

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RESİM ANABİLİM DALI
RESİM BİLİM DALI

1980 SONRASI ÖZEL KURUM VE KURULUŞLARIN
ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNE KATKILARI

NESİBE ARSLAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN:
DR.ÖĞR. ÜYESİ ÖMER TAYFUR ÖZTÜRK

KONYA-2019

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---

BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Nesibe ARSLAN		
	Numarası	188119011031		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	RESİM / RESİM		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tez Danışmanı	DR.ÖĞRT. ÜYESİ ÖMER TAYFUR ÖZTÜRK			
Tezin Adı	1980 SONRASI ÖZEL KURUM VE KURULUŞLARIN ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNE KATKILARI			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Nesibe ARSLAN



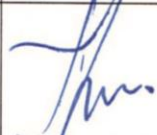
N. Arslan
imzası

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	---

YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Nesibe ARSLAN
	Numarası	188119011031
	Ana Bilim / Bilim Dalı	RESİM/RESİM
	Programı	Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	DR.ÖĞRT. ÜYESİ ÖMER TAYFUR ÖZTÜRK
	Tezin Adı	1980 SONRASI ÖZEL KURUM VE KURULUŞLARIN ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNE KATKILARI

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan “1980 sonrası özel kurum ve kuruluşların çağdaş Türk resmine katkıları” başlıklı bu çalışma 01.11.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1	DOÇ. DR.	OĞUZ YURTTADUR	
2	DOÇ. DR.	MAHMUT SAMİ ÖZTÜRK	
3	DR. ÖĞR. ÜYESİ	ÖMER TAYFUR ÖZTÜRK	

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasının, konusunun belirlenmesinden bitimine kadar bana her zaman desteğini esirgemeyen danışman hocam Dr. Öğrt. Üyesi Ömer Tayfur ÖZTÜRK'e, teşekkürlerimi sunarım.

İlkokuldan Üniversiteye kadar resim bölümü okumam konusunda hep desteğini sağlayan Ablama, yine eğitimim boyunca bana teşviklerini esirgemeyen, maddi ve manevi yardımları sayesinde bugüne kadar gelmeme sebep olan Babama, Yüksek lisans'a eğitimimde ve hayatımda her zaman yanımda duran Eşime ayrı ayrı teşekkürlerimi sunarım.

Nesibe ARSLAN

KONYA-2019

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
--	---	---



Öğrencinin	Adı Soyadı	Nesibe ARSLAN		
	Numarası	188119011031		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	RESİM / RESİM		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans	X	
		Doktora		
Tez Danışmanı	DR.ÖĞRT. ÜYESİ ÖMER TAYFUR ÖZTÜRK			
Tezin Adı	1980 SONRASI ÖZEL KURUM VE KURULUŞLARIN ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNE KATKILARI			

ÖZET

1980'den günümüze Türk resmi, sanat anlamında hızla gelişen bir dönem olarak bilinir ve hiç olmadığı kadar sanat eserleri üretildiği söylenebilir. 1980'li yıllarda Türk resminde sanat, belli kurallara bağlı olarak sanat eserler vermek yerine daha çok özgün bir anlayışla birlikte biçim duruşuna sahip çıkan sanat ve sanatçılarda rastlamak olasıdır. Ayrıca, 1980 sonrasında aşırı şekilde güçlenen bireysel düşünce Türk resim sanatı üzerindeki etkisini ve günümüz eserlerindeki üretimler için gereklidir.

Bu çalışmada, 1980 sonra Devlet Kültür politikalarının Çağdaş Türk Resim Sanatına yön verilen etkenler. Türkiye'deki sanat ortamının özellikle 1980 'sonrası toplumdaki hızlı gelişme ve değişimlere paralel olarak sözü edilen dönemin toplum yapısına ve yapılan eserlerin oluşumuna yol gösterici olmuştur.

Anahtar Kelime: Kültür, Sanat, Politika, Türk Resim Sanatı.

 KONYA	T.C. NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü	 SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
---	--	---

Student	Name Surname	Nesibe ARSLAN		
	Student Number	188119011031		
	Department	Picture / Picture		
	Study Program	Master's Degree (M.A.)	X	
		Doctoral Degree (Ph.D.)		
Supervisor	DR.ÖĞRT. ÜYESİ ÖMER TAYFUR ÖZTÜRK			
Title Of The Thesis / Dissertation	FROM 1980 TO THE PRESENT OF TURKISH PAİNTİNG, INDİVİDUAL ART AND ABSTRACT PORTRAİTS			

ABSTRACT

From 1980 to the present, Turkish painting is known as a rapidly developing period in terms of art and it can be said that art works have been produced more than ever. In the 1980s, it is possible to come across art and artists in Turkish painting, rather than art works depending on certain rules. In addition, the individual thought, which was overpowered after 1980, was necessary for the effects of Turkish painting on the art of painting and for the productions of today's works.

In this study, individual art ideas were examined as abstract and individual portrait abstractions, the effects on the artist, social influences, the result of the interaction of art and art products in the process from the 1980s to the present. Especially the art scene in Turkey in 1980 after the period mentioned in parallel with the rapid developments and changes in the society has been guiding social structure and the formation of the performed works.

Key Words: Culture, Art, Politics, Turkish Painting.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	ii
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
GÖRSEL LİSTESİ	ix

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1.1. Araştırma Konusu ve Problemi.....	5
1.2. Araştırmanın Amacı.....	6
1.3. Araştırmanın Önemi.....	6
1.4. Araştırma Yöntemi (Modeli).....	8
1.5. Evren ve Örneklem	9
1.6. Veri Toplama Araçları	10
1.7. Veri Analizi.....	10

İKİNCİ BÖLÜM

1980 SONRASI SANATSAL GELİŞMELER

2.1. 1980 Sonrası Sanat Anlayışı ve Çağdaş Türk Resmi.....	11
2.2. Sanata Bireysel ve Kurumsal Yaklaşımlar.....	12
2.3. Devlet, Özel Kurum ve Kuruluşların Sanatla Etkileşimi	17

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SANATSAL SÜRECİ ETKİLEYEN DİNAMİKLER

3.1. Sanat ve Tüketim Belirleyenleri	19
3.2. Sanat Yapıtının İzleyici ile Buluşması.....	21

3.2.1. Bir Pazar Stratejisi Olarak Sanat	22
3.2.2. Sanatsal Ortamda Satıcı ve Alıcı İlişkisi	28
3.2.3. Sanat ve Ticaret Etkileşiminde Para	29
3.3. Sanatsal Üretim İçinde Tüketim	33

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SANATSAL ÇERÇEVDE ÖZEL KURUM VE KURULUŞLAR

4.1. Akbank Sanat	35
4.2. Eczacıbaşı Sanat	40
4.3. Borusan Sanat	43
4.4. Yapı Kredi Sanat	47
4.5. Garanti Bankası	52
4.6. Ziraat Sanat	52
4.7. Vakıf Sanat	55
4.8. İş Bank Kültür – Sanat	56
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	59
KAYNAKÇA.....	64

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1, Akbank Sanat Merkezi Taksim-İstanbul.	38
Görsel 2, Akbank Sanat Merkezi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.	39
Görsel 3, Akbank Sanat Merkezi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.	39
Görsel 4, Pera Müzesi Taksim-İstanbul.	41
Görsel 5, Pera Müzesi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.	42
Görsel 6, Pera Müzesi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.	42
Görsel 7, Boru Sanat Binası Taksim-İstanbul.	45
Görsel 8, Boru Sanat Binası İçi Taksim-İstanbul.	46
Görsel 9, Boru Sanat Binası Sergi Salonu Taksim-İstanbul.	46
Görsel 10, Yapı Kredi Kültür Merkezi Sergi Salonu, İstanbul.	47
Görsel 11, Yapı Kredi Kültür Merkezi Sergi Salonu, İstanbul.	48
Görsel 12, Yapı Kredi Kültür Merkezi Sergi Salonu, İstanbul.	48
Görsel 13, Özdemir Asaf.	49
Görsel 14, Behçet Necatigil ve Ailesi	50
Görsel 15, Hoca Ali Rıza.	51
Görsel 16, Ziraat Bankası Müze Binası, Ankara.	53
Görsel 17, Ziraat Bankası Müze Binası İçi, Ankara.	54
Görsel 18, Ziraat Bankası Müze Binası İçi, Ankara.	54
Görsel 19, Vakıfbank Sanat Galerisi, İstanbul.	55
Görsel 20, Vakıfbank Sanat Galerisi, İstanbul.	56
Görsel 21, İş Bankası Sanat Galerisi, İstanbul.	57

Görsel 22, İş Bankası Sanat Galerisi İçi, İstanbul.	58
Görsel 23, İş Bankası Sanat Galerisi İçi, İstanbul.	58



BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Zengin bir sanatsal birikime sahip olan coğrafyamıza bakıldığı zaman her dönemin kendine özgü bir yaşam tarzının olduğunu ve bu yaşam tarzının dönemin sanat eserlerinde kendini ortaya koyduğunu açık bir şekilde gözlemek mümkündür. 1980’li yıllar hızla gelişen bilim ve teknolojik gelişmelerin yanında küresel dünyaya ilk adımların atıldığı özellikle iletişim ve etkileşim alanında dünyadaki gelişmelerin aynı anda ülkemizde de yaşandığı bir dönem olarak bilinmektedir.

Bu döneme kadar Türk sanatı, içe kapalı, kendi kabuğu içinde etkinlik gösteren bir yapı sunar. Türk sanatı ve sanatçısı, 19. yüzyılın ortalarından başlayarak, çeşitli uluslararası sergilere katılmış, Türk sanatını dünyaya tanıtmak için girişimlerde bulunmuştur. Devletin yurtdışı sergilere katılımının, herşeyden önce, Türk sanat ortamında sergileme hareketlerinin desteklenmesi gibi olumlu etkileri olmuştur. 1980’ li yılların ilk yarısı ise, çağdaş sanatta, günümüze ulaşan ana kanalların ortaya çıktığı yıllardır.

Sanatsal alanda bu tür oluşumlar gözlenirken, siyasal alanda da, alınan ekonomik kararların kültürel alana etkileri söz konusudur. 1983’ te yeni iktidar, ekonomide yeniden yapılandırma sürecini başlatmış, bu konuda yoğun çaba harcamıştır (Zürcher 2000: 425). Hükümetin ekonomi programı, ödemeler dengesinin iyileştirilmesi, enflasyonla mücadele ve ihracata yönelik bir serbest piyasa ekonomisinin yaratılmasından oluşmaktadır (Gürsel 1998: 805; Zürcher 2000: 4259). Yine bu dönemde, bütün dünyada gerçekleşen bilgi toplumu ve küreselleşme sürecine geçişin, Türkiye’ deki etkileri ve yol açtığı değişim gözlenmektedir. Bu etkiler sonucunda, 1930’larda başlayan, dış rekabetten korunan ithal ikameci sanayileşme modeli terk edilerek, dışa açılma ve ihracatın sürüklediği bir sanayileşme modeline geçiş gerçekleşmiştir (Gürsel 1998: 805). Dışa açılma politikası, yalnız, ticari alanda ve ekonomide değil, ülke kültürünün ve değerlerinin dışarıya tanıtılması yoluyla da uygulanacaktır. Dönemin kültür politikası; “Kültür ve

sanat, milli değerlerin korunmasında ve gelişmesinde olduğu kadar, milletlerarası ilişkilerde de yakınlaşma ve dayanışmanın temel unsurudur” şeklindedir (Kantarcıoğlu 1987: 86; Çubukçu 1996: 839; Germaner 1999: 25).

Devletin sanata yaklaşımının ve oluşturduğu Kùltür politikaları kısa zamanda etkisini göstermiş bireysel sanat çalışmalarını devletinde desteğiyle geniş kitlelere ulaşmış, artan ilgi açılımla birlikte birçok özel kurum ve kuruluşun oluşmasına ve imkân sağlamıştır.

Bunun yanında birçok alanda faaliyet gösteren kimi kurum ve kuruluşta tüm bu gelişmelere özel ilgi göstermiş ve katkıları ile döneminden günümüze kadar çağdaş sanatın şekillenmesini etkilemiştir.

Bir ülkenin sanatsal etkinliklerini yönlendiren gruplar, devletten başka özerk, özel kurumlar ve kişilerin uğraş vererek ulaştıkları çabaları olarak görülür. Bu gruplar ayrı ayrı sanata destek vererek, sanatın gelişmesini sağlarlar. Özel üniversite ya da kolejler, müzeler, sanat ve kùltür merkezleri, galeriler, antika dükkânları, dernek ve vakıflar sanat yönetiminde etkin olan kurumlardır.

Müzeler ve galeriler toplumda sanatın gelişmesine direkt olarak katkı sağlayan önemli kurumlar olarak görülürken, bir toplumda sanat çalışmalarını değerlendirerek sanata dolaylı yoldan destek sağlayan kurumlar da bulunmaktadır. Bunlar reklam ajansları, gazeteler, yayınevleri, alışveriş merkezleri, TV, film şirketleri, müzik marketler, turizm şirketleri ya da alan dışından özel şirketlerdir. Sanatçı ile toplumun etkileşim oranı, zamana, mekâna ve koşullara göre değişebilmektedir. Sanat, psikolojik, sosyolojik ve kùltürel bir olgudur. Sanatın kurumsallaşması sanatçıların kişiliği, psikolojik yapısı ve kendisini saran doğal çevrenin canlı ve cansız bütün varlıkları, içinde yetiştiği toplumun çeşitli kùltür kalıpları, diğer kurumların değer ve normları gibi unsurlar sanat üzerinde etkili rol oynarlar. Bir toplumda sanata bireysel destek verenler öncelikle izleyiciler, eleştirmenler, sanat eğitmenleri, sanat danışmanları, koleksiyonerler galeri sahipleri ve sanat yönetmenleridir.

Sanat, tarih boyunca bilimle iç içe olmuş hatta tarihteki en önemli bilim adamlarının eserlerini ortaya koyma biçimlerinden birisi olarak her dönem kendini yenilemiştir. Gerek Doğu dünyasında olsun gerekse Batı dünyasında bilinen birçok önemli bilginin aynı zamanda döneminin en önemli sanatçıları olması bunu göstermektedir. Özellikle Avrupa'daki Rönesans çağı bilim adamlarının birçoğunun aynı zamanda bir ressam ya da heykeltıraş oldukları bir tesadüften daha fazlasına işaret etmektedir (Dikmen, 2012: 140-142).

Sanat, ortak duyguları ifade etmeyi sağlayan araçlardan birisidir. Özellikle dil, din, kültür farklılıkları olan toplum ve bireyler arasında sanatın önemli bir iletişim sağlama gücü vardır. Bu özelliği dolayısıyla sanat farklılıklar arasındaki etkileşim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanat eğitimi ise birey ve topluma dengeli ve uyumlu olmayı öğretir ve benimsetir. Bu nedenle eğitim yoluyla birey ve topluma sanat kültürü kazandırmak toplumdaki dengesizlik ve uyumsuzluğun ortadan kaldırılması açısından büyük önem taşımaktadır (Mercin ve Alakuş, 2007: 17-18'den Aktaran Zor, 2014: 6).

Globalleşen serbest piyasada büyümek isteyen şirketlerin ilk hedefi marka değerini yükselterek bu piyasanın içinde ciddi bir saygınlığa erişmektir. 1960 sonrası revaçta olan post-modernizm eğilimleri gittikçe ilgi uyandıran bil kulvar oluşturmaktaydı. Tabi ki de bu sektör yatırımcı ve şirket sahiplerinin de gözünden kaçmıyordu. Bu şirketler veya yatırımcılar; müzecilik, koleksiyonerlik, kreatörlük, sanat etkinlikleri ve ya yapılan etkinliklere sponsorluk gibi göze gelecek olan daha farklı bir sürü roller üstlenmişlerdir.

1980 sonrası askeri yönetim ekonomin başına Turgut Özal'ı getirmiştir. Turgut Özal'ın 24 Ocak Kararlarıyla ekonomi yönetiminin başına geçişi, böylece Türkiye'nin artık liberal ve kapitalist bir politika izlemesinde önemli bir yer tutmaktadır. Bu darbe siyasi olarak olarak yapılanmaları her ne kadar derdest etmiş olsa da 24 Ocak kararlarına herhangi bir müdahalede bulunmamıştır. Aslında darbe yönetiminin 24 Ocak kararlarına herhangi bir müdahalede bulunmaması bu liberal ekonomik politikanın bir nevi teminatı olmuştur. Bu adımlar bugünlerde kültür ve

sanat alanında yatırımları olan öncü sermayelerin de gelişiminde önemli yer tutmaktadır. “1980’lerdeki ekonomik dönüşüm kültür ve sanat piyasasını da etkilemiştir. Özellikle 1990’ların sonundan beri Türkiye’de kültür ve sanat piyasasında çarpıcı gelişmeler yaşanmaya başlamıştır”(Kösemen,2012).

1980 sonrasında sanatsal olarak baktığımızda ise daha yenilikçi, farklılık arayan bir Türkiye’yi görmek mümkündür. Bunun en somut işareti ise Mimar Sinan Üniversitesi’nin başlatmış olduğu “Sanat Bayramı”dır. Mimar sinan Üniversitesi bu etkinliğe 1980 de başlayarak 1987’ye kadar devam ettirmiştir. “Sanat Bayramı”nda birçok deneysel çalışma yöntemi denenmiş ve sergilenerek izleyicilerin beğenilerine sunulmuştur. Bu çalışmalar her ne kadar fakültenin eğitim ekolündeki fikirlerle çelişiyor olsa da öğrenciler bu sayede yeni olanaklara şahit ve kendilerini dünyada ilerleyen çağdaş sanata tanıklık etme imkânını kısmen de olsa buluyorlardı. Sanat Bayramı, birçok farklı sanat kollarına ev sahipliği yapması neden çektiği ilgi doğru orantılı olarak artmıştır. Daha sonrasında sanata olan ilgi ve sanatsal arayışlar sessiz kalamamış bu etkinliğin ihtiyaçlarını karşılanmasının devamı niteliğinde Uluslararası İstanbul Festivali organize edilmiştir.

Türkiye’de sanatsal olarak ilerlemenin düğmesine basılmış artık farklı yönelmeler ve arayışlar içinde olan çağdaş sanatın daha yakından takip etmenin gerekliliği görülmüştü. Bu gerekliliği artık daha yakından incelemek ihtiyacı duyan birçok sanatçı Avrupa yolunu tutmuştu. Daha sonrasında bu ilerlemede Türk sanat ve kültürünün de bu etkileşimde yerini alması için Asya-Avrupa Sanat Bienalleri başlatılmış, fakat darbe yönetimin sansür ve yaptırımlarına takılan bu etkinlik yalnız dört kere gerçekleşme imkânı bulmuştur.

1987’de ise Eczacıbaşı bir sanatsal atak yaparak İKSV bünyesinde Uluslararası İstanbul Bienali oluşturmuştur. Uluslararası İstanbul Bienali’ini çağdaş Türk Sanatı için önemi çok önemlidir. Bakıldığında bu bienal Türk sanatının dünyaya dönmüş yüzü olarak da nitelendirebiliriz. İstanbul bienalde sergilenen çalışmalarla hem farklı sanat oluşumlarına şahitlik etmişlerdir hem de bienalde yer alarak yurt dışında isimlerini duyurabilme fırsatı bulmuşlardır. İlk yıllardan buyana Uluslararası İstanbul

Bienali etkisini gittikçe arttırmış; dünya sanat çevrelerinin gözlerini bu kente çevirmeyi başarmıştır (Yılmaz, 2012, S.21).

