlamasıyla ekonomik ve toplumsal alandaki değişimlerle birlikte (Jena, 2010: 124; Wadhva, 2004: 260), hem küresel hem de yerel kapitalizmin belirlediği bir düzen oluşmaya başlamıştır (Toor, 2000).

4.4. Hindistan'da Üretim İlişkileri

4.4.1. Günümüzde Dokuma Sektöründe Üretim Örgütlenmesi

Hindistan dokuma endüstrisi günümüzde üç ana üretim örgütlenmesinden oluşmaktadır (Basole; 2015: 69,70):

²⁶ 1947'de bağımsızlığın kazanılması (Shaw, 2015; Raman, 2013) sürecinde Hint el dokuması kumaşı olan *khadi* protesto ve ulusal kimliğin sembolleri olarak kullanılmıştır.

- Büyük ölçekli ip eğirme ve dokuma üretimi yapan ve toplam üretimin yaklaşık %4,3'ünü oluşturan fabrika üretimi,
- Toplam üretimin yaklaşık %80'ini oluşturan elektrikli dokuma tezgâhı üretimi (Rao Srinivas, 2017) Bu üretim modeli, genellikle ondan daha az sayıda işçiyle çalışan, çoğunlukla fabrikalardan elde edilen iplik ve ikinci el veya hurda tezgah kullanan ve daha sonra işlenmesi için dışarıya kumaş gönderen küçük ölçekli atölyelerden oluşmaktadır
 - En fazla istihdamı sağlayan ancak toplam üretimdeki payı gün geçtikçe azalan (yaklaşık %16) (Rao Srinivas, 2017) el dokuma tezgâhında yapılan üretim. 1985 tarihli Üretim İçin Ürün Rezervasyonu Yasası'nda, el dokuması kumaşın üretiminde kullanılan el tezgâhı "elektrikli tezgâh dışındaki bütün tezgahlar" olarak tanımlanmıştır. Bu tanımda 2012 yılında bir revizyona gidilmiş ve el dokuma tezgâhı, "elektrikli dokuma tezgâhı dışındaki herhangi bir dokuma tezgâhı" olarak tekrar tanımlanmış; buna ek olarak, dokuma sürecinde en az bir işlemin elle yapıldığı veya insan enerjisinin kullanıldığı herhangi bir hibrit tezgâh da el tezgâhı tanımına dahil edilmiştir.

4.4.2. Günümüzde Varanasi'de Üretim İlişkileri

Hindistan'daki üretim ilişkilerinin dünü ve bugünü üzerinde bir karşılaştırma yaparken 16'ncı yüzyıldan bu yana aslında benzer bir yapılanmanın mevcut olduğu anlaşılmıştır. Söz konusu üretim ilişkileri bağlamında dokumacılar aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir (Basole (2015: 52; Shaw, 2015)

- Bağımsız dokumacı,
- Bağımlı dokumacı,
- Tezgahsız dokumacı

Bu dokumacıların günümüzde nasıl bir sistem altında çalıştığına baktığımızda ise üçlü bir yapı görülmektedir (Shaw ve Das, 2013; Shaw, 2015: 50)

- 1) Ücretli Sistem
- 2) Bağımsız Çalışma Sistemi
- 3) Kooperatif Sistemi

1) Ücretli Sistem

Bu sistemde dokumacının üzerinde tüccarın kontrolü bulunmaktadır. Roy (1994: 207) tarafından yapılan tipolojiye göre bu üretim örgütlenmesinde üretim araçları ve sermaye tüccar tarafından sağlanmaktadır. Burada iki farklı kontrol şekli mevcuttur:

- a) Dokumacılar üretilen ürün kendisine satılmak şartıyla iplik ve diğer malzeme için para verilmektedir. Teslimat aşamasında yapılan harcamalar söz konusu tutardan çıkarılarak nihai ücret müzakere edilmektedir.
- b) Diğer yöntemde ise tüccar veya usta dokumacı, üretim için gerekli tüm ihtiyaçların yanı sıra desen tasarımı da dokumacıya sağlamaktadır. Dokumacı işi bitirdiğinde bir ücret almaktadır. Tasarımın zorluğunun önemli olduğu bu fiyatlandırmada dokumacıya yapılan ödeme az olmaktadır (Wood: 2010: 14).

Zanaatkar her iki durumda da kendi üretim mekânında çalışmaktadır ve üretim üzerinde söz sahibidir. Ancak piyasadaki bağımsızlığını kaybetmiş olup tüccarın belirlediği ürün ve desenlerin üretimini yapmaktadır. Köyü dışında olan bitenden haberi olmayan dokumacı ürettiği *sarinin* ne kadara satıldığını bilmemektedir. Bunların yanı sıra dokumacı genellikle suistimale uğrayarak hakkettiğinden daha az bir bedel karşılığında ürettiği ürünü vermektedir.

Burada dokumacı ile tüccar arasında aracılık yapan ve üretim sürecini denetleyen bir aracı da mevcuttur (Jaiswal. 2012: 94; Wood, 2014: 49; Shaw, 2015). Usta dokumacı olarak adlandırılan bu kişilerin bir kısmı tüccarlığa geçiş yaparak *Varanasi sarilerini*

şehir dışına pazarlamaya başlamıştır (Jaiswal, 2012: 95; Shaw, 2015). Bunlar ticaret yapan kastlardan²⁷ veya sermaye sahibi dokumacılardan ortaya çıkmıştır.

2) Bağımsız Çalışma Sistemi

Bağımsız dokumacıların dahil olduğu bu sistemde dokumacı üretime dair tüm ihtiyaçlarını kendisi almaktadır. Kendi tezgahına sahiptir. Kimi zaman aracılarla hammadde temini ve kredi alımında irtibatı olabilmektedir. Ancak üretimin başından sonuna tüm süreçlerden sorumlu olan dokumacının kendisidir. Nihai ürünü ihracatçıya veya tüccara doğrudan kendisi satmaktadır; ancak bazı durumlarda aracıdan yardım alması da söz konusu olmaktadır.

Bu dokumacılar bireysel bağımsız dokumacı olabildiği gibi kendi üretim birimine sahip olan usta dokumacı da olabilmektedir. Bağımsız dokumacılardan yeterli finansmana sahip olmayanlar ücretli sistem altında çalışmaktadır.

3) Kooperatif Sistemi

Hammaddelerin ucuza teminini sağlamak, pazarlamayı kolaylaştırmak ve tüccara bağımlılığı azaltmak amacıyla devlet kurumlarınca ya da özel girişimle kurulmuş olan dokumacı kooperatifleri mevcuttur. Bu kooperatifler bünyesinde ayrıca zanaatkarlara meslek yeterlilik ve becerilerini arttırmak üzere eğitimler de verilmektedir. Bazı kooperatiflerce düzenlenen fuarlarla tüketicilerle doğrudan temas kurulması sağlanmaktadır. Ayrıca ürünler Tekstil Bakanlığına bağlı mağazalarda veya kooperatiflerin kendi mekanları ile e-ticaret sitelerinde satışa sunulmaktadır. Ancak kimi kooperatifler, tüccarın uyguladığı yukarıda anlatılan sömürüyü zanaatkara uygulayabilmektedir.

²⁷ Kast sistemi sosyal bir tabaklamayı ifade etmektedir. Her meslek grubunun ait olduğu bir kast mevcuttur.

4.4.3. Sari Üretiminde Gelenekselden Uzaklaşmanın Nedenleri ve Sonuçları

Kapitalist sistemin gelmesi ile rekabetçi bir yapı ortaya çıkmış ve bunun etkileri dokuma sektöründe görülmeye başlanmıştır. Yani daha fazla kar için üretimin artırılması ve dolayısıyla emek üzerindeki denetimin artması üretim sürecine dahil olmuştur.

Elektrikli dokuma tezgâhı ve fabrika üretiminden kaynaklanan rekabet koşullarının düzenlenememesi, günümüzde el dokuması sektöründe yaşanan problemlerin kaynağı olarak görülmektedir (Rao ve Kumar, 2018).

Bu süreçte el tezgahının karşısına ilk olarak 1900'lü yılların başında jakarlı²⁸ dokuma tezgâhı çıkmıştır. Karmaşık ve ayrıntılı desenlerin vasıfsız işçiler tarafından kolaylıkla dokumasını sağlayan bu makine el dokuması yapan zanaatkardan daha kısa sürede dokuma işlemini yapabilmektedir. Böylelikle kumaşın maliyeti düşmüş ve müşteri daha ucuza kumaşa sahip olmaya başlamıştır. Kitlesele olarak üretilebilecek olan kumaş, bu sayede toplumun geniş kesimlerine yayılma imkânı bulmuştur.

Üretim sürecini kolaylaştıran bu makinenin kullanıma başlanmasıyla üretimi artırmak için dokuma süreci farklı bölümlere ayrılmıştır. Tasarıma, renge ve ipliğe usta dokumacı veya tüccar karar vermekte, işin ne kadar sürede tamamlandığını kontrol etmektedir. Dokumacı bu süreçte ücretli olarak çalışmaya başlamıştır. Yani, daha önce belirtilen dokuma sürecindeki birlik ortadan kalkmıştır.

