



T. C.

**ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ**

**GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**

**RESİM ANASANAT DALI**

**SANAT YÖNETİMİ VE EKONOMİSİ İLE İLGİSİNDE  
ÇAĞDAŞ SANAT PİYASASININ MOTİVASYON GÜCÜ**

Hazırlayan

**Leyla İMAMOĞLU**

Danışman

**Prof. Dr. Metin EKER**

Yüksek Lisans Tezi

Samsun, 2019



**T.C.**  
**ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ**  
**GÜZEL SANATLAR ENSTİTÜSÜ**  
**RESİM ANASANAT DALI**

**SANAT YÖNETİMİ VE EKONOMİSİ İLE İLGİSİNDE**  
**ÇAĞDAŞ SANAT PİYASASININ MOTİVASYON GÜCÜ**

Hazırlayan

**Leyla İMAMOĞLU**

Danışman

**Prof. Dr. Metin EKER**

Yüksek Lisans Tezi

Samsun, 2019

## **BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ**

Hazırladığım yüksek lisans tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, yazımda enstitü yazım kılavuzuna uygun davranıldığını taahhüt ederim.

19/09/2019

Leyla İMAMOĞLU



## TEZ KABUL VE ONAYI

Leyla İmamoğlu tarafından hazırlanan “Sanat Yönetimi ve Ekonomisi ile İlgisinde Çağdaş Sanat Piyasasının Motivasyon Gücü” başlıklı bu çalışma, 19/09/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oy birliği/ oy çokluğuyla başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

**Başkan:** Dr. Öğretim Üyesi Hasan BALTACI

.....

**Üye:** Dr. Öğretim Üyesi Engin GÜNEY

.....

**Üye:** Prof. Dr. Metin EKER

.....

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

19/09/2019

Prof. Dr. Ali BOLAT

Enstitü Müdürü

## ÖZET

### SANAT YÖNETİMİ VE EKONOMİSİ İLE İLGİSİNDE ÇAĞDAŞ SANAT PİYASASININ MOTİVASYON GÜCÜ

Leyla İMAMOĞLU

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü

Resim Anasanat Dalı, Yüksek Lisans, Eylül/2019

Prof Dr. Metin EKER

“Sanat Yönetimi ve Ekonomisi ile İlgisinde Çağdaş Sanat Piyasasının Motivasyon Gücü” başlıklı bu çalışma, sanat ve kültür birlikteliğini oluşturan etmenleri, günümüzün kültürel ekonomi politikaları içerisinde bu birlikteliğin yönlendirdiği çağdaş sanat piyasasını yönetsel boyutlarıyla nasıl değerlendirebileceğimizi tartışmak amacıyla hazırlanmıştır. Bu doğrultuda, çağdaş sanatın yer aldığı düzlem üzerindeki doğal ve yapay süreçleri değerlendirerek, çağdaş sanat piyasasını şekillendiren manipülasyonları ve motivasyonları incelemek, çalışmanın asıl amacı olan çağdaş sanat piyasasına dair yenilikçi bir bakış açısı oluşturma hedefini gerçekleştirmiş olacaktır.

Çalışma, Kültür Endüstrisi, Kapitalizm ve Neo-Liberalizm ile ideolojik ve kuramsal çerçevesini oluşturmuş Postmodernizm içinde adına “çağdaş” diye adlandırdığımız güncel sanat kapsamının yönelim sergilediği oluşumları açıklımlayarak devam eder. Bu bağlamda kültürel ekonomiler ve piyasa ilişkilerinde sanat yönetimi, kültürel ekolojiler, sanatsal manipülasyonlar, sanatta meta, meşru ve meşhur sanatı kıyaslamaları incelenerek, bir vargı çerçevesi oluşturulmak istenmektedir.

Bu çalışma betimsel nitelikte bir araştırma olup, kapsamlı bir şekilde yapılan literatür tarama yöntemiyle elde edilen teorik bilgi ve belgeler ışığında gerçekleştirilen bir inceleme çalışmasıdır. Araştırmada konunun içeriğinde yer alan ana temalar dahilinde, doğrudan ve dolaylı olarak konu kapsamıyla ilintili olan kitap, makale, tez vs. kaynakların kullanıldığı homojen ve heterojen karakterli bir yöntem kullanılmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Çağdaş Sanat, Sanat Piyasası, Sanat Yönetimi, Sanat Ekonomisi, Kültür Endüstrisi, Meta, Manipülasyon, Motivasyon.

## ABSTRACT

### THE MOTIVATION POWER OF CONTEMPORARY ART MARKET IN RELATION WITH THE MANAGEMENT AND ECONOMY OF ART

Leyla İMAMOĞLU

Ondokuz Mayıs University, Graduate School of Fine Arts

Department of Painting, M.A., September/2019

Prof Dr. Metin EKER

This study, titled “The Motivation Power of Contemporary Art Market in Relation with The Management and Economy of Art” aims to discuss the factors that make up the unity of art and culture and how we can evaluate the contemporary art market directed by this unity in today's cultural economic policies with its administrative dimensions. In this respect, by evaluating the natural and artificial processes on the plane of contemporary art, the manipulations and motivations shaping the contemporary art market will be realized and the objective of this study will be to create an innovative perspective on the contemporary art market.

The study continues by opening up the formations in which the contemporary art contexts, which we call “contemporary” within the Cultural Industry, Capitalism and Neo-Liberalism and within the postmodernism, which has formed its ideological and theoretical framework, are oriented. In this context, art management in cultural economies and market relations, cultural ecologies, artistic manipulations, meta in art, comparisons of legitimate and famous art, it is aimed to establish a framework of conclusions.

This study is a descriptive study and it is a study conducted in the light of theoretical knowledge and documents obtained by comprehensive literature search method. Within the scope of the main themes in the content of the research, books, articles, theses, etc. are directly and indirectly related to the scope of the subject a homogeneous and heterogeneous method was used.

**Key Words:** Contemporary Art, Art Market, Art Management, Art Economy, Culture Industry, Meta, Manipulation, Motivation.

## TEŞEKKÜR

Tezi hazırlama sürecimin başından itibaren bilgi birikimiyle beni aydınlatan, esirgemediği sabrı ve yardımlarıyla bana daima yol gösteren danışmanım Prof. Dr. Metin EKER'e; yardımlarıyla çalışmamı kolaylaştıran Dr. Öğretim Üyesi Engin GÜNEY ve Dr. Öğretim Üyesi Mehmet İMAMOĞLU'na; çalışma sürecime her zaman destek olarak beni yalnız bırakmayan Barış ÖZGÜR ve Sevil GÜLER'e; eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi desteklerini bir an olsun esirgemeyen sevgili annem Ferihan İMAMOĞLU ve babam Hasan İMAMOĞLU'na canı gönülden teőekkürlerimi sunarım.

Leyla İMAMOĞLU

19/09/2019

Samsun



# İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	iii
ABSTRACT .....	iv
TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi

## GİRİŞ

Problem .....	1
Alt Problemler .....	1
Araştırmanın Amacı .....	2
Araştırmanın Önemi .....	2
Araştırmanın Yöntemi .....	3
Varsayımlar .....	3
Sınırlılıklar .....	3
Benzer Çalışmalar .....	4

## BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. Sanat ve Sanat Yönetiminin Tarihi Süreci.....	5
1.2. Sanat Ekonomisi ve Sanatta Ekografik Bağlamlar .....	17
1.3. Sanat- Meta İlişkisi.....	27
1.4. Sanat Piyasası.....	32

## İKİNCİ BÖLÜM

2.1.	Çağdaş Sanat Özellikleri ve Postmodern Dönem .....	43
2.2.	Kültür Endüstrisi ve Kültürel Bağlam .....	54
2.3.	Sanatta Ekonomik Manipülasyonlar .....	65
2.4.	Sanat, Sanatçı ve Piyasa İlişkisinde Diğer Faktörler .....	69

## SONUÇ ve VARGILAR

Sonuç .....	78
Ön Vargılar .....	81
Genel Vargılar .....	83
KAYNAKÇA .....	86
ÖZGEÇMİŞ .....	95



# GİRİŞ

## Problem

Son iki yüzyıldır endüstri devrimiyle ilgisinde, son yüzyıldır teknoloji devrimiyle ilgisinde ve son elli yıldır kültür endüstrisi kuramsallığı ile ilgisinde sanat, özellikle kültür ile etkileşimli ve gerekçeli bir müşterek geliştirmiştir denilebilir. Sanatın geçmişi ile şimdiki durumu arasındaki farkları belirleyen birçok etkenden bahsedilebilir. Kültür sanatı da kapsayan bir olgu niteliğiyle sanatın tüm içeriksel, üslupsal, biçimsel ve anlayışsal dönüşümlerinin de şahididir. Kültürel kalıpsallığın (kültürel konformizm) zaman zaman kültürün kendisi için de sıkıntılar yarattığı düşünülebilir ve bunun sanata da etkilerinden bahsedilebilir. Sanat yönetimi, sanatın yönetimiyle başlayan bir süreç karakterinden daha öte sanatsal aktörleri, sanatsal niyetleri ve daha da kapsamlı haliyle sanatsal ekolojileri de yönetmek anlamında bir konum almaya başladı. Sanat yönetimi, kültür yönetimi ile ilintisinde kültürel ekonomiler ile de ilişki kurmak zorunda kaldı.

Çağdaş sanat çeşitli manipülasyonlar ile daha da karmaşık bir ilişkiler ağı özelliği sergilemektedir. Kültürel ekonomilerin yarattığı sanatsal ekonomiler için yeniden karakterize olma eğilimi sergileyen sanat piyasası için de önemli motivasyon unsurları ortaya çıkmaya başladı. Bahsettiğimiz altyapı ile temas kurmak amacıyla bu tez çalışması, **“sanat yönetimi içerik ve süreçlerinin yeni kültürel ilişkiler kapsamında karakterize olabilecek bir ekonomik kapsamı, çağdaş sanat piyasası kapsamıyla nasıl bütünleştirdiğini saptama”**yı problem tümcesi olarak belirlemiştir.

## Alt Problemler

“Sanat Yönetimi ve Ekonomisi ile İlgisinde Çağdaş Sanat Piyasasının Motivasyon Gücü” isimli bu çalışmanın belirlediği alt problemler şöyle sıralanabilir:

- Geleneksel sanat yönetimi ile çağdaş sanat yönetimi arasındaki farkları betimlemek için sanatsal göstergeler ve veriler yeterli midir?
- Sanat yönetimi doğrudan ekonomi ile ilişkilendirilmek durumunda mıdır?
- Çağdaş sanat yönetimi süreçlerini “piyasa yönetimi” biçiminde tasvir ve takdim etmek mümkün müdür?
- Sanat yönetiminin ekonomi ile ilintisinden bir “ekografi” kapsamı geliştirilebilir mi?

- Popüler kültür ve ekonomi arasında konuşlandırılmış bir kavram olarak “trend”, çağdaş sanat yönelimlerine bir hedef kapsam özelliği sergilemekte midir?
- Sanat yönetimi bir kültür yönetimi midir?
- “Takdim, tasdik ve takdir” süreçleriyle ilgisinde sanat yönetiminin hangi rolü daha keskinlik sergiler?

### **Araştırmanın Amacı**

Bu çalışma, sanat ve kültür etkileşiminde belli müşterekleri inşa eden potansiyelleri günümüz kültürel ekonomileri ile ilintisinde nasıl değerlendirebileceğimizi tartışmak amacıyla yapılmıştır. Buradan hareketle çağdaş sanatın konumsal seçenekler oluşturmadaki doğal ve yapay süreçleri değerlendirilerek, çağdaş sanatın öncelik sıralamasında belirginleşen bir seçenek olarak piyasa yönelimleri ve motivasyonlarını incelemek, çalışmanın çağdaş sanat piyasasına dönük perspektif oluşturma hedefimizi de açıklamış olacaktır.

Bu gerekçeler ve öngörüler ile tümleşik bakıldığında “çağdaş sanat ile çağdaş kültürün homojen muharrik unsurlarının çağdaş sanat piyasaları için stratejilerini, eylem karakterlerini ve direnç noktalarını çözümlenmek”, çalışmanın genel bir amacı olarak gösterilebilir.

### **Araştırmanın Önemi**

“Sanat Yönetimi ve Ekonomisi ile İlgisinde Çağdaş Sanat Piyasasının Motivasyon Gücü” isimli bu çalışma ile Kültür Endüstrisi, Kapitalizm ve Neo-Liberalizm ile ideolojik ve kuramsal çerçevesini oluşturmuş Postmodernizm içinde adına “çağdaş” dediğimiz aktüel sanat kapsamlarının yönelim sergilediği hedefleri gözden geçirmek istenmektedir. Bu bağlamda kültürel ekonomiler ve piyasa ilişkilerinde sanatsal meta, sanatsal manipülasyonlar, kültürel ekolojiler ve ekonomiye tahvil olabilecek tercihler, meşru sanat ile meşhur(luk) sanatı kıyaslamaları incelenerek, bir vargı anatomisi ortaya konulmak istenmektedir.

Bu hedefleri gerçekleştiren mekanizmaların tahlili ile ilgisinde çağdaş sanat piyasasına ilişkin genel değerlendirmeleri doğal, yapay ve zorlama süreçlerinin çözümlenmesi, bu tez çalışmasının önem kapsamını teşkil etmektedir.

## **Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışma literatür desteği ile veri toplama teknikleri kullanılarak elde edilen teorik bilgi ve belgeler ışığında gerçekleştirilecek bir inceleme çalışmasıdır. Konusu ve konuya bağlı yönelimleri gereği benzer içerik ve nitelikleri haiz kitap, makale, tez vs. kaynakların kullanıldığı homojen ve heterojen karakterli bir yöntem kullanılacaktır. Verilerin analizin de çağdaş ve gelecekçi odaklanmaya destek verebilecek bir içerik yönelimi ve yapılanması söz konusu olacaktır.

## **Varsayımlar**

“Sanat Yönetimi ve Ekonomisi ile İlgisinde Çağdaş Sanat Piyasasının Motivasyon Gücü” isimli bu çalışma;

- Kültürel ekonomiyi sanatsal ekonomiler için bir kapsam olarak varsaymaktadır.
- İçinde bulunduğumuz zamanın bir tür dönemselleştirmesi olarak postmodernizm, kapitalizm, neoliberalizm ve kültür endüstrisi içerikleri ile değerlendirilmektedir.
- Sanat piyasasının, ticari eylem alanı ve karşılığı para olarak tartışılması gereği varsayılmıştır.

## **Sınırlılıklar**

“Sanat Yönetimi ve Ekonomisi ile İlgisinde Çağdaş Sanat Piyasasının Motivasyon Gücü” isimli bu çalışma;

- Sanat yönetimi olgusunu piyasa eğilimleri ile ilgisinde çözümlemektedir.
- Sanatsal ekonomi ile kültürel ekonomiler arasında kapsanan-kapsayan ilişkisi gözlemlenmiştir.
- Sanat piyasalarının geleneksel yaklaşımları ile çağdaş yaklaşımları arasında farka göre bir inceleme doğrultusu belirlenmiştir.
- Piyasa içeriğinde sanatsal meta, sanatsal meşruiyet, sanatsal manipülasyonlar ve sanat ekolojilerinin rolleri üzerinde de durulmaktadır.
- Sanatsal ve dolayısıyla kültürel ekonomi, piyasa ve para ile ilgisinde “güç” olarak betimlenmiştir.

## **Benzer Çalışmalar**

ERBAY, Fethiye. Sanatın Yönetimi, Marmara Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Sanatta Yeterlik, 1996.

BÜYÜKARSLAN, Didem. International Trade of Turkish Contemporary Artworks: An Emperical Study On The Role Of Artist History, Institutionsa And Economic And Socio-Cultural Factors İn Demand, Boğaziçi Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Yüksek Lisans Tezi, 2011.

ALAKBARLI, Fidan. The Art Market And Cultural In Area Of Globalization, Yeditepe Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Üniversitesi/ Yüksek Lisans Tezi, 2014.

TOKSÖZ, Emin. Contemporary Art And Entertainment Industry, Yeditepe Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Yüksek Lisans Tezi, 2015.

KUTULU, Tuğçe. Comparing Art Management Approaches In Europe And In Turkey Over The Art Management Programs Of Queen’s University Belfast Ireland And Yeditepe University, Yeditepe Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Sanat Yönetimi/ Yüksek Lisans Tezi, 2016.

HASBOYACI, Büşra Fatma. The Art Market In Contemporary Turkey: Valuation Of Artworks And The Practice Of Art Collecting, İstanbul Şehir Üniversitesi/ Modern Türkiye Çalışmaları Yüksek Lisans Programı/ Yüksek Lisans Tezi, 2017.

SARI, Emre. Dynamics Of Turkish Art Market: A Comprehensive Empirical Study, İstanbul Bilgi Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Finansal Ekonomiler Yüksek Lisans Programı/ Yüksek Lisans Tezi, 2017.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1.1. Sanat ve Sanat Yönetiminin Tarihi Süreci

Sanat tarihi bilincini oluşturan Batı kanonunda uzlaşılan genel yargıya göre, “sanat(ars) sözcüğü, insanoğlunun ürettiklerinin, doğada kendiliğinden var olan ürünlere olan benzerliğiyle ilişkilendirilen teknik ustalık (tekhne) ile duyuyla algılanan nesnelere, beğeni yargısı dahilinde seçip sınıflandırmaya yönelik duygulanımlar arasındaki ayırtılma sonucu” (Bozkurt, 2014: 15) ortaya çıkmıştır. Sanatın tarihi süreci incelendiğinde, sanat sözcüğünün büründüğü anlamların ve sanatsal ifadenin dışavurumunun, birbirlerinden farklı coğrafyalarda yer alan toplumların sergilediği farklı yaşayış biçimlerine göre çeşitlilik gösterdiği anlaşılır.