Türkiye artık Turgut Özal'ın uyguladığı ekonomik stratejilerle olumlu bir ivme kazanmış, dolayısıyla gelir düzeyi ve yaşam standartlarında bir artış hissedilir düzeyde yükseliş göstermiştir. Bu ilerlemeden sanat alanları da üzerine düşen payı almaya başlamıştı. Devlet artık sanat ve sanat yatırımcısını birbirine yakınlaştırıyor ve çeşitli teşviklerde bulunuyordu. Sanat artık iş dünyası ve yatırımcılar için bir gövde gösterisi, ayrıca yükselen bir prestij kaynağı olarak da rolünü çok iyi yerine getiriyordu. Galerici ve sanatçı arasındaki ilişki bu dönemde daha sıkı bir hal almıştır. Böylece sanatçı eserlerini yaptıktan sonra kendini daha fazla kitlelere göstermiş ve tanıtmış oluyor, aynı zamandaysa bir değer yargısı yaratılmasında da faydası görülüyordu. Galeriler bu özelliğiyle sadece ticari bir alış verişin yanında müzecilik misyonunu da yüklenmiştir.

Yaşadığı olumsuzluklar ve darbelere rağmen, yine de gelişmekte olan bir özel sermaye bulunmaktadır. Bu özel sektörün sanat hamiliğine soyunması da sanatçıların hem kendilerini daha iyi ve daha çok alana ifade edebileceği anlamına geliyordu. Sanatçıların daha fazla çalışma üretebilmesi için öncelikle kendisine engel olan maddi imkânsızlıkları atlatması gerekiyordu. Özel sektörün sağladığı sponsorluk, sanat galerileri, koleksiyonerlerin katkılarıyla bu kendini tanıtmaya olanağı ileride sanatçıları dünya arenasına çıkmasında da yardımcı olacaktır.

1.1. Araştırma Konusu ve Problemi

Sanatın yaşanılan dönemle ilişkisi küreselleşmenin sosyo-ekonomik ve siyasi olarak bütün hayatı etkilediği günümüzde de kendisini göstermektedir. Genel olarak sanat anlayışının değiştiği günümüzde toplumsal eğilimin önemli bir aracı olan sanat alanında da bu değişimin etkileri görülmektedir. Bu süreçte modern olarak adlandırılan anlayışlar yerini postmodern anlayışlara bırakmakta ve sanattadabu yeni yaklaşımlar tartışılmaktadır.

Sanatın gelişim tarihine bakıldığı zaman sanat eserini geniş kitlelere ulaştırmayı amaçlayan sergi, fuar, sanat galerileri, müzeler gibi birçok sanat eserini aynı anda bir araya getiren etkinlik ve mekânların büyük bir önemini olduğu görülmektedir. Bu etkinlikler ve mekânlar bir yandan sanatçının mesajını çok daha geniş kitlelere ulaştırmasını sağlarken diğer yandan da sanat eğitiminin toplumsal bir etkinlik haline almasına imkân tanımaktadır. Günümüzde büyük ölçüde sponsorluklarla ve özel sektörün sağladığı maddi desteklerle organize edilen sanat galerileri, bu etkinlikler içerisinde özel bir yere sahiptir. Sanat galerileri bir yandan birbirinden farklı sanat eserini diğer yandan sanat çevrelerinin önde gelen isimlerini ve geniş halk kitlelerini bir araya getirmektedir. Dolayısıyla sanat galerilerinin sunduğu imkanlarla sanat, sanatçı, sanata destek verenler, sanata ilgi duyan kitleler ortak bir zeminde bir araya gelmekte ve sanatın mesajı üzerine görüş alışverişinde bulunmaktadır. Araştırmanın konusu bu nedenle **1980 SONRASI ÖZEL KURUM VE KURULUŞLARIN ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNE KATKILARI** olarak belirlenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sanatın toplumla buluştuğu önemli bir etkinlik alanı olan özel kurum ve kuruluşların sanatsal faaliyetlerin ve dolayısıyla 1980 sonrası Çağdaş Türk Sanatında ki rolü ve katkılarını tespit etmektir. Bu nedenle çalışmanın amacına uygun olarak önce literatürdeki ve alandaki araştırmalar incelenerek, özel kurum ve kuruluşların Çağdaş Türk Sanatını ne şekilde hangi boyutlarda etkilediği tespit edilmeye çalışılacaktır. Daha sonra tespit edilen bu boyutlar itibarıyla sanatın birey eğitimindeki rolü istatistiksel olarak sorgulanmıştır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Türkiye’de kültür sanat etkinliklerinin 1980’li yıllardan itibaren bir kültür-sanat piyasasının oluşmasına yol açtığı görülmektedir. Daha önceki döneme ait çabaların bir alt yapı hazırladığını kabul etmekle birlikte 1980’den itibaren kaydedilen gelişmelerin yeni bir yönelime açtığını söylemek mümkündür. Rasyonel işlevleri olan kültür sanat politikaları, toplumun ortak düşünceler etrafında bir araya

gelmesini sağlamak ve devletin çeşitli alanlarda yürüttüğü politikaların modernleştirici bir zeminde işlevselleşmesini sağlamaktadır. Kültür ve sanat toplumda eğitici ve öğretici bir rol üstlenmesinin yanında, toplumun ortak bir kimlik etrafında ulusal ve uluslararası düzeyde kendini tanımlanmasını da sağlamaktadır. Bu açıdan devletin geliştirdiği ve devlet dışı çeşitli aktörler olarak kabul edilen özel kurum ve kuruluşlarında desteklediği kültür sanat politikaları ve uygulamalarının toplumsal değişim, gelişim ve kendini ifade etme biçimi olarak önemi büyüktür.

1980 sonrası döneme damgasını vuran temel olgulardan birisi olan küreselleşme, sanatsal etkinlikler açısından da etkisini göstermiş ve yaşamın her alanında olduğu gibi sanatta da bir piyasalaşmanın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sanatsal faaliyetler özünde kamusal boyutu yüksek olan faaliyetler iken küreselleşmenin başlattığı süreçle birlikte sanatın kamusal boyutu geri planda kalmakta ve sanatsal faaliyetler piyasa faaliyetlerinin bir parçası gibi işlem görmektedir. Bu dönüşüm doğal olarak sanatın kamusal boyutuna ilişkin boyutların nasıl belirleneceği sorununa da yol açmaktadır. Çünkü piyasa sisteminde her ne kadar sanat, sosyal sorumluluk kapsamında gündeme gelse de toplumsal ihtiyaçlara göre değil piyasa mekanizmalarına göre üretilmektedir. Bu da kamusal bir hizmet olan sanatın üretiminde yetersizlikler ve aksaklıklara yol açabilmektedir. Türkiye’de de son yıllarda bu eğilim artmakta ve geçmişten beri kültür sanat politikalarında önemli bir ağırlığı olan devlet, bir çok alanda geri plana çekilmektedir. Devletin bu geri çekilmesi ile birlikte sanatsal faaliyetler piyasalaşırken bir çok sivil toplum kuruluşu da devreye girerek sanatın her şeye rağmen toplumsallığını sürdürmesinin yollarını aramaktadır (Şahin, 2013: 253-254).

Öte yandan devlet desteğine duyulan ihtiyacın artmasına karşın tüm dünyayı derinden etkileyen Ekonomik Krizi’nin devletlerin ekonomilerinde ve bütçelerinde büyük bir sarsıntıya yol açtığı da görülmektedir. Devletlerin birçok alanda yaptıkları bütçe kısıntısını sanatsal faaliyetler konusunda da yapması sanatsal faaliyetlere yeni destek arayışlarına da yol açmıştır. Bu bakımdan özel kurum ve kuruluşların sanata katkılarının önemi değer arz etmektedir. Çalışmada Özel kurum ve kuruluşların 1980 sonrası Çağdaş Türk Sanatına Katkılarının incelenerek söz konusu kurum ve

kuruluşlara gereken önemi vermede yeni çalışmalarına yol göstermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Halihazırda dünyanın bir çok ülkesinde sanata sağlanan kamu destekleri hala üst düzeylerde iken bu desteğin Türkiye’de sanatsal faaliyetlerin maliyetinin çok altında olduğu da görülmektedir. Örneğin İstanbul’un Avrupa Kültür Başkenti seçildiği 2010 yılında düzenlenen İstanbul Bienal’ına sağlanan kamu desteği maliyetin sadece % 20’si civarında iken Lyon, Liverpool, Manifesta bienallerine sağlanan kamu destekleri % 90'lara ulaşmaktadır (İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSŞ), 2013: 7, 25-26).

Bienaller en önemli ve kapsamlı sanat etkinliklerden birisi olmasına karşın devletin sağladığı desteklerin maliyetin beşte biri gibi düşük bir oranda kalması sanatsal etkinliklerin finansmanına ilişkin başka arayışları gündeme getirecektir. Örnek uygulamaların sonuçları işletmelerin görsel sanatlara ve genel olarak sanata verdikleri sponsorluk desteklerinin pazarlama ilkeleri çerçevesinde kurulan ilişkilerin mükemmel örneklerinden birisi olduğunu ortaya koymaktadır (Thompson, 2005: 14-15).

1.4. Araştırma Yöntemi (Modeli)

Bu çalışma taşıdığı amaç ve buna uygun olarak toplanan verilerin niteliği açısından betimsel bir araştırmadır. Nitel araştırma odaklanmada çok metotlu araştırma problemine yorumlayıcı yaklaşımı benimseyen bir yöntemdir. Nitel araştırmacılar araştırma konusu olan fenomenleri kendi ortamlarında ele alır. Psikoloji, sosyoloji, antropoloji, eğitim gibi sosyal bilim alanlarında insan ve toplum davranışları incelenmektedir.

Konu bağlamında 1980 sonrası çağdaş Türk Sanatı esas alınarak, edinilen bilgiler doğrultusunda özel kurum ve kuruluşların çalışmaları incelenerek, bilgi ve yeni bulgular değerlendirilmiş ve sonuca gidilmiştir.

Bu kurumlara göz atıldığında

Galeri ve müzeler

Dernekler

Vakıflar

Bireysel organizasyon şirketleri

Diğer alanlarda faaliyet gösteren şirketler olarak dikkat çekmektedir.

Faaliyet alanlarına göz atıldığında ise,

Özel ve kurumsal sergiler

Grup sergileri

Transfer sergiler

Çalıştaylar

Sempozyumlar

Bienaller

Yarışmalar

Festivaller

Fuarlar

Koleksiyonlar

Müzecilik

Dikkat çekmektedir.

1.5. Evren ve Örneklem

Her ampirik çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı varsayımları söz konusudur. Bunlar aşağıdaki şekildedir;

Araştırma örnekleme, sanatçının doğadan, yaşadığı toplum ve kültürden etkilendiği kaçınılmaz bir durum olarak görülen evren kabul edilmektedir. 1980 sonrası değişen ve gelişen Çağdaş Türk Sanatı ve tüm paydaşları üzerindeki etkilerini konu almaktadır. Günümüze kadar devam eden tüm sanatsal faaliyetleri kapsamaktadır. Çağdaş Türk Sanatında örnekler incelendiğinde özel kamu kurum ve kuruluşların sanatla etkileşimi ve katkıları görülmektedir.

Alan ile ilgili yapılmış araştırmalar, yazılmış makaleler ve kitaplar, yurt içerisinde düzenlenen bienaller, müzeler, sergiler olarak belirlenmiş, araştırmada literatür taraması, sanatsal dergilerin içeriklerinden, medya ve gazetede yayınlanan sanatsal yazılardan, kütüphanelerden, sanat kitaplarından, sanat galerileri, ve sanatçıların eserlerinden, doküman incelemeleri, endüstriyel objeleri konu alan kitap taramalarının incelemesi yapılmıştır.

Araştırma, literatürdeki belge ve dokümanlardan elde edilen bilgiler doğrultusunda elde edilen verilerle hazırlanmıştır. Araştırmanın kapsamı doğrultusunda sanatla ilgili bir çok konu çalışma dışında tutulmuş ve incelemeye dahil edilen konular da araştırmanın temel amacına ulaşmayı sağlayacak ölçüde çalışmaya dahil edilmiştir. Bunun yanında özellikle kamu kurum ve kuruluşların sanat faaliyetleri ile ilgili olarak son yıllarda birçok girişimin olduğu ve bu girişimlerin detaylarını içeren istatistiklere ulaşmak mümkündür. Bu araştırmanın amacına uygun olarak bu veri bilgilerden yeterince yararlanılmıştır.

Araştırma, Türkiye deki belli başlı sanat organizasyonları, bu organizasyonları gerçekleştiren kurum ve kuruluşlar ile Çağdaş Türk Sanatına Katkıları sınırlılıklar içerisinde.

1.6. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada verileri toplamak için öncelikle ilgili literatür taraması yapılarak tezler ve makaleler incelenip yararlanılacaktır. Konuyla ilgili, kütüphanelerde, sanal ortamlarda ve arşivlerde inceleme yapılacaktır. Sanatçıların toplumsal yapısı incelenerek resim üzerindeki etkileri araştırılacaktır. Çağdaş sanatta ve endüstriyel objeleri belirtecek ve hangi şekillerde kullanıldığı araştırılacaktır. Eser analizi yapılacaktır. Sanatçıların eserlerinde kullanılan malzemeler ve bu malzemelerin kullanım amaçları açıklanacaktır.

1.7. Veri Analizi

Araştırmada veriler yayınlanmış makale, tez, kitaplardan onaylanmış araştırmalardan yararlanılacaktır. Kitaplar ve diğer kaynaklardan tez için faydalanılacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

1980 SONRASI SANATSAL GELİŞMELER

2.1. 1980 Sonrası Sanat Anlayışı ve Çağdaş Türk Resmi

Avrupa ve Amerika'daki ülkelerin sanat konusunu farklı bir boyuta taşımaları artık sanatı modernizm etkisinden sıyrıp post-modernizm etkisini hissettirtmeye yöneltmiştir. Bu etkiler haliyle sanatın şirketler üzerindeki reklam, tanıtım ve prestij etkilerini ve söz hâkimiyetini de arttırmaktadır. Bu durum artık sanatın kurumsallaşmaya başlamasının bir göstergesi sayılmaktadır.

1980 sonrası şirketlerin sanata müdahalesiyle kendisi de kurumsallaşan sanatta kurumsal eleştirinin Türkiye'deki farkı "kurumsal eleştirinin" kendisini sahiplenecek ve sponsor olacak kurum ve şirketlerin "sanat kurumu" açmalarının Türkiye'de sanatta kurumsal eleştirinin yaygınlaşmasıyla aynı döneme denk gelmesidir. "Batı'da 1950'li ve 1960'lı yıllarda yaygın olarak, 1980'lerde sürekli ilerleme fikrine odaklanmış ve sanatın kendi sorunları, kendi kendisi ile ilgili olmasını öngören Sanatçı modernist söylemin yerini, geçmişle bağlarını koparamamış, şimdiyi ön plana alan ve çoğulculuğa, farklılığa vurgu yapan postmodernizme bıraktığı görülür" (Düben,Yıldız, 2008: 13).

Türkiye'de post-modernizmin sanatçılar üzerindeki etkileri ise ancak 1980'li yıllarda belirgin biçimde görüldüğünü söyleyebilmek mümkündür. Modernizmin ilerlemeci, ütopyacı anlayışının iflasıyla beraber sanatçı, aydın rolü daha karamsar bir tutumdadır. Geçmişin güç odaklarının ideoloji dayatmaları, beyin yıkama ve depolitizasyon girişimleri çözülmeye başlayıp eski yöntemleri artık geçersiz kalmış, sanatta eleştirelilik yeni kuramlarla beraber yeni biçimleri de beraberinde getirirken; iktidar, sermaye veya güç odakları da bu yeni duruma uyum sağlamak için farklı yollar izlemeye başlamışlardır. Kurumsal eleştiri kavramının 1960'ların sonunda Hans Haacke, Daniel Buren, Michael Asher'in öncülüğünde başladığı kabul edilir. Başlangıçta sanatın kendi iç sorunlarından olan galeriler, müzeler ve sanat kurumlarının çalışma prensiplerini ve işleyişleri eleştirilmiştir. 1990'larda ise

sermaye, iktidar, küreselleşme ve bunun gibi kavramları yani “sistem”i, kurumların arkasındaki esas güçleri hedef alan işler üretilmiş ve bu evre kurumsal eleştiride 2. Dalga olarak adlandırılmıştır. Son olarak daha önce de bahsettiğimiz gibi şimdilerde içinde bulunduğumuz süreçte devam ettiği için fazla telaffuz edilmese de Avrupa (başta İngiltere olmak üzere) ve Amerika’da 1980 sonrası şirketlerin sanata müdahalesi neticesinde artık kültürel bir endüstri haline gelmiş olan, kendisi de kurumsallaşan kurumsal eleştiri 3. Dalga olarak adlandırılmaktadır.

2.2. Sanata Bireysel ve Kurumsal Yaklaşımlar

Dünyada soğuk savaşın bitmesi ve Türkiye’de 1980 darbesinin kültürel programının kurumsallaşması birbiriyle kesişir. 1980 sonrasında hız kazanan küreselleşme politikalarına Türkiye, Özal hükümeti ile başlayan dışa açılma girişimleriyle eklemlenir. Küreselleşmenin aşındırdığı ulus-devletlerin yerine bölgesel metropollerin yükselmesi de aynı yıllarda başlamıştır. Aynı yıllarda 12 Eylül darbesi sonrası, neoliberal politikaların göbeğinde Özal’cı serbest piyasa ekonomisinin getirdiği tüketim toplumuyla beraber oluşmaya başlamış bir yapıdan bahsetmek mümkündür. Soğuk savaşın sona ermesiyle biten iki kutuplu dünya düzeni, Doğu-Batı kültürel çelişkinin sembolü olan Berlin Duvarı’nın yıkılmasıyla birlikte yeni bir dünya düzeninin başlangıcına da işaret eder (Çalikoğlu, 2008:8). Ronald Reagan ve Margret Thatcher’ın dünya geneline yaydığı neoliberal politikalar sonrasında oluşan yenedünya düzeni beraberinde yeni çatışmaları da getirmiş, ancak bu yeni düzene uyum sağlayanlar ve karşı gelenler arasında uzlaşmayı sağlayacak bir ortamın oluşması mümkün olmamıştır.

Önceleri her ne kadar postmodern söylem bu uzlaşmayı sağlayabilecek bir aracı gibi görülse de aynı zamanda farklı kimliklerin sesinin çıkmasına olanak sağladığı için toplumsal bölünmeyi de meydana getirmiştir. Türkiye’de 1980’li yılların bu siyasi ve kültürel atmosferinde ortaya çıkan imaj ve imge bolluğu ise Gürbilek’e göre bir yanılsamayı işaret etmektedir. “Türkiye’de 1980’lerin kültürel iklimini tanımlayacak ilk kavram “sözün bastırılması”ysa, ikincisi mutlaka “söz patlaması” olmalı. Çünkü 80’lerin ortasında Türkiye’de, neredeyse baskı

döneminden çıkıldığı yanılsamasını doğuracak yaygınlıkta bir söz, imge ve görüntü patlaması yaşandı” (Gürbilek, 2009:21). Baskı ve denetim dönemi bitmemiş sadece biçim değiştirmiştir. Bu yeni iktidar biçimi yok etmektense kuşatıyor, eski rejimlerin somut baskı yöntemlerinin aksine üreterek denetliyordu. Bu iktidar yapılanmalarının kültürü egemenlikleri altına alması ve yönlendirmesi anlamına geliyordu. Bu sebeple Türkiye sınırları içerisinde üretimde bulunan sanatçıların toplum, gelenek, yerellik, otorite gibi değerlere karşı biçimsel ve içeriksel yenilik anlayışını ve anarşist bir niyetle gerçek anlamda bir reddediş ilişkisini, 1980’li yılların sonunda belirgin bir şekilde yapmaya başlaması şaşırtıcı değildir (Çalıköğlü,2008:7).