Jaitly (2007), son 100 yılda endüstriyel üretimin etkisiyle zanaatın öldüğünü ve zanaatkarın başka mesleklere yöneldiğini söylemektedir. Yönelmeyenler ise hammadde ve krediye ulaşmada sıkıntı yaşamaları, düşük kasta mensup olmaları ve okuma yazma bilmemeleri nedeniyle yetenekli oldukları halde araçlara muhtaç duruma düşmüşlerdir.

²⁸ Jakarlı dokuma tezgâhı değiştirilebilir delikli kartlara dayanmaktadır. Bilgisayar delikli kartlarının öncülü olan jakar hakkında daha fazla bilgi için <https://www.britannica.com/technology/Jacquard-loom>

Yüksek faiz oranları ve pazara erişimdeki güçlükler zanaatkarı araçlara bağımlı hale getirmiştir.

Bazı kaynaklarda, Varanasi'de elektrikli tezgahın ilk kez 1970'lerde kullanıma girdiği ve 1980'lerden itibaren hızlı bir şekilde kullanımının arttığı belirtilmektedir (Basole, 2012: 147) Bu gidişat nedeniyle, 22 ürünün sadece el dokuması tezgahında üretilmesi, El Dokuması Rezervasyon Yasası tarafından karara bağlanmıştır. Ancak bu düzenlemeye rağmen söz konusu ürünler elektrikli tezgâhta yapılmaya devam edilmiştir (Basole, 2012: 148). Elektrikli tezgâhın üretimdeki payı üzerine yapılan bir araştırmaya göre 1980 yılında yüzde 37 olan oran 1995 yılında yüzde 68'e ulaşmıştır (Roy, 1999; Srinivasulu, 1999).

Son zamanlarda, *sari* üretiminde elektrikli tezgah kullanımı % 80'e ulaşmıştır. Bu tezgahlarda üretilen ucuz *Varanasi sarileri* dahil olmak üzere Hindistan'daki diğer bölgelerde makineyle üretilen ürünler el dokumasına zarar vermektedir (Bhattacharya ve Sen, 2018: 15).

Varanasi'de dokuma üretimi ve pazarlama sürecinde 12 aşama bulunmaktadır. Dokuma öncesi, dokuma ve dokuma sonrasında oluşan bu sürecin 11 aşaması önceden dokumacı aile tarafından yürütülmekteyken şimdi tüccar veya bağımsız dokumacı tarafından yürütülmektedir. Bir kısmı ücret karşılığında işçiye yaptırılmaktadır (Shaw and Das, 2013).

Üretim sürecinde kontrolü arttırmak amacıyla bilimsel bilgiyi kullanan kapitalist üretim sistemi elektrikli dokuma tezgâhı ile daha hızlı ve ucuza ürün üretimine başlamıştır. Bu gelişme neticesinde daha yüksek bir kar oranına ulaşma imkânı doğmuştur. Bu tezgâhta tüm iş makinenin kendisi tarafından yapılmakta zanaatkarın bilgisine ve zanaatkar aileye ihtiyaç duyulmamaktadır. İşin hazırlık aşamasından mamul hale getirilmesine kadar olan süreci bir bütünlük içinde hazırlayan ve bunu yürüten

zanaatkarın yerine bu işi artık makine yapmaktadır. Üretime dair bilgiye sahip zanaatkara da ihtiyaç kalmamıştır. O nedenle yönetmek için nitelikli değil vasıfsız bir insanın olması yeterlidir. Bu sektörde fazla bir vasfa sahip olmayan insana duyulan ihtiyaç, vasıflı zanaatkarın işsiz kalmasına neden olmuştur.

Vasıfsızlaşmanın nedenleri olan teknolojik yenilik ve iş bölümü, daha önce üretimi planlayan ve yürüten zanaatkarın üretim sürecine yabancılaşmasına yol açmaktadır. Bu süreçte zanaatkar, kolaylıkla ikame edilebilecek bir pozisyona gelmiştir. Önceden ücretli sistem altında usta dokumacı veya tüccar üretimle ilgili talimatları dokumacıya vermekteyken şimdi kendisine ihtiyaç kalmaması nedeniyle dokumacı devreden çıkmış olmaktadır. Bu durumda üretim sürecini doğrudan kontrol eden usta dokumacı veya tüccar olmaktadır.

Zamandan ve emekten yapılan tasarrufla daha fazla karın elde edildiği bu sistemde bir ya da iki kişi tüm sistemi yürütmek için yeterli olmaktadır. Sonuç olarak dokumacı yalnızca niteliklerini kullanma durumundan uzaklaşmamakta aynı zamanda yerinden edilerek dokuma sektörünün de dışına itilmektedir.

Makinenin üretkenliği, insanın emek gücünün üretkenliğinin yerini almıştır. Makine kendisini çalıştıran gücü içerdiğinden kas gücünün değeri düşmektedir. Önceden, aile içinde gerçekleştirilen üretimde herkes işin farklı bölümleri üzerinde bir sorumluluğa sahiptir ve bu işin sonucunda aile adına tek bir gelir edilmektedir. Dokumacı elektrikli tezgâhta ücretli olarak çalışmaya başladığında ise bir tek insanın emek gücünün değeri söz konusu olmaktadır. Artık ailenin diğer bireyleri de ailenin geçimini sağlayabilmek için çalışmakta, diğer taraftan sermaye sahibi için de artı değer üretmektedir.

El tezgâhı dokumacılarının becerilerinin bir değeri ve hükmü artık kalmamıştır; makineleşme onları geleneksel bilgilerinden ve üretimdeki rollerinden uzaklaştırmıştır.

Dokumacılardan yeterli sermayesi olmayanlar el tezgahlarını satmış elektrikli tezgâhta çalışmaya başlamış, olanlar ise kendi elektrikli tezgahlarını alarak üretime başlamışlardır.

Burada ayrıca karşımıza yeni beceri öğrenme ile ilgili bir durum ortaya çıkmaktadır. Elektrikli tezgâhta çalışmaya başlayan zanaatkar ise makineyi nasıl çalıştıracağını öğrenmiştir.

Yukarıda kategorilere ayrılan üretim örgütlenmeleri arasında geçişkenlikler mevcuttur. Sermaye sahibinin çıkarına göre şekil alan bu durumda bir taraftan üreticinin üretim araçlarından mahrum kalmasıyla başlayan, ürün üzerinde sonra da üretim üzerindeki hakimiyetin kaybıyla devam eden bir süreç söz konusuyken, bir taraftan da De Neve'in (2005) Tamil Nadu-Bhavani bölgesinde faaliyet gösteren el tezgâhı endüstrisinden verdiği örnekte olduğu gibi parça başı iş üzerinden dokumacı çalıştıran atölye sahipleri tezgahlarını usta dokumacılara kiralamaya ya da satmaya başlamışlardır. Böylelikle üretim sürecini yönetme tüccardan usta dokumacıya devrolmuştur. Bunun tam tersi bir durumun da söz konusu olabileceği bir akışkanlık üretim ilişkilerinde mevcuttur. Dokuma endüstrisindeki üretim ilişkileri, emeğin üzerinde sağlanan kontrol derecesine göre değişim göstermektedir.

Bunkar: *The Last of Varanasi Weavers* (2018), adlı belgeselde, şehirde 600-700 bin zanaatkar varken şimdi 50 bin kişinin zor bulunduğu belirtilmiştir. Eğer bu böyle giderse belki 50 yıl sonra insanların gerçek dokumacıları bilet satın alarak görecekları bir durumun oluşacağından duyulan endişe belirtilmiştir.

Son 10-15 yılda kullanılmaya başlanan sentetik materyaller dokumada bozulmaya yol açan nedenlerden bir diğeridir. *Sarıdaki* süsleme olan brokarın elektrikli tezgâhta artan bir şekilde kullanılıyor olması nedeniyle dokumacılar daha kısa sürede bitirecekleri kolay desenleri seçmektedirler. Ayrıca, dokuma desenlerinin tüccar tarafından bildirilen

desenlere bağlı olması da aynı şekilde sarinin köklerinden uzaklaşmasının nedenlerinden biridir.

4.4. Sari  reticisinin Yabancılaşması

Marx'ın yabancılaşmaya dair kavramsallaştırmasını hatırlayarak üreticinin ürüne, üretim sürecine, insanlığa yabancılaşması ve türsel yabancılaşma hususları değerlendirildiğinde, kitle tüketimi için yapılan makineli üretim, birkaç kuşak boyunca devam eden bir beceri kaybına yol açmakta olduğu belirtilmelidir. Piyasa odaklı üretim sisteminin, zanaatkârın üretim eylemi üzerinde belirleyici bir etkisi bulunmaktadır.

Yukarıda bahse konu araştırmalar ışığında varılan sonuç, ekonomik ve toplumsal ilişkilerdeki değişimin el tezg hına dayanan dokuma endüstrisi üzerindeki üretim ve dolaşım ilişkileri üzerinde belirleyici olduğudur. Önceden  retim araçlarının mülkiyetine sahip olan zanaatkar artık bu sahipliği kaybetmektedir.