İnsanların görsel tahayyülü somut çıktılara dönüştürmeye başladığı ilk çağlara baktığımızda, bugün ilkel sanat içerisinde sınıflandırdığımız ürünlerin, yapıldıkları zaman içerisinde gündelik hayatta kullanım amaçları doğrultusunda ya da inanışların getirisi olan ritüelleri gerçekleştirme sebebiyle üretildiklerini biliyoruz. Sanat ürünü olarak bu nesnelere ilkin, sanatın salt kendi amacı dışında belli amaçlara hizmet etmiş olsalar dahi, doğanın sunduğu güzellik algısını yansıtan itkiyi gizil bir biçimde içinde barındıran ifadeler taşırlar. “Sanat yapıtının doğal oluşumlarla arasındaki farkı ortaya koyan en önemli özelliklerden ilki, özgünlük diğeri de onun biricik ve benzersiz oluşudur ve bu durum özel bir kurmacayı gerektirir” (Bozkurt, 2014: 16). Yani sanat ürünlerini olağan nesnelere farklı kılan, en başından itibaren belirlenmiş sabit bileşenler içeren bir amaç doğrultusuyla ortaya koyulmuş olmalarıdır.

Hegel doğal oluşumlar ve sanat ürünleri ayırımında sanata dair yaygın düşünce biçimlerini üç şekilde özetler (2019: 12):

- Sanat eseri, doğa ürünü sayılamaz; o, insan etkinliği sonucu meydana gelir.
- Sanat eseri, insanın kavrayışı için, duyuusal alandan elde edilen verilerle üretilir.
- Sanat eseri, kendinden bir amaca sahiptir.

Gündelik hayatta kullanılmak üzere üretilen sıradan nesnelere ve bu nesnelere karşılık sayılan varlık biçimiyle meydana gelen sanat ürünlerini ortaya koyarken sergilenen bilişsel ve duyuşsal çabaya dayalı öznellik, sanat ve zanaat arasındaki temel ayırım noktasını oluşturur. Kant sanat ve zanaat arasındaki ayırımı ortaya koyarken sanatı özgür kimliğiyle niteler, zanaatı ise ücretli sanat olarak adlandırır: “...Birinciye, kendi içselliklerinden doğan erkle hoş bir değer elde etmek gibi bakılır; ikincisi ise emek



olarak ve kendisi için zahmetli koşullardan geçerek elde edilen bir uğraş gibi, ancak etkisi ulaşılacak olan ücret vasıtasıyla çekici gelen ve dolayısıyla zorla dayatılabilecek bir şey olarak görülür” (Kant, 2016: 117).

Sanat ve zanaat arasındaki farklılığın, henüz tam anlamıyla tartışılmadığı Antik Yunan’da, sanatın Platon’da idealize edilmiş dünyanın araçlarından biri olarak görüldüğü; Aristo’da ise, onun yaratmanın ve öğrenmenin öncülü olarak adlandırdığı “mimesis kavramı ile birlikte insan eliyle doğada mevcut olan “güzel”i taklit etme amacına hizmet ettiği anlaşılmaktadır. Sanat ürünlerini kullanım nesnelere ayırarak özel bir statüyle konumlandırmak, insanın güzel olana ulaşma çabalarıyla başlamıştır. Aristo, sanatçının taklit yoluyla ürettiği eserlerin “katharsis”e, yani kötü duygulardan arınmaya yardımcı olduğunu düşünürken sanatı, toplumu ahlaki yönden iyileştirecek pragmatik bir anlayışa yerleştirmiştir.

Mimesis, 19. yüzyılın ortalarına kadar Batı dünyasındaki sanat akademilerince sanatın üretim ve değerlendirme aşamalarında kabul edilen bir kalite ölçütü sayılmıştır. Örneğin, resim alanındaki bir sanat eserinin başarısı bu yüzyıla kadar ressamın boyayla kaplanmış iki boyutlu bir yüzeyi üç boyutlu bir gerçekliğe taşıması ölçütünde değerlendiriliyordu (Whitham ve Pooke, 2013: 3). Sanatsal formların üslup çizgisinde mimetik karşıtı bir düzleme erişilebilmesi için Rönesans’tan modern dönem akımlarına kadar uzunca bir emekleme döneminin geçmesi gerekiyordu. Perniola, bu anlamda Batı’nın sanatsal serüveninde iki karşıt eğilimin bulunduğunu öne sürer (2016: 15):

*Bunlardan biri, görünümün yüceltilmesine; diğeri, gerçeklik deneyimine yöneliktir. İlk eğilim dikkatini, kopma, uzaklık, askıda kalmışlık kavramları üzerinde yoğunlaştırmış ve estetik tutumu bir arınma ve gerçeklikten uzaklaşma süreci olarak görmüştür. Bunun aksine, ikinci eğilim, katılım, dahil olma, risk, göze alma fikrinin altını çizmiş ve sanatı bir altüst olma, bir çarpılma, bir şok gibi düşünmüştür.*

Shiner (2017: 21), “iki bin yıldan daha fazla ömür sürmüş faydacı bir sanat sisteminin ardından, sanatın genel olarak baktığımızda iki yüzyıllık geçmişi olan bir Avrupa icadı” olduğunu söylemektedir. Bu iki yüzyıllık sürecin yaşanan toplumsal değişimler odağında, aşamalı olarak dönemsel parselasyonlara ayrıldığını görürüz. “Aydınlanma çağı ile binlerce yıldır değilse bile, yüzlerce yıldır doğru olduğu varsayılan birçok kaniya son veren Fransız İhtilali’nin” (Gombrich, 2013: 476) önce Avrupa’da ve akabinde dünya genelinin büyük bir kısmında görülen uzun ve sancılı bir süreç ile birlikte yayılan toplumsal ideolojiler, insanlığın yeni ideallerini oluşturan

ve sanatta da bu doğrultuda kendini gösterebilmiş olan ilkeler, bireye atfedilen öncelik, insanın bağımsız ama toplumsal sorumluluğunu da unutmadan yaşaması gerektiği gibi düşünceler sanat tarihinde yerini almıştır (Krausse, 2005: 56). Toplumsal hayatta bireyselliğin ön plana çıkmasıyla birlikte sanatta da öznel duyguların öncelikli olarak yer aldığı bir devir başlamıştır diyebiliriz. Sanatın himaye ve patronaj sisteminin altında ezilen varlığı bu dönem itibariyle baş kaldıran bir “ben” olgusu dahilinde kendini göstermeye başlar.

Rönesans, ressamlık ve heykeltıraşlığın, sıradan bir meslek dalı olmaktan çıkarak diğer mesleklerden ayrı tutulduğu çağdır. Bu dönem aynı zamanda, kiliselerdeki imgelere karşı duruş sergileyerek, resim ve heykelin dinin himayesine dayalı geleneksel işlevine son verildiği ve sanatçıların kendilerine yeni bir pazar arama ihtiyacının oluşmaya başladığı yenilikler çağıydı; fakat bu olaylar ne denli önemli olsa dahi her şey birdenbire tamamlanmamıştır. Sanatçıların çoğunun hala lonca ve meslek birliklerine bağlı olduğu görülür (Gombrich, 2013: 475). Toplumsal dönüşümler kilise hamiliğinin yerini zamanla yeni bir toplumsal oluşuma bırakmıştır. Sanatçının özerkleşebilmesi itibariyle sanatı alımlayan kitle profiline de değişmesi ise ancak 18. yüzyılın sonlarına doğru, sanatın kendi içinde taşıdığı bütünlüğün parçalanışı ile aşama kaydetmiştir. “Bu noktadan sonra sanat tarihinde sanat akımlarının doğrusal bir tarihi çizgi üzerinde değil, birbirine paralel konumda” (Krausse, 2005: 53) ilerleme kaydettiği izlenir.

Klasik Antik Çağ’ın ve Rönesans’ın görüş açısından sanat tarihi, teknik becerinin giderek artmasını yansıtır; bu anlayış doğrultusuyla sanatın gençlik, yetişkinlik ve çöküş döneminden söz edilebilir. Romantizm dönemine geldiğindeyse, dünya tarihinin bütünü, insan türünün çocukluktan olgunluğa geçişini yansıtan dev bir tiyatro oyunu gibi tasvir edilebilir. Sanat da böylelikle “çağın anlatımına” ve dünya tininin belli bir zaman parçasında eriştiği gelişme aşamasının bir göstergesine dönüşmüştür (Gombrich, 2015: 16). Romantizmle sanat kendini bütün bağlardan kurtarmış, öznel ifadeyi ve bireysel içeriği en önemli gerekçeleri haline getirmiştir. Sanatçının giderek din kurumlarından, kral ve imparatorların saraylarına, burjuvazinin millet meclisine girmesiyle halka yönelmesi, Napolyon’un, Fransa’yı Avrupa’da önderi yapmak için milliyetçi duyguları kışkırtarak nasyonalizmi uyandırması, geçmişteki düşünce gelişimine dayalı olarak yaşanmıştır (Turani, 2010: 512). Romantizmin, rasyonalizmin gelişmesindeki yeri bu açıdan önemlidir. 19. yüzyılın başları itibariyle pozitif ilimlerde

yaşanan gelişmeler gerçekçilik akımını doğurmuş, düşünsel ve pratiksel anlamda sanatta gerçekleşen bu kopuş, modern sanat akımlarının geleceğine dair ipucu vermiştir.

Bu dönemden itibaren Avrupa'nın bütününde, ayrı bir kamuoyu ve piyasa birlikteliğinde sanat, sanatçı ve estetik kavramlarıyla paralel düzlemde ilerleyen birçok kültür kurumunun yükselişi baş göstermiştir. “Modern güzel sanatlar sisteminin, bu toplumsal, kurumsal ve entelektüel değişimlerin bir araya gelmesiyle oluştuğunu” söyleyen Shiner (2017: 123-124) bu oluşumun aşamalarını üç önemli dönüm noktasının tespitiyle özetler:

*1680 ile 1750 arasındaki dönemi içine alan birinci aşamada modern sanat sisteminin ortaçağın sonlarından itibaren bölük pörçük biçimde ortaya çıkmış olan birçok ögesi arasında sıkı bir bütünleşme başlıyordu; 1750 ile 1800 arasında kapsayan ikinci ve çok önemli aşamada güzel sanatlar zanaattan, sanatçı zanaatçıdan ve estetik de öteki deneyim biçimlerinden kesin olarak ayrılıyordu; 1800-1830 yılları arasındaki son aşama olan sağlamaştırma ve yüceltme aşamasında ise, “sanat” terimi bağımsız bir tinsel alanı göstermeye başlıyor, meslek olarak sanatçılık kutsanıyor ve estetik kavramı da beğenin yerini almaya başlıyordu.*

Tarihin hiçbir döneminde sanatın sınırlarını kesin ve keskin bir biçimde çizmek mümkün olmamıştır. Sanatı ontolojik açıdan çözümleme ve açıklama girişimleri 19. yüzyıl sonlarına doğru ortaya çıkmıştır. “Yunanca ‘aesthesis’ kelimesinde türeyen ve tam karşılığı ‘duyularla algılanan’ anlamına gelen ‘estetik’ terimi” (Whitham ve Pooke, 2013: 2) sanatın ayrıştırılmayan bir ögesi, hatta ilk ögesi (Erinç, 2013: 158) olmuştur. “Aydınlanma felsefesinin ürünü olan estetik teriminin modern kullanımı iki yüz yaşından daha küçüktür” (Rodowick, 2009: 89).

Sanat tarihinde “estetik” çözümlenmeler üzerine bakış açısı geliştiren iki önemli filozoftan biri olan Kant, 1790’da yayınladığı “Yargı Yetisinin Eleştirisi”nde, ilk defa sanat ve tekniği ayrı konumda çözümleyecek açıklamalar yapmıştır. Ona göre insana özgü beceri olarak sanat, bilimden ve pratik yetiyi oluşturan unsurlardan ne denli farklıysa, o denli ayrıydı (Bozkurt, 2014: 18). Kant, estetiği salt kendine özgü geçerlilik iddiasına dayalı öznel bir yargı olarak görür ve beğeni yargısını diğer yargı türlerinden ayıranın yalnızca bu yargıyı belirleyen haz duygusu olduğunu söyler. Duyguların en geniş anlamıyla rasyonel bir şekilde kendilerini ortaya koyabilecek bir yapı barındırdığı tespiti Kant estetiğinin keşfidir (Schaper, 2005: 158). Estetik ve Güzel Sanatlar üzerine yazdığı kitabıyla Hegel ise, sanatın var olma gerekçesinin ve bir sanat eserinin hangi gereksemelerle yapıldığının tespitini ortaya koymaya

çalışırken, sanatı oluşturan bilgiyi dünya içerisinde dışsallaştırılan “Tin”sel bilgi ve duyular arasına yerleştirmiştir. (Hegel, 2019). Sanat yapıtlarının bizde uyandırdığının salt dolaysız haz değil, aynı zamanda yargı yeteneği olduğunu ve sanatın içeriğini, sanat yapıtının sunum araçlarının birbirlerine olan uygunluğunu entelektüel irdelemeye bağlı kılar Hegel. Bu nedenle de sanat felsefesine olan zorunlu ihtiyacı, “Sanat bizi entelektüel irdelemeye davet eder; bunu yaparkenki amacı ise yeniden sanat eseri yaratmak değil sanatın ne olduğunu felsefi açıdan bilmektir.” diyerek açıklamıştır (Danto, 2014a: 55).

*Hegel’e göre sanat, 19. yüzyılda kendi varlığını felsefi boyutlarıyla oluşturmaya başlıyor ve bu yüzden son buluyordu. Bu önerme Kant’ın oluşturduğu estetik kuramını temel alarak başta Schiller olmak üzere bütün romantik filozofların sanat tarihine karşı yeni bir tavır sergilemeleriyle başlayan devrimlerden kaynaklanıyordu. 19. yüzyılın sonlarında patlak veren estetik modernizmi tetikleyen Manet’in sanatı, Baudelaire’in eleştirel yaklaşımları, Flaubert’in yenilikçi edebiyatı ve Mallarme’nin uyandırdığı sembolizm bu devrimlerin eserleri olarak ortaya çıkmışlardır (Artun, 2015b: 169-170).*

“Sanatın, önceki çağlarda ve uluslarda olduğu gibi, ruhsal arayışların tatminini keşfetmesinin artık mümkün olmadığını” söyleyen Hegel’in (Read, 2018: 168) izinden giderek, “sanatın sonu”nun geldiği tezini öne süren Danto’ya göre, sanat, esas olarak tarihle alakalıdır ve önceden sanat müzelerinde sergilenmek olan yazgısını bugün geldiği noktada çoktan aşmıştır. Artık her şey sanatın malzemesi olabilir. Herhangi bir fikri ifade diline dönüştürebilmek için her türlü malzemeden faydalanılabilir (Danto, 2014a: 132). Bu değişimlerle birlikte sanatçının tahayyülünde ne olduğunu anlayabilmek için nasıl bir yol izlediğine ve nasıl ifadeler kullandığına dair yorumlama baskısı tamamıyla sanatı alımlayan kişi üzerine yüklenmiştir. Seyircinin işi eskiye nazaran artık çok daha zordur; çünkü karşısındaki sanat eseri, tanıdık malzemelerle şekillendirilen ve bir müzenin duvarında sanat eseri olarak sergilenen formatının dışına taşmıştır. Böylesi aykırı bir duruş sanatın ne anlam ifade ettiğine dair felsefi bir teori kurmayı zaruri kılmıştır. Bu açıdan modernizm itibarıyla sanat felsefi bir nosyon üstlenmiştir; fakat bu durum dolaylı olarak, sanatçı artık sanatın felsefi yönünü somutlaştıran bir sanat üretmelidir biçiminde bir yargıya sebep olmuştur. “Artık bunun bir yanlış anlama olduğunu görebiliriz; daha berrak bir kavrayış beraberinde şunu tanımayı getirir: Sanat tarihinin ilerleyebileceği daha ileri bir istikamet yoktur. Sanat, sanatçı ve hamiler nasıl olmasını istiyorsa öyle olabilir” (Danto, 2014a: 61).

Kuramsal-felsefi altyapıya dayanarak sanatın “ne” olduğunu anlamlandırmaya çalışmak, sanatın “ne için” olduğu sorusunu beraberinde getirmiştir. Bu problem doğrultusunda sanatın iki sorgulama biçimi arasında gidip gelen ideolojik temelleri olduğu görülür: “Sanat, sanat içindir.” ve “Sanat, toplum içindir.”

“Sanat sanat içindir” öğretisi sanatın hiçbir kullanım değeri olmadığını, gerçek dünyaya uygulanamayacağını ve mutlak anlamda “saf” bir bakışın uygun nesnesi olduğunu savunur. Sanata bakış tarzının bir biçimi olarak bu anlayışın sonuçları arasında, sanatın anlattığı şeye göre değeri adını verebileceğimiz temsil değeri açısından değerlendirilemeyeceği iddiası vardır (Sartwell, 2000: 83). Sanatın temsili değerinin toplumsal boyutla, tarihi sorumluluğu üstlenen zaruri bir ilişki barındırdığı görülür. Bütün sanat tarihi boyunca, en azından tam anlamıyla modernizme gelene kadar, sanatsal temsilin, sanatın sadece özünden gelen değerler bütünüyle değil aynı zamanda dışsal gerçeklikler hizmetinde seyrettiğini söyleyebiliriz. Sanatın toplum için olduğu savunusu, sanatın normatif değerlerinin tespiti açısından ideolojik çıkmazlar yaşanmasına sebep olmuştur ve olmaktadır. “Sanat yapıtının iç mantığını oluşturan değerler, toplumsal kurumların içinden doğan ussallığın oluşturduğu duyarlılığı geri püskürten bir başka usun doğuşuyla sonlanır” (Marcuse, 1997: 18). Marcuse bu ifadeyle, sanatın özsel niteliklerinin, toplumsal belirlenimleri aşarak kendini kurtardığı ölçüde temellendiğini vurgular.