Toplumunu depolitizasyon girişimleriyle oluşturulan ortamda, 1970’lerin siyaset algısı yerini başka bir duruma bırakmıştır. Toplum bir yandan kimlikler üzerinden bölünerek yeni bir politik yapılanma sürecine girerken bir yandan da neoliberal politikaların oluşturduğu ortak paydada birleşir: tüketim toplumu. 12 Eylül darbesi sonrasında 1981’de siyasal konuların açıkça tartışılmasının yasaklanması, kişi hak ve özgürlüklerinin sınırlandırılması sonucunda her türlü siyasal/toplumsal risk ve sorumluluktan uzak duran, tüketim ve iletişimi yeni bir ufuk, bir nefes alma alanı olarak gören bir genç kuşak yetişmiştir (Madra, 2005:34). Bu yeni kuşak sonradan Özal kuşağı olarak adlandırılacaktı. Aynı anda hem metropollerdeki laik burjuvaziye hem de Anadolu’daki dindar iş adamlarına hitap etmeyi başararak 1980’lerin ortalarında iktidara gelen Turgut Özal, Türkiye’de özelleştirme, çokuluslu şirketlerin piyasaya hâkimiyeti, serbest pazar ve yabancı malların girişinin de önünü açan siyasetçi olmuştur. Tüketim pazarına yeni ürünler sunan yeni şirketlerin yoğunluğu, özel televizyonların açılmasıyla kaynak bolluğu bulan reklam sektörünün geçirdiği evrim ve o zamana dek Türkiye’de bulunamayan veya görülemeyen birçok şeyin sıradan hâle gelmesiyle Türk ekonomisinde bir patlama yaşanmıştır (Yaşın,2003:231).

Askeri yönetimin üç yıllık sıkıyönetim sonrasında gelen Özal hükümeti ve ekonomisi, sıkıyönetim ardından gelen ilk sivil hükümettir. Başarısının yeniden en büyük değer olarak ortaya sürüldüğü, çok para kazanmanın takdir edilir olduğu bu dönemde neoliberal politikalarla tanışan ülkede yeni bir sınıfı da oluşturacak olan

genç kentli profesyonellerin ortaya çıkmasıyla birlikte kamusal yaşam büyük dönüşüme uğramıştır (Yaşın, 2003:231).

Bu yeni dönüşüm ve depolitizasyon girişimleri eğitim kültürünü de köklü bir değişime uğratarak öğrencilerin finansal ağırlıklı olarak işletme, ekonomi veya pazarlama okumayı tercih ettikleri yeni bir dönem ve ekonomik toplumsal kültürü de beraberinde getirmiştir.

Dışarıya açılma ve küresel sermayeye entegre olma politikalarını izleyen Türkiye’de oluşan yeni pazarlar sayesinde bazı kesimler çok büyük servet sahibi olurken bir diğer kesim ise daha fazla yoksullaşmıştır. Neoliberal politikalar çok küçük bir kesimin beklentilerine cevap verip refah ortamlarını daha da yükseltirken, bazıları için bu durum yeni dünya düzeni içerisinde iyice yok olmaları anlamına gelmiştir. Devletin sanayiye özelleştirmeye ve zaten zayıf olan sosyal güvenlik ağını parçalamaya başlaması, gittikçe artan enflasyon, kırsal alandan kente yeni bir göç dalgasının yaşanmasıyla işsizliğin artması bu yılların belirleyici toplumsal ve ekonomik öğeleri olurken, Türkiye'nin finansal ve kültürel merkezi İstanbul'da yeni zenginler iyice görünür olmuşlardır (Kandiyoti- Saktanber, 2003:206). Bu ekonomik ve kültürel ortam toplumsal- sınıfsal ayrımın daha da artmasına neden olmuştur.

Toplumdaki sınıf farkı arasındaki uçurumun gittikçe büyümesi bireysel politikaların dışında kalmış, sosyal ve ekonomik değişim kimlikler üzerinden yeni bir tüketim kültürünü pazarlarken, aynı zamanda orta sınıfın da tanımının ve yapısının değişmesine yol açmıştır. Yeni orta sınıfın kendini toplumun diğer sınıflarından ayıracak kültürel bir dil arayışı içine girmesi sonucunda, piyasanın kültürel metaları da buna göre şekillenmiş, bu yeni orta sınıfın tüketimine yönelik bir yapılanma ve hizmet sektörü oluşmuştur. Bu yüzden 90’lı yıllar iktisattan çok kültürün ön plana çıktığı bir dönemdir.

Bütün bu dönüşümlerle beraber Türkiye’de sanat ortamında da belirgin değişimler yaşanmıştır. Artık “aydın” rolünden sıyrılan sanatçılar modern sanat anlayışının elitist ve sınıfsal ayrımında yeşeren sanat tarzları karşısında yeni ifade olanakları aramış; toplum, kimlik, cinsiyet politikaları, yerellik, gelenek, iktidar gibi

olgulara karşı yeni bir karşı çıkış aracı olarak sanatı kullanmışlardır. “Bir tavır ve karşı çıkış estetiği olarak sanat bu dönemin sanatçıları tarafından bir özgüven ve varoluş sorunsalı olarak masaya yatırılmıştır”(Çalikoğlu, 2008:8).

Dünyada soğuk savaşın bitmesi ve Türkiye'de 1980 darbesinin kültürel programının kurumsallaşması birbiriyle kesişir. 1980 sonrasında hız kazanan küreselleşme politikalarına Türkiye, Özal hükümeti ile başlayan dışa açılma girişimleriyle eklenir. Küreselleşmenin aşındırdığı ulus-devletlerin yerine bölgesel metropollerin yükselmesi de aynı yıllarda başlamıştır. Yine aynı yıllarda 12 Eylül darbesi sonrası, neoliberal politikaların göbeğinde Özal'cı serbest piyasa ekonomisinin getirdiği tüketim toplumuyla beraber oluşmaya başlamış bir yapıdan bahsetmek mümkündür. Soğuk savaşın sona ermesiyle biten iki kutuplu dünya düzeni, Doğu-Batı kültürel çelişkisinin sembolü olan Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla birlikte yeni bir dünya düzeninin başlangıcına da işaret eder (Çalikoğlu, 2008:8).

Türkiye'de 1980'li yılların bu siyasi ve kültürel atmosferinde ortaya çıkan imaj ve imge bolluğu ise Gürbilek'e göre bir yanılısamayı işaret etmektedir. “Türkiye'de 1980'lerin kültürel iklimini tanımlayacak ilk kavram “sözün bastırılması”ysa, ikincisi mutlaka “söz patlaması” olmalı. Çünkü 80'lerin ortasında Türkiye'de, neredeyse baskı döneminden çıkıldığı yanılısamasını doğuracak yaygınlıkta bir söz, imge ve görüntü patlaması yaşanır” (Gürbilek, 2009:21). Baskı ve denetim dönemi bitmemiş sadece biçim değiştirmiştir. Bu yeni iktidar biçimi yok etmektense kuşatıyor, eski rejimlerin somut baskı yöntemlerinin aksine üretmek denetliyordu. Bu iktidar yapılanmalarının kültürü egemenlikleri altına alması ve yönlendirmesi anlamına geliyordu. Bu sebeple Türkiye sınırları içerisinde üretimde bulunan sanatçıların toplum, gelenek, yerellik, otorite gibi değerlere karşı biçimsel ve içeriksel yenilik anlayışını ve anarşist bir niyetle gerçek anlamda bir reddediş ilişkisini, 1980'li yılların sonunda belirgin bir şekilde yapmaya başlaması şaşırtıcı değildir (Çalikoğlu,2008:7).

Modernizm ve avangardın 2. Dünya Savaşı sonrasında Amerikan liberalizminin sembollerine dönüşmesiyle beraber Amerika'nın dünya sanatı

üzerindeki hegemonyası da başlar. Daha doğrusu Modernizm ve avangard bu kültürel hegemonyanın oluşmasına yardımcı olmuştur. Şirket ve büyük sermayelerin kültür özelleştirmelerinin hızlandığı ve arttığı yıllar sayılan 1980'lere gelindiğindeyse sanat çok uluslu şirketlerin küresel sermayelerinin ve oluşturdukları özel kültür politikalarının denetimi altına girmiştir. Müzeler, bienaller ve sanatın temsil edildiği diğer mecralar, sanatın yeni hamilerinin armalarıyla donanır. Kamu bu mecralar üzerindeki denetimini yitirir, dolayısıyla büyük ölçüde medyaya havale edilen eleştiri cılızlaşır. Neyin ifade edileceği dahil bütün yönetimin, iktidarın, sponsor kurumlar adına davranan küratörlere devrolduğu bienal gibi gösterilerde sanatın özerkliğinden söz açmak oldukça zordur. Sanatın yüzyıllardır, inşa etmeye çalıştığı özerklik ve eleştirel düşüncenin bağımsızlığı tehdi altına girmektedir (Artun, 2006:73-90). Bu kurumlar altında sergilenen veya üretilen sanat yapıtlarının veya sergi konseptlerinin ise eleştirel ve muhalif bir dile sahip olması şaşırtıcı değildir. Bu durumun nedenleri incelendiğinde ortaya çıkan bulgular, bu kurumsal pratikleri ve olumsuz yönlerini daha açıklayıcı hale getirecektir.

Kültür endüstrisi ve sanat arasındaki bu uzlaşma yapay eleştirel ve muhalif tanımla yani kurumsal yapılar tarafından öne sürülen politik sanatla kendisini gösterir. Bu durum Adorno'nun kitle iletişim araçlarının toplumsal gerçekleri yansıtarak kendi sonlarını getireceği yanılığısı tespitiyle benzerlikler taşır. "Piyasa ekonomisi savunusunun büyük hızla Doğu'yu istila etmesiyle birlikte, kapitalizm karşısında hiçbir alternatifin kalmadığı noktadaki mutabakat da genişlemiştir. Kitle iletişim araçları toplumsal çatışmaları yansıtır yansıtmasına, ama bunların çoğu cinsiyetçilik ve ırkçılık karşıtı iddiaları temsil eder ve bu ikisi, yasal kişileri temel alan piyasanın eşitlikçi mantığı çerçevesinde zaten daima kabul edilemez ve geriletici olmuştur" (Adorno, 2007:37). Çünkü bunları göstermekle, bunların oluşumunu sağlayan kurumları göstermek birbirinden çok farklıdır. İlki üretilmiş olan bir kodu tekrarlamak ve eleştirel bir yanılığısı ortaya çıkarmak, ikincisi ise hakikati söylemek, yani parrhesia'yı kullanmaktır. Süreyya Evren bu durumu krala çıplak demekle krala "sen çıplaksın" demek arasındaki fark olarak tanımlar (Evren, 2007:10).

Patriyarka, ırkçılık, cinsiyetçilik, aşırı tüketim vb. kavramlar her alanda yapısal olarak var bulunur ve bu kavramlar öncelikle kitle iletişim araçları gibi çeşitli kültür kurumları vasıtasıyla öğrenilmektedir (Foster, 2008:136). Bu tür kurumlar da bunların dikte edildiği, bizleri hâlâ otoriter pratiklerin bulunduğu bir toplumsal yapıya maruz bırakır. Dolayısıyla bu kavramların kendisinden önce bu kavramların üreticisi olan kurumlara direnilmesi gerçeği ortaya çıkmaktadır. Çünkü Althusser'e göre kapitalist ya da kültürel olsun ya da olmasın her hangi bir üretim tarzında üretimin esas koşulu, üretim koşullarının yeniden üretilmesidir (Foster, 2008:136; Althusser, 1971:127). Dolayısıyla bu kurumlar altında üretilen bu kültürel kodlar bizim tarafımızdan tüketildikçe sistemi de yeniden üretmiş oluruz (Foster, 2008:136; Levin ve Baudrillard 1981:5). Batı'da 1950'lerin sonuna gelindiğinde bilincin homojenleştirilmesinin sermayenin büyümesi açısından verimli olmadığı anlaşılmaya yeni metalar için yeni ihtiyaçların yaratılması gerekmiştir. Bunun için, daha önce ortadan kaldırılan negatif unsurların asgari düzeyde yeniden kabul edilmiş ve bu sayede üretim koşulları yeniden sağlanmış (Adorno, 2007:37). Tıpkı bugün kurumlar altında, cinsiyet politikaları, toplumsal sorunlar, 60-70'lerin politik söylemleri ve görsellerinin yeniden üretilmesi gibi. Buna bağlı olarak üretilen tek yeni şey meta olurken, bu metanın dönüşümünü sağlayacak derecede alternatif önerilerin de sistem tarafından kışkırtılması ve bunların toplumda "eleştirel" olarak algılanması kaçınılmaz olmaktadır. Oysa eleştirel teori bir üslup yadsıması değil, yadsımanın üslubudur (Debord, 2010:157).

2.3. Devlet, Özel Kurum ve Kuruluşların Sanatla Etkileşimi

Şirketlerin üst düzey yöneticileri ve büyük sermaye sahiplerinin, milyar dolarlarla oynayan bu korporasyonların sanatla bu derece ilgilenmeleri, ona yatırım yapmaları, eser toplamaları ilk başta şaşırtıcı gelebilir, ama bunu kapitalizm geliştikçe, yüksek kültürün toplumda nasıl işlev gördüğü bağlamında değerlendirilirse, hem bu yatırımın amacı hem de üst düzey bir yöneticinin kişisel anlamda da sanatla neden bu kadar ilgili olduğunu daha iyi anlamak mümkün olur. "Paul DiMaggio'nun tanımıyla bu durum "sınıf ile kültür arasındaki ittifak" kuşkusuz sürüyor; bu örtüşmede bir tek değişiklik var: Geride bıraktığımız yaklaşık yirmi-

-yirmi beş yılda, özellikle 1980'lerde, giderek iş çevreleri ile kültür arasında bir ittifak söz konusu olmaya başladı; bu süreçte şirketlerin harcama gücü, yüksek kültürün öncü hamileri olan üst sınıf mensuplarının servetinin yerini aldı” şeklinde açıklanmaktadır (Wu, 2005:377; Dimaggio, 1982:33-50). Bu genel müdürler ve yönetim kurulu başkanları, bireysel düzeyde şirketlerinin koleksiyonlarını yönetirken, sanata ciddi yatırımlar yapan bir şirketin başında olmanın getirdiği bir sosyal statü ve değer de kazanırlar. Nitekim bu, Pierre Bourdieu'nün "kültürel sermaye" olarak adlandırdığı şeydir. Distinction (Ayrım) adlı kitabında bu kavramı derinlemesine geliştiren Bourdieu'ye göre, kültürel sermaye ekonomik zenginlikle serbestçe değiştirilebilir; ayrıca kültürel sermaye birikimi, özellikle hâkim sınıfın konumunun yeniden üretilmesine ve güçlendirilmesine hizmet eder. Sanatla egemen bir ideoloji biçimi olarak ilgilenen Bourdieu, sanatın kuşaktan kuşağa iletilerek, hâkim sınıfın egemen konumunun korunmasından ve yeniden üretilmesine hizmet ettiğinden bahseder (Wu, 2005:23; Bourdieu, 1984:228). Aile kapitalizminin ve kurumsal kapitalizmin bir arada yaşadığı çağdaş himaye sisteminde konumlar böylelikle korunurken, sanat aynı zamanda bu alanda diğer rakiplere bir meydan okuma aracına da dönüşür. Günümüzde bütün büyük şirketlerin bu alanda nasıl birbirleriyle yarıştıkları ve kültür endüstrisini paylaştıkları çok daha kolay biçimde izlenebilir durumdadır. “Bir şirketin sanat koleksiyonu ile şirket arasında, koleksiyon ile şirketin yönetim kurulu başkanı arasındaki paralel ilişki şunu gösterir: Şirket koleksiyonu oluşturmak, yönetim kurulu başkanının kişisel heveslerini tatmin etmesinin çok daha ötesine geçen bir etkinliktir, çünkü ortaya konan şey aynı zamanda sosyal bir iddia, kamu tarafından görülecek ve kamuoyunun önünde sergilenecek bir tavidir. Şirketteki konumlarının kendilerine sağladığı kültürel avantaj, bir şirketten diğerine geçen bu hareketli ve güçlü yöneticilerin, başına geçtikleri her şirkette sanat eseri toplamaya başlayacağı anlamına gelir” (Wu, 2005:377-380).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SANATSAL SÜRECİ ETKİLEYEN DİNAMİKLER

3.1. Sanat ve Tüketim Belirleyenleri

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

Çağdaş sanatın varmış olduğu gelişim çizgisi; üretim mekanizmalarının bağlı olduğu bireysel ele alışların karşısına, tüketici olarak kitleleri çıkarmak durumundadır. Kitlelerin içinde bulunduğu toplumsal yapı, bu bağlamda sosyokültürel bir etkileşim alanındadır. Tüketim ve kültür kavramlarının oluşturduğu yapı, sanatsal üretimin hedefi üzerinde yön tayin etme yetkisi ve gücünü elinde bulundurmaktadır. Zicdervald'ın ifadesiyle birey ikili bir varlık olarak ortaya çıkar; aynı anda hem üreticidir, hem de ürün. Bu ilişki her elemanter sosyal gerçeklikte kendisini gösterir (Zicdervald 2001, s.45). Üretici ve tüketici kimliği ile insan, toplumun bir üyesi olarak, o toplumu nicelik olarak etkileyen bireysel sorumluluğu ve kişisel dünyası ile toplumsal kültürün hem amacı hem de aracı konumundadır. Ayrıca insan, sosyal bir aidiyetlik niteliği ile o toplumun kültürel yapıtaşlarından biridir aynı zamanda. Kültür ise “mülkiyet ilişkilerinin bir parçasıdır; mülkiyet ilişkilerine bağlı olarak, bazı insanlar kültürel üretimdeki uygulamaların sahipleridir, diğerleri ise sadece üretilenin ücretli üreticisi, bazılarının satın alıcısı, kullanıcısı, tüketicisi veya taşıyıcısıdır” (Erdoğan 2001, s.70-71). Uğur; kitle kültürü üzerine düşünürken, “beğenilerle yakın ilişkisi olan estetik ölçütlerin yanı sıra, en az onlar kadar alımlama süreçlerini de odağa alarak, insanların bu kültürün ürünlerini kullanırken belli seçim stratejilerini geliştirdiklerini anlamalarına katkıda bulunuyoruz” (Uğur 2002, s.153) derken, estetik açıdan belli tüketim doğrultuları ve normlarına ilişkin bir özelliği de vurgulamaktadır.

Sanattaki tüketim olayını üç maddelik açılım içinde ele alan Barnard, bunun gerçekleşmesini pazarlara, kamu kuruluşlarına ve izleyicilere yönelik bir biçimde sunmaktadır (Geniş bilgi için bkz: Barnard 2002, s.111-130 arası). Burada dikkat çeken ilk olgu olarak Pazar, küreselleşme başlığı altında çok değişken ve etkili bir görev üstlenirken, görsel kültür üretiminin tüketimi boyutunu da özellikle dünyaya lanse etmekte etkili bir mekanizma olarak ön plandadır. Postmodern sanat ve eşdeğer uygulamaların en önemli karakteri, Giderer'in ifade ettiği gibi, “sanatın kitleselleşmesi, kitleselleşirken endüstrileşmesi ve endüstrileşirken de kitlelerce para karşılığı ‘tüketilmesi’ anlamı” (Giderer 2003, s.108) açısından değerlendirilmektedir. Para ile sanat arasındaki ilişkinin cazip unsuru olan Pazar, ayrıca, tüketimin belirleyici özelliği olarak söz sahibi olduğu bir gücü simgelemektedir. Baudrillard'a

göre sanat, “elindeki ayrıcalıklı bilgileri Borsa’da kendi çıkarı için kullanan bir kişinin suçuna benzer bir suçun işleyiş sürecinde yerini almıştır. İşin içinde sadece sanat söz konusu değildir; politika, ekonomi ve bilişim de ‘tüketiciler’ yönünden aynı suç ortaklığına katılırlar” (Baudrillard 2002, s.12).