Varanasi'de dokumacılık, ülkenin geri kalanında olduğu gibi aile içinde yapılan bir iştir (Wood, 2014: 49). Ailenin tüm bireyleri üretim farklı süreçleri ile ilgilenmekte ve çalışma eylemi günlük hayatın akışı içinde gerçekleşmektedir. Aynı zamanda iş yeri olan evde ocuk farkına varmadan kendine verilen sorumlulukları yerine getirirken, kimi zaman oyun içinde eğitim almaktadır.  ğrenme sürecinin günlük yaşamın bir parçası olması nedeniyle insanlar işi ne zaman öğrenmeye başladıklarını bilmemektedirler (Basole, 2012: 105; Wilkinson-Weber, 1999: 131). İnsanın kendisini işe adamasına bağlı olarak çalışmaya başlamak için gerekli süre insandan insana değişmekle birlikte öğrenme hayat boyu devam etmektedir.  ğrenmek isteyenlerden hiçbir zaman ücret alınmadığı bu geleneksel eğitim biçimine günümüzde ise bir talebin olmadığı belirtilmiştir.

Dokuma  ncesi ve sonrasına ait süreçler önceden dokumacı aileye iselken bu süreçlerin dışsallaşması sonucu üretim süreci parçalanarak iş bölümü ve dolayısıyla farklı iş kolları ortaya çıkmıştır. Hammadde alımından hangi desenin ve rengin uygulanacağına,

ne kadar düğüm atılacağına, nasıl çalışılacağına karar veren dokumaya dair bilgi ve beceriye sahip olan kişi zanaatkarken günümüzde bu durum değişime uğramıştır. İş sürecinde iş bölümü nedeniyle parçalanma söz konusudur; yani üretim öncesi yapılan hazırlık, üretim aşaması ve üretim sonrası pazarlama kısmı farklı insanlar tarafından yapılmaktadır. Aile yapısını da etkileyen bu dönüşüm, farklı sınıfların ve iş bölümünün oluşması üzerinde belirleyici olmuştur. Mesela kadın ve çocukların dokuma işleminin hazırlık ve dokuma sonrası aşamalarında sorumlulukları bulunmaktadır (Raman, 2013: 33). Ancak günümüzde kadınlar hane dışındaki yerlerde nakış veya dokuma süreciyle ilgili diğer işleri aracı veya tüccardan gelen taleplere göre yapmaktadır. Bir taraftan da, bahsedilen bu aşamalar bazı durumlarda hane halkının dışındaki insanlara ücret karşılığında yaptırılmaktadır.

Günümüzde üretim ilişkilerini yeniden organize edilmesi nedeniyle emekle ilgili süreç değişim göstermiştir (Shaw, 2015: 48). Üretim ve dolaşıma ait sürece çok sayıda kademe dahil olmaya başlamıştır. Ancak bu kademeler içinde en karlı olan tüccar ve aracıyken en kırılgan kesimi el dokuması üreticileri oluşturmaktadır. Bütün bunlar birkaç kuşak sonra beceri kaybına yol açmaktadır.

Ayrıca düşük ücret dokumacının başka iş alanlarına geçmesine neden olmuştur (Tripathy, 2008). Ciotti'nin (2006) Varanasi'deki *sari* üretimi yapan Chamar dokuma topluluğu hakkında yaptığı bir araştırmada, 1990'ların başından itibaren, zanaatın zayıflaması ve dokumacıların mesleklerini bırakarak vasıfsız gündelik işçiler arasına katılmasıyla el dokuma *sari* endüstrisinin ivmesini kaybettiğinden bahsetmektedir.

İşlerini kaybederek tuktuk (üç tekerlekli motosiklet taksi) sürücüsü, işçi, seyyar satıcı olarak çalışmaya başlayan (Amir, 2016: 330) ya da iş bulmak amacıyla başka şehirlere göç eden dokumacılar yaşadıkları coğrafyaya yabancılaşırken hayatta kalma amacıyla para kazanma hedefi taşımaları nedeniyle insanlığa karşı yabancılaşmanın yanı

sıra türsel bir yabancılaşmaya da uğramaktadırlar. Esasen ellerini korumak için ağır tarım işleriyle uğraşmayan dokumacının ailesinin ve kendisinin geçimini sağlayabilmek amacıyla inşaat işçiliği yapmasının (Parthasarathi, 2001: 221) buna örnek olduğu düşünülmüştür. En can alıcı örnek ise Varanasi’de elektrikli tezgahlar nedeniyle işsiz kalan insanlardan biri olan 30 yaşındaki bir el tezgâhı dokumacısının hayati bir sıvı olan kanını geçimini sağlayabilmek amacıyla satması nedeniyle nihayetinde hayatını kaybetmesidir (Vora, 2015) Bunların dışında hayata karşı yabancılaşmayı gösteren intihar vakaları söz konusudur. Basında yer alan haberlere göre Varanasi’de 2000 yılında 60, 2014-2016 yılları arasında 50 işsiz kalan dokumacı intihar etmiştir.

4.5. Kültürel Ürünün Metalaşması

Daha ucuz sarilere olan talep, elektrikli dokuma tezgâhı *sarilerini* popüler hale getirerek el dokumacılarının rekabet etmesini zorlaştırmışken son yıllarda, el dokuması kumaşlar ön plana çıkmaya başlamıştır.

Jena (2010b), Hint toplumunun bir parçası olan el sanatlarına yönelik Batı’dan gelen yüksek talepten bahsetmektedir. Bu talebin nedenlerine baktığımızda, öncelikle Modernizmin geri plana ittiği geleneksel üretim ve bu üretime has ürünlerin, sermaye birikiminde yeniliğe giden kapitalizmin genelleştirilmiş yeniden meta üretimi kapsamında ekonomiye dahil edilmiş olduğu görülmektedir. Ayrıca, bu kapsamda kitlesel üretilmiş standart-homojen ürünlerin karşısında Hindistan’a ait zengin kültürel ürünler farklı ve heterojen nitelikleriyle günümüzün tüketim kalıpları çerçevesinde yerinde bir tercih olmaktadır.

Tyabji kendisi ile The Indian Express adlı gazetede yapılan bir röportajda (Chisti, 2016) *sari* üzerinden geleneksel giyimin ülkede geçirdiği dönüşümü anlatırken; 1960'lara değin, el dokuması kumaştan giysilerin Hint kimliğiyle duygusal bir bağının bulunduğundan bahsetmiştir. İleriki yıllarda ise Hindistan’ın dünyaya açılmaya

başlamasıyla ülkede bir değişimin söz konusu olduğunu ve farklı bir estetik anlayışın ortaya çıktığını söylemiştir. Bu dönemde arzu duyulan Batılı giyim tarzını zararlı bulmamış ancak bu yönelimle birlikte Hindistan'ın kendi ustalarının ve kıyafetlerinin aşağı görülürken sentetik giysilerin yüceltildiğini ifade etmiştir.

Bunun yanı sıra dünyaya açılma yönünde politikaların uygulanmasının el dokuması üzerinde farklı yönde bir etkisi de olmuştur.

Hintli yöneticilerin bilinçli bir tercihi olan küresel düzen içinde kimliğini belirginleştirerek varlığını öne çıkarma arayışına karşılık gelen bu durumda tarih, gelenek, kültür, kültürel ürün ve zanaatkar ön plana çıkarılmaktadır. Güçlü bir gelecek kurmak amacıyla geçmişi yeniden canlandırarak Hintli olmaya dair kültürel unsurlar üzerinden bir marka değeri oluşturulmaktadır.

Bunun arka planına bakıldığında Kuldova (2014: 271) 2008 yılında dünya çapında yaşanan mali krize atıfta bulunmaktadır. Bu krizle Hintlilerin gözünde bir zayıflama yaşayan Batı, gelenekten uzak, kültürel mirası olmayan, sorumsuz ve gerçekten gurur duyulabilecek şeylerden yoksun bir yer olarak tanımlanmıştır. Bu krizin etkilerinden uzak kalma 1960'lara uzanan korumacı politikalar nedeniyle küresel ekonomi içine çok fazla dahil olmamaya bağlanmıştır. Ekonomik bir gelişme seyrinde olan Hindistan için bu doğrultuda, "*Hintli olmaktan gurur duyulduğunun*" öne çıkarıldığı bir politik slogan olmuştur. Ülkenin manevi ve tarihsel miras üzerinde yükselen bu slogan ve politikalar Hint moda endüstrisini anlamak için de yol göstericidir.

Moda bağlamında estetiğe farklı açılardan bakan Kuldova (2014: 272), estetiği sosyal değişim ve ideolojideki dönüşümle alakalandırmıştır. Bu değişimde giysiler aracılığıyla ideolojinin yeniden tanımlandığını ve üretildiğini söylemektedir. Böylelikle geçmişin altın çağının giysileri "kraliyet şıklığı" ve "etik moda" adı altında yeniden

ortaya çıkmış, sembol ve göstergelerle Hintli olmaya dair bir anlatı oluşturulmaya başlanmıştır.

Günümüzde moda endüstrisinde mitoloji ve tarihsellik üzerinden değer yaratılmakta; tasarımlar metaları estetikleştirerek onlara bir gösterge değer kazandırmaktadır.

Kültürün metalaşmasını ve kültürel ürün üzerindeki estetikleşmeyi karşılayan bu durum yerel görünse de aslında küresel bir sürece hitap etmektedir. Bu bağlamda Hintli zanaatkarın emeği üzerinde yükselen moda sadece insanın günlük yaşamında ihtiyaçlarını karşılayan kullanım değeri doğrultusunda giyimi ifade etmemekte, bir taraftan metalaşmayı, fetişizmi, şeyleşmeyi, gösterge tüketimini ve sahte ihtiyaçları, öbür taraftan sürdürülebilirliği, kalkınmayı, küreselleşmenin ve yerelleşmenin toplumsal olarak inşa edilmesini temsil etmektedir.