Smith, sanatın doğasından gelen değerleri, sanat yapıtlarının gözlemlenebilir özelliklerini ya da gösterilebilir etkilerini beş ayrı tanımlamayla izah eder. Bunları; “varlık değeri, sunum değeri, biçimlendirme (form, işçilik), içgörü (kavrayış, fikir) değeri ve dönüşüm değeri” (Smith, 2013: 42) olarak sınıflandırır. Varlık değeri, görsel sanat yapıtlarında en temel seviyede görülebilecek fiziksel kazanımların var olma niteliğini anlatır. Sunum yani temsil değeri, eseri ikincil bir nesne ya da olay haline getiren nitelikler kümesini ortaya çıkarır. Biçimlendirme değeri, sanatçının, içsel ve dışsal etkenleri birbiriyle örtüştürerek yaratıcılığını ham formun biçimselliği üzerinde konuşturmasıyla açıklanabilir. İçgörü değeri, sanat yapıtının neyle ilgili olduğunu ve dünyayı bize nasıl gösterebileceğine ilişkin değerdir. Dönüşüm değeri ise, sanatın ve içinde yeşerdiği kültürün yeniden tanımlandığı sıra dışı yapıtlarda izlenen bir değer biçimidir; Smith’e göre “Bilinenin dönüşümünü sağlayan, sonsuza dek var olacak yeni bir oyun düzeni yaratan, yeni bir kurallar bütünü getiren farklılaşma türüdür.” (Smith, 2013: 45)

“Sanat için sanat” anlayışında, Smith’in öne sürdüğü “dönüşüm değeri” diğer bütün değer yargılarının önüne geçer. Bu bakış açısında beliren nosyon önce romantizmle birlikte gelen tahayyül gücünün özgür bırakılması hususundan daha sonra, bilhassa avangardın ürettiği eserler açısından temel oluşturur. Ancak “temsil ettiği ideoloji tam olarak, modernizmin son derece sorunlu doğasının içinde yeşermeye başlamıştır” (Sartwell, 2000: 81).

Yüzyıllardır süren mimesis paradigması, sanatın kuramsal ereklerine mükemmel biçimde hizmet verdikten sonra, yerini modernizm ile birlikte oldukça farklı bir eleştirel pratiğe bırakmıştır. 18. ve 19. yüzyıllarda yapılan icatlar ile makineleşmeye yönelik girişimler sonucunda patlak veren Sanayi Devrimi öncelikli olarak Avrupa toplumlarında görülen, oldukça güçlü bir ekonomik ve sosyolojik dönüşüme sebebiyet vermiştir. İşte modernizm; geleneksel sanat biçimlerinin, alışıldık toplumsal kuruluşların ve sıradan yaşamın zamanını artık doldurduğunu, bu sebeple bunların bir kenara atılıp yeni bir kültür icat edilmesinin mecburi olduğunu iddia eden bir anlayışla, tam olarak bu zamanda gün yüzüne çıkmıştır. “Modern sanatın tarihi bu tarih yaşandıkça yazılmıştır. Bu da böyle bir tarihin, modern sanat topluma ulaştıkça, toplumun malı olma süreci içinde yazıldığı anlamına gelir” (Lynton, 2004: 9). Modernizmin başladığı ve olgunlaştığı dönem, endüstrileşme sonrası yaşanan iki büyük dünya savaşı görmüş ve çağın getirileri olan hızlı nüfus artışı, sömürgecilik, ekonomik ve ticari girişimlerin artması ve akabinde halkın burjuva ve işçi sınıfı olarak ayrımlaşması ile gün yüzüne çıkan sosyalizm fikrinin geliştirdiği kapitalizm ile karşı karşıya kalmıştır. Bu çalkantılı dönemlerden geçen toplumun diliyle eleştirel konuşmalar yapmanın, sanata ve sanatçıya vazife olarak yüklendiğini söyleyebiliriz. Modernist akımların savunucularından biri olan İngiliz şair ve eleştirmen Herbert Read 1936 tarihli “Sanat ve Toplum” kitabını yazdığında, sanatın bu yönüyle eleştirel bir pratik geliştirmesinin ne denli zorunlu olduğunu ifade etmiştir:

*Dünya, muhtemelen hiçbir zaman, şu anda var olan modern kapitalist toplum biçiminde olduğu kadar kültürel bütünlükten yoksun olmamıştır. Bazı dönemlerde, estetik içgüdü kendiliğinden köreliyor gibi görünmektedir; insanlar sanki artık biçimlere duyarlı değil gibidir ve bir üslup karmaşası içinde ya da bütüncül bir estetik hiçlik içinde yaşamaktan hoşnut görünürler. Fakat incelendiğinde, üretim yöntemlerinin doğasında bu gelişmelerin var olduğu ortaya çıkmaktadır: Yani özgür seçimle değil, ekonomik zorunlulukla (üretme ve pazarlama yöntemlerinde var olan doğrudan kazanç elde etme gerekliliğiyle ve iş birliği yerine rekabet temeli üzerine kurulu bir toplum yapısında kültürel birliğin bulunmayışıyla) belirlenmektedir. Son iki yüz yıl boyunca sanatın bozulmasının kapitalizmin yayılmasıyla doğrudan ilişkili olduğu gerçeğinden kaçış yoktur (Read, 2018: 162).*

19. yüzyıl öncesinde Batı’da sanat eleştirisi çoğu kez sanatın ahlaksal amaçları ve yücenin idealleri üzerinden ve üstünkörü genellemelerle yetiniyor, her yapıtın titizlikle yakından incelenmesini öngörmüyordu. 19. yüzyılda ise yaşanan toplumsal değişmelerle büyümekte olan orta sınıfa hitap eden ve onunla birlikte gelişen/genişleyen sanat pazarını da besleyecek olan yüksek tirajlı gazeteler, sanat eleştirisinin bu kitleler arasında yayılabilmesine olanak sağlamıştır (Bozkurt, 2014: 30). Sanat pazarının oluşumu ve yayılma sürecinde sanatın içinde seyrettiği ideolojik dönüşümlerin yanı sıra sanat eleştirmenlerinin rolü şüphesiz ki oldukça önemlidir. Sanat alıcıları için beğeniye saptama ve izah etme görevini üstlenen eleştirmenler, kendi belirledikleri sanatçılar ve yapıtlarını seçip yorumlayarak, bunların üstünlük ve değerlerinin saptanmasına çalışırlar. Sanat pazarında, sanat eleştirmeni tarafından olumlanan bir eser ve sanatçısı elbette ki şanslı addedilir.

Sanatta patronaj sistemi ve akabinde görülen pazar mantığının tarihi çok eskilere dayanmaktadır. Sanat tarihinde, üretilen eserlerin pazarlanma aşamasındaki şartları belirleyen sözleşme kayıtları, sanat pazarının işleyişinin başlangıç aşamalarına dair ipuçları sunar. Bu sözleşmelerde müşteri ve sanatçı arasındaki anlaşmalar üç ana tema üzerine kurulmuştur: Müşteri ressamın hangi resmi yapacağını belirler; müşterinin nasıl ve ne zaman ödeme yapacağı ve ressamın resmi ne zaman teslim edeceği açıktır; ressamın nitelikli malzeme ve bu malzemeleri ne oranda kullanacağını sınırları resme başlamadan önce bellidir. Sözleşmelerde yer alan ayrıntılar, şartların tamtamına belirlenmiş olup olmadığı, sözleşmeden sözleşmeye değişir (Baxandall, 2015: 23). Sanatçı ve alıcı arasında yapılan sözleşmelerin takibini yapacak, sanatsal bilgi donanımına ve aynı zamanda ticari becerilere sahip bir meslek dalının ortaya çıkışı muhtemelen, sanat pazarının oluşmaya başladığı bu dönemlerde gerçekleşmiştir.

Avrupa’da oluşacak sanat pazarının temellerinde yer alan mali olayları daha yakın dönemden itibaren incelediğimizde, Shakespeare, Rubens gibi önemli Rönesans sanatçılarının kendi başına yaptıkları pazarlamanın, kültürel ve sanatsal ortamlarının tamamen doğal bir parçası olarak biçimlendiği bir yönetim ortamının varlığından söz edilebilir. Devam eden süreçte ise sanatçılar ve alıcı tüccarlar arasında sistemli bir düzenin oluşturulması gerekmiştir. (Vargün, 2015: 30). Bu durum alıcı ve satıcı arasında arabuluculuk yapacak bir mesleki becerinin olgunlaşmasına sebebiyet vermiş, sanat ve ticaretin birlikteliği “sanat yönetimi”ne dair oluşumları zaruri

kılmıştır. Bu mesleği icra edecek kişilere tanımlanan “sanat yönetmeni” terimi de pazarlama kavramı ile doğrudan ilişkilendirilmiştir.

Sanat yönetimi kavramının aslında yüzyıllardır var olan bir meslek olduğunu vurgulayan Aysun, sanat yönetimini öncelikle sanat ürününün izleyici ile buluşmasını mümkün kılan oluşumun adı olarak nitelendirir. “İsmi ne olursa olsun kültür işletmeciliği ya da sanat yönetimi yüzyıllardır var olan bir mesleğin, bir profesyonelliğin adıdır. Amaç nettir: Sanat ürününün izleyici ile buluşmasını mümkün kılmak” (Aysun, 2014: 9).

15. yüzyılda Floransa’da, Medici ailesinin yönetimiyle doruk noktasına ulaşan sanatsal faaliyetlerin bir sonucu olarak modern koleksiyonculuk ortaya çıkmış, bununla birlikte ilk modern Avrupa müzesi sayılabilecek Palazzo Medici inşa edilmiştir. Antik yapıtlar koleksiyonculuğu yerine döneminin çağdaş sanat işlerini toplayan Mediciler’in siyasal hakimiyetinin arkasında bulunan Floransa, Venedik, Milano, Roma ve Londra gibi kentlerdeki Medici bankaları arasında, toplanan bu yapıtların dolaşıma sokulduğu görülür. Bu durum sanatın, işletimde olan para ile birlikte aynı sistem içerisinde yer aldığını gösteren önemli bir kanıttır (Bayrak, 2013: 128). Sanatın, topluma hizmet edecek ticari bir değer olarak karşımıza çıkmaya başladığı ilk anlardan itibaren devreye, sanatı, sanatçıyı ve eserin ulaştırılacağı kitleyi, sistemsel bir örüntü içinde kontrol edebilecek bir mekanizmaya ihtiyaç duyulduğu açıktır.

Bugünkü galericiliğin ve koleksiyonerliğin alt yapısını oluşturan özel tacirlik ise 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başlarında gelişmiştir. Bu dönemde hızla türeyen sanayici ve tüccar sınıfı sanatçılardan sipariş üzerine eser yapmalarını isterken, sanat hususunda yeterli donanıma sahip olmadıklarından dolayı araya, sanatçıyla doğru iletişim içerisinde bulunabilecek bilgili ve tecrübeli aracılar sokulması gereği duyulmuştur. “Bazı tacirler bu şekilde çok zengin oldular. Örneğin, sanatçı Paul Gauguin, 1879’da daha otuzlarındaiken borsacı olarak yılda 30.000 frank gelirin çok daha fazlasını hocası olan Camille Pisarro’nun eserlerini diğer borsacılarla pazarlayarak elde ediyordu” (Thompson, 2012: 80).

Sanatçı ve pazar arasındaki alışverişi gerçekleştiren sanat tacirlerinin bugünün dünyasındaki ismi “küratördür” (Vargün, 2015: 30). “Küratör en genel anlamıyla müze, galeri, arşiv veya kütüphane koleksiyonunun yöneticisi olarak kabul



edilmektedir” (Beech ve Hutchinson, 2007: 56). Küratör kavramı sanat dünyasında bilinmedik bir kavram sayılmaz. Fakat görev tanımlarında geçmişten bugüne gelene kadar büyük değişiklikler gözlenmiŐtir. 1970 öncesi küratörler, yalnızca uzmanlık geliştirdiği belirli bir koleksiyon dahilindeki eserlerle ilgili kesin ve net bilgilere sahip kimselerdi. Özellikle 19. yüzyılda ve 20. yüzyılın başlarında gerçekleştirilen sergilerde küratörün genellikle sergilenen eserlerin sorumluluğunu üstlenen bekçi konumunda yer aldığı görülür. Tarihsel önem, bu tip sergilerde izleyiciye olduğu gibi aktarılmak istendiğinden küratörün bir diğer vazifesi, bu önemin anlaşılrlığını eserlerin her birini belli bir sıra dahilinde yerleŐtirmesiyle sergi alanını planlaması olmuştur (Wilson, 2007: 195-196). Bir küratörün sanatın üretim amaçlarının Őekillendirilmesinden sergilenmesine kadar sürecin başından sonuna değin sahnede kaldığı görülür. K rat rlerin müzelerden ve sergi alanlarından çıkararak sanatın pazarlanma aŐamasına dahil olması ise “modern müzecilik anlayıŐının geliŐimiyle birlikte kapsamlı bir uzmanlık alanı olarak kabul görmesi” (Acord, 2010: 448) ile mümkün olmuştur. Bu dönem itibariyle küratör, sanatçı ve sanat yapıtlarının değerlerini tespit eden bir aktör olarak, sanatsal ürünlerin ticaretle ilgili kısmını yönetmeye başlayan, sanat ve ekonomi arasındaki bağlantıyı kurmaya doğrudan katkı sağlayacak olan bilir kişi konumunda yer almaya başlamıştır.

Michel Brenson, bugünün sanat dünyasında yer alan küratörlerin payına düŐen önemli roller olduğuna değinir; “sergi organizatörleri, dünyanın çeşitli bölgelerindeki diğer organizatörler gibi, kesiŐen kültürler ve bunların uyumluluk ve çekiŐme noktaları üzerine yaratıcı d Ő nebiyen, öncelikle estetikçi, diplomat, eleştirmen, tarihi, politikacı, kitle geliŐtirici ve finansör olmalıdır” (Brenson, 2005: 56). Sanat yönetiminin işleyişinde etkin bir konumda olan küratörleri kendi içinde ve çalıştığı kurumlara göre sınıflandırmak mümkündür (Whitham ve Pooke, 2010: 148):

- Müze gibi kurumlara bağlı çalışan küratörler
- Sanat dünyasına dıŐarıdan destek veren yardımcı küratörler
- Bağımsız alıŐan küratörler

Hangi konumda yer aldığı fark etmeksizin küratörlük, bugün sadece bir sanat biçimi veya dönemi hakkında bilgi sahibi olmakla yetinebilecek bir pozisyon değil, sergi oluşturma süreci üzerine genel bir bilgi birikimine sahip olmayı mecburi kılan bir sanat yönetimi ağının merkezinde Őekillenir. Sanat dünyasının aędaŐ

dönemselliğinin çeperleri arasında finans sisteminin çarklarıyla işleyen piyasa düzenindeki yönetimselliği Aysun şöyle özetler:

*...sanatçının kişiliğinde ya da işlerinde marka pırlıtısını gören art dealer, onu doğru uluslararası network'lere sunan-pazarlayan kendisi de işletmecilikten yargılanan küratör, bu "doğru" network'leri oluşturan galeriler, bienaller, müzeler, sanat fuarları, destekleyici fonlar ve güncel sanat araştırma merkezleri-mekanlar ve elbette sanat yayınları...İşte bütün bu sistemi olanaklı kılmakla suçlanan ise "sanat yönetimi"dir (Aysun, 2014: 8).*

“Sanatın bütün dallarını etkin bir şekilde yöneterek sanatçıyı ve izleyiciyi bir araya getirme eylemi olarak tanımlayabileceğimiz sanat yönetimi” (Kutulu, 2016: 4), sanat ürünlerinin yaratılmasından, bu sanat ürünlerinin izleyiciyle buluştuğu zamana kadar olan süreci kapsam altına alırken, toplumsal ve çevresel koşullar, halkın sanat ve sanatçıya karşı tutumu gibi çeşitli faktörlerden etkilenmiştir. Sanat yönetiminin, yirmi birinci yüzyılın ilk yıllarında, kazanılmış bir ilgiyle karşılananların beklentilerini karşılamaması nedeniyle eleştiriyi hak eden bir meslek olarak “uluslararası” bir şekilde kurulmuş olduğu görülür. Sanat ve kültür sektöründe yeni liderler aramak, yeni bir olay değildir. Sanat yönetimi, en iyi ihtimalle kamu ve işletme yönetiminin melez bir disiplini olarak, operasyonel ve stratejik yönetime, politik öneme ve dolayısıyla akademik bir kitleye sahiptir (Moody, 2005: 62).

İşletme kültüründen feyz alan sanat yönetiminin “terminolojik” olarak, hayatımıza girişi, özellikle Amerika kıtasında gerçekleştirilen uygulamalarla birlikte başlamıştır. Kültür politikalarını devlet ağırlıklı sistemle yöneten Avrupa kıtası, Amerika’nın aksine sanat yönetimi yerine “kültür yönetimi” terimini kullanmayı tercih eder. Terminolojik ifadenin farklılığına rağmen her iki coğrafyada da sanat yönetimi üzerine kabul gören gerçek, ortaktır. İlk kez Amerikalı ekonomistler Bauml ve Bowen tarafından 1960’larda tanımlanan “gelir hastalığı” yüzünden yok olmaya mahkûm olan sanat kurumlarının piyasa şartlarına bırakıldığında, vergiden muaf tutuldukları ve bağış kabul edebildikleri kâr amacı gütmeyen saf bir idari yapılandırma söz konusudur (Aysun, 2014: 8). Öte yandan sanat piyasasının kurumlar üzerinde kültürel hegemonyasını kurabilmesi sanatın, önemli ölçüde seferber edilmesi mecburiyetini doğurmuştur. “Bunun için de bilgi nasıl enformasyona dönüştürüldüyse, sanat da önce bir iletişim diline, bir “anlam makinesi”ne indirgeniyor, ondan sonra da şirketlerin kurumsal kültürüne eklenmek üzere yönetim disiplinlerine soğruluyor” (Artun, 2015a: 46).

John Pick'in "Arts Administration" çalışmasında işaret ettiği gibi, bugün sanat yönetimi olarak tanımladığımız disiplinin uzun bir geçmişi var ve bu disiplin sanatçılar, izleyiciler ve devlet arasında oluşturulan üç yönlü bir işlem dahilinde uygulanmaktadır. Bu işleyişte kaynakların verimli bir şekilde yönetilmesi, sanat kurumlarının amaçları doğrultusunda herkes tarafından dile getirilen ve paylaşılan bir bağlamda becerilerin geliştirilmesine yönelik tekniklerin kullanılmasını gerektirir (Moody, 2005: 68). Bu işin karının maksimize olmaya yöneldiği açık gibi görünür, fakat; sanat kurumlarının kendi varlıklarını, programlarını ve ilerlemelerini sürdürmenin ötesine geçmek için neleri yönettiği, muhtemelen daha az açıktır.