Lee ise, Adorno’dan bir alıntısında; “kültür endüstrisine değinerek söz konusu endüstrinin özünde, bir taraftan liberalizmin gerekli bir etkisi olarak izlenen serbest piyasa ve serbest rekabetin paranın genel yasalarına göre gerçekleştirildiği ve bu sayede ekonomik tekelleşmenin oluşması için şart olan ‘kültür tekelleşmesi’ni ifade ettiğinden” bahseder (Lee 1999, s.53). Ortaya konulan bu tablo, postmodern çağa ve sanata ait kültürün kitlelerce değerlendirilişi veya paylaşılması esnasında pazar gibi, medya gibi, kurum veya şirketler gibi yönlendirici unsurların etkisini hissettirmektedir. Bu türden araçların belirlediği tüketim mantıkları ve pratikleri de, tabii olarak kitlelerce benimsenebilmektedir. Bir başka ifadeyle “kültür endüstrisi, konumunu sağlamlaştırdıkça tüketicilerin ihtiyacını topluca karşılayabilmekte, bu ihtiyacı üretmekte, yönlendirmekte, disiplin altına almakta hatta eğlenceye de el koyabilmektedir” (Horkheimer-Adorno 1996, s.35).

3.2. Sanat Yapıtının İzleyici ile Buluşması

Sanat yapıtının üreticisi tarafından ortaya konulmasıyla başlayan ve yaratıldığı kapalı ortamdan alınıp, kamuya ilişkin açık bir alana (piyasaya) çıkarılmasıyla sanat yapıtı yeni bir sürece taşınmaktadır. Bu aşamada yapıtın alınıp satılan herhangi bir marka gibi piyasanın kurallarına bırakıldığını söylemek yanlış bir yargı sayılmamaktadır (Binzet, 2005:30). Sanatın para ile kurduğu yakın ilişkiyi bugün, sadece galeriler, müzayedeler, sanat fuarları gibi doğrudan ticari amaç ile kurulan örgütlenmeler aracılığı ile değil, aynı zamanda koleksiyonerler, müzeler ve sanatı destekleyen sponsor şirketler gibi dolaylı kazanım sağlayan oluşumlar bağlamında da ele almak gerekir (Çakmakoğlu,2008:76; Sümer,2007:184-185). Sanatın ekonomik boyutları göz önüne alındığında sanat eseri hırsızlığı da tüm dünya ülkeleri ama özellikle de İtalyan Hükümeti için önemli bir sorundur. Dünyada gerçekleştirilen eser hırsızlığı oransal olarak en yüksek değere bu ülkede ulaşmıştır.

Bu alandaki en önemli sorun farklı ülkelerin yasaları ile eserlerin el değıştirebilirliği ve satılabilirliğidir. Çalınan eserin farklı alıcılar tarafından el değıştirmesi ile sanat hırsızlığı ve onun ekonomik boyutu durumu işin içinden çıkılmaz hale getirmektedir (Erbay,2006: 52).

Ekonomik koşulların iyileşmesi ile birlikte gelir seviyesi artışının sanat eserlerinin talebine doğrudan arttırmasının yanı sıra iyileşen ekonomik koşullarla birlikte konut üretiminin ve satışlarının artışı, devletin veya özel girişimcilerin daha çok müze inşa etmesi, yeni ofislerin açılması ve galerilerin devreye girmesi ve stok oluşturma gibi etmenlerden dolayı talep de artmaktadır. Günümüzde talebi etkileyen en önemli faktör ise müzeler olmuştur. Müzeler toplumun sanata bakışını değıştirmiştir. Aynı zamanda da ayrıştıracı bir sayaç görevi üstlenmektedir. Müzelerin talep üzerinde bir başka olumlu etkisi de aldıkları eserlerin ancak çok az bir kısmını tekrar arz olarak piyasaya geri sunmalarıdır (Ersöz (b),2005:28-33).

3.2.1. Bir Pazar Stratejisi Olarak Sanat

Sanat pazarı, özellikle de çağdaş sanat pazarı, üreticilerin çoğu kez eserlerini öncelikle satış yapmak amacıyla üretmediği, alıcıların çoğu kez aldıkları, eserin değeri ile ilgili kesin bir fikir sahibi olmadığı ve aracılarn çoğu kez hiç görmedikleri eserlerin satışı için, belki de daha önce hiç sanat eseri almayan alıcılardan para talep ettiği bir pazar özelliği göstermektedir (Plattner 1998: 482). Yani diğer ticari ürünlerden farklı olarak insanların değeriinden emin olamadıkları nesnelere almak için önemli miktarlarda para harcadıkları ve sanatçıların az sayıda insanın almaya istekli olduğu bu ürünleri yapmak için önemli miktarda zaman harcadıkları bir pazardan bahsedilmektedir (Plattner 1998: 491).

Sanat pazarının, kitlesel ölçekte üretilmiş ürünlerden farklı olarak, benzersiz ya da nadir eserlerin alım-satımına bağlı ve mekanik reproduksiyonu reddeden kendisine özgü bir ekonomisi vardır. Reproduksiyonun mümkün olduğu sanat dallarında dahi sanatçılar tarafından belirlenen bilinçli sınırlar vardır. Sanat eserlerinin alıcıları fazla olmadığından, satıcıların kim oldukları bilindiğinden ve

eserlerin arzı sınırlı olduğundan ticari sanat dünyası sıra dışı bir pazardır (Stallabrass 2010: 13-85-95).

Pek çok sanat eserinin bir eşi daha olmadığından bu pazarda arz kanunları değil “ya hep ya hiç” kanunu işlemektedir. Bu durumda tekel konumundaki bir sanatçıdan eşsiz bir sanat eseri satın alınırken, başka hiçbir nesneyle kıyaslama yapmak mümkün olmadığından, bu alışverişte güvenilir bir pazar bilgisinden yararlanmak da söz konusu olmamaktadır (Stallabrass 2010: 97).

Bu özelliklere ek olarak, sanat pazarı, koleksiyonerlerin hedonik veya finansal sebeplerle sanat ürünleri satın almasının yarattığı maddi etkinin yanı sıra karşılıklı iyilik yapma ve hediyeleşme sistemi ile de şekillenmektedir. Galeriler sanatçıları desteklemekte, sanatçılar galerilere eser bağışlamakta, koleksiyonerler bazen bir sanatçıyı veya bir galeriyi desteklemek için eser satın almaktadırlar (Velthuis 2005: 75).

Sanat pazarı, sanatın kültürel bağlamdaki konumu gereği diğer sektörlerden farklı olarak ekonomik öğelerin yanı sıra toplumsal bir misyon da üstlenmektedir (Açıkgöz 2011: 72). Dolayısıyla sanat pazarının varlığından söz edebilmek için hem kültürel hem de ekonomik sermayeye ihtiyaç vardır. Kültürel sermaye bir grup insanın sahip olduğu, sanatı benimseme, sevme ve ilgilenme ile ilgili sermaye olarak tanımlanabilir. Sanat eseri koleksiyonu yapmayı ve sanat galerilerinden eser satın almayı benimsemek sadece kültürel sermayeye değil aynı zamanda satın alma gücüne de bağlıdır (Önsal 2006: 95-96).

Velthuis (2005: 20) sanat pazarını, fiyatların değişken ve düzensiz olduğu, aktif alıcı ve satıcıların sayısının az olduğu, pazarın gayri safi milli hasılaya katkısının kesin olarak bilinemediği, aslında kapitalist ekonominin bir parçası olan ama bir o kadar da uzak duran bir pazar olarak tanımlamaktadır. Sanat pazarının kendine özgü tüm bu özellikleri onu diğer pazarlardan ayıran yapısını ortaya koymaktadır.

Bilindiği üzere pazarlama insan istek ve ihtiyaçlarının değişim (mübadele) yoluyla karşılanması ve böylece müşteri tatmini ve sadakati yaratılması sürecini ifade eder. Sanat ile pazarlamanın birlikteliğinden doğan sanat pazarlaması, son yıllarda üzerinde çok durulan bir konu haline gelmiştir. Sanat sektörü ile ilgili birçok çalışma sanat pazarlamasının kâr amacı gütmeyen sektörde doğduğunu kabul etmektedir (Scheff ve Kotler 1996; Rentschler, 1998; Lee 2005; Bernstein 2007).

1980'lerin sonundan itibaren yaşanan ekonomik durgunluk, kurumların bağış önceliklerinin değişmesi, devletin sanata ayırdığı kaynakları kesmesi ve destek alabilmek için rekabet eden kâr amacı gütmeyen organizasyon sayısının artması sanat organizasyonlarının parasal kaynaklarını azaltmaya başlamıştır (Scheff ve Kotler 1996: 29). Boorsma ve Chiaravalloti'ye (2009: 3) göre 1980'li yıllar özellikle kâr amacı gütmeyen sanat organizasyonlarının, kâr amacı güden işletmelerin yönetsel uygulama ve ideolojilerine ilgi göstermeye başladığı bir dönem olmuştur. Bu yönelimin sebebi Scheff ve Kotler'in de (1996) belirttiği üzere sanat galerilerinin davranışlarında daha hesap verebilir olmaları, kamu desteğine daha az bağımlı olmaları, izleyici katılımını arttırmaları ve eğlence sektörü ile rekabet etmeleri yönündeki baskının artmasıdır.

Diğer taraftan sanatsal etkinliklere katılma eğilimlerinde de bazı değişimler yaşanmaktadır. 1990'lara kadar özellikle gösteri sanatları organizasyonlarında çok güçlü olan üyelik sistemi, 1990'ların sonlarından itibaren değişen yaşam tarzları ve insanların boş zamanlarında katılabilecekleri alternatiflerin çoğalması sebebiyle zayıflamıştır (Bernstein 2007: 11-12). Günümüzde insanlar eğlence ve boş zaman alternatifleri seçerken bütün bir yılı önceden planlamak yerine daha kendiliğinden hareket etmek istemektedir. İnsanların boş zamanının eskiye göre azalması ve daha uygun ve ekonomik eğlence çeşitlerinin ortaya çıkması rekabeti arttırmıştır (Scheff ve Kotler 1996: 29). Ayrıca günümüzde bir sanat organizasyonu için, farklı müşteri bölümlerini ve sanat etkinliklerine katılım konusunda farklı tutumları olan müşterileri sürekli memnun etmek gitgide zorlaşmaktadır. Bazı katılımcılar bir sanat etkinliğine katıldıklarında yeni bir şeyler öğrenip, meşgul olmak isterken, bazıları daha pasif deneyimler tercih eder. Kimi alışılmadık farklı sanatlara yönelirken, kimi

alışılmış çalışmaları tercih eder. Bunlar yanında, katılmak isteyip de çeşitli nedenlerle sanat katılımından uzak kalan bir kesim ile gene çeşitli sebeplerle katılmak istemeyen başka kesimler söz konusu olabilir.

Eğitim seviyesi de sanat katılımını etkileyen önemli sosyo-ekonomik faktörlerden biridir. Ancak eğitim sistemi içerisinde sanat eğitiminin yetersizliği gençlerin sanatı benimsemesine engel teşkil eden bir durumdur. Sanat katılımına önemli bir engel olarak görülen fiyatın ise son yıllarda yapılan araştırmalarda hem katılımcılar ve hem de sanat etkinliklerine katılmayan kişiler açısından çok da etkili olmayan bir faktör olduğu bulunmuştur. Son olarak gelişen teknoloji ile birlikte, tüketicilerin kendilerine sunulan deneyimlerin daha fazla bireyselleştirilmesine yönelik beklentileri artırmaktadır (Bernstein 2007: 11-14).

Dickman'a (1997: 4-5) göre sanatta pazarlamaya olan ilginin itici gücü tüketiciler, devlet, sponsorlar ve rekabet olmuştur. Yukarıda belirtildiği üzere günümüzde tüketiciler boş zamanlarını ve isteğe bağlı gelirlerini harcamak için daha fazla seçenekle karşı karşıyadırlar. Seçeneklerin artması ile tüketiciler sanat işletmelerinden daha fazla şey beklemekte buna karşın işletmelere daha az sadakat göstermektedirler. Devletler eskiye göre harcamalarını kısmakla birlikte hala sanatın en büyük destekçileri konumundadırlar. Birçok ülkede devlet sanat yöneticilerinin yönetim becerilerini geliştirmek amacıyla özellikle pazarlama alanında programlar düzenlemektedir. Devletler sanat ve kültür programlarını desteklemeye devam etmekle birlikte, kâr amacı gütmeyen sanat işletmelerinin daha katılımcı veya ticari sponsorlukları arttırarak finansal olarak daha etkin olmalarını ve kendi kaynaklarını geliştirip yönetmelerini beklemektedirler.

Ekonomik durgunluk zamanları ticari sponsorlukların zorlaştığı dönemlerdir. Sanat işletmesi belirli bir beklenti ile sponsor ararken, sponsorluk yapacak işletmeler de bu sponsorluğun kendi işletmelerine katkı yapmasını beklerler. Karşılıklı bu beklentiler de rekabetçi bir ortam oluşturmaktadır (Dickman 1997: 4-5). Tüm bu gelişmeler ve değişimler sanat sektöründe pazarlamaya olan ihtiyacı arttırmıştır.

Sanat pazarlamasının gelişiminden bahsederken paralel bir gelişim izleyen sanat yönetimine de değinmek gerekmektedir. 1960'larda ortaya çıkan sanat yönetimi çok disiplinli yapısı ile karmaşık bir kavramdır. Çıkış noktası kâr amacı gütmeyen sanat organizasyonları olan sanat yönetimi günümüzde yaratıcı endüstride faaliyet gösteren diğer ticari organizasyonları da kapsar hale gelmiştir (Chong 2010: 1).

Sanat yönetimi yönetim, pazarlama, sosyoloji, estetik, ekonomi ve hukuk gibi birçok disiplinin bir arada olduğu bir alandır (Rentschler ve Shilbury 2008: 60). Sanat yöneticileri bir sanat işletmesinde planlama, organizasyon, yöneltme ve denetim gibi yönetim fonksiyonlarını uygularken; planlama ve geliştirme, pazarlama ve halkla ilişkiler, insan kaynakları yönetimi, finansal yönetim gibi temel işletmecilik fonksiyonlarını da yerine getirmektedir (Byrnes 2009: 15-18). Bir çalışma ve uzmanlık alanı olarak sanat yönetimi 1950'lilerden beri ABD ulusal politikasındaki değişimlerin bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Politika değişiklikleri ile sanata verilen artan destek sanat pazarının gelişmesine katkıda bulunmuştur. Nüfusun ve eğitim seviyesinin artması sanat alanında yeni birçok iş alanı ve istihdam yaratılmasını sağlamıştır (Byrnes 2009: 53). Sanat yönetimi, 20. yüzyılın sonlarında özellikle yeterli bütçenin sağlanamaması ile zor duruma düşen gösteri sanatlarında yaşanan gelişmelerle önemini arttırmıştır. Modern sanat yönetimi kavramı 80'lerin başlarında ilk olarak ABD'de ve İngiltere'de, sonra Avrupa'da ilk akademik sanat yönetimi derslerinin konuya bilimsel açıdan da ışık tutması ile profesyonelleşmiştir (Bendixen 2010: 7).

Geçtiğimiz 30 yılda sanat yönetimi hakkındaki yayınlarda ciddi bir artış görülmüştür. Evrard ve Colbert'e göre (2000) teorik bir yapı olarak yönetim ile bir sektör olarak sanatın kesişimine yerleşen sanat yönetimi, diğer disiplinlerden farklı olması yanında köklerini aldığı disiplinden de farklı bir birikim oluşturmuştur. Ayrıca yeni bilgi, kavram ve teorilerin doğuşuna neden olarak genel yönetim bilgisine katkıda bulunmuştur. Yönetim alanındaki dergilerde sanat yönetimi ile ilgili makaleler yayınlanması, sanat yönetimi ile ilgili dergiler yayınlanması, özellikle bu yeni disipline odaklanan bilimsel konferanslar ve eğitim programlarının

düzenlenmesi yeni bir disiplinin doğuşuna işaret etmektedir. Sanat yönetimi bir disiplin olarak konusu sanat olan, toplum içerisinde bir yeri olan, çeşitli perspektiflerden değerlendirilen, amaç ve yaklaşım açısından çeşitli alanlarla benzerlikler ve tamamlayıcılıklar gösteren bir alandır (Evrard ve Colbert 2000).

Sanat yönetiminin önemli bir parçası olan sanat pazarlamasının doğuşuna ilişkin Lee'nin (2005) yaptığı bir çalışmaya göre 1970 ve 80'lerde sanatta pazarlama, bir dizi teknik ve karar verme süreci olarak görülürken ilerleyen dönemde sanat pazarlaması bir yönetim felsefesi olarak kabul edilmeye başlanmıştır. 1990'lardan sonra sanat pazarlamasında ciddi gelişmeler olmuştur. Sanat organizasyonlarında pazarlama departmanları kurulmuş, sanat pazarlaması uzmanları ve danışmanları görev almaya başlamış, konu ile ilgili eğitimler, seminerler ve konferanslar yapılmaya başlanmıştır. Pazarlama akademisyenleri pazarlamanın sanat ve kültürel sektöre uygulanmasıyla ilgilenmeye başlamıştır. Bugün sanatta pazarlama, sadece pazarlamanın sanatta kullanılmasından öte sanat pazarlaması şeklinde tanımlanır hale gelmiştir. Günümüzde sanat işletmeleri kendilerini tüketicinin perspektifinden görmeye ve müşteri ihtiyaçlarını karar verme süreçlerinin merkezine koymaya teşvik edilmektedirler (Lee 2005: 289-305).

Sanatın akademik bir çalışma alanı olarak gelişmesine paralel olarak sanat pazarlaması literatürü de araştırmalarla zenginleşmiştir (Rentschler ,1998; 2002).

Sanat yönetimi ve pazarlaması alanındaki yedi hakemli dergide yayınlanan akademik çalışmaları içerik analiziyle incelemiştir. Sanat pazarlamasının çeşitli yönleri ile ilgili toplam 171 makale çerçevesinde sanat pazarlamasının gelişimini üç aşamada inceleyen çalışmaya göre sanat pazarlaması makaleleri 1970'li yıllarda ciddi bir şekilde artmıştır. Kronolojik sınıflandırmaya göre kuruluş aşaması (1975-1984) olarak isimlendirilen dönemdeki makaleler izleyici eğitimi, örgüt çalışanlarının izleyici araştırmalarının yararları hakkındaki farkındalıklarını arttırma ve sanatın ekonomik etkileri hakkında yazılmıştır. Bu dönem, kültürel organizasyonlarda değişim ihtiyacının ortaya çıktığı dönemdir. Böylece sanat işletmeleri pazarlamaya daha açık olmaya başlamışlardır. Bu dönemde bütünleşik

stratejik sanat pazarlaması uygulamasının ilk örnekleri bütüncül (holistik) sanat pazarlaması yaklaşımının farkında olunmadan benimsenmiştir. Kısıtlı olan ilk uygulamalar reklam, duyurum gibi tutundurma etkinliklerine odaklanmıştır. Profesyonelleşme periyodu ise (1985-1994) pazarlamanın kâr amacı gütmeyen sanat organizasyonlarına uygulanabilirliğinin tanındığı ve sanat organizasyonlarında pazarlama departmanlarının kurulduğu dönemdir. Bu dönem, uzmanlıkların, ilgili yeteneklerin ve pazarlama departmanlarının geliştiği dönemdir. Böylece pazarlama departmanları profesyonelleşmiştir. Sanat pazarlamasının organizasyonel uygulamasında bilinçli ama kısıtlı bir bütünleşme sağlanabildiği görülmektedir. Üçüncü aşama olan keşif periyodu (1995-2000), pazarlama felsefesinin sanat organizasyonlarına yerleşmeye başladığı bir dönem olmuştur (Rentschler 1998). Bu dönemde, sanat organizasyonlarının standart işletim (operasyon) süreçleri artık pazarlamayı da içermektedir (Rentschler 2002: 13).