Her ne kadar geleneksel üretim tarzı ve el dokuması kumaş Hint toplumuna içsel olsa da kapitalizm doğası gereği kendi sermaye mantığını girdiği yerlere götürmektedir. Bu gelişmeleri bundan dolayı kapitalizmin sermaye birikim ve aktarım süreci bağlamında düşünmemiz gerekir (Uzgel, 2019).

Sanayileşmenin ve sonrasında Fordist üretimin etkisiyle ortaya çıkan kitlesel üretimin homojen ve standart ürünlerinin antitezi olan heterojen ve çeşitliliği çok olan geleneksel giysiler, hayatın estetikleştirilmesi, tüketimin arttırılması ile paralellik taşıyan Postmodern döneme ait tüketim alışkanlığı çerçevesinde bir ülkeye, bölgeye ya da şehre içselken, kalkınmada bir araç olarak kullanılmaya başlanmış ve metalaşmıştır.

Her ne kadar geçimini sağlayabilmesi için bir kazanç kaynağı olsa da emek gücünü tasarımcıya ücret karşılığı kiralayarak işçileşen zanaatkar, kimi zaman moda gösterilerinde meta fetişizmini destekleyecek gösterim nesnesi olarak sahneye çıkarılmaktadır. Sonuç olarak zanaatkar “şeyleştirilmiş” bir kategori haline gelmiştir.

Zanaatkar üretim araçlarına sahip olmadığı için artık o ürünün de sahibi değildir ve kendi ürettiği ürüne yabancılaşmaktadır. Bunun yanı sıra zanaatkarın emek gücü ile yaratıcı eylemini ortaya koyduğu geleneksel ürünün üretimindeki geçmişe ait bilgi, üretim yöntemi, ürünün taşıdığı bağlam ve anlam gözden uzaklaştırılarak, ürün lüks tüketime ait bir meta olarak tüketiciye sunulmaktadır. Ancak bu gelişmelerin kültürel ürünü yaşatmak için olumlu olarak değerlendirilen tarafları da söz konusudur.

Kültürel ürünlere yeni bir değer kazandırılmaktadır. Bu nesnelere duyulan ihtiyaç ise nesnenin kendine içsel olan bir durumla değil, fetişizmle alakalı hale gelmiştir. Satılan şey bir “ürün” olmaktan çıkıp, artık onun aura'sı olmaktadır (Outka, 2008). Metadaki kültürel otantiklik tüketiciyi bir kültürel söylemi, yaşam tarzını satın almaya yönlendirmektedir. Bu bağlamda tüketim odaklı postfordizm, bireyleri kültürel metalar yoluyla etkisi altına almakta ve sonuç olarak kültür de şekleştirmektedir.

Tüketici açısından bu duruma baktığımızda, toplumla ilişkisi değişen birey de “sahte ihtiyaçlar” sonucu yaptığı tüketim neticesinde kendisini ancak sahip olduğu o mallarla değerli bulur hale gelmektedir (Marcuse, 1990: 8).

Hint moda endüstrisini irdelerken küreselleşme boyutunda dünyanın farklı mekanlarında tüketici ile kurduğu ilişki de dikkate alınmalıdır. Yerelliğin sınırlarının genişlemesi ve bazı yerel uygulamaların ve kurumların küresel hale gelmesini içeren makro yerelleşme kavramı yabancı moda gösterilerinde sunulan ve ayrıca Hollywood yıldızları tarafında giyilen Hint modacılar tarafından tasarlanan *sarileri* açıklamak için başvurulabilecek bir kavram olarak düşünülmüştür.

Makro yerelleşme kavramını kullanan Khondker (2004), Robertson'un “glokalleşme” kavramsallaştırmasını temel alarak yerelin ve yerelleşmenin eşzamanlı olarak küreselleşmesinden yola çıkarak yerelliğin sınırlarını genişletmesini ve bazı yerel fikirleri, uygulamaları ve kurumların küresel hale gelmesini içeren bu durumu makro

yerelleşme kavramı ile açıklamaktadır. Mazzarella'nın (2005: 17) sözleri de Khondker'i destekler niteliktedir: "Yerel küresel olarak inşa edildiği gibi, küresel de yerel olarak inşa edilir."

Uzgel (2017), önceden Doğuyu endüstrisizleştiren Batının şimdi kendisini endüstrisizleştirerek Doğuyu üretim merkezi haline getirdiğini söylemiştir. Dünya çapında birçok hazır giyim markasının Hindistan'da yatırımı mevcuttur. Zara ve Mango (İspanya), Promod (Fransa), Benetton (İtalya), Forever 21 (ABD) gibi kitlesel üretim yapan firmaların yanısıra yüksek kaliteli ve pahalı ürünler satan Chanel, Lanvin, Elie Saab ve Valentino (Tewari, 2016), Julien MacDonald, Stella McCartney, Alexander McQueen ve Paul Smith Hindistan'da üretim yapan ve ürünlerinde Hint kumaş ve nakışını kullanan markalardır (Frings, 2005). Yalnızca ucuz işgücü nedeniyle değil, aynı zamanda kumaş, desen, renk, model ve nakışta Batı modasından ve giyim tarzından farklılık göstermesi ve kendi içinde de bölgesel, dini farklılıkların kumaşa, desene, giysiye yansması sonucu heterojen bir yapının olması nedeniyle Hindistan, homojen ürünler yerine tüketiciye farklılık sunmak isteyen modacılar için yerinde bir seçenek haline gelmektedir. Bunların yanı sıra Hint tasarımcıları da küresel iş birlikleri gerçekleştirmektedirler. Tasarımcı Sabyasachi, Fransız ayakkabı tasarımcısı Christian Louboutin ile birlikte üretim gerçekleştirmektedir. Ayrıca sokak modası/hızlı tüketim ürünleri ile bilinen H&M markasıyla 2021 yılında yaptığı iş birliği²⁹ kapsamında

²⁹ https://www2.hm.com/en_in/free-form-campaigns/6231-sabyasachi-x-hm.html

Söz konusu iş birliği zanaatkarlar ve kimi STK'lar tarafından bazı açılardan eleştirilmiştir. Ayrıntılı bilgi için: Sabyasachi'ye Açık Mektup: <https://dastkarihaat.com/blogs/dastkari-haat-celebrates-its-35th-year-of-working-with-india-s-crafts-persons/an-open-letter-to-sabyasachi-mukherjee-on-behalf-of-the-artisan-sector> Sabyasachi'nin Açık Mektuba Cevabı: <https://www.news18.com/news/buzz/sabyasachi-responds-to-open-letter-from-indian-artisans-over-hm-collaboration-4098362.html>

Hindistan'a ait elde yapılan desenler ve giysi modelleri ile *sari* fabrikasyon üretimle markanın dünya çapındaki çevrim içi ve dışı mağazalarında satışa sunulmuş ve büyük bir talep görmüştür. Her ne kadar fabrikasyon olsa ve üretimde zanaatkarın bir emeği söz konusu olmasa da farklılık isteyen tüketici için Hindistan'a ait renkli-heterojen giysiler küresel tüketici için bir cazibe kaynağı olmuştur.

Elizabeth Outka'nın halihazırdaki paradoksal kültürel-ticari yapı için kullandığı "metalaştırılmış otantik" terimi, mevcut bağlamda moda endüstrisinin altında yatan eğilimleri anlamak için kullanılabilir.

Hindistan el dokumasının metalaşmasına dair bir başka boyut ise Çin bağlamında karşımıza çıkmaktadır. Ülkeye ait diğer dokuma ürünleri ve desenlerinde olduğu gibi Varanasi sarisi de Çin'deki fabrikalar tarafından Hindistan'ın ve dünyanın tüketimi için üretilmekte ve pazarlanmaktadır. Zanaat ürünü hayatta kalmaktadır, ancak bu hayatta kalış zanaatkarın üretimine dayanmayan, ürün ile üreticinin bağının koptuğu ve meta üretimine konu olan bir üretimle olmaktadır.

Çin malı sarilerin yanı sıra makine üretimi sariler de “el yapımı” olarak Hindistan'da satılmaktadır. El dokuması kumaş üretimini korumak amacıyla “el tezgâhı işareti” gibi sertifikasyon programı mevcut olmasına rağmen, yasaların uygulanmasındaki yetersizlikler nedeniyle işlevselliği eksik kalmaktadır. Bu koşullarda, ayrıca üretime dair yerel bilginin korunarak ticari hale getirilmesi olan coğrafi işarete *Varanasi sarisi* sahip olsa da bu işaretin işlevselliği konusunda da sorunlar mevcuttur. İşaretin alınması sürecinde büyük tüccar ve usta dokumacıların hakimiyeti söz konusu olmuş ve bireysel zanaatkar bu sürecin dışında kalmıştır.

Coğrafi işaret, el dokuması *Varanasi sarisini* makine üretiminden ve Çin'den koruma işlevi taşısa da usta dokumacıların elektrikli tezgâha yatırım yapmaları nedeniyle bu amaca ulaşamamaktadır (Basole, 2014) İnsanların önceliğinin yaşamsal ihtiyaçlarını

karşılmak olması nedeniyle ürettikleri ürünün el dokuması mı yoksa makine mi olduğu piyasa koşullarında çok önem taşımamaktadır.