Carol Duncan, "Sanat dünyasını kim yönetiyor?" adlı makalesinde, kapsamlı kurumsal büyümenin kültürel paradoksuna dair ilginç bir açıklama sunar: "Sanatçılar işler yaparlar, ancak sanatlarını yüksek sanat dünyasında sanat olarak görülebilir kılma güçleri yoktur. O dünyada otoriteye sahip bir kişi onu sanat olarak gördüğü zaman, işleri yüksek sanat olur." (Duncan, 1993: 171). Sanat yöneticileri, yani bu otoriteye sahip olanlar, sanatın ne olduğu ve nereden kazanılacağına karar vermekle, mesleklerinde daha ayrıcalıklı bir kasta sahip olurlar. Sosyolog Howard S. Becker onlara "kapı bekçileri" diyor ancak biz onları sanatsal yönetmen veya küratör olarak tanımaktayız (Moody, 2005: 65).

"Sanat yönetimi güncel sanatı ve içinde filizlendiği karmaşık kültürel süreçleri izleme, yeni sanatçıları gün ışığına çıkarma, sanatsal imaj tasarlama, planlama, sergileme, pazarlama ve iletişim ağları oluşturma gibi çağın güncelliğinin içerisinde meydana gelen önemli noktalara odaklanır" (Brenson, 2005: 56). Toplumun sanat ihtiyacının nasıl yönlendirileceğini düzenleyen sanat yönetiminin, geçmişte olduğundan çok daha önemli bir misyon yüklendiği açıktır. Sanat yönetiminin bugün, eskiden olduğundan daha farklı anlamlarda işlemeye başladığını söyleyebiliriz. Sanat piyasalarındaki yönetsel işleyişi, Artun (2015a: 46) kültürel ve ekonomik kapsamların entegrasyonu ile birlikte şöyle izah eder:

*Sanat bir tür üretime ve finans aracına, yaratıcılık da bir endüstriye dönüştükçe, ikisi de "kültür ekonomisine" dahil oluyor. Aslında kültür ekonomikleştikçe, bütün ekonomi kültürelleşiyor. İnsanların ne düşündüğünün ne hissettiğinin ve nasıl davrandığının yapılandırılmasına yöneliyor; bir semboller ekonomisine evriliyor. Kültürel ekonomi de haliyle, neoliberal devrimlerin bir çeşit ruhu sayılan piyasanın yönetiminde işliyor. Talebin tasarlanması, yönlendirilmesi, yönetilmesinden çok ötede, yeni insanın ve yeni dünyanın kurulmasının da enerjisini oluşturuyor.*

Günümüzün sosyal yapısında, sanatın tanımı istendiğinde, soru, sanatın dünyanın koşullarına göre popüler hale gelen, çağdaş ihtiyaçlara cevap veren ve faydalı olan bir tüketim ürünü olduğu şeklinde cevaplanabilir. Böyle bir tanım kapsamında, sanatın yeni sanat biçimlerine yol açmak için derhal tüketilmesi gereken, kısa bir ömre sahip geçici bir ürün olarak görüldüğü görülebilir. Böyle bir tüketim toplumunda, sanatı bütün boyutlarıyla yönetme ihtiyacı son derece kritik hale gelmiştir.

## 1.2. Sanat Ekonomisi ve Sanatta Ekografik Bağlımlar

Avrupa’da yaşanan devrimlerle başlayan büyük dönüşümler, yeni toplumsal kurumlar ortaya çıkarmış bu doğrultuda siyasal amaçlar değişmişti; Fransız Devrimi ile siyasallaşma olayı topluma sirayet etmiş, bu durum Temmuz Monarşisi ile doruğa ulaşmıştı. Sonuç itibarıyla finans kapitalinde ortaya çıkan değişiklikler kilise ve aristokrasinin politik yaşamda oynadıkları rolü de derinden sarsmıştır (Tunçelli, 2014: 30). Siyasal ve toplumsal alanda yönetsel erklerin yer değişmesi, beraberinde ekonomik gücün de el değiştirmesine sebep olmuştur. Değişen ekonomik dengelerin kapitalist sistemin varlığını oluşturmaya başlamasıyla sanat tarihinde köklü bir değişim izlenir.

“Para ekonomisi ve zihin egemenliğinin, insanları ve nesnelere katıksız bir tarafsızlıkla ele almaları sebebiyle birbirine derinden bağlı olduğunu” vurgulayan Simmel (2017: 95), kültürün tarihi sürecinde iktisadi gelişmeler bağlamında aşamalar saptandığını ifade eder. Her çağın iktisadi otoriteleri, kendi işleyiş mantığıyla şekillenen üretim formları oluşturur. Lonca düzeni, kölelik, ücretli işçilik veya emekli örgütlenmesi gibi ekonomik koşullamalara doğrudan bağlı kültürel formların tamamı, ortaya çıktıkları dönemde, toplumların ihtiyaçlarını karşılayan olanakların en iyi anlatımı sayılırlar. Sanatsal ekonomi ise, keşfedilmesi zor olan bir yerdendir ve “sonuçta sanatın açık oluşunu azaltan birçok gayri resmi engelin varlığı nedeniyle istisnadır” (Abbing, 2002: 278). Düşünsel temellerin ifade edilmesinde dahi yeterince açık olamayan sanat, pratik kapsamında ekonomiyle iç içe geçtiği zaman durum daha da çetrefilleşir. Sanatsal değer ne anlama geldiğine dair yapılan estetik temelli açıklamaların, iktisadi koşullar ile birleştirildiği ve ayrıştırıldığı noktada, sanatın kültürel ve toplumsal boyutunun konumunu tespit etmek karmaşık bir hal alır diyebiliriz.

“Kültürel iktisatçılar güzel sanatların iki tür değer türü sunduğunu düşünüyorlar: yatırım olarak sanat ve tüketim olarak sanat. Birincisinde, sanat finansal getiri oranı taşıyor; ikincisinde, estetik bir verim sunar” (Chong, 2005: 89). Sanat ticari boyutuyla ele alındığında daimi olarak faydacı bir anlayışa yerleştirilmiştir. Mülklenme nesnesi olarak görülen sanat eseri, ilkinde kendi öz anlamları dışında doğrudan ekonomik değerle ilişkilendiriliyor gibidir. Burada kastedilen tüketime yönelik ikinci değer ise iktisadi ivmeler ile dolaylı bir ilişki kurarken estetik biçimselliğe öne alır. Yapılan tüketimin alıcı için mali boyutuyla değil, sanat eserine yüklenen sembolik anlamla açıklanabileceğini söyleyebiliriz. Örneğin pahalı bir tabloya sahip olmak, sahibine içinde bulunduğu çevrede yüksek bir statü elde etme lüksünü sağlayabilir. Bu statüye ulaşmayı sağlayan sanatsal değerın izahatı, kültürel değer üzerinden açıklığa kavuşur.

Kültürel ve ekonomik değer kıstasları üzerine yapılan tartışmaların tarihi, Platon ve Aristo'nun zamanına kadar uzanmaktadır. Antik düşünce en üst mertebedeki değere kutsanmışlık, Tanrısal gönenme deneyimi ile ulaşılabilceğini benimser. Sanat bu deneyimlerin doğrultusunda kullanılan araçsal bir nitelik barındırır yanı sıra pratik sanatlarla ilişkili kabul edilen zanaat ise ticari bir eylem taşıdığı için daha da düşük seviyede tutulurdu. Sanatı kapsayan kültürel değer Tanrısal düşünceyle bağlı olduğu için açıkça üstün görüldü, ekonomik değer ise kişisel tatminden gelen zevkle ilişkilendirildiği için daha aşağı bir pozisyona layık bulunmuştu (Hutter ve Throsby, 2013: 11-12). Ahlaki bakımdan düşük seviyede tutulan ekonomik değerın, hayatın rutin işleyişi sırasında daha fazla yeri olduğu gerçektir. Bu sebeple daha düşük konumda kabul edilen ve direkt olarak pragmatik bir görüşe yerleştirilen diğer sanat pratikleri özel tüketimin ve dolayısıyla toplumsal hareketliliğin makul bir aracı haline dönüşmüştür.

Adam Smith, 'Ulusların Zenginliği' isimli kitabının üçüncü bölümünde, “sermaye birikimi ya da üretken ve üretken olmayan işgücü” üzerine, üretken ve üretken olmayan işgücünü birbirinden ayırır ve sanatsal emeğin ekonomik değeri olan dayanaklı ürünler üretmemesi dolayısıyla “üretken olmayan” şeklinde tanımlanması gerektiğini ima eder (Rose, 2015: 104). Smith'e göre, ekonomi hangi türle ilişkili olursa olsun, devingenliğin daim olduğu bir sistemin koşullarına bağlı bir oluşum sergiler. Bu sebeple estetik söylem de yalnızca sanatçının kendi ilgileri ve kaynaklarının sürekli hareketlilik gösteren ekonomisini değil, aynı zamanda onun

varsaydığı ya da tasavvur ettiği izleyicilerinin değişken ekonomilerini de kapsayan bir ekonomi olarak tanımlanabilirdi. Sonuç olarak bu durumda iki söylem alanı mevcuttur: Bir tarafta ekonomi teorisinin söylemi olan para, ticaret, teknoloji, endüstri, üretim ve tüketim, üretenler ve tüketenler. Diğer tarafta ise estetik aksiyolojinin söylemi olan kültür, sanat, beğeni, sanatçılar ve sanatseverler (Hutter ve Throsby, 2013: 14-15). Ekonomi ve kültür birlikteliği üzerine yapılan tartışmalarda bu ikili söylemin ortaya atılması olağandır. Ekonomik yönüyle değerlendirilen söylem, hesaplama, maliyet, kar ve faydaya dönük ihtiyaçlar doğrultusunda açıklanır. Estetik ifadenin söyleminde ise olaylara açıklık getirmekten ziyade, esin, beğeni, içsel ve aşkın değerlerin varlığı dillendirilir.

“Kavramın köklerine indiğimizde Antik Yunan’da ahlaki, özellikle 18. yüzyılda endüstri devriminin etkisiyle de ekonomideki değer olarak karşımıza çıkan klasik “değer” kavramı” (Ramirez, 1999) ilk dönemlerde kişinin kendi normlarına göre yaptığı bir seçim ve yüklediği bir unsur olduğu için öznel bakış açısındaki değer kavramıyla birlikte anılmıştır. Ekonomik sistemin ortaya çıkması değer kavramına öznel bakış açısının ötesinde anlamlar katmıştır. Modern yaşam ekonomi tarafından koşullandıkça, değer ekonomik anlamı da hep bizimle kalacaktır. Ama temelinde metafizik bir sözcük olan değer gerçeğe ilişkin tek anlamının ekonomik oluşunun doğal hiçbir nedeni yoktur (Heinzelman, 2013: 105).

Yirminci yüzyılın, ekonomi ve sanat alanındaki değer tartışmalarının devamına tanıklık ettiği görülür. Estetik değer biricikliği üzerine yapılan tanımlama girişimleri, ekonomik değer ötesinde görülüyordu. Adorno sanatın özerkliği hususunda açıklama yaparken; Moore değer olgusunu ahlaki anlamda iyilikle temellendiriyor; Wittgenstein kurguladığı dil oyunlarını “kültürel beğeni”ye dayandırıyor; Gadamer konunun hakikatle ilişkisi üzerine odaklanıyor; Budd ise sanat deneyiminin içsel değerden kaynaklandığını savunuyordu. Bu esnada ekonomi teoremine dayalı aksiyomlar ise sertlik kazanmıştı. Parasal olarak ifade edilen “eder”, değer kavramının aksine, etkisi bütün alışveriş türlerinde görülen tüm öznel ve nesnel değişkenlerin tarafsızca ölçülmesini barındırır. Eder ve değer eş anlamlı hale geldiği ekonomik söylemde yeni bir hiyerarşi inşa edilmesi, kültürel ve sanatsal değerlerin, bilimsel araştırmanın alanının dışında kalan öznel kategoriler arasına yerleştirilmiş olabirliğine işaret eder (Hutter ve Throsby, 2013: 12). Bahsi geçen bütün düşünürlerin estetik değeri, ekonomik değere üstün tutan niteliklere yerleştirmesine

rağmen, eder kavramının estetik beğenilerin önüne geçmekte olduğu bir çağa adım atılması, ekonomik gelişmelerin kültürel ve sanatsal çabalar üzerinde yarattığı spekülâtif hareketleri özetler niteliktedir.

Sanatçıların özellikle monarşi ve aristokrasinin hamiliğine dayalı simalar olmaktan çıktığı 18. yüzyıl ortalarından beri sanat dünyasında, sanat-para ilişkisine olumsuz gözle bakılır. Bugüne gelindiğindeyse durum farklı değildir. Sanat eserlerinin sırf üstünlükleri nedeniyle değil, sanatın bir statü ifadesi haline gelmesinden dolayı ediniliyor olması ve piyasa ekonomisi sanatçılarda tepki yaratır. (Thompson, 2012: 271). Sanat eserinin ticari değerle birebir izahatı tarihin hiçbir döneminde hoş karşılanmamıştır. Sanatçı ve sanatının öncelikli beklentisi takdir kabulleriyle ilişkilendirilen şan ve şöhret olmuştur. Bu değerleri elde edebilmek uğruna sanatçının odağında yer alan ise emek ve deneyimdir. Sanatçı bunların karşılığında sanatı parayla ilişkilendirir, çünkü sanatsal yaratıların devamlılığını sağlamak mecburiyetindedir ve bunun için paraya ihtiyaç vardır. Sanatsal değerın mali değer üzerinden biçimlendirilmeye çalışıldığı durumlara verilebilecek en güzel örneklerden biri, 1878 yılında Amerikalı ressam James McNeil Whistler'in yaşadığı durumdur: Kendisini iki günde tamamladığı bir tablonun 210 sterlin edip etmeyeceği sorunca Whistler şu yanıtı vermiştir: “Hayır, bu parayı hayatım boyunca çalışarak edindiğim bilginin karşılığı olarak istedim.” (Whitham ve Pooke, 2013:67).

“Bir sanat eserinin “iyi bir sanat eseri” olarak değerlendirilebilmesi için, tercihen özgür, özerk bir alan içerisinde yaratılması gerekir. Bu da yaratıcı süreçte bir sanatsal değer sisteminin hesaba katılması gerektiği anlamına gelir” (Gielen, 2016: 147). Ticari veya siyasi niteliğine yönelik değerlendirmeler düşünülemez. “Ticari” kelimesinin sanat eseri için alenen kullanılıyor olması, muhtemelen hoş karşılanmaz. “Sanat eserlerinin kabulü karakter olarak değişir, ancak genel olarak iki kutup türü öne çıkar: biri sanat eserinin kült değerini vurgular; diğeri ise sergileme değerini. Sanatsal üretim, bir kült hizmetindeki rakamlarla oluşmaya başlar. Kişi bu figürlerin görüldüğünden daha önemli olduğunu varsayabilir” (Benjamin, 2009: 440).

Ondokuzuncu yüzyılın ortalarına gelinceye dek, bir ekonomi ve felsefe disiplini olarak estetik ayırım oldukça keskindi. Ekonomistler faydanın sağladığı fiziksel duyular gibi, uçlara gittikçe azalan türde yoğunluğa erişen bir grafik çizebiliyordu. Bu, sanatsal piyasa değerinin tespit edilmesi adına yeterli bir ortak payda sunuyor gibi görünüyordu. Tüketicilerle sağlanan toplam fayda ve üretim maliyeti pazarda yaşanan

değiş tokuş süreçleri ile birleştiğinde, denge durumu sağlayacak bir fiyata ulaşılabilirdi. Bu fiyat “değişim değeri” olarak isimlendirilmiştir. Aristoteles değişim değerini, kullanımda olan doğal değerlerin en altında çizilen sınır olarak görmüş; 19. yüzyılın sonlarından itibaren gün yüzüne çıkan ekonomi teorisiyse, konumunu kendiliğinden hizalayan, “kullanım değerini” öznel tercihlerle biçimlenen “değişim değeri” kavramı üzerine sabitlemiştir (Hutter ve Throsby, 2013: 12). Marksist teorinin temelinde yer alan ekonomi politiğinin eleştirisinde, toplumun yapısal sorunlarını analiz ederken kullanılan değişim ve kullanım değeri, ürünün meta olma ve metaya dönüşme özelliklerini ifade etmek için kullanılır. Değişim değeri bir ürünün kullanım amacından başka bir amaç nezdinde alınıp satılabilir olmasını anlatır.

Derrida'nın “ekonomimesis” kondansasyonu ile Kant estetiğine yönelik okuması, Aydınlanma düşüncesinde estetik fikrinin genetik bir eleştirisinin ele alması gereken merkezi meseleleri detaylandırmaktadır. Bu, “estetik” ile “ekonomik”i birleştirmenin bir sorunu değil, sanatın ideolojiye ve sermayeye olan bağlılığını göstermektedir (Rodowick, 2009: 90). Derrida, estetiğin idealist bir ontolojik soru olarak hazırlanmasının, temsil uygulamalarını ve estetik deneyimi sürekli olarak değiştiren maddi ve tarihsel güçlerin değerlendirilmesini nasıl dışladığını incelemektedir. Bir ulusun ekonomik üretkenliğinin gelişiminde sanatçıların da önemli rol oynayabileceğini iddia eden Saint-Simon görüşü ise, hem parasal değişim değeri taşıması hem de diğer metaların dizaynını ve pazarlamasını geliştirmesi yönlerinden, sanatı ticari olanaklar sunan bir alan olarak gören 18. yüzyıla ait Smithçi ve hatta merkantalist düşüncelerin de izlerini taşımaktadır (Rose, 2015: 26). Bu düşünce yapısında, Saint-Simon'ın siyaset bilimini üretim araçlarının gözünden tanımladığı modern endüstri toplumlarında sanatçıların, üretici konumunda yer aldıkları ve meta unsuru taşıyan asıl işleri üreten zanaatkarları tasarım modelleriyle besleyerek imalatçıların başarısına katkıda bulunmaları sebebiyle, sanayicilerin içinde sınıflandırılabilirliği bir yaklaşım biçimi izlendiği öngörülebilir.