3.2.2. Sanatsal Ortamda Satıcı ve Alıcı İlişkisi

Sanat piyasasında bir alıcı olarak koleksiyonculardan da söz etmek gereklidir. Onların uzun vadeli alım yapmaları fiyatları olumlu olarak etkilemektedir. Koleksiyon sayısının artması talebi en olumlu etkileyen unsurların başında gelmektedir. Ancak spekülative alıcılar ve zevklerin değişmesi sonucu sanat piyasasında zaman zaman dalgalanmalar görülmektedir (Ersöz (b), 2005: 28-33).

Galerici ve sanat tacirleri plastik sanatlar dünyasında yeni akımları geliştiren, sanatçıları keşfedip sunan, önemli koleksiyonların oluşmasını sağlayan aktörlerdir (Baraz, 2005:30-33). Özellikle sanat eseri almaya yeni başlayanların yaşadığı tedirginlik galericiler tarafından çok iyi anlaşılır. Sanat eserini düzenli olarak satın alanlar ve bunları biriktirenler ise koleksiyoncu sınıfına girmektedirler (Ersöz (c), 2005:42; Yetişkin, 2008: 60). Bu anlamda sanatçı gibi sanatın kendisi de ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel koşullarının ürünüdür. Kuşkusuz sanatın kendi iç dinamiğinde sanatçı tarafından üretilen ve piyasaya katılan/katılmayan tüm çalışmalar bireyselliğin yanı sıra tümüyle özgünlük de gerektirir. Bunun için sanatçının ortaya koyduğu ürünü onu tüketmeye ihtiyaç duyan bir kitleye arz etmesi

gerekmektedir. Talebi biçimlendiren unsurlar çeşitlilik gösterebilmektedir ancak hiçbir durumda talebin niteliğinin sanat üretiminin niteliğinin bir ön koşulu haline gelmemesi beklenmektedir (Üstünipek,2007:301; Elgün, 2002: 24).

Sanat ve üretimlerinin ekonomik boyutu değerlendirilmek istendiği zaman sanat piyasasında yer alan fiyatların ya da fiyatlandırmaların hangi kriterlere göre belirlendiği en çok sorulan ve merak edilen konuların başında gelmektedir. Bu soruları ve durumları açıklamak ve anlamak sanat üretimlerinin özel niteliği ve pazar piyasasının kendi iç dinamiklerine göre değerlendirildiği zaman elbette çok kolay olmamaktadır. Bu durum, üretim ve satış etkinlikleri sanat piyasasında alışılmışın dışında bir tarzda denetlenir (Stallabrass,2004: 94).

3.2.3. Sanat ve Ticaret Etkileşiminde Para

Tarihsel olarak bakıldığında sanat ve ticaret ilişkisine olumlu yaklaşımlar yanında bu ilişkiyi eleştirenler de olmuştur. Sanat eserlerinin ticari anlamda değer kazanmasının 17. yüzyılda tüccarların, sergilerin ve müzayedelerin sanat ortamının temel unsurlarını oluşturduğu Hollanda'da gerçekleştiği belirtilmektedir. Sanata ilginin aristokrat ve kentsoylu kesimler arasında yaygınlaştığı 18. yüzyılda ise Avrupa kültür yaşamının merkezi Fransa olmuştur. Böylece sanat eserlerine olan talep artışı, sanatta aracılardan varlığını kaçınılmaz kılmıştır. Fransız İhtilali sonrasında ise parası olan herkesin resim alabildiği daha demokratik bir sanat ortamı oluşmuştur. 18. yüzyılda Londra müzayede evlerinin, sergilerin, aracı ve koleksiyonerlerin içinde yer aldığı önemli bir sanat pazarına dönüşmüştür. Ekonomik, toplumsal ve siyasal alanda ilerlemeler kaydeden İngiltere'de güçlenen varlıklı sınıf, sanata yoğun ilgi göstermiş, dönemin en önemli koleksiyonerleri bu sınıfın içinden çıkmıştır.

19. yüzyıl sanayi devrimi ile birlikte saray, din ve tüm diğer kurumların değişim yaşadığı, bireyselliğin ön plana çıktığı, sanatsal üslup, üretim ortamı ve modellerinin değiştiği bir dönem olarak nitelendirilmektedir. 20. yüzyılın ikinci

yarısında ise teknolojik gelişmeler, sanatsal yaratıcılığın temel motivasyonlarından biri, hatta en önemlisi haline gelmiştir (Demirdöven ve Ödekan 2008: 4).

Görüldüğü üzere sanatın ticarileşmesi çok eskilere dayanmaktadır. Ancak sanatçılar başta olmak üzere sanat dünyası, aristokratların ve monarşinin sanattan desteğini çektiği 18. yüzyıl ortalarından beri sanat-para ilişkisine eleştirel gözle bakmakta, sanat ekonomisini genellikle kabul edilemez görmekte ve mali kazanca yönelme eğilimini küçümsemekte ya da inkâr etmektedirler (Thompson 2011: 271; Stallabrass 2010: 104).

Günümüzde de bazı sanatçılar, sanatın sadece sanatsal değerinden ötürü değil bir statü ifadesi haline gelmesinden dolayı satın alınmasına ve oluşan pazar ekonomisine karşı tepkilidir. Buna rağmen çağdaş sanat dünyasının var olabilmesi için finansal kaynak önemli bir gerekliliktir. Dolayısıyla sanatçılar, bir eserin değerinin sıklıkla koleksiyonerin banka hesabı büyüklüğüne göre belirlendiği, statü ve yatırım amaçlı sanat tercihlerini kabul etmek durumunda kalmaktadırlar (Thompson 2011: 271). Bunun yanında sanatın toplumsal faydaları (toplumun sanat zevkini geliştirme, turist ve yatırım çekme gibi) nedeniyle devlet tarafından parasal olarak desteklenmesi de tartışılan bir konudur (Thompson 2011: 272).

Stallabrass (2010: 14) serbest ticaret ve özgür sanatın birbirlerine göründükleri kadar zıt olmadıklarını savunmaktadır. Sanat, ekonomideki gelişmelerden kısa sürede etkilenir, kitlesel üretimden bunalan tüketicilere farklılaşma imkânı sunar ve bu anlamda serbest ticaretin yaralarını saran, bütünleyici bir parçasıdır. Atikoğlu da (2010: 31) kültür ve ekonomi ilişkisinin başından beri birlikte gittiğini, bir dönem ekonomin arkasında kalan kültürün 20. yüzyılda ekonomiyi yakaladığını, son zamanlarda düşüş yaşayan ekonominin önüne geçerek daha da önem kazandığını belirtmektedir. Eskiden güç ve seçkincilik üzerine kurulu olan sanat artık bir anlamda demokratikleşerek ticari bir ürün haline gelmektedir. UNESCO verilerine göre, kültürel miras, görsel ve sahne sanatları, yazılı ve görsel medya, animasyon, internet, video oyunları, tasarım, reklamcılık ve mimarlıktan oluşan yaratıcı endüstrinin dünyadaki büyüklüğü 1,3 trilyon dolara ulaştı. Dünya

GSMH'sının yüzde 8'ini oluşturan yaratıcı endüstri yüzde 10 ile en fazla büyüyen sektör ve uluslararası ticarete büyüklüğü 445 milyar dolara ulaşan alanın en önemli temsilcileri ise İngiltere, ABD ve Çin'dir (Ertürk, 2011).

Sanat ve ticaret ilişkisi üzerine yapılan bu tartışmalar sanat pazarına da yansımaktadır. Horowitz'e göre (2011: 8) sanat pazarı kendi içinde ikilemler barındırmaktadır. Nesnel bir bakışla değerlendirdiğimizde, sanat eserini yaparken kullanılan malzemelerin maliyetinin ve eseri yapmak için harcanan zamanın ötesinde sanatın gerçek değeri çok fazla değildir. Hatta sanat bazen ticari olmayan ve değer biçilemez bir nesne olarak görülmektedir. Diğer taraftan, sanat çok büyük bir sembolik ve ticari değer yaratabilmektedir. İşte bu zıtlıklar nesillerdir sanat eleştirmenlerini uğraştırmakta ve şaşırtmaktadır. Ancak günümüzde piyasada çok eski ya da tarihi değeri olmayan eserler için daha önce hiç görülmemiş yüksek fiyatların oluşması ve sanata yapılan yatırımların artması bu tartışmaları sanatın ticari yönüne doğru yöneltmiştir. Robertson'a (2005: 3) göre sanatçı tarafından yaratılan bir sanat eseri sanat pazarında ticarete konu olduğunda ticari bir ürün haline gelmektedir. Demirdöven ve Ödekan da (2008: 10) sanat galerilerinde ve sanat müzayedelerinde satışa sunulan eserlerin ve beraberinde sunulan hizmetlerin tamamının ticari bir faaliyete konu olduğundan ürün olarak adlandırılması gerektiğini belirtmektedirler.

Velthuis'a (2005: 24) göre sanat pazarı bünyesinde sanat mantığı ve kapitalist pazar mantığı olmak üzere birbiriyle çelişen iki mantık barındırmaktadır. Sanat mantığı değeri ölçülemeyen sembolik, yaratıcı veya anlamlı ürünlerin yaratılmasını temel alan nitel bir mantıktır. Kapitalist pazar mantığı ise tersine; metalaştırma ve ölçümleme üzerine kurulu nicel bir mantıktır. İşte bu iki mantık arasında ortaya çıkan çatışma sanat pazarını ilginç ve farklı bir pazar haline getirmektedir.

Sonuç olarak, tarihte hiçbir zaman tam olarak anlaşılamayan sanat ve ticaret ilişkisi günümüzde çekici, kışkırtıcı ve sıradan yeni bir birlikteliğe dönüşmüştür. 2000'li yıllardan sonra sanatta yaşanan yükseliş sürecinde, sanat pazarı sanatçılar, koleksiyonerler veya kurumlar onuruna düzenlenen kumsal partilerinden,

küratörlüğü yapılmış yatlarda özel katımlı akşam yemeklerine, ulaşılması zor ve özel yerlerde yapılan sanat satışları ve eğlencelerine kadar bir dizi faaliyeti kapsar hale gelmiştir. Sanat, mimari ve tasarım arasındaki işbirlikleri ile özel tasarım olan çok özel tüketim ürünleri ortaya çıkmıştır (Horowitz 2011: 6-7).

Sanat Pazarı ve Para İlişkisi Sanatsal anlamda yaratma doğanın gereçlerinden yararlanarak özgün bir biçim oluşturmaktır ve bu anlamlı biçim bizi insan olmakla ilgili sorunlara götürecektir. Her sanat ürünü, her yapıt çeşitli ayrışmalar ve birleşmeler sonucu oluşmuş bir bileşimdir (Timuçin, 2003: 197).

Modern dönemde devlet, kültür kurumları ve piyasa arasındaki ilişkiler iç içe karmaşık bir görünüm arz eder. Diğer yanda ise, kültür-sanat ürünlerini klasik ticaret anlayışı ile görerek, bunu endüstriyel bir mantıkla sürdüren, dağıtım ve satış miktarına önem veren, piyasadaki talep oranına göre çoğaltan ekonomik anlayış vardır (Aydın,2002:244-245; Erkmen, 1997: 13-15; Aslan,2010:114-119). Sanat pazarının gelişmesi için yapılması gereken en önemli işlerden biri de çağdaş dünya tarafından denenmiş ve iyi sonuçlar alınmış bir örnekten yararlanmaktır. Buna göre, mimari yapılanmalardaki bütçelerin, örneğin % 5 gibi bir bölümü sanat ürünlerine ayrılmalıdır. Bu bir kanun ile de düzenlenmelidir. Bu şekilde yaratılan bir talep, ülkemizdeki profesyonel sanatı mutlaka geliştirecektir (Çizgen,2006: 65). Bugün için maliyetleri ciddi rakamları bulan dev organizasyonların sponsorluğunu üstlenen küresel şirketler, bu etkinlikler aracılığıyla reklamlarını daha güçlü bir biçimde yapma çabası gütmektedirler (Şahiner, 2007: 89-91; Şahiner, 2008: 11). Sermayenin küreselleşmesiyle birlikte kentlerin güzelleştirilmesi de yeni amaçlara hizmet etmeye başlar. Sanatsal yaratıcılık sadece kültür ürünlerinin yaratılmasına değil, aynı zamanda kentin paketlenip pazarlanmasında, başarılı bir gösteriye dönüştürülmesinde de kullanılır. Göz alıcı müzelerin, devasa sergilerin, bienal ve festivallerin son 20-30 yılda ciddi bir biçimde artması, kentsel dönüşüm süreçlerinden bağımsız değildir (Şahiner, 2007:89-92).

Bu anlamda sanata yatırım yapmak sanıldığı kadar kolay bir olgu değildir. Tersine çoğu piyasaya göre farklı dinamikleri olan karışık bir yapısı vardır. Uzun

yıllar bu piyasanın aktörü olan galeriler ve koleksiyoncular dahi sık sık yaşanan belirsizlik ortamında büyük hatalar yapabilirler. Sanat piyasasında ayakta kalmanın yolu, şans faktörünün çok ötesinde bilinçli olarak analiz yapabilme yeteneğinin yanı sıra trendleri de iyi izlemeye bağlıdır (Ersöz (b), 2005: 19).

Şirketler ciddi olarak sanat koleksiyonu oluşturmaya 1970'lerde başladılar, bu çabalarını o tarihten beri hemen hemen aynı yoğunlukta sürdürmektedirler. Günümüzün şirketleri, sanat müzelerine benzemek konusunda olağanüstü hırslı davrandılar, hatta kendi bünyelerinde küratörler istihdam etmeye başladılar ve kendi sanat departmanlarını kurdular. Sergiler düzenlediler, yeni sanat galerileri kurdular; hatta bazen kendi binalarında bir kamu müzesinin şubesini bile açtığı görülmektedir (Wu,2005:261).

3.3. Sanatsal Üretim İçinde Tüketim

Çağdaş bilişim, iletişim teknolojileri ve telekomünikasyon sistemlerinin baş döndürücü işlerliği, sanatsal üretim ve tüketim süreçleri üzerinde daha fazla odaklanılmasına yönelim göstermektedir.

Kültürel açıdan küresellik, farklı kültür yapıları, inançlar ve yaşantılarda etkili dirençlerle karşı karşıya kalabilmektedir. Kültürde ve dolayısıyla da toplumsal düzenin insan ilişkilerinde dikkat çeken bir olgu olarak sanat, bu hız içinde farklı, hareketli ve değişken karakterli yönelimlerin etkisi altında kalmaktadır. Sanatın evrensel ve ulusal boyutunun buluşma noktası olan kültürel tabanların maruz kalacağı etkileşimler ve içerdiği çatışmalar, genel olarak bir direnç yapısı sergileyebilir. Ama buradaki direnç kavramı, bir çatışmadan çok, kabullenme, benimseme noktasında sosyo-kültürel kriterlerin işleyişindeki problemleri ifade eder nitelikte ele alınmaktadır.

Kültürel etkileşimin varmış olduğu dinamik unsurlar, enformasyon teknolojileri ve medyanın üstlendiği misyonlar sayesinde hareketli (mobilize) olmaya başlayan bir sanat yapısı ve dolayısıyla iletişim ve etkileşim platformları oluşturmada etkilidirler. Bu hareketli etkileşim ortamlarının doğurduğu tüketim mantıkları,

kültürler arası farklılıklar oluşturmakla kalmayıp, aynı zamanda aynı kültür içinde farklılıklar sergileyebilen ifadeler de yansıyabilmektedir. Davis'e göre, "aynı kültür ürünlerinin farklı gruplar veya kitleler için farklı anlamlar taşıdığı görüşü, modern kültürün ifadesi olan hemen hemen her ürün için geçerlidir" (Davis 1997, s.20-21). Bu bakımdan, bir toplumun ortaya koyduğu doku itibariyle ortak görüş, duyuş ve kavrayış bütünlüğü denen olgunun varlığı günümüzün önemli sorunsallarından biri olmakla beraber, sanatsal üretimlerin kitlelere yöneldiği zaman, tüketim aşamalarında da karşılaşılabileceği engeller haline gelmektedir. Ortak üretimin sarsılmaya başladığı, estetik beğeni durumlarının değişime uğradığı, hedef kitlesi ile yabancılaşmaya yüz tutmuş bir çağdaş sanat anlayışı egemen olmaya ya da egemen kılınmaya başlanmıştır. Blumer'den bir alıntısında Davis, "kolektif beğeni için, onu izleyen seçme sürecinde, sınırları belirlemede ve yol göstermede aktif bir kuvvettir dedikten sonra aynı zamanda da belli toplumsal biçimlerle ilişkilenerken ve onlar içinde vücut bularak gitgide incelikli ve örgütlü bir yapı kazanmaktadır" demektedir (Davis 1997, s.131).

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

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

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SANATSAL ÇERÇEVEDE ÖZEL KURUM VE KURULUŞLAR

Sanatsal alanda birçok kurum ve kuruluş sanatın her alanında her yıl sergi, yarışma, caz konserleri ve diğer sanat dalları ile dünya çapında birçok sanat yapıtını izleyici ile buluşturuyor. Genç sanat kuşağına yarışmalar ile destek ve teşviklerini de sağlayan bu kuruluşlar basında ve yazılı kaynaklarda ve sosyal medya üzerinden kendilerinden oldukça söz ettirme şansını yakalamış olmaktadır.

Ayırdıkları bütçe ile her yıl yarışmalarda genç sanat kuşağına da katkı sağlayan bu kuruluşlar sanatın merkezi olarak bilinen İstanbul dışına da galeri ve sanat merkezlerini taşıyarak daha çok sanatsever ile buluşma olanaklarını büyütmede. Sergileri yurt dışına taşıyarak yurt içinde sanat üreten sanatçıları dünya çapında da tanınma şansını sağlayarak sanata olumlu yönde destek olmaktadır, bunun yanı sıra her ay sanat dergileri, yayın evleri ve sanatsal çalışmalar hakkında çıkarılan yazılı kaynaklar ile bu kuruluşların ismini oldukça öne çıkarmaktadır. Bu özel kurum ve kuruluşları sıralayacak olursak başta Akbank sanat, Eczacıbaşı, Borusan ve Yapı Kredi gibi birçok kurumun sanatsal alanda kendinden söz ettirmiş olduğu görülmektedir.

Güncel sanat dışında geçmiş döneme ait resim, heykel, müzik ve diğer sanat dallarında birçok değerli sanatçıya ait eserleri de gün yüzüne çıkarıp izleyici ile buluşturan bu kurum ve kuruluşların sanata katkılarının büyüklüğünden söz etmek oldukça yerinde sayılmaktadır.

4.1. Akbank Sanat

Akbank Sanat, kurulduğu 1993 senesinden itibaren Türkiye'de çağdaş sanatın gelişimini desteklemek amacıyla müzik, yayın, sahne sanatları ve görsel sanatlar alanlarını kapsayan zengin bir kültür-sanat programı oluşturmuştur.