4.6. Covid-19 Dönemi

Covid-19 salgınını en ağır şekilde yaşayan ülkelerden biri olan Hindistan'da dokumacılık sektörü de salgının sonuçlarına maruz kalmıştır. Ülkede 2020 yılı başında uygulanan üç ay süren tam kapanma ve sokağa çıkma yasağı sürecinde zanaatkar hammadde alım kaynaklarına ulaşamadığı gibi pazar bağlantılarını kaybetmiştir³⁰ Sezonluk perakende satışlara ve siparişlere bağımlı olan zanaatkarların çoğu sipariş alamadığı için ekonomik olarak çok güç durumlara düşmüştür. Bu süreçte zanaatkarların ürünlerini sattıkları fuarlar iptal edilmiş, günlük ortalama üç bin kişinin ziyaret ettiği tarihi boyunca hiç kapanmamış olan Dilli Haat açık hava pazarı 2020'de üç aydan uzun süre, 2021'in ilk yarısında iki ay kapalı kalmıştır.

Bu süreçte, ekonominin yeniden toparlanmasını "kendi kendine yeten Hindistan" anlamına gelen "Atmanirbhar Bharat" sloganı altında Hindistan'da el dokuması kumaşı da içine alacak şekilde formüle eden hükümet tarafından, bazı kayda değer girişimlerde bulunulmuştur. Tekstil Bakanlığı zanaatkarların ürünlerini doğrudan pazarlayabilecekleri bir çevrim içi alışveriş sitesini faaliyete geçirmiştir³¹. Bu girişimin bir benzeri, Kabile İşleri Bakanlığına bağlı 1960'ta kurulmuş bir kooperatif olan "TRIFED"ın yönettiği "tribesindia" adlı e-ticaret sitesi bu dönemde uluslararası alana açılmıştır. Bunların yanı sıra, söz konusu kooperatifin ürünlerinden coğrafi işaretli olanların Hindistan'ın

³⁰ <https://timesofindia.indiatimes.com/city/varanasi/startup-to-provide-technical-support-to-handloom-weavers/articleshow/85255401.cms>

³¹ <https://www.india.gov.in/spotlight/government-e-marketplace-procurement-made-smart#tab=tab-1>

yurtdışındaki yüzden fazla diplomatik misyonunda tanıtılması amacıyla Hint Dışışleri Bakanlığı ile Kabile İlişkileri Bakanlığı ortak bir girişim başlatmıştır.³²

Ayrıca tüketicilerin zanaat ürünlerini satın almaya yönlendirmek amacıyla #Vocal4handmade sloganıyla Hükümet tarafından bir kampanya başlatılmıştır. Bu süreçte ayrıca, ülke genelinde devlet destekli otuz sekiz açık hava pazarı organize edilmiş, yirmi üç e-ticaret sitesi faaliyete geçmiştir³³.

Önemli dijital küresel ticaret mecralarından Amazon India zanaatkarlara ürünlerini pazarlama imkânı sağladığı sayfası “Karigar”da, Hindistan’da “mela” olarak adlandırılan büyük fuarları bu kere çevrimiçi olarak gerçekleştirmiştir. İki büyük kooperatif olan “Dastkar” ve “Dastkari Haat Samiti” ilk defa e-ticaret sitelerini faaliyete geçirmişler ve yüz yüze alışverişin gerçekleştiği fuarların yanı sıra faaliyetlerine çevrimiçi olarak da devam etmeye başlamışlar, ayrıca yeni dönemde zanaatkarların becerilerini yeni normalde geliştirmelerini sağlayacak eğitimler vermişlerdir.

³² Ayrıntılı bilgi <https://pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1742663>

³³ <https://pib.gov.in/Pressreleaseshare.aspx?PRID=1695173>

SON BÖLÜM: SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüze kadar evrilerek gelen tarihsel süreçte kapitalist üretim ilişkileri içinde kültürel üründe yaşanan metalaşma, çeşitli düzeylerde artarak devam eden bir yabancılaşmaya yol açmıştır. Kapitalist üretim ilişkileri içinde karı maksimize edebilmek için satış hacmini arttırmayı amaçlayan ve üreticiyi anonimleştiren metalaşma kaçınılmaz olarak devam eden bir süreç ve evrensel bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sanayi Devrimi ile birlikte başlayan kapitalizmin halihazırda geldiği noktada üreticinin ürün ve tüketici ile yaşadığı bir kopuş söz konusudur. Bu kopuş üretim süreci üzerinde kontrolü bulunan, müşterisini seçme özgürlüğüne sahip çini sanatçısı için söz konusu değilken diğer üretim örgütlenmeleri altında çalışanlar için yoğunluğu artan bir şekilde kendisini göstermektedir.

Üretimin toplumsal örgütlenmesinde yer etmiş olan metalaşma ve yabancılaşmayı derinleştiren etkinin olabildiğinde azaltılması yani kültürel ürünün asli değerinin korunabilmesi ve üreticisi ile arasındaki bağı gerektiği şekilde muhafaza edilebilmesi amacıyla, kaçınılmaz olan bu metalaşma sürecinin kontrollü bir şekilde gerçekleştirilmesinin sağlanması karşı karşıya bulunulan bir sınamadır.

Bu bağlamda, ihtiyaç doğrultusunda farklı kullanım biçimlerine yönelik çeşitlendirilerek günlük hayatın bir parçası haline getirilmesinin kültürel ürünün yaşamasını sağlarken aynı zamanda tüketicinin kültürel ürüne karşı yaşadığı yabancılaşmayı azaltacağı değerlendirilmektedir.

Aynı doğrultuda üretici ile tüketici arasındaki bağı kurulabilmesi toplumsal iş birliğini gerektiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hane halkının üretimin farklı aşamalarında yer aldığı ev eksenli çalışma örneğinde olduğu gibi zanaatkarlığın bir yaşam biçimine dönüştürülmesi, tüketicinin üretim

sürecini, harcanan emeği görebileceği şekilde çalışma mekânının düzenlenmesi söz konusu toplumsal iş birliğini gerçekleştirecek, üreticinin ürünüyle bağının koruyacak ve tüketicinin de kültürel ürün ile bağ kurmasını sağlayacak bir model olarak değerlendirilmektedir. Böyle bir üretim mekânında nesilden nesile devredilecek veya usta çırak ilişkisi içinde devam edecek olan bilgi aktarımının sanatın devamında ve kültürel ürünün yaşatılmasında çözüme bir ölçüde katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Bu meyanda, kapitalizmin genişlemesine hız kazandıran küreselleşme sürecinin eş zamanlı olarak geliştirdiği, bireyi güçlendiren dijitalleşme gibi teknolojik süreçler de fırsat sunmaktadır.

Bu çerçevede, kültürel ürünü ele alırken sadece kendi iç dinamiklerinden yola çıkarak bir analize gitmek yeterli olmayacağından araştırmanın temelini teşkil eden Türkiye özelinde kültürel ürün olarak Kütahya çinisinin üretim ilişkilerinin analizi ile yetinilmemiş küresel ölçekte bir örnek olarak Hindistan ele alınmıştır.

Türkiye’de bazı telafi edici adımlar atılmakla birlikte Hindistan örneğinden ilham alınabilecek bazı uygulamalar görülmektedir. Merkezi hükümet, eyaletler, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları nezdinde gerçekleştirilen üretici ve tüketicinin aracı olmadan bir araya gelmesini sağlayan çevrim içi ve çevrim dışı örnekler mevcuttur.

Hindistan’da uygulanan üretici ile tüketiciyi doğrudan buluşturan zanaatkarların katıldığı açık hava pazarları ve yurtdışına satışın da gerçekleştirildiği çevrim içi platformlar Türkiye’de de uygulanabilecek ilham verici örnekler olarak düşünülmektedir. Ayrıca yine tüketici ile üreticiyi ortak bir platformda buluşturan günümüzde yükselen dijitalleşmeyle ilişkinin kurulabilmesi için iletişim teknolojileri imkanlarına sahip olmak ve bunları kullanma becerisi kazanmak önem taşımaktadır. Devlet tarafından alınacak tedbirler ve sağlanacak eğitim programlarıyla bu süreç desteklenmelidir.

Sanayi kapitalizmi üretim, neoliberal kapitalizm finans üzerinden sermaye birikimini gerçekleştirmiş ve üretim ilişkileri bu doğrultuda değişime uğramıştır. Yeni dönemde bilginin ekonomikleşerek yeni sermaye birikim şekli olmasıyla alakalı olarak zanaatkarın emeğinin yaşayacağı dönüşüm ve mülkiyet ilişkilerinin alacağı şeklin yeni bir araştırma konusu olabileceği değerlendirilmektedir.