“1989 yılının dönüm noktası sayılabileceği küreselleşme kavramı” (Gielen, 2016: 49) sanatı dünyanın dönüşüm aracı haline getirmiştir. Berlin duvarının yıkılması, Doğu Avrupa komünizminin çöküşü, Çin'in Post Komünist bir ekonomiye geçiş yapması ve sanatın başkentini Paris'ten kopup New York'a taşınması, bunlar kurulan yeni dünya düzeninin mihenk taşlarını oluşturmuştur. Sistemli devlet politikası olarak uygulanan neoliberal politikanın getirdiği kurlsız ticaret ile “sadece



sosyal devlet anlayışı çökertilmiş, özelleştirme ile kemikleşmiş biçimde oturan sosyal hayat düzeni bilinçli olarak kimliksizleştirilmiştir” (Stallabrass, 2010: 22). Küreselleşme ile birlikte ekonomiye dair kavramların, yeni ve hızlı iletişim teknolojilerinin sunduğu imkanlar dahilinde, politik ve sosyo-kültürel yapılarla kenetlenmiş bir yapı taşımaya başladığı söylenebilir.

Küreselleşme süreci, sanat üretiminin yayılmacılığı ve devamı açısından ele alındığında, sanatın ekonomik bir boyut kazanması ve bu boyutun sürekliliğinin sağlanması durumu ortaya çıkmaktadır. Sanatsal nesnelerin üretilmesinden izleyiciye sunulmasına dek geçen sürecinin sonucunda, sanatın ekonomik bir değer olarak anlam kazanması ve piyasalarda belirli bir kâr marjına sahip görünürlüğü, sanatçının bireysel birikiminin ve yaratımsal ifadesinin sonucu olarak ortaya çıkan ve manevi anlamda değeri oldukça yüksek tutulan sanat eseri üretiminin diğer üretim biçimleri gibi ekonomik bir değere dönüştürülmesi yani bir anlamda metaya dönüştürülmesi, genel olarak sanat ekonomisi adıyla tanımlanan bir kavramı gündeme getirmektedir (Cebraioğlu, 2014: 61).

Küreselleşme kavgasının sanat ve ekonomik kapsamaları bütünleştiren yapısı içinde dört ayrı konum tespit edilebilir. Bunlar, sanatçılar ve sanat kuruluşları gibi sanata dair söz hakkı olan karar mercileri tarafından da benimsenebilen dört tutum altında incelenebilirler. İlk konumda “hiper-küreselciler” var. Hiper-küreselcilerde ekonomi, özellikle de neoliberal pazar küreselleşmenin motoru olarak görülür. Başka bir deyişle para akışı diğer küresel geçişlerin kaynağını oluşturmaktadır. Hiper-küreselcilere göre para akışı her zaman bütünüyle serbest olmalıdır (Gielen, 2016: 155). Bu, siyasi veya yasal engellerin mümkün olduğunca yok edilmesi gerektiği anlamını taşır. Bu mantık içinde, sanat sadece serbest pazarın bir oyuncuğu olarak yer almakta, yani ekonomik özgür alan sanatın üstünde bir pozisyona yerleştirilmektedir. Bu bakış açısı üzerine kurulu bir sanat politikası belirleyen siyasetçiler, örneğin bienaller gibi geniş çaplı ve medyatik unsurlar barındıran sanat etkinlikleri yapılmasını desteklerler.

İkinci konumda küreselleşme karşıtları vardır ve onlarla hiper-küreselciler arasında kocaman bir ideolojik fark olsa da aynı ekonomik başvuru kaynağını mevcuttur. Üçüncü konumdaki şüpheciler bütünüyle başka taraftadır. Küreselleşme retoriğine güvenmezler ve hala en belirleyici rolü ulus-devletin oynadığını ileri sürmektedirler. Hiper-küreselciler ve küreselleşme karşıtlarının aksine, şüpheciler

ekonomiyi değil, öncelikli olarak politik değer sistemini gözetirler (Gielen, 2016: 156). Küreselleşme karşıtlarının yer aldığı konum, küresel ekonomiye dayalı akışların etkisini azaltan ve ulusal kültürü dışardan gelen etkilere karşı korunaklı bir alanda tutmak için çaba gösteriyor denilebilir. Bu konumda sanat, yerel unsurları koruyabilmek adıyla kullanılan bir araca dönüşmektedir. Bunun en açık örneklerini kamu alanlarında yapılan özgür sanatta görmekteyiz.

Dördüncü konum yani dönüşümcüler; sanat kuruluşları ve sanat politikaları için olduğu kadar sanatçılar için de muhtemelen sanata ait özgür bir alan yaratılmasını sağlayacak en iyi seçenek olarak görülmektedir. Dönüşümcüler, küreselleşmenin birbirinden karşıt hareketlerden oluşan eşsiz bir süreç olduğunu düşünmekte ve ayrıca, yerel kültür küresel akımların içinde soğrulurken, küresel akımların yeniden yerelleştirilecek şekilde sürekli sahiplenildiklerini savunmaktadırlar (Gielen, 2016: 157). Parçalanmış kültürel gerçeklikler küreselleşmiş ekonomilerle bağlantılıdır. Evrensellik ve çeşitlilik arasında gerçek bir seçim yoktur. Bunun yerine iki farklı evrensellik tipi arasında bir seçim vardır: belirli bir politik fikrin evrensel geçerliliği ile çağdaş küresel piyasa yoluyla kazanılan evrensel erişilebilirliği arasında. İkisi de yani modern devlet ve çağdaş küresel de piyasa da eşit olarak evrenseldir (Groys, 2008: 152). Fakat, politik bir fikrin evrenselliği kendini açıkça, bir örnekliliği ve dışsal imgenin tekrarı ve rutini üzerinden hemen kendini görselleşmiş bir evrensellik olarak gösterirken, sanat piyasanın taşıdığı evrensellik gizlidir ve bu durum metalaşmanın sunduğu çeşitlilik ve farklılık dolayısıyla tamamıyla örtbas edilmekte gibi görünür.

1970'lerde başlayan fordist endüstrileşme ve buna bağlı olarak kitlesel üretim modelinden uzaklaşılması, kapitalizmin bünyesinde yer alan yapısal bir dönüşüme sebebiyet vermiştir. Birer endüstriyel kent olarak örgütlenmiş pek çok yerleşme bu sebeple krize girdi ve bu kentler yenilenmek amacıyla hizmet ve finans alanlarına ek olarak kültüre de yöneldiler. Sermayenin ve üretimin küreselleşmesi, kültürü de küreselleştirdi. Kültürün finans alanıyla aynı çatı altında işletildiği asimilasyon sürecinde müzelerin etkin bir rol üstlendiği görülür (Artun, 2017: 171).

Yeni düzenin politik ideolojisi olan neoliberalizmde “devlet, temel ekonomik ve sosyal kurum olmaktan çıkarılmış, yerine “piyasa” kavramı yerleştirilerek” (Wu, 2005: 19) geliştirilmiş, böylece sistem üzerinde siyaset ve ekonomik şirket gruplarının birlikte çalıştıkları yönetim biçimi oluşmaya başlamıştır. Piyasa ekonomisi liyakati ödüllendirmeyi her zaman başaramıyorsa, hükümet sanatçılara mali destek sağlayarak

boşluğu doldurmalı mıdır? “Kültür ekonomisini incelemiş olanlar öyle olması gerektiğini; çünkü sanatın, ekonomik dışsallıklar- sadece sanat eseri sahiplerine değil, genelde topluma yansıyan faydalar- sunduğunu düşünürler” (Thompson, 2012: 272). Hükümetlerin sanata desteği, neoliberal döneme kadar devam etmiştir. Örneğin, 1990'larda İskandinavya'nın başarılı sosyal demokrat ekonomileri, finans piyasalarındaki kuralsızlaşma ve döviz kurları üzerindeki kontrolün kaldırılması ile aniden neoliberal bir yöne girmeyen zorlandı. 1990'lı yılların başlarında yaşanan ekonomik durgunluk bu duruma sebep olmuştur. İmalat sanayinin çökmesi, söz konusu coğrafyayı o güne dek aşına olmadığı sıkıntı verici bir olguyla, işsizlikle karşı karşıya bırakmış, kitlesel göçler, daha önceden kapalı ve homojen olan toplumları dönüştürmeye başlamıştı (Stallabrass, 2010: 52). Böylelikle ekonomik durgunluk ve yol açtığı sonuçlar sanatın rolünü de değiştirmiştir. Sosyal Demokrat hükümetlerin, pek çok yerde başka hükümetlerin de yapıyor olması gibi, sanatçılara finansal destek sağladıkları ve onları kendi saflarına çektiği görülmüştür. Sanatçıların bu desteğe karşı direnmesi ve bağımsız kalması, şüphesiz ki zor olmuştur.

*Neoliberal makine sanat dünyasının gidişatını yeni bir işleyiş çevresine soktu. Sanat dünyasında en iyi niyetlerle ve yüksek bir idealizmle ilişkilendirilmiş hareketleri bile önünde katarak kendi yolunu ustaca bulmaya devam etti. Burada müzeden bienale doğru yapılan baskın geçiş ve sanatçının “bağımsız” küratör denilen kişiyle yaptığı temsili yer değiştirme kastedilmektedir. “Hala ölümsüzlük gibi bir derdi olan ve sonsuza dek tanınacağını umarak toplumun dışında yaşayan bir bohem duruşu takınabileceğini zanneden sanatçılarla bugün inançları yüzünden dalga geçilir” (Gielen, 2016: 113- 114).*

Neoliberalizmin ekonomik ifadesi daha net bir eşitsizlik ise ve politik ifadesinin kuralsızlaştırılması ve özelleştirilmesi ise, kültürel ifadesi kesinlikle sınırsız tüketimdir. “Yeni dünya düzeni” sanat dünyasının faaliyetlerini küreselleştirerek kendini yeniden şekillendirmesine neden olurken, gelişmiş dünyada özellikle sanat, eski rakibi ve ortağı kitle kültürünün baskısı altında kaldı. En azından yirminci yüzyılın ilk yıllarından beri, sinema, fonograf ve radyo icadıyla, ikisi genellikle eşit olmayan bir dans, kitle kültürüne öncülük etmişlerdir (Stallabrass, 2004: 73). Çağdaş sanatçılar, tüketici kültürü meselesine hayranlık ama aynı zamanda gerginlikle bakma eğilimindedir ve her iki tepki için de iyi sebepler vardır. Sanata bulaşan türlü teknolojik imkanlarla sanatçıların bu belirsizlik doğrultusunda çoğu zaman piyasa ekonomisinin içerisinde savrulduğu görülür. Ekonominin piyasa üzerine kurduğu hegemonyayı, Artun (2015a: 46) şöyle özetler: “Süreç içerisinde hem sanatın üretime ve finans aracına dönüşmesi hem de yaratıcılığın endüstriye dahil edilmesiyle iki

kavram aynı zamanda kültür ekonomisini oluşturmaktadır. Aslında kültür ekonomikleştikçe, bütün ekonomi kültürelleşiyor.”

1973-1974 yılları savaş sonrası dönemi, Avrupa ve Amerika'nın ekonomik servetlerinde dönüm noktasının yaşandığı zaman dilimi olarak kabul edilir. 1950'den beri sürmekte olan bir “altın çağ”ın ardından istikrarsızlık dönemi baş göstermiştir. Arap-İsrail savaşının sonuçları olarak yükselen petrol fiyatları, Avrupa ekonomisinin durgunlaşmasında temel neden oldu. Bu durum itibariyle 1979'da farklı finansal koşullar, endüstriyel organizasyonda değişiklikler yaşanmasın koşul oldu. Daha önceki fordist entegre üretim modeli esnek sözleşmelere, çıktının merkezden çıkarılmasına ve uluslararası piyasalar arasında sermaye hareketliliğinin artmasına yol açmaya başladı. Şirketler, bilişim gibi hizmet endüstrilerinin eski üretim sorunlarının yerini almasıyla küresel olarak genişledi. Sonuçta, bir “geç kapitalizm” aşaması devam ediyor gibi görüldü (Hopkins, 2000: 197). Kapitalizmin metalaştırma unsuruyla pazarlama aracına dönüştürülen sanat eserlerinin, devlet rejimlerinin benimsediği ekonomik politikalar ve ülke ekonomisinin kalkınma aracı olarak başat rol üstlenen özel şirketlerin aldıkları kararlar dahilinde, kuralları belirlenmiş bir piyasa içerisinde işleme sokulduğu görülür. Kültürel ve sanatsal faaliyetler, ekonomik durumun kontrolünü sağlayabilmek için alenen kullanılmaya başlanmıştır. 1970'lerden itibaren yaşanan finansal krizler sebebiyle açığa çıkan ekonomik durgunluk, sanatın altın bir yatırım aracı haline dönüştürülmesiyle sonuçlanmıştır diyebiliriz. “Örneğin, 1980'lerde orta sınıf Amerikalılar bir bolluk süreci yaşadı ve birçoğu sanata yatırım yaptı. 1983-1985 yıllarında New York'ta 100'den fazla yeni galeri açıldı ve 1984 yılında satışlar 1 milyar doları aştı. On yılın sonunda, bireysel çalışmalar başlangıçtan 10 ila 20 kat daha fazlasına satılıyordu” (Whitham ve Pooke, 2013: 70-71). Bu açıklamalar, birbiriyle kesintisiz bağlantılı olduğunu düşündüğümüz sanat ve ekonominin yaklaşık kırk yıldır daha da iç içe geçtiğini gözler önüne serer niteliktedir.

Sanat yönetiminin, küresel korporasyonlara özgü yönetim stratejilerinin, 1970'lerde neoliberal politikalarla birlikte örgütlenmeye başlamasıyla ortaya çıktığını görürüz. Bu yeni yönetim stratejileri kendilerini, arkada bıraktıkları 1930'ların taylorist/fordist yönetim modelinden farklılaştırarak açıklamaktadır. Dolayısıyla çağdaş sanat ve sanat yönetimi incelenirken taylorizmin bir profilini çıkarmak gerekir. Taylorizm ve fordizmin temeli kitle üretimi ve tüketimi üzerine kuruludur ve çağdaş

görülen post-fordizm ise, tamamıyla piyasanın koşullandırdığı bir esnek üretim ve tüketim düzenini öngörür. Esnek üretim ve tüketime, esnek çalışma rejimi karşılık gelir. Taylorizm işyeri ölçeğinde uygulanan bir yönetim tasarısıyken, post-fordizm ise küresel ölçekte uygulamaya konan taylorist bir yönetim rejimidir. İşte nihayet bu rejim, sanatın özerkliğine son vererek, baştan beri birbirleriyle çatışan sanat ile yönetimin birbirlerine kaynamasını başarabilmiştir (Artun, 2011).

1980'lere gelindiğinde, Anglosakson kültürünün egemen olduğu iki ülkede hem Avrupa temsilcisi İngiltere hem de Amerika'da özelleştirme rüzgarlarının estiğini, Reagan ve Thatcher yönetimlerinin "İşletme Kültürü" (Wu, 2002: 9) olarak referans verilen birçok alanda ekonominin liberalleşmesini öngören adımlara imza attıkları bilinmektedir. 1960'larda sanat koleksiyoncuları kurnaz ve açığöz olarak nitelendirilirken, 1980'lerin sonlarında fırsatçı spekülörler olarak görülmeye başlandı. 1989'daki borsa krizi ve sonraki finansal krizler, 1980'lerdeki görkemli günlerin asla tekrarlanmayacağı anlamına geliyordu ama çağdaş sanat bu durumdan yine de karlı olmaya devam etmiştir (Wu, 2002).

*Post-fordist spekülasyonun aşırı lüks, ani yükseliş ve düşüş özellikleriyle en fazla iç içe olan sanat dalı kuşkusuz güzel sanatlar oldu. Çağdaş sanat, gözden irak, fildişi bir kulede korunan, saf, ruhani bir disiplin değil. Bilakis, neoliberal dünyanın tam göbeğinde yer alıyor. Çağdaş sanatın böyle abartıyla pazarlanmasının, düşüşe geçen ekonomileri hareketlendirmek amacıyla kullanılan şok yöntemlerinden bağımsız olduğunu düşünemeyiz. Bu tip abartılı pazarlama anlayışı; saadet zincirleri, kredi bağımlılığı ya da bir zamanların iyimser piyasaları gibi küresel ekonomilerin duygulanımsal boyutunu somutlaştırır (Steyerl, 2017: 83).*

Sanat nihayet ve tartışmasız bir şekilde sermayeye dönüştürülürse, bunun nedeni, estetiğin ideolojisinin kendisini kapitalist bir politik ekonomi tarafından beslenmesinden dolayı olmaya devam etmektedir. İçinde geliştiği toplumsal gerçeklikler, yerel unsurlar ve evrensel değerleri birlikte kucaklayan bir sanat evreninin sanatçı, izleyici, eleştirmen, küratör, galerici, müzecilik, konservatiflik ve ilgili kapsamlardaki pedagojik içerikleri kapsayan/kapsaması gereken sanat yönetimi, maalesef bugün, sanatçı mühendis, manipülör küratörler ve galericiler, spekülör tacirler, kültür ekonomistleri ve kapitalist-neoliberal ideolojinin tahvil edilmesine kaynaklık eden sanatsal üretimlerin yönetimi ile yer değiştirmiş durumdadır.

### 1.3. Sanat- Meta İlişkisi

“Para, her şeyi satın alabilme özelliğine, bütün nesnelere kendine mal edinme özelliğine sahip olduğu için, en yüksek mülkenme nesnesidir. Özelliğinin evrenselliği, varlığının her şeye kadir olmasıdır. Dolayısıyla her şeyden güçlü bir varlık olarak görünür. Para, gereksemeye nesne, insanın hayatıyla besini arasındaki aracılıdır” (Marx, 2017: 148). Alınır satılır ticari bir mal karşılığı anlamına gelen “meta” ne kadar fazla oranda işlenirliğe sokulursa, karşılığı olan fiyatın, ücrete dayalı kar ile maximize edilen kısmı, ranta giden kısmıyla doğru orantılı olarak kadar artar. Marx’a göre metanın yapımı ilerledikçe, yalnızca başlangıçta tespit edilen karların oranı artmaz, daha sonra gelecek bütün karlar öncekilerle birlikte katlanarak fazlalaşır; çünkü sermaye her seferinde daha büyütülmesi gereken bir varlığı niteler.