2013 senesinde 20. yaşını kutlayan Akbank Sanat; "değişimin hiç bitmediği yer" olma sloganıyla bir yıl içerisinde 700'ün üzerinde etkinliğe ev sahipliği yaparak,

sergilerden modern dans gösterilerine, klasik müzik resitallerinden caz konserlerine, konferans ve seminerlerden çocuk atölyelerine, film gösterimlerinden tiyatro gösterilerine birçok etkinliğe yer vermektedir.

İstiklal caddesinde yer alan Akbank Sanat Beyoğlu binası altı kattan oluşmaktadır.

Binada yer alan aktiviteler:

Giriş ve Birinci Kat – "Çağdaş Sanat Galerisi"

1993 yılından günümüze 150 sergiye ev sahipliği yapmış olan Çağdaş Sanat Galerisi'nde yıl boyunca farklı projelere yer verilmektedir. Galeri bünyesinde, dünyaca tanınmış yerli ve yabancı sanatçıların yer aldığı sergilerin yanı sıra; "Uluslararası Küratör Yarışması" ve "Akbank Günümüz Sanatçıları Ödülü" projeleriyle genç sanatçı ve küratörlerin yolunu açmayı kendine misyon edinmiş olan Akbank Sanat Türkiye'de yükselen sanata yatırım yapan öncü kurumlardan biridir.

İkinci kat - "Çok Amaçlı Salon"

125 kişi kapasiteli Çok Amaçlı Salon etkinlikleri kapsamında "Piyano Günleri", "Gitar Günleri", "Caz Günleri" gibi tematik mini festivaller düzenlenmektedir. Salonda çeşitli müzik etkinlikleri ve konserlerin yanı sıra "Akbank Kısa Film Festivali" gösterimleri, "Akbank Çocuk Tiyatrosu" oyunları, masterclass, paneller ve söyleşiler gerçekleştirilmektedir.

Üçüncü kat – "Çağdaş Sanat Atölyesi" ve "Baskı Atölyesi"

Çağdaş sanatın kuramsal ve pratik alanlarını desteklemek, bir düşünce platformu oluşturmaya özen gösteren Çağdaş Sanat Atölyesi'nde; sinema, fotoğraf, felsefe, sanat tarihi, edebiyat ve güncel sanat konularında atölyeler düzenlenmekte, yerli/yabancı tanınmış yazar, şair, yönetmen ve eleştirmenlerin katıldığı panel, seminer ve söyleşiler gerçekleştirilmektedir. Konusunda uzman eğitimcilerin yönetiminde düzenlenen "Oyuncak Heykel", "Sarkis / Su içinde Suluboya", "Çocuklar için Oyun Yazım" ve "Linol Baskı" atölyeleri, katılımcı çocukların

sanatsal gelişimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Baskı Atölyesi'nde ise Serigrafi ve Litografi çalışmaları yapılmaktadır.

Dördüncü Kat – "Kütüphane" ve "Akbank Sanat Kafe"

Çağdaş sanatın Türkiye'deki önemli destekçisi olmak, sanatın her alanında vizyoner çalışmalar sunmak hedefi doğrultusunda, "çağdaş sanat" çerçevesinde oluşturduğumuz Akbank Sanat Kütüphanesi, bugüne kadar yayımlanmış olan Akbank Sanat Yayınları'nın yanı sıra; güncel sanat, sanat tarihi, sinema, fotoğraf, resim, mimari, müzik, psikanaliz, sosyoloji, felsefe vb. konuları içeren yerli ve yabancı yayınları bünyesinde barındırmaktadır. Akbank Sanat, her geçen gün bünyesine kattığı yeni yayınlarla referans niteliğindeki kütüphanesinde Pazar ve Pazartesi günleri hariç, her gün 14.00-19.00 saatleri arasında hizmet vermektedir. Ziyaretçilerimiz ayrıca binadaki etkinlikler arasında Kafe'de keyifli bir mola verebilmektedirler.

Altıncı Kat – "Dans Atölyesi"

Dans Atölyesi'nde; açık provalardan misafir koreografların atölye çalışmalarına, yetişkinler ve çocuklar için düzenlenen dans derslerinden, yerli ve yabancı eğitmenlerin teknik derslerine kadar geniş bir alanda eğitimler verilmektedir(<http://www.akbanksanat.com/akbank-sanat-beyoglu/>).



Görsel 1, Akbank Sanat Merkezi Taksim-İstanbul.



Görsel 2, Akbank Sanat Merkezi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.



Görsel 3, Akbank Sanat Merkezi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.

4.2. Eczacıbaşı Sanat

İstanbul Kültür Sanat Vakfı İstanbul Kültür Sanat Vakfı ile ünlenen, Eczacıbaşı Topluluğu, kurulduğu 1942 yılından itibaren kültür, sanat, eğitim, bilim ve spor alanlarında toplumsal yaşamın gelişmesine katkıda bulunmayı sorumlulukları arasında sayıyor. Bu doğrultuda, toplumsal hizmetlerini, doğrudan kurduğu ya da kuruluş ve yönetiminde etkin rol aldığı kurumlar aracılığıyla yürütmektedir.

İKSV'nin Dr. Nejat F. Eczacıbaşı öncülüğünde kuruluşundan bu yana Uluslararası İstanbul Müzik Festivali'ni destekleyen, son on yıldır ise Festival Sponsorluğu'nu üstlenen Eczacıbaşı Topluluğu, 2006 yılından başlayarak İKSV'nin "Öncü Sponsoru" oldu. Eczacıbaşı Topluluğu, Müzik, Film, Tiyatro, Caz Festivalleri, İstanbul Bienali ve İstanbul Tasarım Bienalini de kapsayan "Öncü Sponsorluk" yapısı ile daha geniş bir sanatsever çevre ile buluşmayı ve desteğini yaygınlaştırmayı hedefliyor. Eczacıbaşı Topluluğu, festivalleriyle İstanbul'u uluslararası bir kültür-sanat merkezi haline getiren İKSV'yi 44 yıldır aralıksız desteklemektedir.

Eczacıbaşı Topluluğu, her yıl Öncü Sponsorluk çalışmaları kapsamında, özel iletişim kampanyaları düzenleyerek festivallerin geniş kitlelerce bilinirliğinin artırılmasına destek vermektedir. 2012 yılında, İKSV'nin 40. yılını kutlamak amacıyla, Eczacıbaşı'lıların rol aldığı "Eczacıbaşı, festivalleri gönülden desteklemektedir. Tüm çalışanları ile tam 40 yıldır..." mesajı ile özel bir film hazırlandığı bilinmektedir.

Eczacıbaşı Topluluğu, kurulduğu 1942 yılından itibaren kültür, sanat, eğitim, bilim ve spor alanlarında toplumsal yaşamın gelişmesine katkıda bulunmayı sorumlulukları arasında sayıyor. Bu doğrultuda, toplumsal hizmetlerini, doğrudan kurduğu ya da kuruluş ve yönetiminde etkin rol aldığı kurumlar aracılığıyla yürütmektedir.

İKSV'nin Dr. Nejat F. Eczacıbaşı öncülüğünde kuruluşundan bu yana

Uluslararası İstanbul Müzik Festivali'ni destekleyen, son on yıldır ise Festival Sponsorluğu'nu üstlenen Eczacıbaşı Topluluğu, 2006 yılından başlayarak İKSV'nin "Öncü Sponsoru" oldu. Eczacıbaşı Topluluğu, Müzik, Film, Tiyatro, Caz Festivalleri, İstanbul Bienali ve İstanbul Tasarım Bienalini de kapsayan "Öncü Sponsorluk" yapısı ile daha geniş bir sanatsever çevre ile buluşmayı ve desteğini yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. Eczacıbaşı Topluluğu, festivalleriyle İstanbul'u uluslararası bir kültür-sanat merkezi haline getiren İKSV'yi 44 yıldır aralıksız desteklemektedir.

Eczacıbaşı Topluluğu, her yıl Öncü Sponsorluk çalışmaları kapsamında, özel iletişim kampanyaları düzenleyerek festivallerin geniş kitlelerce bilinirliğinin artırılmasına destek veriyor. 2012 yılında, İKSV'nin 40. yılını kutlamak amacıyla, Eczacıbaşı'ların rol aldığı "*Eczacıbaşı, festivalleri gönülden destekliyor. Tüm çalışanları ile tam 40 yıldır...*" mesajı ile özel bir film hazırlandı bililmektedir.

(<http://www.eczacibasi.com.tr/tr/sosyal-sorumluluk/kultur-ve-sanat/iksv>)



Görsel 4, Pera Müzesi Taksim-İstanbul.



Görsel 5, Pera Müzesi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.



Görsel 6, Pera Müzesi Sergi Salonu Taksim-İstanbul.

4.3. Borusan Sanat

Türkiye'nin önde gelen sanayi topluluklarından ve sanatın sadık destekçilerinden biri olan Borusan Holding, kuruluşundan bu yana Türkiye'nin çağdaşlaşma yolunda adımlarına katkıda bulunmaktadır. Kişiler veya kurumların yarattığı her değer, tüm ülkenin ekonomik ve toplumsal gelişimine katkı olduğuna inanan Borusan sanatı toplumumuzda yaygınlaştırılmak amacıyla bir merkez açmaya karar vermesi sonucu Borusan Sanat 1997 yılında etkinliklerine başlamıştır.

İstanbul'un kültür sanat yaşamının ana arteri olan İstiklal Caddesi'ndeki binasında çalışmaya başlayan Borusan Sanat, bugün çalışmalarını Borusan Holding'in kurucusu Asım Kocabıyık'ın hayata geçirdiği ve ağırlıklı olarak eğitim ve öğretime destek veren Borusan Kocabıyık Vakfı'na bağlı olarak sürdürmektedir.

Etkinliklerinin merkezinde Borusan İstanbul Filarmoni Orkestrası (BİFO) bulunan kurum, İstanbul'un iki yakasında her ay düzenli konserler vermenin yanı sıra BİFO üyelerinden oluşan Borusan Quartet'i de klasikseverlerle buluşturuyor. Müzik odaklı çalışmalar kapsamında uzun yıllar eski binasının ilk iki katında faaliyet gösteren ve artık arşivi İTÜ MİAM'a devredilen müzik kütüphanesiyle genç öğrencilere hizmet veren Borusan Sanat, çocuklarda klasik müzik sevgisi uyandırmak amacıyla 2002'de kurulan Borusan Çocuk Korosu'nun da çalışmalarını yürütmektedir.

Sanat etkinliklerinin organizasyonunun yanı sıra eğitime de önem veren Borusan Sanat, 2005 yılından bu yana yetenekli genç müzisyenler için müzik bursu da sağlıyor. "Özel Konser" adıyla oluşturulan proje kapsamında iş ve sanat dünyasının önde gelen isimlerinin BİFO'yu yönettiği konserin gelirleri burs fonu olarak değerlendirilmektedir.

Borusan Sanat'ın koordinasyon merkezi olarak çalışmalarını yürüttüğü ve Osmanlı, Bizans, Roma ve Helenistik dönemin mirasını akademik metinler ve olağanüstü güzellikte fotoğrafların yer aldığı koleskiyon değeri olan kitaplarda sunan

Ertuğ & Kocabıyık Yayınları da mimar ve fotoğraf sanatçısı Ahmet Ertuğ ve Borusan Holding yönetim kurulu başkanı Ahmet Kocabıyık'ın başarılı bir ortak projesi olarak bilinmektedir.

Etkinlik alanını ülke dışına da taşıyan Borusan Sanat, müzik alanında uluslararası bir ağ içinde yer alma hedefi doğrultusunda elliye aşkın ülkenin üye olduğu saygın bir örgüt olan ISCM'nin (Uluslararası Çağdaş Müzik Derneği) Türkiye temsilciliğini üstlendi. Ardından altmışı aşkın ülkenin üyesi bulunduğu IMC'nin (Uluslararası Müzik Konseyi) Avrupa ayağı olan EMC'nin (Avrupa Müzik Konseyi) resmi üyesidir.

İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti olduğu 2010 yılında performans merkezi Borusan Müzik Evi ile klasik, caz, dünya müziği, ve çağdaş sanat sergileri düzenleyerek daha geniş kitlelere ulaşan Borusan Sanat, 2013 yılında bu binaya taşındı. Bugün sanatın kalbinin attığı Beyoğlu'nda kültür mirasına kazandırdığı mekânında çalışmalarını sürdürmektedir.

(<http://www.borusansanat.com/tr/>)



Görsel 7, Boru Sanat Binası Taksim-İstanbul.



Görsel 8, Boru Sanat Binası İçi Taksim-İstanbul.



Görsel 9, Boru Sanat Binası Sergi Salonu Taksim-İstanbul.

4.4. Yapı Kredi Sanat

Yapı Kredi Kültür Merkezi resim, heykel, fotoğraf, grafik, arkeoloji ve kültür alanlarında gündem oluşturan, dikkat çekici sergilere ev sahipliği yapmaktadır. Her yıl 250'ye yakın kültür ve sanat aktivitesi Yapı Kredi Kültür Merkezi'nde sanatseverlere sunulmaktadır. Sinemadan edebiyata, sanat tarihinden fotoğrafçılığa, çocuklar, öğretilenler ve kütüphaneciler için yaratıcı drama ile okuma etkinliklerine kadar uzanan geniş bir kültürel yelpazede, konunun uzmanlarıyla her yaş ve ilgi alanından insanları toplantılar ve söyleşilerle bir araya getirmektedir.



Grsel 10, Yapı Kredi Kültür Merkezi Sergi Salonu, İstanbul.



Görsel 11, Yapı Kredi Kültür Merkezi Sergi Salonu, İstanbul.



Görsel 12, Yapı Kredi Kültür Merkezi Sergi Salonu, İstanbul.

Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık tarafından hazırlanan etkinlikler çerçevesinde dikkat çeken örneklere bakıldığında: Bir Usta Bir Dünya: Özdemir Asaf “Tüm dünyayı kucaklamak istedim; kollarım yetişmedi.” sergisi, 17 Nisan - 7 Mayıs 2016 tarihleri arasında Türkiye’nin en büyük şairlerinden Özdemir Asaf’ı Çankaya Belediyesi Çağdaş Sanatlar Merkezi’nde ağırlaması ile dikkat çekmiştir. “Yaşamak değil,/ Beni bu telâş öldürecek”, “Sen bana bakma,/ Ben senin baktığın yönde olurum”, “Bütün renkler aynı hızla kirleniyordu,/ Birinciliği beyaza verdiler.”, “Yalnızlık paylaşılmaz../ Paylaşılsa yalnızlık olmaz.” dizeleriyle sevdiğimiz Özdemir Asaf, büyük bir sergiyle anılmıştır.



Görsel 13, Özdemir Asaf

Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık tarafından hazırlanan” Bir Usta Bir Dünya” etkinliği: Özdemir Asaf “Tüm dünyayı kucaklamak istedim; kollarım yetişmedi” sergisi ve şairin fotoğraflarıyla, kişisel evrakıyla, defterleriyle, el yazılarıyla yaşamöyküsünü ve sanatçı kişiliğini gözler önüne sererken Onlarca şiiri ezberimizde olan, dizeleri dillere pelesenk olmuş; şarkılara söz, mektuplara alıntı olmuş büyük şair Özdemir Asaf, diliyle, dünyasıyla, insana bakış açısıyla olağanüstü

bir özgünlüğe sahipti, şimdi onun bu özgün dünyasına tanık olmanın zamanı düşünceleri ile lansmanı yapılmıştır.

Diğer bir örnekte ise: Behçet necatigil etkinliği dikkat çekmektedir.

Behçet Necatigil 100 Yaşında

Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık tarafından hazırlanan ve Beşiktaş Belediyesi tarafından desteklenen “Sergilerde/ Behçet Necatigil 100 Yaşında Sergisi”, 14 Nisan – 3 Mayıs tarihleri arasında Fulya Sanat Merkezi’nde gerçekleşmiştir.

Doğumunun 100. yılında şiirimizin büyük ustası Behçet Necatigil kapsamlı bir sergiyle anılmış, aile arşivinden yararlanılarak kurulan foto-biyografik sergide Necatigil’in hayatı adeta bir film şeridi halinde sunulmuştur. Fotoğrafları, resmi evrakları, el yazıları, şiirleri, mektupları, kitapları ve kişisel eşyalarının görülebileceği sergiye şairin sevilen şiirleri, dizeleri, hakkında yapılmış değerlendirmeler de eşlik etmiştir.



Görsel 14, Behçet Necatigil ve Ailesi

Yapı Kredi Kùltür Sanat etkinliklerine başka bir değer katan örnek ise: Hoca Ali Rıza Koleksiyonu sergisidir.

Çağının çok ötesinde bir ressam

Arkas ve Yapı Kredi Kùltür Sanat Yayıncılık'ın işbirliği ile İzmir Arkas Sanat Merkezi'nde düzenlenen Hoca Ali Rıza sergisinde Hoca Ali Rıza'nın Arkas ve Yapı Kredi Koleksiyonları'nda yer alan eserlerinin yanı sıra aile koleksiyonu, Türkiye'nin önde gelen kurum ve özel koleksiyonlarından getirilen eserler de yer almıştır. Arkas Koleksiyonu'nda bulunan ve ressamın en güçlü Boęaz betimlemelerinden biri olan 'Çubuklu Sırtlarından Boęaz'a Bakış' konulu resmi ve Yapı Kredi Koleksiyonu'nda yer alan ve bir başyapıt olarak görülen 'İftar Sofrası' da serginin en değerli parçalarını oluştururken, İftar Sofrası aynı zamanda Hoca Ali Rıza'nın yaptığı, nadir rastlanan ve en büyük natürmortu olarak dikkat çekmektedir.



Görsel 15, Hoca Ali Rıza

Döneminin yurt dışındaki önemli üniversitelerinin kendisi ile iletişim kurmak için çabaladığı hatta İtalya'ya resim öğrenimi için gönderilmesine karar verildiği

halde, Napoli'deki bir kolera salgını nedeniyle hiçbir zaman yurt dışına çıkamamış bir ressam Hoca Ali Rıza (1858-1930). Çağdaşlarından Fransız ressamlar Corot ve Courbet'ye benzetilen, Türk Resim Sanatı tarihinde Üsküdarlı Hoca Ali Rıza olarak da bilinen sanatçı, doğayı gözleyen, doğa sevgisini çizgi ve renklere döken ilk Türk ressamıdır. Osmanlı Ressamlar Cemiyeti Gazetesi 'nde resim konusundaki görüşlerini "Medeni milletlerce büyük önem verilen resim sanatı, birçok faydalar sağlaması bakımından, hayal etme gücünün ortaya konmasına ve bütün insan topluluklarının okuyup anlayabilmesine vasıta olan apaçık bir dil, bir nevi yazı gibidir" sözleriyle dile getiren ressam, karakalem ile suluboya tekniğindeki yetkinliği ve hızlı çalışma temposuyla, (beş bin gibi bir sayıya ulaşan) çok sayıda İstanbul peyzajı betimlemiştir. (<http://www.ykykultur.com.tr/>)

4.5. Garanti Bankası

Yürütmüş olduğu sanat etkinlikleri Garanti Galeri'nin 2012 yılında SALT adı altında yeni bir organizasyona dönüştürülmesi ile yeni bir yapı altında sürdürülmeye başlanmıştır. SALT, özerk bir kurum olarak yapılandırılmış ve Salt Beyoğlu ve Salt Galata olmak üzere iki ayrı binada faaliyet göstermeye başlamıştır. Ayrıca 2013 yılında da Ankara'da Salt Ulus hizmete açılmıştır. Yeni yapılanmaya gidilmesinden itibaren 2014 yılı sonuna kadar Salt Beyoğlu ve Salt Galata'da toplam 51 sergi, 44 farklı etkinlik ve öğrencilere yönelik çeşitli özelliklerde 137 etkinlik gerçekleştirilmiştir. Öte yandan bu iki merkezi bu etkinlikler döneminde bir milyondan fazla kişinin ziyaret ettiği de görülmektedir.