KAYNAKÇA

Kitaplar:

- Adorno, T., ve Horkheimer, M., (2002), **Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments**, Stanford California: Stanford Universitesi.
- Adorno, T., (2004), **Negative Dialectics** (Çev. E. B. Ashton). London & New York: Routledge.
- Adorno, T., (2008), **Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi**, İstanbul: İletişim.
- Aksungur, M., (1989), **Çiniciliğin Kütahya'nın Sosyo-Ekonomik Yapısındaki Yeri**, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.
- Alpkaya, G.ve Alpkaya, F., (2004), **20. Yüzyıl Dünya ve Türkiye Tarihi**, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Adamson, G., (2013), **The Invention of Craft**, London: Bloomsbury.
- Artun, A., (2014), **Sanat Emeği: Kültür İşçileri ve Prekarite**, İstanbul:İletişim Yayınları.
- Aslanapa, O., (1949), **Osmanlı Devrinde Kütahya Çinileri**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi.
- Baudrillard, J., (1997), **Tüketim Toplumu** (H. Deliceçaylı ve F. Keskin, Çev.), İstanbul: Ayrıntı.
- Baudliard, C., (2004), **Modern Hayatın Ressamı**, (A. Berktaç, Çev.), İstanbul: İletişim.
- Baudrillard, J., (2009), **Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri**, (Çev. O. Adanır ve A. Bilgin, Çev.), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2010), **Nesneler Sistemi**, (O.Adanır, Çev.), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Bauman, Z., (2005), **Bireyselleşmiş Toplum**, (Y. Alagon, Çev.), İstanbul: Ayrıntı

- Benjamin, W., (2000), **Pasajlar**, (A. Cemal, Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bilgi, H. (2006), **Kütahya Çini ve Seramikleri**, Suna İnanç Kırac Vakfı Koleksiyonu.
- Bocoock, R., (1997), **Tüketim**, (İ. Kutluk, Çev.), Ankara: Dost Kitabevi.
- Bozdemir, M., (2011), **Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Endüstriyel Mirasımız**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Castells, M., (2005), **Ağ Toplumunun Yükselişi** (E. Kılıç, Çev.), İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cevizci, A., (2000), **Paradigma Felsefe Sözlüğü**, İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Çini, R., (1991), **Türk Çiniciliğinde Kütahya**, İstanbul: Uycan Yayınları.
- Ingold, T., (2013), **Making: Anthropology, Archaeology, Art and Architecture**: Routledge,
- Debord, G., (2012), **Gösteri Toplumu**, (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dellaloğlu, B., F., (2001), **Frankfurt Okulu'nda Sanat ve Toplum**, Theoria Dizisi. İstanbul: Bağlam Yayınları
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1999), **Tüketimin Antropolojisi**, (E.A. Aytakin, Çev.), İstanbul: Dost Yayınları.
- Doğan E.T., (2013), **Dünden Bugüne Zanaatkârlık: Cam İşçiliği Örneği**, Ankara: Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi Yayınları.
- Dönmezer, S., (1999). **Toplumbilim**, İstanbul: Beta Yayınevi.
- Faroqhi, S. (2018), **Osmanlılar Kültürel Tarih**. (Ç. Sümer, Çev.) Ankara: Akılçelen Kitaplar.

- FRINGS, G.S., (2005), **Fashion: From Concept to Consumer**, New Jersey: Pearson.
- Giddens, A., ve Pierson, C., (2001), **Modernliği Anlamlandırılmak**, (M. Sağlam ve S. Uyrkulak, ev.), İstanbul: Alfa Yayınları
- Giddens, A., (2004), **Modernliğin Sonuçları** (E. Kuşdil,ev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Glassie, H., (1995), **Traditional Turkish Art Today**. Bloomington; Indiana University Press.
- Glassie, H., (1999), **Material Culture**, Bloomington: Indiana University Press.
- Gök, S., (2015), **Kütahya ini ve Seramikleri 2**, Suna İnanç Kıraç Vakfı Yayınları.
- Hands, G., (2011), **Marx – Kilit Fikirler**, İstanbul: Optimist Yayınlar.
- Haug, W.F., (1986), **Critique of Commodity Aesthetics**, Frankfurt: Polity Press
- Harvey, D., (1999) **Postmodernliğin Durumu** (ev. Savran S), İstanbul: Metis Yayınları.
- Harvey, D., (2008), **Umut Mekânları** (Z. Gambetti, ev.), Metis Yayınları, İstanbul.
- Hodgson, M. G. S., (2001), **Dünya Tarihini Yeniden Düşünmek**, İstanbul:Yöneliş Yayınları.
- Horkheimer, M., (1996), **Akıl Tutulması**, İstanbul: Metis Yayınları.
- Huberman, L., (2000), **Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla**, (M. Belge, ev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kshetrimayum, O., (2018), **Employment and Labour Market in North-East India**, ed. Xaxa vd., Londra: Routledge.
- Köse, Y., (2016), **Dersaadet'te Tüketim (1855-1923)**, (T. Turan, ev.) İstanbul: Tarih Vakfı.

- Kumar, N., (1988), **The Artisans of Banaras: Popular Culture and Identity, 1880-1986**, New Jersey.:Princeton,
- Kumar, K., (2010), **Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma: Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları**, (M. Küçük, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Kuldova, T., (2016), **Luxury Indian Fashion: A Social Critique**, London: Bloomsbury.
- Küçükerman, Ö., (2010), **Sanayi ve Tasarım Yarışında Bir İmparatorluk İki Saray: “Topkapı” ve “Dolmabahçe”**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kürkman, G., (2005), **Toprak Ateş Sır: Tarihsel Gelişimi, Atölyeleri ve Ustalarıyla Kütahya Çini ve Seramikleri**, İstanbul: Suna ve İnan Kıraç Vakfı.
- Lefebvre, H., (1991), **Critique of Everyday Life**, London: Verso.
- Lukacs, G., (2006), **Tarih ve Sınıf Bilinci**, (Y. Öner, Çev.). İstanbul: Belge Yayınları.
- Marcuse, H., (1990), **Tek Boyutlu İnsan** (A.Yardımlı, Çev.) İstanbul: İdea.
- Marx K., (2003), **Kapital 1. Cilt, Ekonomi Politğin Eleştirisi**, Eriş Yayınları.
- Marx, K. ve Engels (2004), **Alman İdeolojisi**, (S.Belli, Çev., Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, K., (2004), **Kapital 2. Cilt, Sermayenin Dolaşım Süreci**, (A. Bilgi, Çev.) Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, K., (2005), **1844 Elyazmaları**, Ankara: Kuban Matbaacılık.
- Marx, K., (2007), **Yabancılaşma**. (K. Somer, Çev.). Ankara: Sol Yayınları.
- Mazarrella, W., (2005), **Shoveling Smoke: Advertising and globalization in contemporary India**, Durham, NC: Duke University Press.
- Meethan, K., (2001), **Tourism in Global Society: Place, Culture, Consumption**, New York: Palgrave.

- Moughalian, S. (2019), **Feast of Ashes, The Life and Art of David Ohannessian**, California: Redwood Press.
- Mutlu, E., (1998), **İletişim Sözlüğü**, Ankara:Ark Yayınları.
- Narasaiah, L., ve Krishna, T., (1999), **Crisis of Handloom Industry**, New Delhi: Discovery Publishing House.
- Ollman, B., (2012), **Yabancılaşma: Marx'ın Kapitalist Toplumdaki İnsan Anlayışı**, (A. Kars, Çev.), İstanbul: Yordam.
- Ollman, B., (2015), **Diyalektiğin Dansı: Marx'ın Yönteminde Adımlar**, (Çev. C.Saraçoğlu, Çev.), İstanbul:Yordam.
- Outka, E., (2008), **Consuming Traditions Modernity, Modernism, and the Commodified Authentic**, New York: Oxford University Press.
- Özlem, D., (2012), **Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi**, İstanbul: Notos Yayınları.
- Riley, N., (2003), **The Elements of Design**, New York: Free Press.
- Roberts, J.M., (2010), **Avrupa Tarihi**, İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Sennett, R. (2004), **Respect in a World of Inequality: The Formation of Character in an Age of Inequality**. Harmondsworth: Penguin.
- Sennett, R., (2012), **Beraber: İş Birliği Ritüelleri Zevkleri ve Politikası**, (İ. Özkürpalpli, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R., (2013), **Zanaatkar**, (M. Pekdemir, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sennett, R., (2014), **Saygı**, (Ü. Bardak, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Öney, G., (1987), **İslam Mimarisinde Çini**, İzmir: Ada Yayınları.
- Öney, G. ve Çobanlı, Z., (2007), **Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı**, Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Özlem, D., (1990), **Max Weber'de Bilim ve Sosyoloji**, İstanbul: Ara Yayınları.

- Panagariya, A., (2003), **India in the 1980s and 1990s: A Triumph of Reforms**, Maryland.
- Polanyi, M., (1966), **The Tacit Dimension**, Garden City, New York: Anchor Books.
- Raman, V., (2010), **The Warp and the Weft: Community and Gender Identity Among the Weavers of Banaras**. New Delhi:Routledge.
- Raman, V., (2013), **Entangled Yarns: Banaras Weavers and Social Crisis**, Shimla: Indian Institute of Advanced Study
- Seçer, Ş., (2011), **Çalışma Yaşamında Zaman**, İzmir: Altın Nokta Yayınevi.
- Şaylan, G. (2002), **Postmodernizm**, Ankara: İmge Kitabevi.
- Thompson, E. P., (2006), **Avam ve Görenek**, İstanbul: Birikim Yayınevi.
- Touraine, A., (1995), **Modernliğin Eleştirisi**, (H. Tufan, Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Tolan, B., (1991), **Toplum Bilimlerine Giriş**, Ankara: Adım Yayınları.
- Törenli, N., (2005), **Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Uysal, A. O., (2006), **Germiyanoğulları Beyliğinin Mimari Eserleri**, Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı.
- Werner S. (1997), **İktisadi Düşünce ve Toplumsal Gelişme**, (M. Özel, Çev.), İstanbul: İz Yayınları.
- Şenel, A., (2006), **Kemirgenlerden Sömürgenlere İnsanlık Tarihi**, Ankara: İmge Yayınevi.
- Yaman, B. (2008), **Osmanlı Saray Sanatkârları 18. Yüzyılda Ehl-i Hiref** İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H., (2008), **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Uzunçarşılı, İ. H., (1932), **Bizans ve Selçukiyelerle Germiyan ve Osmanoğulları Zamanında Kütahya Şehri**, İstanbul: Devlet Matbaası.
- Wilson, A.N., (2002), **The Victorians**, Londra: Arrow Books.