Marx, “1844 El Yazmaları”nda doğal, insan duyularının tümünün “sahip olma” duygusu tarafından yabancılaştırıldığını iddia eder. Duyularımızın yabancılaşmasının sona ermesi aynı zamanda insani nitelik ve objelerin fetişleşmesini de sona erdirecektir: “Çünkü obje olarak insandan ve insan için türetilen, sosyal, insani bir objedir.” Böylelikle objeler, insan doğasının ihtiyaçları doğrultusunda çalışan, insan için yeniden kullanışlı hale gelecektir. İnsan emeğinin sonucunda ortaya çıkan nesneleştirme, böylelikle bir yabancılaşma sebebi olmaktan çıkacak, üretim tekrar sanatsal hale gelecek, “insan” objesi ve sanatsal değerın takdir kazanışı da artık “sahip olma” duygusunun hükmünde olmayacaktır (Rose, 2015: 103).

Marx, paranın metaya yüklediği değişim değerini, bir chimaera, bir metafor, yansıma, romantik bir şekilleniş olarak değerlendirir. Kıymetse hakikate karşılık gelir ve doğasından kaynaklanır, esas olandır. Bir aşamada bizim de zımnen katıldığımız modern kurallar bütünü, farklıdır. Metafor ile hakikat kutuplaşmasını yok etmeksizin, terimlerin yönelimselliklerini değiştirmekle yetinir (Heinzelman, 2013: 104-105). Ekonomik değer ya da değişim değeri hakiki değer ya da baş gösterge olurken, kıymet ya da genel olarak kültürel değer metafora, “paha biçilemez” olanın ölçüsüne dönüşür. Bir şeyin içsel değeri, araçsal değer nosyonuna oranla, dışsal değer nosyonuyla daha doğru bir şekilde karşıtlık oluşturur. İçsel/ dışsal karşıtlığına paralel olarak, araçsal değerın her zaman karşısında olanın içsel değer değil, değerın bir başka amaca hizmet etmek üzere değil son değer olarak alımlandığı “son” ya da aracısız değer olduğu söylenebilir (Shusterman, 2013: 61-62). Buna rağmen, araçsallıkların sunduğu, başka amaçlara yönelik etkinliklerle kullanıldığı bilinen, nesnelere sadece kendilerinden

kaynaklanan içsel özellikleriyle görünür bir biçimde ilişkili olduğu ölçüde, içsel değer de kendinde dışsal bir boyut barındırmaktadır.

“Marksistler metalaşma terimini çok geniş anlamda, birbirinden farklı bir dizi süreç ve pratiği tanımlamak için kullanır; bu nedenle kavram keskinliğini kaybetmiştir” (Beech, 2019). Metalaşma bir hamlede olup biten bir şey değildir. Kimi alanları kapsarken kimilerini dışarda bırakan ve her alanda farklı yoğunluklarda meydana gelen eşitsiz bir gelişme gösterir; dolayısıyla bazı alanlarda metalaşma derinlemesine yaşanırken, bazı alanlar bu süreçten yüzeysel olarak etkilenebilir veya hiç etkilenmez. Marx sanatsal emeğin sadece değişim değeri üzerinden üretken ya da değil şeklinde değerlendirilmemesi gerektiğini savunmuş ve sanatsal üretimin de diğer üretim şekilleri gibi satılabilen bir ürün ortaya çıkardığın göz önüne alarak, böylesi bir emek neticesinde ortaya çıkan ürünün bir başkasının karı için satışının, kapitalist ekonomik değişim sisteminin bir olgusu olduğunu ve sanatçının üretkenliğini sağlamaktan ziyade yabancılaştırıcı olduğunu öne sürmüştür (Rose, 2015: 105). Rosenblum’un da ifade ettiği gibi “zaman içinde madde ve dayanıklılığa sahipse, nesnelerin er ya da geç, sınıflandırılacak, değerlendirilecek ve fiyatlandırılacak nesnelere dünyasına girer” (Rosenblum, 1985: 63).

Aslında metalar da sermaye de kapitalizmden önce mevcuttur; kapitalizmden önce mevcut olmayan şey, üretici sermaye ve ücretli emeğin sermaye tarafından içerilmesidir (Beech, 2019). Fakat “Kral Midas’ın dokunduğu her şeyi altına çevirmesi gibi sanat ürününü de metaya çeviren kapitalizm” (Fischer, 2003: 49) ilk maddeyi (prima materia) nihai madde (ultima materia) olan “para”ya dönüştürmüştür. Daha açıklayıcı bir şekilde kapitalizm, sanatı paraya dönüştürerek sanatın sonsuzluk adı verilen o nihai maddenin dünya üzerindeki temsilcisi olma rolünü geçersiz kılmıştır” (Kuspit, 2014: 160-161).

Sanat eseri, tarih boyunca meta olmuştur; ancak, ekonomik veya sembolik anlamda değerlendirilmesi zamana ve kültüre bağlı değişim geçirmiştir. Kullanım değeri olması sebebiyle sanat eserinde her zaman değişim değeri vardır. “Sanatçılar ve üretimlerinin hayatta kalabilmesi piyasa düzeninde var olan aktörlere bağımlı bir şekilde gerçekleşirdi. Müşteriler her zaman desteklerinden dolayı sembolik ya da ekonomik bir geribildirim beklerlerdi” (Önsal, 2006: 45). Sanat tarihinin erken dönemlerinde meta sembolik bir anlam teşkil ederken, modernizm sonrası doğan ve

postmodernizm dönemiyle doruk noktasına ulaşan karmaşık ekonomik ilişkilerin örüntülendiği dünyada metanın daha bir ticari karşılığa denk geldiği görülebilir.

Sanat ürünlerinin metanın sınırlarında gezinmesi gibi, meta ve kullanım nesnelere de aynı şekilde sanatın alanına girmekten çekinmiyor; “metalar, kullanışlılık ve değer nosyonlarının birbirine karıştığı, hiçbir iradenin altında baskılanmayan kullanımdan düşmüş dilsiz nesnelere dönüşüyor” (Ranciere, 2016: 53). Sanatın metalaştığı genel bir kabuldür, ama bu kabul hiçbir zaman, sanatın ilkede metalaşabileceği sürecin ekonomik analiziyle yeterince sınanmamıştır. Fakat metalar kültürel karakter kazandıkça, piyasası genişleyen sanat daha da metalaştı ve kapitalist düzenin girdabına girerek daha fazla kapıldı gibi görünmektedir.

Sanatın meta kültürüyle ayrılması yahut birleşmesi uzun bir geçmişe dayanır. Fakat, kapitalizmin eski unsurlarını taşıyan etkileşim sürecindeki kuvvetler 1990’lar boyunca daha da yoğunlaşmıştır ve bu durumun sonuçlarıyla “tüketim kültürü” yalnızca sanat üzerine değil, kültürel üretimin her alanında egemenlik sağlamaya başlamıştır (Stallabrass, 2010: 72). Adorno ve Horkheimer’in, en başından endüstri çağının devamına kadar seyreden tarihi süreciyle kültürün güdümlenici doğası üzerine yazdıkları “Aydınlanmanın Diyalektiği”nde, tüketim kültürü içerisinde barınan sanatsal meta şu şekilde ifade edilir (2014: 211):

*Sanatın kullanım değeri, varlığı tüketicinin gözünde bir fetiş haline gelir ve asıl fetiş, yani sanat yapıtlarının düzeyiyle karıştırılan, onlara toplumsal olarak biçilen değer yegâne kullanım değeri, tüketicinin keyif aldığı yegâne nitelik haline gelir. Sanatın meta niteliği, kendisini tam olarak gerçekleştirerek yok olur. Sanat bir meta türüdür, yani tüketime uygun biçime hazırlanmış, kayıt altına alınmış, endüstriyel üretime uyarlanmış, satılabilir ve ikame edilebilir bir üründür; satılmak için var olan, fakat satılık olmayan bir meta türü olan sanat için, ticaret bir niyet olmaktan çıkıp tek ilke haline geldiği zaman sanat, bütünüyle ve ikiyüzlülükle satılmaz olur.*

Adorno ve Horkheimer, postmodern dönemin ilk raddelerinde, sanat ürünleri ve tüketim nesnelere arasında bilhassa ekonominin canlandığı dönemlerde gün yüzüne çıkan benzerliğe değinmiştir: “... metaların madde kullanım değerinin önemi azalmışsa, tüketim, başkasının hayatına katıldığını düşünerek hissedilen prestije dönüşmüşse ve son olarak, tüketilebilir şeyler meta karakteri tümüyle ortadan kalkmış görünüyorsa, bu bir estetik yanılsama parodisidir” (Stallabrass, 2010: 77).

Tüketim göstergeleriyle ilişkili olarak meta nesnelere, “sanat eseri ile lüks mallar” arasında arzu nesnelere dönüşürler ve üstünlük sağlama araçlarıyla bir



kimlik farkı ortaya çıkarırlar. Sonuç olarak bu durumda Benjamin'in öngördüğü gibi "kültürel olanın sanatın kaybolan aurasını, starların düzmece büyüyle kapattığı" durum gerçekleşir (Foster, 2009: 146). "Sanat dünyasının üst mertebelerinde yer alanlarca paranın kendisinin tek başına bir anlamı yoktur. Önemli olan benzersizliği tartışılmayacak nadide bir esere sahip olmaktır. Ekonomistlerin "konumsal mal" olarak isimlendirdiği nesnelere, zenginlerin gerçekten zengin olduğunu kanıtlamaya yarayan şeylerdir" (Thompson, 2012: 30). Sanatçılara kendilerinden kaynaklanan ve değerleri kendi içlerinde biçilen, şeref sisteminin teşvik ettiği kıymet ve yetenek kavramları; sanatın, piyasanın derecelendirme mekanizmalarının içine çekilmesiyle tehdit edilir. "Avrupa genelinde, ama özellikle İtalya'da, on altıncı yüzyıl boyunca, sanat literatürü sanatçılarla arada bir tampon görevi görmeye ve onların eserlerini meta gibi değerlendirilmekten korumaya çalışır" (Honig, 2013: 98).

"Sanat dünyası sadece geleneksel bir tüketici metalaşma sistemine benzeyen bir şekilde işlemez, aynı zamanda estetik terimlerin en tartışmalı- değer -ham arzına dayanan ekonomik bir sisteme artan bir şekilde cevaplanabilir talep modeli gibi görüldüğünü gösterir" (Downey, 2008: 55). "Değişimin değerinin maddi bir tezahürü olan sanat, metaların en soyut özeti durumuna, paraya yaklaşır ve aslında zenginler tarafından spekülasyon sermayenin yarı-likit bir formu olarak kullanılır, bunun sonucu olarak büyük sayılar kullanılır" (Stallabrass, 2004: 90). Bu değer kalıtsal olduğu nesnelere, güvenli, amaca yönelik olarak oluşturulmuş depolarda görülmeyen kilitleri olduğu tespit edilebilir. "Sanat yapıtının, sanat tarihi değerinden ayrı bir sanatsal değere sahip olmak için tarihsel anlamda etkili olması şart değildir; yalnızca bir sanat türünün değerli teknik niteliklerini sergilemesi bile yeterlidir" (Shusterman, 2013: 49). Değer taşıdığı bu anlatım, sanatın belirli bir beceri yani zanaat olarak kabul edildiği eski anlamını çağırır. Bir çalışma estetik açıdan başarısız kabul edilebilecek ve standart bir deneyim ortaya koyma hususunda yetersiz olsa bile, sanatsal düzlemde hala teknik bir beceri gösterebilirliği açısından değerli addedilir. En azından bu seviyede metanın maddeleştirdiği kimliğiyle sarmalanan ticari bir değer olarak değil, sanatsal değer olarak karşımıza çıkar.

Sanat eserinin, pazarın döngüsünde ticari olarak araçsal değer üstlenerek metalaştırılmasının "karşıt"ını Honig (2013: 90) şöyle özetlemektedir: "Bir şeref sistemi aktarımında kıymetlilik, doğru hediye alışverişi usulleriyle kişilere

eklenmektedir. O halde yaratılan ve takas edilen nesne, bulunduğu toplumsal durumdan ayrılabilen bir “edere” sahip değildir. Anlamı ve kıymeti tamamen yapıcısının statüsüne bağlıdır, yabancılaştırılmaz ve asla bir mal olarak düşünülemez.”

Küreselleşmenin etkileriyle dünya sanatının tamamını abluka altına alan piyasalaşmanın sonucunda, sanatçıların ve ürettikleri eserlerin küresel dolaşımı sanat dünyasında yer edinebilmek için ön koşul haline gelmiştir. Sanat eserini, ekonominin araçlarına tahvil ederek metalaştıran piyasa sistemi, aynı zamanda, sanatçıyı da maddi değer arz eden bir meta gibi pazarlanabilen ve marka etiketi yapıştırılan ticari bir ürün haline sokmuştur. “Bazı gizli simyalarla kültürel malların meta haline geldiği sanat pazarı”nda (Moulin, 1987: 3) Sanat pazarında görücüye çıkarak tescillenen her ürünün, sanat eserinin özgünlüğü ve biricikliğine öykündüğü bir piyasanın “Marka Sensin” sloganlarıyla öznellediği ve sembolleştiği bir ortamda, Baudrillard’ın kırk yıl önce belirttiği gibi “tüketim üretime, sembollerin üretimine” dönüşmüştür (Artun, 2015a: 13). Bu sebeple sanat sergilerinde yapılan satışlar, hiçbir zaman sadece para karşılığında sanattan ibaret değildir. “Bilhassa modernizmin erken dönemlerinde, para, satın alınmış sanatı yenmek için atılan kahkahalar karşısında sanatın zaferini simgeleyen bir sembol haline dönüşmüştür” (Danto, 2014b: 24).

*Sanatın ayrı bir alan olarak varolması öteden beri ancak burjuva sanatı biçiminde var olmasıyla mümkündür. Sanatın özgürlüğü, Pazar üzerinden dayatılan toplumsal amaçsallığın olumsuzlanması olarak meta iktisadına özünden bağlı kalır. Kendi yasasına bağlı kalarak toplumun meta niteliğini olumsuzlayan saf sanat yapıtları her zaman birer metaydı: sanatçılar, on sekizinci yüzyıla dek, sipariş verenlerin himayesi altında pazardan korundukları sürece onlara ve amaçlarına tabiydiler. Büyük, daha yeni sanat yapıtlarının amaçsızlıklarıysa “pazarın anonimliğinden beslenir” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 209).*

Bugün, sanat pazarının anonimliği, küreselleşmeyle aynı düzlemde yoğunlaşan ekonomik koşulların getirileriyle birlikte daha da talepkâr bir örüntüyle karşımıza çıkar. Sanatçılar pazarın şartlarına uyum sağlayan belirli dayatmalardan uzaktaymış gibi bir görünüm sergiler; ama bunun sebebi modernizmin düşünsel temelleriyle yerleşen “sanatın ve sanatçının özerkliği” fikridir ve sonucu itibariyle sanatın toplumsal arınmaya yol açan gerçeklerden yoksunluğunu içinde barındırır. Postmodern dönemselliğinde yeşeren çağdaş sanat pazarının bizlere dayattığı gerçek ise öncekinden tamamıyla farklıdır. “Sanatsal Ekonomi”lerin şekillendirdiği bu pazar, sanat eserlerinin ticari nosyonlara hizmet eden meta karakterine bürünmesiyle dolaşıma sokulduğu bir oluşum içermektedir.

#### 1.4. Sanat Piyasası

Sanat piyasası basit anlamıyla sanat eserlerinin satışının ve dağıtımının gerçekleştirildiği ortamdır. Sanat eserinin en yüksek fiyatı teklif eden kişiye satılması için arabuluculuk yapan kuruluşlar olan müzayede evleri ve eserleri müzayede evlerinden ya da sanatçıyla doğrudan iletişim kurarak atölyelerden toplayan sanat simsarları piyasanın temelini oluşturur (Zorloni, 2005: 61).

Sanat alanında tanıtım ve pazarlama kelimelerinin henüz literatürde var olduğu anlamıyla özümsemediği dönemlerde bile bu kavramların örneklerine rastlanmaktadır. Örneğin, 15. yüzyıl Rönesans İtalya'sında Medici ve Sforza ailelerinin sanatçılara destek vererek, sanatın gelişimine katkıda buldukları bilinir. Bu varlıklı aileler yaşadıkları dönemdeki seçkin sanatçılar için sponsorluk vazifesi üstlenmişlerdir. Sanat tarihinde pazarlama faaliyetleri adına bilinen örneklerden bir başkası, Vincent Van Gogh'un erkek kardeşi Theo Van Gogh'a yazdığı mektuplardan anlaşıldığı üzere, Theo Van Gogh'un 19. yüzyılda yaşayan bir sanat simsarı olduğudur (Roskill, 2000). Sanat eserlerine ticareti yapılan herhangi bir nesne gibi yaklaşıldığı şehir piyasaları önceden de bulunmakla beraber, ticari döngünün işleyişte olduğu piyasa kavramı büyük ölçüde 16. yüzyılda gerçekleşmiştir. "Sanat hamiliğinde görülen geleneksel anlayıştan kopuşun başladığı dönem itibariyle sanat yapıtı, Dürer zamanında değer kıstasları piyasa tarafından belirlenen bir nesneye, Rubens dönemindeyse piyasa değeri kesin matematik hesaplarla ölçülen ticari bir eşya olmuştur" (Honig, 2013: 89).

Sanatçılar özgürlüklerini gittikçe daha fazla öne sürdükçe, sanatçının yeni bir modeli ortaya çıkmıştır. Bu durumun kilit unsuru ekonomik temellidir. Zanaatkarlar olarak, Orta çağ sanatçılarına diğer el işçileri gibi günde sabit oranlarda ödeme yapıldı. Onbeşinci yüzyıl boyunca ise sanatçılar bu uygulamaya meydan okumaya başlamıştır (Galenson, 2009: 325). Bu yüzyıl boyunca yeni pazarın sağladığı olanaklarla sanatçıların serbest bırakılması eş zamana denk gelir. 17. yüzyıldan başlayarak sanat eseri, kilise ya da benzeri bir haminin kullanımını için değil, bir pazar için üretilen ürün haline gelmeye başlar. (Wartofsky, 1980: 245). Eserler artık yeni bir alıcı sınıfına olası satışlar sunulacak bir ürün halinde, sanatçı ve sanat alıcıları arasında arabuluculuk yapan aracılar vasıtasıyla kurulan ticari bir dengede tanımlanmaktadır. Sanatçı bir

anlamda, ne satacaksa onu üretmek için özgür kimliğiyle var olur, ama aynı zamanda satabilecek olanı üretmek, onun için belli başlı bir mesele haline gelir.