4.6. Ziraat Sanat

Ziraat Bankası'nın Cumhuriyet'in ilk dönem diğer büyük kurumları gibi resim sergileri ve yarışmaları düzenlemek, düzenli olarak sanat eseri alarak büyük bir koleksiyon oluşturmak görev ve politikasını sürdürmektedir. İş Bankası, Merkez Bankası gibi Ziraat Bankası'nın da artık birer klasik kabul edilen erken dönem Cumhuriyet ressamlarının kendini gösterdiği iddialı bir koleksiyonu oluşmuş durumdadır. Türkiye'de bir resim piyasası oluşuncaya kadar sanatçılar için önemli

destek mekanizmalarından birisi sayılan bu alımlarda ziraat bankası da yerini almıştır. 1980'lerden itibaren galeriler, yeni zenginler derken oluşmaya başlayan sanat piyasası 1990'larda hareketlendi, 2000'lerde müzayedeler, müzelerle çeşitlenip güçlenmiştir. "Ziraat Bankası, sanata desteğini daha geniş bir coğrafyaya yayma, sanat eserlerini sanatseverle buluşturacak yeni bir kanal oluşturma ve özellikle de genç sanatçılara yeni fırsat ve olanaklar sağlama amacıyla Ankara ve İstanbul'dan sonra İzmir ilinde de bir müze açma hazırlıklarına başlamıştır," Ziraat Bankası'nın bugüne kadar sanat etkinliklerini sürdürdüğü iki kurum olarak İstanbul'da Tünel Sanat ve Ankara'da Kuğulu Sanat galerileri dikkat çekmektedir.



Görsel 16, Ziraat Bankası Müze Binası, Ankara.



Görsel 17, Ziraat Bankası Müze Binası İçi, Ankara.



Görsel 18, Ziraat Bankası Müze Binası İçi, Ankara.

4.7. Vakıf Sanat

Vakıf Bank sanat alanında köklerindeki vakıf mirasının etkisi ve “Halden Anlayan Banka” imajına uygun olarak, uzun yıllardır sponsorluk ve sosyal sorumluluk alanlarında önemli çalışmalara imza atmıştır. Kültür yayınlarından uluslararası organizasyonlara ve sosyal sorumluluk projelerine kadar geniş bir alanda katkı vermeye devam etmiştir.

Tüm yurt genelinde, başta İstanbul, Ankara ve İzmir olmak üzere çok sayıda gelerişi olan kurum, özellikle gen sanatçı ve gruplara öncelik vererek, sanat piyasasında sanatçıların yer almalarına imkan tanımıştır. Sanatsal organizasyonların yanında önemli bir koleksiyona da sahip olan banka, hazırladığı geniş yayınları ile de dikkat çekmektedir.



Görsel 19, Vakıfbank Sanat Galerisi, İstanbul.



Görsel 20, Vakıfbank Sanat Galerisi, İstanbul.

4.8. İş Bank Kültür – Sanat

İstanbul'un kültür-sanat hayatındaki ayrıcalıklı yerini 18 yıldır sürdüren İş Sanat Konser Salonu, modern ve dinamik programı ile dünyanın ve ülkemizin önde gelen sanatçıları sahnesinde ağırlıyor. Klasik müzikten caz ve dünya müziğine, yerli projelerden dans gösterilerine birçok etkinliğe ev sahipliği yapan konser salonu renkli çocuk oyunları, genç yeteneklere fırsat tanıdığı Parlayan Yıldızlar konser serisi ve şiir dinletileriyle de bugüne kadar 580 bini aşkın sanatseverle buluşturmuştur.

2000 yılında 19. yüzyılın en önemli deniz ressamlarından Ayvazovski'yi 100. ölüm yıldönümünde anmak amacıyla düzenlenen bir sergiyle açılan İş Sanat Kibele Galerisi, plastik sanatlar tarihimize ismini yazdırmış sanatçıların sergilerine ev

sahipliği yapmaktadır. Bugüne kadar Nuri İyem'den Ergin İnan'a, Kuzgun Acar'dan Bedri Rahmi Eyüboğlu'na pek çok değerli sanatçımızın retrospektif sergilerini ağırlayan Kibele Sanat Galerisi aynı zamanda "Biz Mektup Yazardık" ve "Resim Öğretenler" gibi özel sergileri de izleyici ile buluşturmuştur.

Ayrıca yayın kuruluşu ile sanat alanında da kuramsal ve görsel çok sayıda basılı eserle sanat salanına katkıda bulunan kurum çeşitli sponsorluk hizmetleri ile de dikkat çekmektedir.



Görsel 21, İŞ Bankası Sanat Galerisi, İstanbul.



Görsel 22, İş Bankası Sanat Galerisi İçi, İstanbul.



Görsel 23, İş Bankası Sanat Galerisi İçi, İstanbul.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz medeni ve uygar dünyada yaşamın, refahın ve toplumsal gelişmişliğin gelişen teknoloji ile beraber eş zamanlı olarak sanatla da gerçekleşmiş olması, sanatın toplumlar için önemini anlatmaya tek başına yeterli bir delil olarak görülebilir.

Temelde duyuş, düşünüş, kavrayış odaklı yaşayış inceliğini ifade eden sanat, insanlık tarihi boyunca çeşitli şekillerde var olarak toplumlarda gördüğü öneme uygun değişik sonuçlara yol açmıştır. Bu durumu Rönesans ve sanayi devriminin Avrupa toplumlarında yarattığı sonuçlar üzerinden örneklemek mümkündür.

Sanatın toplumlarda oluşturduğu bu değişim aynı zamanda bireysel alanda da görülmektedir. Sanatın toplumsal ve kurumsal rolüne yönelik olarak araştırmalarda, sanat aracılığı ile bireylerin yeniden kültürlendiğini, sanatın yeni düşünce ve inançlara yol açtığını, böylece yaşam biçimini sanatla yoluyla verilen mesajlar doğrultusunda yeniden düzenlediğini ortaya koymaktadır.

Sanayi Devrimi ile birlikte bilimsel ve teknolojik gelişmelerin hız kazanması ve gelişen devlet yapılanmalarının kurumsallaşan sanat politikaları ile bir kültürel dönüşüm yaşanmıştır.

Makineleşmenin getirdiği seri üretim modelinden sanat da etkilenmiş, moda, reklam endüstrisi gibi etkenlerle kültürel kodlar değişime uğramış, kitleler tarafından seri tüketim modeli başlamıştır. Kapitalist sistemin getirdiği rekabet ortamı ile birlikte sanat piyasası oluşmuş, böylece sanatçı oluşan bu piyasa içerisinde sanatsal üretimlerinin ticari rekabet ve beklenti boyutuyla da tanışmıştır. Sonraki dönemlerde teknolojik gelişmeler, toplumsal olaylar, kurumsallaşma ve piyasa olgusuna dönük eleştirel tutumlar da çeşitli sanat örnekleri üzerinden kendisini göstermeye başlamıştır.

1950'lili yıllara gelindiğinde ise insanlık iki büyük Dünya Savaşını geride bırakmış fakat, toplumlar kutuplaşmış, sanat kurumları ise planlı bir kültürel dönüşümün merkezleri halini almıştır. Büyük devletler soğuk savaş döneminde egemenliğini kültürel ve sanatsal alanlarda sağlayacağı üstünlüğe bağlı olduğu düşüncesiyle ekonomik süreklilik ve stratejilerini bu alanlar üzerinde yapmıştır. Tüketim kültürü olarak adlandırılan toplumsal olgu, bu zamanlarda oluşmaya başlamıştır.

Tüketim kültürü, taşıdığı yoğun izleksel argumanlarla; moda ve reklam, sokak kültürü üzerinden sanatçıların üretimlerini içerik ve malzeme bakımından etkilemiş, tüketim kültürünün değişimi ile birlikte sanat piyasası da bu oluşumlardan etkilenmiştir.

Sanat piyasasında görülen hızlı değişimlere bakıldığında; Modern galeriler öncesinde sanat eserleri, antikacılar, sanat malzemeleri de bulunduran kırtasiye ve dükkânların da alınıp satılan bir malzeme olarak görülürken zaman içerisinde özellikle 1980 sonrası artan tüketim kültürü ile birlikte özel galerilerin hızlı bir biçimde açıldığı görülmektedir.

Türkiye’de; özel sanat galericiliğinin yaklaşık yetmiş yıllık bir tarihi olduğu görülür. İlk galeri açma çabaları yetenekli birçok genç sanatçının bir araya gelerek Taksim meydanında küçük bir galeri açmak istemesiyle başlar. 4 Mayıs 1939 cumartesi günü taksim cumhuriyet meydanında modern anlamda ilk galeri açılmıştır.

Daha da eski tarihe bakıldığında ise Türk resminin önemli isimlerinden Şevket Dağ’ın, Ramazan gecelerinde çeşitli gösterilerin yapıldığı “Direklerarası” (Şehzadebaşı), resimlerini bir dükkân da toplayıp sergilediği ve belli bir ücret karşılığında halka gösterdiği bilinmektedir. Bunun yanında ilk ciddi çaba ise Osmanlı ressamlar cemiyeti tarafından gerçekleştirilmiştir. Cemiyetin maddeler halinde hazırladığı daimi satış sergisi programına bakıldığında galericilik kurallarının çok net ayrıntılı ve bu konuda yazılan ilk örnek olduğu söylenebilir.

4 Mayıs 1939 cumartesi günü taksim cumhuriyet meydanında, dönemim en önemli sanatçıları Elif Naci ve Zeki faik İzer tarafından açılan galeri taksim anıtının yakın bir bölgesinde yer almaktadır. İl galerinin İstanbul'un kalbi olarak nitelenen taksimde açılması bulunduğu konum bakımından çok geniş kesimlere ulaşabilme imkânı sağlamıştır.

1950 yılında Adalet Cimcoz tarafından kurulan "Maya Sanat Galerisi" Türkiye'de kurulan ilk sanat galeri olarak tarihe adını yazdırmıştır. Galeri dönemim önde gelen şair ve ressam ve arkadaş çevresinin desteği ile ilk ve uzun soluklu galeri olmayı başarmıştır. Açık kaldığı süre zarfında birçok ilke imza attığı gibi önemli sergilere de ev sahipliği yapmıştır. Maya Sanat Galerisi kurumsal anlamda en gençlere ön ayak olması ve sergi imkânı sağlaması ile sanat piyasasına önemli bir katkı sunmuştur.

Sanatın ticari bir meta olarak kabul edilmesi ile başlayan üretim –tüketim sürecinde, bu ticari metanın el değiştirmesi ile meydana gelen ekonomik değiş-tokuşun ve sonucunda oluşan iş potansiyeli ve işletmeciliği de dikkati çeken çabalaradır. Bu çabalarla gelişen düşünsel mantıkla, sanat eserinin üretiminden, bu eserin izleyicisi ile buluşmasına dek yaşanan tüm aşamaları içine alan sanat işletmeciliği sanat piyasasına galerilerin yanında özel kurum ve kuruluşlarında yer alamsını sağlamaktadır.

Sanat kurum ve kuruluşların katkısı oldukça farklı meslek gruplarını bünyesinde almaktadır. Sinema, tiyatro, opera, orkestra gibi plastik görsel sanatlar dışında ki çalışmaları da kapsar. Bunun yanı sıra bu kurum ve kuruluşlar; fuar, bienal, festival vb organizasyonlar ve sponsorluk gibi çalışma alanları da sunmaktadır.

Bir galerinin varoluşu, sergi açma çabaları, sanatçı galeri ilişkisi, koleksiyoncu galeri ilişkisi ve tüm bunları kapsayan eser alıcı sanat ilişkisi sanat yönetimi içinde önemli bir rol oynamaktadır.

Özel kurum ve kuruluşların sanat piyasasında yer almaları ile birlikte önemli bir konuma gelen sanat yönetimi ve işletmeciliği özellikle 1980 sonrası sanat oluşumlarına önemli katkılar sunmuştur.

Bu bakımdan araştırmada elde edilen bulgular doğrultusunda 1980 sonrası sanat oluşumlarında özel kurum ve kuruluşların katkıları incelenmiş, değişen toplumsal yapı ve ekonomik sistemlerin etkisi ile söz konusu kurum ve kuruluşların sanatla iç içe girmesi belli nedenler etrafında ele alınmıştır.

Yine araştırma sonucunda bu kurumların örnekleri ele alınarak bulgular elde edilmiştir. Bu bulgulara göre; Başta Akbank sanat, Eczacıbaşı, Borusan ve Yapı Kredi gibi birçok kurumun sanatsal alanda kendinden söz ettirmiş olduğunu görülmektedir.

Güncel sanat dışında geçmiş döneme ait resim, heykel, müzik ve diğer sanat dallarında birçok değerli sanatçıya ait eserleri de gün yüzüne çıkarıp izleyici ile buluşturan bu kurum ve kuruluşların sanata katkılarının büyüklüğünden söz etmek oldukça yerinde sayılmaktadır. Yine Bu kurumlara göz atıldığında; galeri ve müzeler, dernekler, vakıflar, bireysel organizasyon şirketleri ve diğer alanlarda faaliyet gösteren şirketler olarak dikkat çekmektedir.

Faaliyet alanlarına göz atıldığında ise, özel ve kurumsal sergiler, grup sergileri, transfer sergiler, çalıştaylar, sempozyumlar, bienaller, yarışmalar, festivaller, fuarlar, koleksiyonlar, müzecilik dikkat çekmektedir.

Kamu kurum ve kuruluşlar bu katkıları ile: Organizasyonların desteklenmesi ve koleksiyon oluşturma, pazarlama politikasında değişiklik oluşturmak, yeni bir ürünü tanıtmak, ürün kullanımını desteklemek, satıcıları desteklemek, uluslararası pazarlama faaliyetlerinde bulunmak ile kurum kimliğini pekiştirmek, kuruluşun ismini hedef gruplara duyurmak, kurum imajını pekiştirmek, halkın iyi niyetini kazanmak, medyanın ilgisini çekmek, kurum içi ilişkileri geliştirmek ve eğlence imkânları oluşturmak kazanımlarına ulaşmayı hedeflemişlerdir.

Kurum ve kuruluşların temel katkıları ise bireylerin desteklenmesi, grupların desteklenmesi, sergi sponsorluğu, yayınların desteklenmesi, ödül törenleri ve yarışmaların desteklenmesi şeklinde belirmektedir.

Bireysel ve toplumsal olarak sanatın değişimi bu kurum ve kuruluşların katkıları ile çok boyutlu bir işlevselliğe bürünerek 1980 sonrası Çağdaş Türk Sanatına katkıda bulunmuştur.

Bu ve bunun gibi araştırmalar, anılan katkıları gelecek kuşaklara aktaracak Çağdaş Türk Sanatına ve literatüre girmesini sağlayarak yeni destek oluşumlara yön verecektir.

KAYNAKÇA

A:Giray, Kıymet (2010:A). *Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Koleksiyonu'ndan Türkiye'den Çağdaş Başyapıtlar*. Nisan İstanbul: Mas Matbaacılık A.Ş.

Acar, Mehmet (2013). “*Çağdaş Türk Resminde Portre Soyutlamaları*”. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı, Sanatta Yeterlilik Tezi.

Ahmetoğlu Ülkü, Denli Salih, (2013). “*Soyut Dışavurumculuğun Ortaya Çıkışı ve Türk Resim Sanatına Yansımaları*”, İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi,

Akay, Ali (2005). *Sanatın Durumları*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Akın Emel (2015). *Türk Resminde Figüratif Soyutlama*. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim İş Eğitimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Alpaslan Kalafat, Dilem Tutku (2007). “*Türk Gravür Baskı Sanatının Doğuşu Ve Öncü Bir Sanatçı: Mürşide İçmeli*”. Karadeniz Araştırmaları, (12) Kış, 142.

Anbarpınar Elif, (2012). *Türk Resminde Melankoli*. Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim İş Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Antmen, Ahu (2008). *20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*, İstanbul: Sel Yayıncılık, Birinci Basım

Aslanapa, Oktay (1999). *Türk Sanatı*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Atan, Ahmet (200/02). “Sanatta Özgürlük”. Türkiye’de Sanat Dergisi. Mart/Nisan,43, 22.

B:Giray, Kıymet (2010:B). *T.C. Ziraat Bankası Yüz yılın Sergisi*. Ekim Ankara: Başak Matbaacılık ve Tanıtım Hiz. Ltd. Şti.

Başkan, Seyfi (1991). *Ondokuzuncu Yüzyıldan Günümüze Türk Ressamları*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları, Sanat Eserleri Dizisi/14, Yücel Ofset Matbaa.

Bayramoğlu, Meher (2001). *20. Yüzyıl Türk Resim Sanatında Geleneksel Türk Sanat Örneklerinin Etkisi*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Resim Bölümü.

Beksaç, A. E.(1988). “İran”, *İslam Ansiklopedisi*, Cilt 22, İstanbul: Türkiye DiyanetVakfi.

Bektaşoğlu, Mustafa (2009). *Anadolu’da Türk İslam Sanatı*, Ankara: DİB Yayınları.

Berk, Nurullah, Gezer, Hüseyin. (1973). *50 Yılın Türk Resim Ve Heykeli*, İstanbul: Türkiye İş bankası Kültür Yayınları 50. Yıl Dizisi 2, 1. Baskı, Çeltül Matbaacılık.

Binark, İsmet (1978). *Türkler’de Resim ve Minyatür Sanatı*, Ankara: Vakıflar GenelMüdürlüğü Yayınları.

Buğra, Hatice Bilen (2006). “1923’ten Günümüze Sosyo-Politik Durumun Türk Resim Sanatına Yansımaları”, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Can, Yılmaz. - Gün, Recep (2005). *Ana Hatlarıyla Türk İslam Sanatları ve Estetiği*, Samsun: Din ve Bilim Kitapları. Kayıhan Yayınları.

Cezar, Mustafa (1971). *Sanatta Batı'ya Açılış ve Osman Hamdi*, Türkiye İş Bankası Yayınları. Cilt/Vol.3, Sayı/no.8

Çağlayan, Süleyman (2010). “1970 Sonrası Türk Resim Sanatında İnsan, Figürünün Tematik Bağlamda Değerlendirilmesi”. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Çalıkoğlu, Levent (1999). “Süper Harfiyat İş Başında”. İstanbul: 1 Haziran, Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 457, 42.

Çalıkoğlu, Levent (1999). *Ressamlarımız Gelecek Mevsim İçin Neler Hazırlıyor*. İstanbul: 1 Ağustos, Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 461, 37-38.

Çalıkoğlu, Levent (2001). *Ezeli Muhalifin Kitabı*. İstanbul: 15 Mayıs 2001 Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 504, 30.

Çubukçu, Aydın “12 Eylül’ün Kültür Politikası ve Sonuçları”, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi – 13, İstanbul : İletişim Yayınları, 1996, s.838 – 840.

Demir Rabia (2011). *Burhan Doğançay ve Sergileri*. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Resim-İş Eğitimi Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi

Doğan, Samet. (1997). “Türkiye’de 1980 Sonrası Ortaya Çıkan Oluşumlar Sürecinde Türk Resim Sanatı”. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı.

Dikmen, B. (2012). Değişen Dünyada Kültür, Sanat ve Bilim İlişkisi, Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1), ss: 137-144.

Dikmen, B. (2013). Sanat, Zanaat ve Tasarımın Belirsizleşen Sınırları, içinde Sanat Tasarım ve Manipülasyon Sakarya Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi 1.