Yüksek Lisans Tezleri

- Kızıllı, M., (2010), **Cumhuriyet Döneminde Kütahya Çinisinde Görülen Uygulama Teknikleri ve Yenilikler**, Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Makaleler:

- Adorno, (2003), “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken”
Cogito Dergisi, Yaz 2003.
- Barışta, H.Ö., (1988), “Türk El Sanatları”,
Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları-975, s.40-42.
- Bayazıt M., Işık, İ., (2012), “Geçmişten Günümüze Kütahya Çiniciliği”,
Batman University Journal of Life Sciences, C.1, S.1, s. 891-898.
- Beyazıt. M. ve diğerleri, (2017), “Kütahya Çiniciliğinde Değişen ve Yok Olan Üretim Yöntemleri”,
Restorasyon, Konservasyon Çalışmaları, S.20, s. 33-41
- Ciotti, M. (2006), ‘In the Past We Were a Bit “Chamar”’: Education As a Self- and Community Engineering Process in Northern India”,
Journal of the Royal Anthropological Institute, 12, s. 899-916.
- Ciotti, M., (2012), “Post-colonial Renaissance: ‘Indianness’, Contemporary Art and The Market in The Age of Neoliberal Capital”,
Third World Quarterly, 33(4), s. 637-655.
- Clark, E.C., (1992), “Osmanlı Sanayi Devrimi, Osmanlılar ve Batı Teknolojisi: Yeni Araştırmalar Yeni Görüşler”,
İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları, s.37-52.

- Crowe, Y., (2006-2007), “Kütahya Patterns: Out of the Blue?”
Transactions of The Oriental Ceramic Society, 71, s. 1-7.
- Çevik, N.S., (2015), “Avrupa Seramik Sanatında Endüstrileşme Süreci ve Cumhuriyet Sonrası Türk Seramik Sanatına Yansımaları”,
Sanat ve Tasarım Dergisi, s.77-95.
- Çıkış, Ş., (2011), “Birinci Ulusal Mimarlık Dönemi İzmir Konutu: Yerellik ve Melezlik”
METU Journal of the Faculty of Architecture, 2011/2 (28/2), s. 45-61.
- Dant, T., (1996), “Fetishism and The Social Value of Objects”,
Sociological Review, S.44 (3) s.495-516.
- Duggan, T.M.P., (2000), Selçuklu ve Osmanlı Sanatında Desenlerin Dili ve Anlamı,
İslam Tarihi, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi (RC CA), s.1-3.
- Erman, D. O. "Cumhuriyet Sonrası Türk Seramik Sanatının Çağdaşlaşma Süreci"
Sanat ve Tasarım Dergisi 1 (2010), s. 77-93.
- Giz, A., (1968), “İslah-ı Sanayi Komisyonu”,
İstanbul Sanayi Odası Dergisi, S.33.
- Graham, R. J., (1981) “The Role of Perception of Time in Consumer Research”,
The Journal of onsumer Research, C. 7(4).
- Gupta, N., (2011), "A story of (foretold) decline:artisan labour in India,"
Global Development Institute Working Paper Series 15611, GDI, The University of Manchester.
- Gülaçtı, N., (2018), “Kütahya Seramik ve Çinicilik Zanaat/sanatının Tarihsel Süreci ve Gerileme Nedenleri”,
Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (58), s.31-40.

- Fuchs, C., Schreier, M., ve van Osselaer, S., (2015), "The Handmade Effect: What's Love Got to Do with It?"
Journal of Marketing, 79 (Mart), s. 98-110.
- Jaiswal, A., (2012), "The Changing Occupational Structure and Economic Profile of Textile Industry of Banaras, Uttar Pradesh",
Journal of Social Sciences, 30:1 s:89–98.
- Jena, P.K. (2010), "Indian Handicrafts in Globalization Times: An Analysis of Global-Local Dynamics"
Interdisciplinary Description of Complex Systems, 8(2), s.119-137.
- Karaca, N., (2020), "Bazı Çini Desenlerine Atfedilen Simgesel Yorumlar"
Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C.10, S.21, s. 9-16.
- Kazgan, G., (2012), "Dünden Bugüne Küreselleşmenin Ekonomik Temelleri",
Turkish Economic Association, Discussion Paper, S.2012/53.
- Keyder, Ç., (1999), İmalat Sektörünün Yapısı (1923-1929), 75 Yılda Çarklardan Chip'lere içinde, ed. Baydar, O., İstanbul:Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Khondker, H., (2004), "Glocalization as Globalization: Evolution of a Sociological Concept",
Bangladesh e-Journal of Sociology, C.1, S.2, s. 1-9.
- Koç, İ., (2010), "İzmir İktisat Kongresi'nin Türk Ekonomisinin Oluşumuna Etkileri", **Atatürk Dergisi**, C.3, S.1.
- Kulak, Ö., (2011), "Karl Marx'ta Yabancılaşma, Meta fetişizmi ve Şeyleşme Kavramları", **Doğu Batı Dergisi Karl Marx Özel Sayısı**, 55(Kasım-Aralık-Ocak), s. 33-61.

- Kuldova, T., (2014), “Designing an illusion of India’s future superpowerdom: of the rise of neo-aristocracy, Hindutva and philanthrocapitalism. The Unfamiliar” **An Anthropological Journal** 4, s. 15–22.
- Liebl, M. and Roy T., (2003), "Preliminary Analysis of Crafts Producers and Crafts Production" **Economic and Political Weekly**, 38 (51/52), 5366-76.
- Mamidipudi, A., & Gajjala, R., (2008), “Juxtaposing handloom weaving and modernity: building theory through praxis” **Development in Practice**, C.18, s. 235-244.
- Mollona, M., (2009), “Made in Sheffield: An Ethnography of Industrial Work and Politics” **Researchgate**, 5.1-201.
- Ortaylı, İ., (2004), “Osmanlı İmparatoru'nda Sanayileşme Anlayışına Bir Örnek: Islah-ı Sanayi Komisyonu Olayı”, **Osmanlı İmparatorluğu'nda İktisadi ve Sosyal Değişim Makaleler I**, s. 463-466.
- Roy, T., (1999), “Growth and Recession in Small-Scale Industry: A Study of Tamil Nadu Powerlooms”, **Economic and Political Weekly**, 34(44), s: 3137-3145.
- Roy, T., (2002), ‘Economic history and modern India: Redefining the link.’ **Journal of Economic Perspectives** 16(3), s. 109–130
- Sayer, R. A. , (2003), “(De-)Commodification, consumer culture and moral economy”, **Environment and Planning D: Society and Space**, C. 21, S.3, s. 341-357.
- Semiz, Y., ve Kuş, R., (2004), “Osmanlı'da Mesleki Teknik Eğitim (İstanbul Sanayi Mektebi 1869-1930)”, **Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, S.15, s.275-295.

- Scarpaci, J., (2016), “Introductory Essay Material Culture and the Meaning of Objects”,
Material Culture, 48. s.1-9.
- Schofield-Tomschlin S, Littrell MA., (2001), “Textile handcraft guild participation: A Conduit to Successful Aging”
Clothing & Textiles Res J. s.19:41
- Schütte, S., ve Kreuzmann, H., (ed), (2015), **Making a Living in Varanasi Social Place and Socio-economic Space**, Centre for Development Studies (ZELF), Berlin: Institute of Geographical Sciences Freie Universität.
- Shaw, T., & Das, A., (2013), “De-skilling in Handloom Sector A study of the handloom Weavers of Varanasi district, Uttar Pradesh in India.”
- Shaw, T., (2015), “A Study of the Present Situation of the Traditional Handloom Weavers of Varanasi, Uttar Pradesh, India”,
International Research Journal of Social Sciences, C.4(3), s. 48-53,
- Srinivasulu K., (1994), “Handloom Weavers’ Struggle for Survival”,
Economic and Political Weekly, 29(36), s. 2331-2333.
- Şahin, F. (1981-1982), **Kütahya'da Çinili Eserler. Atatürk'ün Doğumunun 100. Yılına Armağan Kütahya** içinde, s. 111-170.
- Tripathy, S.G., (2009), “Odisha Handlooms: Problems and Perspectives”,
Orissa Review, s. 54-56.
- Tuna, S., (2012), “Birinci El İşleri Sergisi ve Küçük Sanatlar Kongresi”,
Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları, 0 (5)
- Wadhva, C., (2004), “India Trying To Liberalise: Economic Reforms Since 1991”
The Asia-Pacific: A Region in Transition. Honolulu, s. 259-284.
- Wood, J.M.F., (2014), “Weavers Unravelling: Comparing Associationalism among Handloom Weavers and Boatmen in Varanasi India”