19. yüzyılın ilk yarısında işlemeye başlayan modern sanat pazarının ortaya çıkışından beri, sanat tacirleri kendilerini tarafsız girişimciler olarak adlandırsalar da Batı Avrupa şehirlerinde perakende piyasasının gelişimini takiben çeşitli mağazalar açılmaya başladığında, sanat tacirleri, tüketim ve ticaret terimlerinden uzak gibi görünmüş ve dükkanlarını 'ideolojik' açıdan dönüştürerek 'kitap satıcılığı ve antikacılıktan müze rakipliğine' çevirmişlerdir (Velthuis, 2005: 21). Her ne kadar birçok sanatçı finansal kazanım beklentisiyle ilgilenecek ve motive olmuş olsa da sanatçıların açıkça ve halka açık olarak parayla ilgilenmemesi gerektiği konvansiyonu Rönesans'ın bir mirası haline gelişti. Bu yüzden Fransız hükümeti 1648'de Paris'te bir Kraliyet Güzel Sanatlar Akademisi'nin kurulmasına izin verdiğinde, Akademi üyelerinin ticari faaliyetlerin üstünde tutulduğu görülmüştür.

Sanat dünyasının bazı üyelerinin fiyatlara karşı tutumundaki ilginç bir değişim, 19. yüzyılın sonlarında Paris'te sanat piyasası kurumlarındaki değişimin bir sonucu olarak meydana gelmiştir. Yüzyılın son çeyreğinde, hükümetin ileri sanatın baskın alıcısı olduğu himaye sistemi, giderek sanat piyasası için daha fazla rekabetçi bir pazarla yer değiştirmişti ve Akademi'nin resmi salonunu, yeni sanatın halka sunulmasının meşru sunumunun tek mekânı olan etkili tekeldi. 1874'ten itibaren daha küçük sanatçı toplulukları tarafından organize olan salonlar, şimdiye kadarki en önemli prensibin kuruluşu olan bu tekeli baltalamıştır (akt. Galenson, 2009: 327).

Avrupa'da modern sanat piyasasının kurumsallaşmasını izleyen süreçleri Artun (2015c) şu şekilde özetlemiştir:

- Sanat tarihinin doğuşu, Vasari (1550), Winckelmann (1764);
- Akademinin kurulması, Floransa (1563), Paris (1648);
- Sanatın sanayiden ayrılması ve "Güzel Sanatlar"ın (beaux arts) icadı (1752);
- Estetiğin yazılması, Baumgarten (1750);
- Saraylarda düzenlenen Salon sergilerinin kamuya açılması;
- Eleştiri türünün ortaya çıkması, Diderot (1759);
- Kamusal, evrensel/ulusal müzelerin kurulması, Uffizi (1584), Louvre (1792).

“19. yüzyılın sonlarına doğru “modern anlamda” Paris'te ortaya çıkan sanat piyasasında galeriler, sanatçıların hem ekonomik bağımlılıklarından, hem de estetik koşullanmalarından kurtulup özerkleşmesindeki en etkin araçlar olmuştur” (Artun, 2015c). “Piyasalar, sözleşmeye dayalı değiş tokuş biçimleriyle düzenlenen oluşumlardır ve paranın, malların üzerindeki mülkiyet haklarını takas eder” (O’neill, 2001: 16-17). Piyasa ekonomisinin doğuşu, orta sınıfın gelişimi, statü iştiyakı gibi yaklaşımlar yeni bir sanat, sanatçı kavramı ve piyasa etkisini oluşturan kurumları ortaya çıkarmıştır (Shiner, 2004: 134).

Fransız edebiyat tarihçisi Annie Becq’e göre, himaye sisteminden piyasa sistemine geçiş, kullanım değerinden değişim değerine yönelinmesiyle birlikte bir zorunluluk olarak ortaya çıkan “somut emek”ten “soyut emek”e geçiştir. Eski sanat sisteminde, üreticinin emeği somuttu; yani hüner, zekâ ve yaratıcılık genellikle özgül bir işlevi ve üzerinde anlaşılabilir bir konusu olan siparişin yerine getirilmesinde kullanılıyordu. Yeni ortaya çıkan piyasa sisteminde ise emek soyutlaşıyordu (Shiner, 2017: 189). Yani piyasa oluşumunun özgül bir atmosfer ya da saptanmış bir amaçla ilgisi, önceden belirli prosedürlerle sınırlanmış olan herhangi bir konusu ve dolayısıyla da yaratıcılığın getirisi haricinde üretim aşamasında yerine getirilmesi gereken zaruri bir görevi yoktur.

Leader’e göre (2004: 86), “Para ile nesnelere arasında bulunan uzaklık, sanat piyasasının semptomlarından değil varoluş koşullarından biridir.” Hirschman’a göre ise sanat, pazarlama konseptinin koşullarıyla ölçütlenemez; sanat yapıtlarının üretim süreci kişisel değerler ile toplumsal normlardan etkilenir. Sanatçılar subjektif düşüncelerini yansıtmak için yapıt üretirler (Hirschman, 1983). Sanat eserinin üretim sürecinde, sanatçının sezgisel olarak kapıldığı fikirlerin somut bir çabaya dönüşmesi gibi üretilen bu eserlerin girişimci fikirler doğrultusunda tanıtılması ve izleyici ile buluşturulması da aynı oranda güçlü bir çaba gerektirir. Tanıtım aşamasında uygulanan konseptler her zaman başarılı olamayabilir. Bu noktada sanatını icra eden sanatçı, piyasaya karışma noktasında risk alan bir yönetici olarak da görülebilir (Fillis, 2010: 11). “Yeni bir sanatçının eseri fiyatlandırılırken çıkış noktası tacirin ürünüdür” (Thompson, 2012: 286). Sanat dünyasının ticari kısmı hem üretimde hem tüketimde dizginleri sıkı bir şekilde kontrol altında tutar; çünkü sanat nesnelere alıcıları sınırlı

ve belirlidir. Üretim genellikle yapay olarak sınırlanabilir ve sanatçı-tacir arasındaki hamilik ilişkisi bu sebeple kişisel bir boyut taşır.

Açık seyir halinde olmayan güvenilmez bir piyasanın ilk kuralı şudur: Fiyat düzeyi öncelikle sanatçının ününe, tacir ve alıcının statüsüne işaret eder. Fiyatlar eserin sanatsal başarısındaki kaliteyle değil, çalışmanın büyüklüğüyle doğru orantılıdır. Fiyatlandırmadaki opsiyonel farklar sanatçının üretiminde tutarsızlık gibi görüneceği için tek bir sanatçının eserlerinin tamamının eşit nitelikteymiş gibi sunulması gerekir. Kaliteyi değerlendirmede belirsizlik varsa, alıcıya güven vermek için fiyatlar tablonun büyüklüğüne göre belirlenir. Olgun bir sanatçının aynı büyüklükteki eserlerinin farklı fiyatlandırıldığı ender durumlarda, bunun kaliteyi değil, eserin önemini ya da yapım güçlüğüne yansıttığı söylenir (Thompson, 2012: 286). “Sanatçının harcadığı emeğe dayalı bir değer teorisine göre fiyat belirlenmediği için sanat eserini fiyatlandırmada başka kıstaslar gerekir. Bunların biri, sanatın benzersizliğidir” (Whitham ve Pooke, 2013: 68). Bir benzeri bulunmayan parça müstesna kabul edilir ve yüksek fiyatlandırma üzerine makul bir giysi gibi durur. “Biriciklik” sanatçının sahip olduğu yaratıcılıkla doğrudan ilişkilidir ve alıcı ilhama dayalı olduğunu düşündüğü bir esere yüksek fiyat ödemekten kaçınmaz. Eserlerine biçilen fiyata ilişkin ayrıntılara değinmesi için sıkıştırıldığında Michelangelo gibi bir sanatçı şeref sistemi ilkelerinden bahseder. “Sanatçının kendisinden kaynaklanan kıymet ve yetenek kavramları, sanat piyasasındaki derecelendirme mekanizmalarının potasında silinmesiyle tehdit edilir” (Honig, 2013: 98).

Sanat eseriyle cisimleşen iki değer türü vardır. Bunlardan ilki, önceden belirlenmiş bazı ekonomik göstergelerle ve çeşitli değerlendirme usulleri kıstas alınarak ölçülen ekonomik değerdir. Ekonomik değerlendirmeler farklı etkenlere bağlı bulunsa da bir ölçü birimi olan para ortaktır (Throsby, 2013: 78). Bunun en basit örneği bir eserin alınır ya da satılırken belirlenen fiyatına dair yapılan piyasa araştırmasında görülür. Estetik ve ekonomik değer ayrımında sanatı “komplo”ya dönüştüren bir oluşum sergileyen sanat piyasası hakkındaki görüşlerini, Ruth Scheps ile yaptığı söyleşisinde Baudrillard şöyle dile getirir:

*...Estetik artı- değer anlamında sanat her gün büyüyor. Bunun simgesel ifadesi, tam bir özerklik kazanmış olan, gerçek değer ekonomisinden tamamen kopmuş ve devasa bir tür ur halini almış olan sanat piyasasıdır. Bu sanat piyasası orada estetik anlamda olup bitenleri yansıtıyor, başka deyişle “gerçek” denen dünyaya tamamen yabancı. Sanat piyasası bir mafya değil, ama kendi oyununun*

*kurallarına göre oluşmuş ve yok olsa kimsenin fark etmeyeceği bir şey. Değerin temelleri giderek zayıflarken, sanat piyasası var olmaya, üstelik gelişmeye devam ediyor. Bu nedenle, birkaç istisnai kişinin varlığını kabul etmekle birlikte, sanatı bir kompto olarak nitelendiriyorum. (Baudrillard, 2018: 91-92).*

“Bugün sanatta fiyatlandırma ve bir sanat eserinin ekonomik değerini belirleme karmaşık ve sorunlu bir olgudur. Bir sanat eserini diğerlerinden ayıran karşılaştırılabilir bir denklik bulunmayacağı için, eserin maddi değeri bir diğer esere bağlı olamaz” (Rosenblum, 1985: 104). Üretim artı kar formülünün standardizasyonunda mevcut olan karşılaştırılabilirlik ve tamamlayıcılığın sanat piyasasının koşullarında yer almadığı tespit edilir. Sanat eserlerine değer biçme ölçütünde uygulanan önemli aşamanın, kapitalist ekonomi söyleminde seyreden 20. yüzyıl Avrupa’sının modernist entelektüel kültür ortamının yapı taşlarıyla şekillendiği söylenebilir. Var olmayı sürdürmek için faydacı bir anlayışla hareket etmenin kaçınılmaz olduğuna inanan kurumlar ve sanatçılar, son otuz yıl içerisinde, sanat eserinin bağımsız kimliğiyle duruş sergileyebilen tek alan olarak kaldığını keşfettiler. Para kazanma stratejilerini sanat eserinin değeri ölçütündeki oynak dinamikler üzerine kurmalarının nedeni ise tarih, sanatçı ve sanat ürününün kesiştiği düzlemde doğal bir geçirgenlik bulunması hususundandır. Sanat eserinin pazarda değer bulmasına neden olacak bu değişkenlerle oynandığında tarihin, sanatçının ve eserin birbirine olan etki alanlarındaki orana göre değer biçilebilir (Yüksel, 2016: 162).

“Görünüşe göre, sanatçılar pazar değeri ve estetik değerin bazen birbirine karşılık geldiğinin farkındalar. Bununla birlikte, genel olarak, sanatçılar piyasa değerini alenen reddederler çünkü estetik değerin bağımsızlığına veya kalite ile fiyat arasındaki negatif ilişkiye inanmak isterler. Fakat estetik değer tamamen bağımsız olamaz” (Abbing, 2002: 76). Yani estetik değer bir sanat eserinin yalnızca kendine özgü özelliklerinden değil, piyasa değerini de kapsayan “sosyal koşullar”dan etkilenen sosyal bir değerdir. Sosyal bir değer olması yönüyle estetik değer de sanat eserlerinin aşamalı olarak daha az yararlılık gösterdiği durumlarda azalma gösterebilir.

“Sanat gibi arzu edilen bir mal yaratıldığında ve kullanıma sunulduğunda, bunun etrafında bir dağıtım sistemi oluşması kaçınılmazdır” (Robertson, 2005: 13). Bu durumda “sanat pazarı bir piramit olarak düşünülebilir. Piramidin tabanında, piyasa görece rekabetçidir; çünkü kaynaklar boldur, giriş ücretsizdir, ürün homojendir ve satıcılar benzer malları birbirinden ayırma arayışı içindedir; rekabet, fiyattan ziyade

çeşitliliğe bağlıdır” (Zorloni, 2005: 61). Sanat piyasasında ürünün alınıp satıldığı üç temel mecra bulunur: Müzayede evleri, galeriler ve özel satışlar.

“Sanat pazarının yapısı birincil ve ikincil pazarları içeren iki aşamalı bir sistemdir” (McAndrews, 2010: 8). Birinci el sanat piyasasında, tacir yüzdeleri belli bir düzende yerleşmiştir. Tacir satış fiyatının yüzde 50’sini komisyon olarak alır. Bu işleyiş sektörün standardı haline gelmiştir ve tacirler bu oranın altına düşmemeye çalışırlar. Bir tacir başka bir tacirle sözleşmesi olan bir sanatçıyı sergilerse, her satışın en az yüzde 10’u birinci tacire gider. Sanatçı gözde ise bu rakam yüzde 25’e çıkabilir. Komisyon oranı, tacir ile sanatçı arasındaki en yaygın anlaşmazlık konusudur. Yüzde 50, sanatçıya aşırı yüksek gelir: “Sonuçta, bu eseri ben yarattım” diye düşünür. Sanatçı, eğitimin ve yaratıcı katkısının, tacir de markasının, müşteri tabanının ve tanıtım faaliyetlerinin hafifsendiğini düşünür (Thompson, 2012: 73). Bir başka büyük güvensizlik kaynağı, tacir sanatçıdan, yaratıcılığını piyasanın istediği işlere kanalize etmesini, yaklaşan bir sanat fuarında satabilecek işlerden daha çok üretmesini istediğinde ortaya çıkmaktadır. İkincil piyasada konumlanan müzayede evlerinde kuralcılık daha az sergilenir. Buna rağmen bu piyasanın bile bağımsız olduğunu söylemek zordur. Eserlerin minimum fiyatlarının belirli olması, açık artırmaları yöneten erklerin hileye başvurmaları, sistemli fiyat sabitleme gibi gizil oyunların oynanması, ikincil piyasadaki serbest düzeni engelleyen unsurlardır (Stallabrass, 2010: 94). Sanatçılar iki pazara yönelik talepleri de karşılar. Fiziksel yapıtlar için ve fikirler için olmak üzere iki pazar. Bunlardan ilki yapıtın ekonomik değerini belirlerken, ikincisi kültürel değeri belirler (Throsby, 2013: 80). İki pazar birbiriyle yakından ilişkilidir. Ve birbirlerini ustaca ya da inceliksiz pek çok şekilde etkilerler.

Maliyeti fazla ender sanat yapıtları hariç, yapıtın materyal değerinin görece önemsizliği; sanatçının tanınırlığı, temsil edildiği galeri veya yer aldığı koleksiyoncu, dönemin toplumsal eğilimleri gibi etkenler sanat yapıtına değer biçme hususunda açık bir karmaşaya sebep olur. Bu nedenle sanat pazarı saydam olmayan bir niteliğe sahiptir. (Bayrak, 2012: 242). Özellikle çağdaş sanat kategorisinde görülen eserlerde spekülasyonlar ile manipülasyonlara sebep olan karmaşalar da bu durumu besleyen en önemli etmendir.

“Piyasayı döndüren üretim ve satış etkinliklerinde alışılmışın dışı bir şekilde denetim mevcuttur. Sanat tacirleri, sanatçılarla çoğunlukla özel ve gizli sözleşmeler yaparlar. Bu sözleşmelerle sonuçlanan iletişim kısmında sanatçılar belirli kalıplarla



sınırlandırılan eserler üretmek için teşvik edilirler” (Stallabrass, 2010: 94). Sanat dünyasının ağırlıklı olarak salt tüketime odaklanma hususu bu bakımdan ideolojiktir. Şirket propagandası ve reklamcılığın önem kazanmasının sonuçları olarak, tüketiciler üretim aşaması hakkında ne kadar az bilgi sahibiyse o kadar iyi sayılır. Kimin ne kadar ücretle, hangi koşullarla, ne tür baskılarla üretim yaptığı ve bu üretimin sonuçları gizemli kalır. “Bu körlük, sanat dünyasının kendi arkaik üretim pratikleri aracılığıyla da güçlendirilir; bunlar, sanat dünyasını kitle üretiminin rutin meselelerinden ayıran pratiklerdir” (Stallabrass, 2010: 91) Sanat eserlerinin üretimi aynı zamanda piyasa işleyişinde seyreden kültürel modaya da tabidir. “Örneğin, devrim öncesi imparatorluk dönemini anlatan ikonlar ve porselen işlerinin satışının artması, Doğu Bloku ülkelerinde ortaya çıkan yeni yapılanmalar ve liberalleşme sürecinin başlamasıyla zengin Batılı ve Rus yatırımcıların ilgisi sonucu gerçekleşmiştir” (Whitham ve Pooke, 2013: 258). Nihayetinde, sanatın değeri insanların ne kadar para ödemek istediğiyle ilintilidir ama içinde bulunduğumuz dönemin koşullarıyla şekillenen ‘şimdi’nin sanatında esas değerlendirmeyi saptayan iki faktör söz konusudur: “Sanatı bir yatırım aracı olarak gören piyasa ortamına çıkışı ve sanat-medya-şöhret arasındaki mevcut sınırların gittikçe belirsizleşmesi” (Whitham ve Pooke, 2013: 70).

Çağımızın hayalinde Bourriaud’ye göre “temelde çatışmalar yerinde, uzlaşmalar, ilişkiler ve ortak var oluşlar vardır. Bugün artık çatışmaya dayalı zıtlıklarla değil, yeni kümelenmeler, farklı birimler arasında olası ilişkiler keşfederek, farklı partnerler arasında birlikler inşa ederek ilerleme kaydetmeye çalışılmaktadır. Artık, kimse yeryüzünde bir altın çağ kurma hevesinde değil. Daha adil toplumsal ilişkiler, daha yoğun yaşama biçimleri, çoğul ve verimli zeminler hazırlamak yeterince önemlidir. Sanat da aynı doğrultuda, ütopyalar çizmeye değil, somut alanlar inşa etmeye başlamıştır (Bourriaud, 2005: 54). Bu durumda sanat, gündelik meşgalelerden üstün olarak görülmez, dünya ile kurulan ilişkinin özgünlüğüyle alakadar bir kurgu üzerinden bizi gerçeklerle yüzleştirir.