Uluslararası Sanat Sempozyumu 21-23 Kasım 2013, Bildiriler Kitabı, Sakarya, 185-190.

Elmas, Hüseyin, (1998). *Çağdaş Türk Resminde Minyatür Etkileri*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Eğitimi Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.

Erden, Osman (2012), *19.yy'dan 1960'a kadar Türk Resim Sanatı*. İstanbul: Tempo Dergisi Eki, Copyright Doğan Burda Dergi Yayıncılık.

Ergüven, Mehmet (1994). *Yoruma Doğru*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları

Eroğlu, Özkan (2002). *Hayati Misman*. İstanbul: Bilim Sanat Galerisi Yayınları.

Ersoy, Ayla (1998). *Günümüz Türk Resim Sanatı 1950'den 2000'e*. Bilim Sanat Galerisi.

Farago, France. (2003). *Sanat*. Çev. Özcan Doğan. Ankara, Doğu Batı Yayınları.

Genç, Adem, Sipahioğlu, Adem (1990). *Görsel Algılama*. İzmir: Sergi Yayınevi.

Germaner, Semra. "Cumhuriyet Döneminde Resim Sanatı ", *Bilanço'98 Cumhuriyet'in Renkleri Biçimleri*, İstanbul : Türkiye İş Bankası – Tarih Vakfı Ortak Yayını, 1999, 8 – 26.

Gombrich, E.H. (1997). *Sanatın Öyküsü*. Çev. Erol Erduran-Ömer Erduran, İstanbul: Remzi Kitabevi A.Ş.

Gögebakan Yüksel, (2014). "*Hüsamettin Koçan'ın Çalışmalarındaki Kültür varlığı ve Kültür Mirasına Ait Unsurlar*". İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım dergisi Cilt/Vol. 4 Sayı/No.10, 51-53.

Gökkaya, Karyel, Evren (2013). *Disiplinler Arası Sanatsal İfade: Ressam Seramikçiler-Seramikçi Ressamlar*. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi Sayı 24, 32.

Gören, Ahmet Kamil (1994). “*Türk Resim Sanatında Figür Sorunun Evreleri*”. Sanat Çevresi Dergisi, Ağustos-Eylül, 12.

Gürsel, Seyfettin. “1980’ li Yıllar ve Sonrası”, Cumhuriyetin 75 Yılı (1979 – İnan, Günseli (1993). “*Gün Işığı Bu Seni Son Görüşüm Olsun*”. Sanat Dünyamız Dergisi, Sayı 54, 67.

İpşiroğlu Mazhar Şevket - Eyüboğlu Sebahattin (1955). *Fatih Albümüne Bir Bakış*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları Maarif Basımevi

İsañç, Yeliz (2008). “*Yeni Türk Gerçekçiliği ve Nedim Günsur*”. Edirne: Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

İskender, Kemal (1993).*Eczacıbaşı Sanat Ansiklopedisi, Cilt 3*, İstanbul: Yem Yayınları

İyem, Evin (2001). *Dünden Yarına Nuri İyem*. Kasım İstanbul: Evin Sanat Galerisi. Mas Matbaacılık.

Kabakçı, Hüma (2008). *Türk Sanatı Hüma Kabakçı Koleksiyonu*. Kasım İstanbul: TÜYAP, Mas Matbaacılık, 1.Baskı.

Kandinsky, Wasilly. (2005). *Sanatta Ruhsallık Üzerine*. (Çev. Gülin Ekici), İstanbul: Altıkırkbeş Yayıncılık.

Kantarcıoğlu, Selçuk. Türkiye Cumhuriyeti Hükümet Programlarında Kültür, Ankara : Kültür veTurizm Bakanlığı Yayınları, 1987.

Karabaş Avşar Pelin (2016). *Çağdaş Türk Resim Sanatında Şükriye Dikmen'in Yeri Ve Önemi*. İdil Dergisi, Cilt 5, Sayı 19.

Karadal, Şahin Menekşe (2018). *Türk Resminde Geleneksel Motifler*. Güzin DURAN, Fahr el nissa ZEİD, Maide AREL International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries(Journal EMI) Dergisi / Cilt: 2 / Sayı: 3

Karakaplan, Orhan (2007). *"Beden Kavramı ve 1980 Sonrası Türk Plastik Sanatlarında Beden Olgusu"*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Anasanat Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Kaya Özsezgin, Aslier Mustafa (1989). *Başlangıcından Bugüne Çağdaş Türk Resim Sanatı Tarihi*. İstanbul: Cilt:4 Tıglat Yayınları.

Kaya, Özsezgin (1999). *"İmgenin Halleri"*. İstanbul: 1 Haziran, Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 457, 43.

Kayaalp, Ali (2017). *"Cennet Bahçesinden Yıldızlara"*. Milliyet Sanat Dergisi Sayı 669, 18.

Köksal, Ahmet (1987). *Türk Resminde Modernleşme Süreci Sergi Kataloğu*. (15 Nisan-15 Mayıs), Düz: Yahşi Baraz, 27.

Kurt, Korkut Efe (2008). *Çağdaş Türk Sanatında Soyut Resim*. Taşkışla: İstanbul Teknik Üniversitesi.

Nurdan, Özşeker (1994). *Sanattan Yansımalar*. Yem yayınları.

Nurullah Berk Adnan Turani (1981). *Başlangıçtan Bugüne Çağdaş Türk Resim Sanatı Tarihi*. Tıglat Sanat Galerisi C:2.

Öney, Gönül, (1987). *İslam Mimarisinde Çini*, İzmir: Ada Yayınları.

Özayten Nilgün. (2013). *Mütevazı Bir Miras*, İstanbul: Garanti Kültür Aş.
https://www.academia.edu/9665665/M%C3%9CTEVAZI_B%C4%B0R_M%C4%B0RAS_N%C4%B0LG%C3%9CN_%C3%96ZAYTEN_K%C4%B0TABI Erişim Tarihi: 09.06.2018.

Özdemir, Umut Kaan (2018). *Balkan Naci İslimyeli İle Sanat Üzerine Söyleşi*. İstanbul: Artam Global Art & Design, Eylül-Ekim, Sayı 49, 81

Özer, Bülent (2000). *Kültür Sanat Mimarlık*. İstanbul: YEM Yayın.

Özsezgin, Kaya (1993), *Türkiye’de Plastik Sanatlar Tarihi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Özsezgin, Kaya (1999). “*Düne ve Bugüne Dair*”. İstanbul: Milliyet Sanat Dergisi, 1 Nisan, Sayı 454, 43-44.

Özsezgin, Kaya. (1999). *Türk Plastik Sanatçıları Ansiklopedik Sözcük*. (Genişletilmiş II. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Özsoy, Vedat (2005). “*Resim Eğitiminde Özel Öğretim Yöntemleri*”. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Özsu Can Arda (2019). *Sanat ve Hayat Arasında*. İstanbul Art News Dergisi, Mart c:60, s.36.

Öztürk, Cemil. (2004) *Türk Tarihi ve Kültür*. Pegem Yayıncılık.

Öztütüncü, Sabriye (2015). 2 Mitler ve Çağdaş Türk Resim Sanatı: Hüsamettin Koçan ve Süleyman Saim Tekcan Örnekleme. Sanat eğitim dergisi C:4, S:2.

Parla, Taha (1983). *Türk ve Dünya Ünlüleri Ansiklopedisi*. İstanbul: Anadolu Yayıncılık, Cilt 1, Fasikül 32, 1779-1798.

Parla, Taha (1983). *Türk ve Dünya Ünlüleri Ansiklopedisi*. İstanbul: Anadolu Yayıncılık, Cilt 1, Fasikül 3, 1744.

Parla, Taha (1983) *Türk ve Dünya Ansiklopedisi*. İstanbul: Anadolu Yayıncılık, Cilt 1 Fasikül 32, 1786

Parla, Taha (1983). *Türk ve Dünya Ünlüleri Ansiklopedisi*. İstanbul: Anadolu Yayıncılık, Cilt 1, Fasikül 19, 1054.

Pehlivan Burcu, (2013). “*Kuşaklar Bağlamında Çağdaş Türk Resim Sanatında Desen*”. Akdeniz Sanat Dergisi, Cilt 6, Sayı 12, 120.

Petit, Veronique. (2000). Çev: Zeynep Bayramoğlu, Ömer Yavuz, “*Komet 'in Resmi*”, İstanbul: 1. Baskı Teşvikiye Sanat Galerisi.

Renda, Günsel (1977). *Batılılaşma Döneminde Türk Resim Sanatı 1700-1850*, Ankara Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Sağlam, Mümtaz (2007). *Contemporary Turkish Painting From The Collection of The Central Bank of The Republic of Turkey*. Promat Basım Yayıncılık.

Sarı, S., (1994), “*Ressam İbrahim Çallı'nın Hayatı, Kişiliği ve Sanatı*”. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Resim Eğitimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Seda Ateş, Romi Sezin, (Salt Araştırma ve Programlar), (2016). *İpek Duben Yazı ve Söyleşileri 1978- 2010*. İstanbul: Milliyet Sanat 2 Ocak 1978, Garanti Kültür Aş.

Sevindik, İlyas, Okur, Ayşe (2017). “*Türk Resim Sanatında Yer Alan Konyalı Sanatçılar*”. İdil Dergisi Yayınları, cilt 6, sayı 33, 1614-1615-1616-1624.

Sözen, Metin ve Tanyeli, Uğur, (2011). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Şafak Erkayhan (2008). “*1960 Sonrası Almanya’da Türk Sanatçılar: Göç ve Kültürel Kimlik*”. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Doktora Tezi.

Şener, Dilek (2001). “*Bugün Festivale Gidelim*”. İstanbul: 15 Nisan, Milliyet Sanat Dergisi, Sayı 502, 58.

Şener, Dilek (2001). “*Düş Ve Gerçeğin Birlikte Yaşandığı Resimler*”. İstanbul: 15 Haziran, Milliyet Sanat Dergisi, sayı 506, 60.

Tamev Kataloğu. “*Yolu Trabzon’dan Geçen Sanatçılar*”, İstanbul: 09-24 Aralık Mustafa Kemal Merkezi - Beşiktaş Çağdaş’ta açılan “ Yolu Trabzon’dan Geçen Sanatçılar II” Sergisi dolayısıyla Greenart tarafından basılmıştır. 56-66

Tansuğ Sezer (1990).”*Türk Resminde Yeni Dönem*” İstanbul, Remzi Kitap Evi, 2.Basım

Tansuğ, Sezer (1994). “*Çift Katmanlı Soyutlama*”. Gösteri Dergisi, Sayı 159, 62.

Tansuğ, Sezer (1999). *Çağdaş Türk Sanatı*. İstanbul: Remzi Kitabevi

Thema Larousse, (1993-1994). Thema Larousse Tematik Ansiklopedi, Sanat ve Kültür: Türk- İslam.Milliyet yayınları, cilt: 6

Tunalı, İsmail (2003). *Felsefenin Işığında Modern Resim*. İstanbul: rh+ Yayınları.

Tunalı, İsmail (2008). *Felsefenin Işığında Modern Resim - Modern Resimden Avangard Resme*. İstanbul: Remzi Kitabevi 6. Basım.

Turani, Adnan (2000). *Dünya Sanat Tarihi*, İstanbul: Remzi Kitabevi A.Ş. 8.basım

Turani, Adnan. (2010). *Sanat Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi A.Ş, 13.basım

Ulubul, Nurcan (1994). “*Çağdaş Türk Resminde İnsan Figürü*”. Genç Bakış Dergisi, 92.

Umay, Zeki (2015). “*Muhafif Bir Sanatçı Kimliği: Şenol Yorozlu*”. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, Sayı 4, 40.Ustalarla Buluşma [UB], 2009. Gazi Üniversitesi Resim ve Heykel Kataloğu,53.

Uz, Ayfer, Uz, Nurbiye (2018). “*Türkiye’de 1980’li Yıllarda Değişen Sanat Anlayışı ve İlk Kavramsal Sanat İzleri Bedri Baykam ve Sarkis*”, Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt5 Sayı(2), 4-5.

Yalçınkaya, Fisun (2018). “*44 Yıl Sonra Bir Unvan Maçı*”. İstanbul: Aralık, Milliyet Sanat Dergisi, Gazetecilik ve Yayıncılık A.Ş. sayı 71, 17.

Yasa, Yaman, Zeynep, (1994), “*Kültür ve Sanat Ortamı*”, “*Kültürün Gelişiminde Sanat Öncülüğü*”. Ankara: Hacettepe Yayınları.

Yasa, Yaman, Zeynep. (1996). “*Yurt Gezileri ve Sergileri ya da Memlekete Dönüş*”. Toplum Bilim Dergisi, Sayı: 4, 40.

Yeğin Sertap (2003). *Türk Resim Sanatında Portre*. Mimar Sinan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Resim Anasanat Dalı Resim Programı İstanbul

Yılmaz Selahattin (2017). “*Mürşide İçmeli'nin Sanat ve Eğitim Anlayışı*”. Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, Sonbahar 2017, Yayın 9, Cilt 9, Kadın Özel Sayısı, 147.

Yılmaz, Mehmet. (2013). *Modernden Postmoderne Sanat*. Ankara: Ütopya Yayınları, 2.bs.

Yılmaz, Nilüfer Tuba, (2009). “*Türkiye’de Soyut Sanatın Gelişimi İçerisinde Burhan Uygur’un Yeri*”. Edirne: Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Resim İş Eğitimi Bilim Dalı, Resim Bölümü, Yüksek Lisans Tezi.

Zeylan, Pınar, Kezban, (2009). “*19. Yüzyıl Sonrası Türkiye’de Toplumsal Değişimlerin Konut Mekânına Etkisi*”. İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Zürcher, Erik Jan. Modernleşen Türkiye’ nin Tarihi, İstanbul : İletişim Yayınları (7. Baskı), 2000.

Zor, A. (2014). Kültürel Okuryazarlık Açısından Görsel Sanatlar Dersinin Önemi, Ulakbilge Dergisi, 2(4), ss: 1-13.

12 Sanatçı 12 Söyleşi Sergisi, (2016). Ekim 11-29, Akasya Kültür Sanat Kataloğu. 23.

İNTERNET KAYNAKLARI

Joisten Karen (Çev:) Engin Hülya. Gerilimli Birlik, URL:

<http://lebriz.com/pages/artist.aspx?section=550&lang=TR&artistID=608&periodID=&pageNo=2&exhID=0> Erişim Tarihi: 22.08.2018.

Prof. Dr. Bernd - Peter Lange Sosyal Bilimler Mart 2008 Çeviri: İlknur İgan

Seyyit'in Yapıtları Üzerine. URL: <http://lebriz.com/pages/artist.aspx?section=550&lang=TR&artistID=608&periodID=&pageNo=1&exhID=> Erişim Tarihi: 22.08.2018.

İnan Ergin, URL: <http://www.akasyakultursanat.com/events/56> Erişim Tarihi 10.11.2018.

Yüksel Nilgün. (2007). Yavuz Tanyeli Resim Yapar, URL: <http://lebriz.com/pages/artist.aspx?section=120&lang=TR&artistID=342&periodID=&pageNo=0&exhID=0> Erişim Tarihi: 17.11.2018.

Habib Aydoğdu. URL: <http://www.tamsanat.net/sanatcilar/eserleri.php?sanatci=282> Erişim Tarihi: (18.11.2018).

İbrahim Çiftçioğlu Özgeçmiş.

URL: <http://lebriz.com/pages/artist.aspx?artistID=460§ion=120&lang=TR&periodID=&pageNo=0&exhID=0>, Erişim Tarihi: 19.11.2018.

(<http://www.beyazart.com/sanatci/%C4%B0brahim%C3%87ift%C3%A7io%C4%9Flu>)

Ateş Ertuğrul, Özgeçmiş.

URL: <http://lebriz.com/pages/artist.aspx?section=120&lang=TR&artistID=348&periodID=&pageNo=0&exhID=0> , Erişim Tarihi: 25.11.2018.

Aruoba Defne. (2004). Sanat Çevresi, Gerçeği Arayış, Kasım URL: <http://www.ertugrulates.com/pPages/pArtist.aspx?paID=348§ion=550&lang=TR&bhcp=1&periodID=&pageNo=7&exhID=0> Erişim Tarihi: 25.11.2018.

Bubi'nin 24.10.2010'da Sabah Gazetesi'nde yayınlanan röportajından alınmıştır.

lebriz.com/pages/lsd.aspx?lang=TR§ionID=5&articleID=841 Erişim Tarihi: 25.11.2018

Çölaşan Handan, Serdar Okan Kişisel Resim Sergisi <http://www.birdemetnergis.com/icerikoku.asp?ids=1701> Erişim Tarihi: 26.11.2018.

Ali Kotan. Özgeçmiş. <http://www.beyazart.com/sanatci/Ali-Kotan> Erişim Tarihi: 29.11.2018.

Evet Benim <https://evetbenim.com/bahri-genc-resim-sergisi-yuzlerden-gizler-17-kasim-2011-%C2%96-4-ocak-2012-piramid-sanat/> Erişim Tarihi: 30.11.2018.

[URL:http://www.turkishpaintings.com/index.php?p=34&l=1&modPainters_artistDetailID=1362](http://www.turkishpaintings.com/index.php?p=34&l=1&modPainters_artistDetailID=1362)

Bozdağ Lütfiye. (2010). Nurettin Erkan'ın Resimlerinde Beden ve Taş. İstanbul: URL: <http://www.nurettinerkan.com/articles.html>. Erişim Tarihi: 2.12.2018.

Graf Marcus. İnsafsız Karanlıktaki Muhteşem Güzellik.

<http://www.artfulliving.com.tr/project/774/insafsiz-karanliktaki-muhtesem-guzellik>.

Erişim Tarihi: 2.12.2019.

Atabilen Ezgi. 2012: Babası Mimar Olmasını İstedi o Resim Yapmayı Tercih Etti.

URL: <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/babasi-mimar-olmasini-istedi-o-resim-yapmayi-tercih-etti-20485651> Erişim Tarihi: 2.12.2019.

Yıldız, İtir. Soyut Gerçekçilik. URL: <http://bonemagazine.com/tr/entry/absract-reality> Erişim Tarihi: 3.12.2019.

Evren Sezgin'in "Parts" İsimli Sergisi Sanat Severlerle Buluşuyor.

<https://www.ntv.com.tr/sanat/evren-sezginin-parts-ismli-sergisi-sanatseverlerle-bulusuyor>.

Erişim Tarihi: 3.12.2019. İnternet 37: Evren Sezgin (2015). Galiba

Hepimiz Kaybolduk. URL: <http://newsanat.com/evren-sezgin-galiba-hepimiz-kaybolduk-ismli-karma>

Erişim Tarihi: 3.12.2019.

İrfan Dönmez-Yüzler ve Yüzeyler-Galeri/Miz URL:

<http://www.arttv.com.tr/sergiler/diger/irfan-donmez-yuzler-ve-yuzyeylergalerimiz>

İnternet 39: İrfan Dönmez'in Resminde Fotografik Bir İmge Olarak Kimlik

<http://www.artfulliving.com.tr/sanat/irfan-donmez-in-resminde-fotografik-bir-imge-olarak-kimlik-i-880>

Erişim Tarihi: 4.11.2018.

Bahar Artan Oskay, Özgeçmiş. URL:
<http://www.baharartanoskay.com/pPages/pArtist.aspx?paID=830§ion=120&lang=TR&periodID=&pageNo=0&exhID=0>

111. Sanat Buluşmasında Halil Vurucuoğlu'nun Atölyesini Ziyaret Etti. URL:
<http://www.yasamgazetesi.com.tr/ozel-haber/111-sanat-bulusmasinda-halil-vurucuoqlunun-atolyesini-ziyaret-etti-h196322.html>