Online kaynaklar

- Acer, (t.y), 1. Ulusal Mimarlık Akımı
https://www.academia.edu/4070668/%C3%96zlem_ACER_I_Ulusal_Mimarl%C4%B1k_Ak%C4%B1m%C4%B1 Son erişim tarihi:07.06.2020
- Blackledge, P., (2011). "Why workers can change the world", Socialist Review.
<http://socialistreview.org.uk/364/why-workers-can-change-world> Son erişim tarihi: 06.01.2021.
- Cox, J., (1998), An Introduction to Marx’s Theory of Alienation, International Socialism,
<https://www.marxists.org/history/etol/newspape/isj2/1998/isj2-079/cox.htm> Son erişim tarihi: 08.02.2021
- Damlıbağ, F., (2015), “Osmanlı Sanayiindeki Rekabet Düzenlemeleri”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 65 (1) , 0-0
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifm/issue/25402/268062>
- Donkin, L., (2001), “Crafts and Conversation: Synthesisi Report for ICCROM”,
https://www.iccrom.org/sites/default/files/2017-12/iccrom_02_craftsandconservation_en.pdf
- Erikson, K., (1986), "On Work and Alienation."
American Sociological Review 51, N.1, s:1-8.
doi:10.2307/2095474. Son erişim tarihi:10.12.2020
- Ürekli, F., (2009), “Sanâyi-i Nefise Mektebi”
İslam Ansiklopedisi, C.36, s.3-97. <https://islamansiklopedisi.org.tr/>
- İznik Çini Web Sayfası

<https://www.iznikcini.com/>

- Raj, P. (2014), Weavers in Varanasi: A Diary of Dying Craftsmen. <https://www.saddahaq.com/weavers-in-varanasi-the-diary-of-a-dying-craftsmanship>

Son erişim tarihi:28.10.2020.

- Ramaswamy, V., (2003) 'Through history' Celebrating craft: a symposium on the state of handicraft. Son erişim tarihi: 23.11.2020

<http://www.indiaseminar.com/semsearch.htm>

- Tewari, B., (2016), "India, the Fashion World's Next Manufacturing Powerhouse?"

Business of Fashion, Son erişim tarihi:13.12.2020.

<https://www.businessoffashion.com/opinions/global-markets/india-fashion-world-manufacturing-powerhouse-garment-textile-industry>

- Uzgel, İ. (2017), "Emperyalizm mi, küreselleşme mi?"

<https://www.gazeteduvar.com.tr/yazarlar/2017/08/28/emperyalizm-mi-kuresellesme-mi> son erişim tarihi: 20.06.2021.

- Yaşar.S., Kuş.R., (2010), Osmanlıda Mesleki Teknik Eğitim: İstanbul Sanayi Mektebi (1869-1930).

<http://www.turkiyat.selcuk.edu.tr> son erişim tarihi: 20.07.2021

Yıldırım. K., "Osmanlı İstanbul'unda Sanayi", Antik Çağ'dan XXI. Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi,

<https://istanbultarihi.ist/202-osmanli-istanbulunda-sanayi> son erişim tarihi: 29.08.2021

Belgeseller:

- The Weavers of Baranasi, (2014),

<https://www.youtube.com/watch?v=s3fMeXOeRj0>

- Weavers of Varanasi, (2018),

<https://www.youtube.com/watch?v=QT4sFQsvzZ0&t=1249s>

- Bunkar: The Last of the Varanasi Weavers, (2018),

https://www.youtube.com/watch?v=_8OWILP5dfU

- Datskari Haat Samiti- Banarasi Sari Weaving, (2019)

<https://www.youtube.com/watch?v=wVHC8Fiktdc>



EK 1: GÖRÜŞME SORULARI

1. Mesleğiniz nedir?
2. Mesleğe kaç yaşında başladınız?
3. Meslekte kaçınıcı yılınızdasınız?
4. Mesleğe nasıl başladınız?
5. Hangi okuldan mezunsunuz?
6. Mesleki eğitimi nerede aldınız?
7. Ailenizde bu işi yapan var mı?
8. Ustanız kim?
9. Çıracak eğittiniz mi? Sayısını hatırlıyor musunuz?
10. Usta çıkardınız mı? Sayısını hatırlıyor musunuz?
11. Yaşadığınız usta çıracılık ilişkisini günümüzdekiyle karşılaştırabilir misiniz?
12. Ustalığa nasıl ulaşılır?
13. Bir işi iyi bir şekilde yapıyor olmak için ne kadar süre çalışmak/öğrenmek gerekir?
14. Günümüzde çinicilik atölye dışındaki yerlerde öğretiliyor mu?
15. Ürettiğiniz ürünün niteliği nedir? (Sanat/zanaat/ fabrika)
16. Hangi tarz ürün üretiyorsunuz? (Ürün çeşidi)
17. Geleneksel üretimi devam ettiriyor musunuz?
18. Üretim tekniklerinde nasıl bir değişiklik oldu?
19. Sizinle birlikte çalışan kaç kişi var, uzmanlıkları ne? İş bölümü var mı?
20. Üretimin hangi aşamalarında söz sahibisiniz?
21. İş süreçlerini kim denetliyor?
22. Bir ürünü ne kadar sürede çıkarıyorsunuz?
23. Sizce ürünü değerli yapan ne?
24. Yaptığınız işi seviyor musunuz?
25. Farklı bir yerde çalışmak ister misiniz?
26. Kendi işyerinizi açmak ister misiniz?
27. İşyeri dışında evde bu işi yapıyor musunuz?

28. Ürünlerinizi nereye/kime satıyorsunuz?
29. Müşteriye nasıl ulaşıyorsunuz?
30. Web siteniz, sosyal medya hesabınız var mı? Aktif kullanıyor musunuz?
31. Ürünleri nerelere satıyorsunuz?
32. Fiyatı kim belirliyor?
33. Ürünlerin arkasında imza veya isminiz oluyor mu?
34. Eserlerinizde bir koruma var mı?
35. Devlet desteği aldınız mı?
36. Kütahya'nın UNESCO yaratıcı şehirler ağına katılımı hakkında bilginiz var mı?
37. Çiniciliğin korunmasına faydası olacak mı?
38. Sizce çiniciliğin sorunları nedir?
39. Kütahya'nın atmosferinden bir çini şehri olduğunu anlaşıyor mu?

ÖZET

Bu çalışmada “kültürel ürün” temelinde “üretim ilişkilerinin” tarihsel boyutta geçirdiği dönüşüm ve bununla birlikte tüketim kalıplarındaki değişim incelenmiş; bu kapsamda örnek olarak ülkemizden *Kütahya çinisi*, dünyadan Hindistan’da üretilen *Varanasi sarisi* ele alınmıştır. Araştırmanın kuramsal yapısı, Marx’ın “Yabancılaşma” ve Frankfurt Okulu’nun “Kültür Endüstrisi” kuramları çerçevesinde oluşturulmuştur.

Her iki kültürel ürün incelenirken dünya tarihinde belirleyici bir role sahip olan Sanayi Devrimi ile 1980’lerde uygulanmaya başlanan neoliberal politikalar ekseninde dönemselleştirme yapılmıştır. Bu süreçte küreselleşmenin, üretildiği topluma içsel olan geleneksel “kültürel ürün” üzerinde dışsallaştırıcı etkisi ortaya konulmuştur. Ayrıca, Hindistan’ın küreselleşme ile kurduğu ilişki, “makro yerelleşme” kavramı bağlamında ele alınmıştır.

Araştırmanın sonucunda, kültürel ürünün artık “meta” olarak ekonomide yer almaya başlamasıyla birlikte üreticinin çeşitli düzeylerde yabancılaşma yaşadığı saptanmıştır. Ayrıca günümüz tüketim alışkanlıkları çerçevesinde yükselen “meta fetişizmine” paralel olarak kültürel üründe hızla artan bir metalaşmanın varlığı ortaya konulmuştur. Yabancılaşma sorununu aşabilmek üzere, üreticinin “bireyi” güçlendiren ve hareket alanını genişleten dijitalleşme ve iletişim teknolojilerini kullanma becerisi ve olanaklarının arttırılması çözüm olarak sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Kültürel ürün, yabancılaşma, metalaşma, kültür endüstrisi, makro yerelleşme, Kütahya çinisi, Varanasi sarisi, dijitalleşme

ABSTRACT

In this study, the historical transformation of "production relations" on the basis of "cultural product" and the change in consumption patterns were examined. In this context, *Kütahya tiles* from Turkey and *Varanasi saree* produced in India from the world are discussed as examples. The theoretical structure of the research was formed in the framework of Marx's "Alienation" and Frankfurt School's "Culture Industry" theories.

While examining both cultural products, periodization has been made in the axis of the Industrial Revolution, which has a decisive role in the world history, and the neoliberal policies that started to be implemented in the 1980s. In this process, while the externalizing effect of globalization on the traditional "cultural product", which is internal to the society in that it is produced, is revealed, India's relationship with globalization is also discussed in the context of the concept of "macro localization".

As a result of the research, it was determined that the producer experienced alienation at various levels as the "cultural products" began to take place in the economy as a "commodity". In addition, in parallel with the rising "commodity fetishism" within the framework of today's consumption habits, the existence of a rapidly increasing commodification in cultural products has been revealed.

In order to overcome the alienation problem, increasing the abilities and opportunities of the producer to use digitalization and communication technologies that strengthen the "individual" and expand his field of action has been presented as a solution.

Keywords: Cultural product, alienation, commodification, culture industry, macro localization, Kütahya tile, Varanasi saree, digitalization