1950'lerin sonlarından itibaren sanat alanının kapsamını değerlendirdiğimizde, geleneksel olanın yanı sıra farklı, sanatın, politik ve olağanüstü performanslara şahit olduğunu görmekteyiz. Sanatsal üretimin biçim ve içerik bakımından dönüşümünde siyasal olaylar, toplumsal hareketler, küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin belirleyici rol oynadığı açıktır (Önsal, 2006: 38-39). Sanatsal üretimin bu dönüşümler içinde uğradığı değişime, bilhassa modernizm içinde görülen hem teknik hem de

felsefi dinamiklerinin yoğun konsantrasyonlarıyla birlikte şahit olduk. Modernizm özgür temelli bir sanat olarak, toplumsal dönüşümlerin piyasa üzerinde görülen doğrudan etkilerine karşı daha bağımsız bir duruş içerisindeydi diyebiliriz. Fakat bu durum çağdaş sanat için geçerli değildir. Çağdaşın çevresinde kurulu piyasanın, modern ve çağdaş sıfatını başına alarak açılan müzeler dahil, müzayede evleri ve galeriler gibi aktörlerinin rekabetine dayalı bir düzen içinde işliyor oluşu bunun ispatı sayılabilir.

1998’den bu yana çağdaş sanatın fiyatı hızla artmış olması bu durumların tabii sonucudur. Örneğin müzayede evlerinde yapılan satışlarda son yıllarda astronomik fiyatlar izlenir. Tanınmış kimi sanat tacirlerinden Marlborough Fine Art’tan Gilbert Lyoyd bu yeni rekabetten duyduğu rahatsızlığı şu şekilde dile getirir: “Müzayede evleri sanatın ocağına incir ağacı diktiler. Müzayede evleri galerilerin düşmanı” (Saehrendt ve Kittl, 2012: 74).

*Çağdaş sanat dünyası, başta yüksek fiyatlar olmak üzere hakkında koparılan tüm gürültüye rağmen, o kadar da büyük değildir. Dünyada yaklaşık 10.000 müze, sanat kuruluşu ve devlet koleksiyonu, 1500 müzayede evi ve yaklaşık 250 yıllık sanat fuarı ve sergi vardır. Yüzde 70’i Kuzey Amerika ve Batı Avrupa’da olmak üzere, dünya çapında 17.000 ticari galeri bulunur. Galeri başına ortalama ciro 650.000 dolar kadardır; bu, birinci el sanat piyasa için yapılan toptan satışları ve yaklaşık 11 milyar dolar hacmindeki ikinci el piyasasının – bunun 7 milyar doları çağdaş sanat olarak kabul edilebilir- bir bölümünü kapsar (Thompson, 2012: 92).*

“Üretim-dağıtım-tüketim’ değişim sürecinden ‘günümüzün çağdaş sanat sahnesi, pazarlamayı ve dağıtımını ön planda tutar” (Cowen, 1998: 121). Sanatçılar yapımcı olarak hizmet eder; koleksiyonerler ve izleyiciler tüketiciler olarak hizmet vermektedir. Bu, çağdaş sanat pazarında, satıcı, eleştirmen veya küratör olarak çalışan oyuncuların aracı olarak önemli rollere sahip olduğu anlamına gelir; dahası, çağdaş sanat sergileyen kurumlar, uzman olmayan izleyiciler arasındaki durumu da etki altına almaktadır.

Çağdaş sanatın dolaşımdaki yaygınlığın artmasının sebebi, pazarda görülen yanlamasına genişlemedir. Daha evvel kendi yerel sanat çevrelerindeki eserleri satın alan zengin kesim, küreselleşmenin olanaklarıyla birlikte yeni ve özel bir jet sosyete kümesi oluşturdular. Küreselleşme himayesinde oluşan bu elit topluluklar hem küresel sanat referanslarına hem de yeni ortaya çıkan yerel akımlara başvurarak, kendi şehirlerinde sanatsal altyapının gelişmesine hızlandırdı. Çağdaş sanatı çevreleyen yeni toplumsal bağlamda imtiyazlarını kaybeden zengin bireyler, “estetik hayırseverlik”

adı altında belirli bir yurttaş kimliği edinmeye çalışırlar. Bu sayede “çağdaş” başlığı altında nitelenen eserlerin ticaretine bağlı hizmetlerden oluşan yeni bir toplumsal hizmet ekonomisiyle iş birliği kurarlar. Çağdaş sanat böylelikle, yeni özel “jet sosyete” ile proletarya arasındaki diyalektikte örüntülenen toplumsal bir yapı haline gelir (Medina, 2017: 12-13). Çağdaş sanat piyasasına en büyük katma değer yaratan kurumlar Christie's ve Sotheby's müzayede evleridir. Bu iki müzayede evi markalaşmış kimlikleri ile hem kendilerini hem de pazarladıkları sanatı rakiplerinden üstün bir statüye yerleştirir (Thompson, 2012: 25). Tüketicileri marka kimliğiyle bilinen bir müzayede evinden ya da adı spekülasyonlara karışmış ve ünlenmiş bir tacirden eser satın almaya iten lüks malların tüketimine duyulan güdü, toplumu ve sanatı ekonomik koşullarıyla çepeçevre saran tüketim kültürünün eseridir.

Araştırmacılar tarafından ortaya konan veriler ışığında yalnızca Amerika ve Avrupa’da değil Asya, Çin ve Rusya gibi ülkelerde de yaşanan toplumsal ve ekonomik değişmelere bağlı olarak beliren “süper zenginlik” fenomeni, sanat piyasasını yönlendiren mekanizmanın merkezine oturtulmuştur. Devlet fonlarının ortaya çıkışı, uluslararası sermaye ve onun satın alabileceği ve ticaretini yapabileceği şeylere erişimi yükseltmiştir (Whitham ve Pooke, 2013: 255-256). Devletlerin başındaki yönetsel erklerin, toplumsal yenilenmelerde sanatı yaratıcı bir sektör koşulu olarak gördüğü ve ekonomik yatırımlarda bu amaçla sanatsal faaliyetlere yer vermeye başladığını söyleyebiliriz.

Ekonomide yaşanan dalgalanmalar sanat eseri satışlarındaki niteliği etkiler. En kolay satışın gerçekleştiği sanat formu olan resim her ekonomik refah dönemlerinde canlı bir piyasaya sahipken daha az ticari pratik içeren performans sanatı ve kavramsal sanat gibi alanlarda ekonomik kriz dönemlerinde patlama yaşanır. “Bu durumda görünürde pazarlanamayan bu sanat formlarıyla piyasa arasında daimî bir rekabet görülür. Sanat piyasasını etkileyen en önemli etmenlerden biri şirketlerin oluşturduğu koleksiyon faaliyetleridir. Bu oluşumların bir kısmı 1945’ten, geneliyse 1975’ten sonra ortaya çıkmıştır” (Stallabrass, 2010: 100). Şirket koleksiyonları üzerinden çağdaş sanat piyasası üzerine detaylı bilgi akışına ulaşmak zordur; çünkü yapılan alışverişin büyük bölümü gizli kalır. Bu gizemin çözülmesi, şirketler tarafından yatırım aracına dönüştürülmeye başlayan sanatın kullanılmasında zorluklar doğurabilir.

Venedik Bienali'nin yöneticisi Robert Storr'a göre, müzelerin başarması gereken işlerden biri, "piyasanın dışına çıkar çıkmaz eserin ekonomik tarihini insanlara unutturmaktır." (Thompson, 2012: 270). Bir müzenin ya da bağışçının ödediği para ne kadar çok vurgulanırsa zihinler fiyat etiketiyle meşgul olacağından, insanların sanat eserine gerçekten bakma ihtimali o kadar azalır. Devlet destekli müzeler gibi kurumsal oyuncular yapıtların korunması ve legal sistemlerin oluşturulması ile ilgilenirken; ticari oyuncular, sanat yapıtlarını seçerek, yapıtların üretimini sınırlayarak, müze ve galerileri tercihleri doğrultusunda bilgilendirerek çağdaş sanat pazarını yönetmektedirler. "Müzayede evlerinin hakimiyeti ise, pek çok taciri sanat fuarlarına bel bağlamaya zorlamıştır" (Thompson, 2012: 345-346). Sanatı galeriler aracılığıyla pazarlamak, "katıksız" ekonomik alışverişe dayanmayan modern öncesi ticareti çağrıştıran nitelikler taşır. Bu durum bir sanat eserini ve araba satın alma arasındaki farkta görünürlük kazanır (Gielen, 2016: 168). Sanat fuarlarıysa daha çok alıcı, ama daha az koleksiyoncu yaratmaktadır. Alıcılar sanat piyasasından daha kopuktur, düşünmeden alım yapmakta ve bir galeriye nadiren ayak basmaktadırlar. Tacirlerin geleneksel rolleri her geçen gün biraz daha aşınmakta gibi görünmektedir. Sanat piyasasını yönlendiren kanaat önderleri, sektördeki yükselen ve alçalan isimler (sanatçı, tacir, koleksiyoner vb.) hakkında sürekli konferans halinde hazır bulunurlar. Sanat piyasası bir anlamda, sanatın ve sanatçının kendini meşru kılma mücadelesinin sergilendiği bir meydan olarak da sayılabileceği için, sanatçı camianın içinde yer alan eni konu dedikodulara hazırlıklı olmalıdır.

"Sanat pazarı, normal ekonomik yaklaşımların etkili olmadığı bir alandır. Bir yandan, bu bir pazar, bu yüzden orada sunulan mallar klasik politik ekonomi kategorilerinde incelenebilir" (Alakbarlı, 2014: 12). Herhangi bir sanat eserinin mali bedelinin değerlendirilmesi, müzelerde yer alan kültürel hazine varlıklarının değerlendirilme aşamasında seyredilenden radikal biçimde farklıdır. Sanat piyasasında, kültürel hazinelerin katma değeri gibi kavramların yaratılması için harcanan insan emeğinin dikkate alınması gibi bunun mallara uygulanabilirliği de zordur.

Bir sanat sisteminde üretim, dağıtım ve alım süreçlerini koşullandıran en önemli faktörler listelenir listelenmez, sanat sisteminin özerkliğinin artmasına rağmen, bu faktörlerin büyük ölçüde toplumsal sistemlerden kaynaklandığı açıktır: "Çevre, özellikle ekonomik, politik-yargı, eğitim ve sosyal yaşam sistemleri. Bu faktörler

yalnızca farklı alanlardaki süreçleri şartlandırmakla kalmaz, aynı zamanda alanlar arasındaki ilişkileri de kısmen ortaya koyarlar” (Maanen, 2009: 207). Bu faktörlerle çevrelenen sanat dünyasının her bir parçası oluşturan aktörlerin, sanat yönetimini belirgin bir şekilde “piyasa yönetimi” halinde karakterize ettiği söylenebilir. Sanat piyasası ile diğer piyasalar arasındaki benzerlik veya farklılıkları açıklamak istediğimizde, sanat piyasasının diğerlerine nazaran daha karmaşık ve kaotik olduğuna vurgu yapabiliriz.



## İKİNCİ BÖLÜM

### 2.1. Çağdaş Sanat Özellikleri ve Postmodern Dönem

“Çağdaşlık kişinin bağlı olduğu ve aynı anda mesafeli durduğu zamanıyla arasındaki tekil ilişkidir; daha açık biçimde bu öyle bir ilişkidir ki zamanda bir ayrılma ve anakronizm aracılığıyla bağlanılır. Dönemleri ile fazlaca çakışan, onunla her noktada mükemmelen buluşan kimseler çağdaş değildir; çünkü tam da bu yüzden onu görmeyi başaramaz, bakışlarını onun üzerinde tutmayı beceremezler” (Agamben, 2017: 43).

“Çağdaş” terimi, anlamı geçtiği bağlama göre belirlenen deiktik bir kelimedir. İnsanın bu kelimeyi sarf ettiği zamanla aynı zaman diliminde var olduğu anlamına gelir ama bu zamanın kendisi sürekli değişim halindedir (Rachman, 2017: 21). Öyleyse yaşanan zaman dilimindeki süresiz değişim, yeni “çağdaşlar”ı ve beraberinde yeni “birlikte düşünme” biçimlerini getirmeye devam edecektir. Çağdaş olmak zorunlu bir biçimde şimdi ve burada mevcut olmak anlamına gelmez; “zamanda olmak”tan ziyade “zamanla olmak” anlamına gelir (Groys, 2017: 62). Sanatın mevcudiyet etkisi yaratmak için “an”da mevcut olmayı bırakmasıyla açıklanan bu durum, sanatı belki sonsuzluğa belki belirsiz geleceğe yerleştiren bir ifade barındırır.

“Çağdaş” sözcüğü birçok dilde genellikle “bulunulan çağın şartlarına uygun olan” anlamında kullanılmaktadır. Çoğu İngilizce ve Türkçe sözcüklerin güncel versiyonlarında “çağdaş” sözcüğü “aynı zamanda meydana gelen, aynı yaşta olan, muasır, eş zamanlı, aynı dönemi kapsayan, şüandalık” şeklinde açıklanmaktadır. Bu anlamların hepsi birbirleriyle bağlantılıdır. Her birinde “aynı zamana, döneme ve çağa ait olma” vurgusu vardır (Smith, 2010: 369). Fransız düşünür Jean-Luc Nancy, çağdaşın içinde bulunulan herhangi bir döneme ait olma ifadesini şu şekilde özetler (akt. Tuğrul, 2016: 5):

*Michelangelo çağdaştı, Praxiteles çağdaştı; Lascaux ressamı kendi dönemlerindekiyle çağdaştı, bir sanatçı nasıl çağdaş olmayabilirdi? Onu çağdaş yapan sadece sanatın belli bir tarzını kullanması olamaz; bugün Poussin veya Renoir resim tarzını kullanan biri çağdaş olmayacaktır, hatta Renoir veya Delacroix ile bile çağdaş olmayacaktır. Hiç kimseyle çağdaş olmayacaktır. Sadece formların tekrarını gerçekleştiren bir yerde duracaktır.*

“Çağdaş” terimi, bir bakıma, bir malumat kargaşası dönemini, kusursuz bir entropiyi de tanımlıyor. Ne ki bir o kadar mükemmele yakın bir özgürlük dönemi. Tarihin sınırları bugün artık mevcut değil. Her şeye izin var.” (Danto, 2014a: 36).

Çağdaş sanatın taşıdığı en belirgin özellik, daima ikili bir alımlamanın içinde yer alıyor oluşudur. İlkin, genel kültürün bir parçası olarak; daha sonra teorik söyleme yönelik sofistike bir girişim olarak, alımlanmayı talep eder. Çağdaş pratiklerin ve bu pratikleri toplumsal güncelliklerine aykırı bir biçimde harekete geçirmeye çalışan söylemin aşırı büyümesiyle bağlantılı oluşu, çağdaş sanatın büyük ölçüde kullanıma müsait olan göndergelerden yararlanan entegre bir kültür aracı olduğuna işaret eder (Medina, 2017: 9-11). Bu fenomeni tanımlayan durum, eleştirinin ve teorinin bir yandan aşırı popüler olması, bir yandan da enikonu seyrelmesidir. Dolayısıyla çağdaş sanat, aristokratik bir popülarizm biçimidir.

Sanat dünyasında çağdaş terimi, yaklaşık 1980'den bu yana üretilen eserler için kullanılır. Bunu yapmanın maksadı son dönemlere ait sanat çalışmalarını genellikle modern olarak tanımlanan daha önceki tezahürlerinden ayırmaktır. 1980 sonrası dönem için geç modernizm veya postmodernizm diye başka terimler kullanılır; fakat 'çağdaş' kelimesini son döneme ait bir tanımlama barındırdığı için kullanmak daha doğrudur (Whitham ve Pooke, 2013: 9). Zamanla ilintili nitelermelerin yanı sıra, çağdaş olarak adlandırılan sanat formlarında geleneksel formların ötesinde daha az tanıdık bir biçimselliğin görülüyor olması da çağdaşın sınırı olmayan bir kalıbın içine yerleştirildiği fikrine temel olabilir.

“Modern sanatın tarihi bu tarih yaşandıkça yazılmıştır. Bu da böyle bir tarihin, modern sanat topluma ulaştıkça, toplumun malı olma süreci içinde yazıldığı anlamına gelir” (Lynton, 2004: 9). Uzunca bir zamandır, modern sanata karşıtlık getiren çağdaş bir sanatın doğuşu, en azından pek çok tarihçinin, eleştirmen veya müze küratörünün habitus'unda 1960'lara ve 1970'lere dayandırılır ve bu sanatın, daha önceki Avrupa avangardlarının yeni savaş-sonrası formlara dönüştüğü saha veya pota olan New York kentinde doğduğu düşünülür (Rajchman, 2017: 27). Avrupa modernizminin anlatılarından sıyrılmış bir sanatın tam olarak o yıllarda ve Amerika gibi bir sahada ortaya çıkması şaşırtıcı değildir. Modernizm, Avrupa'nın son kez sanat dünyasının merkezi olarak var olduğu döneme rastlar. Modernizmin kırılma noktasına gelindiğinde, sanatın merkezi üssünün ekonomik yönergeler doğrultusunda Amerika'ya devrolduğu söylenebilir.

Modern sanat demokrasi gibi hem çok seslidir hem de temellilik-sonrası özelliği taşır. Sanatçılar her seferinde yeni olasılıklar sunar ve bu olasılıklar her seferinde zeminle ve yeniden hemhal olmak zorundadır. Sonuç olarak, ortada ne dini

ne siyasi temsil ne usta işi zanaatkarlık ne de Fransız Akademisi'nin kuralları olunca sanatın ayağının altındaki toprakta kayar. (Gielen, 2016: 139). Bu, kimi popülist seslerin her şey olur ve modern sanatın temelleri yoktur sonucuna varmasına neden olur. Fakat, modern sanatın temellilik-sonrası yorumlamaları sanatçının sanat dünyasında takdir toplayabilmesinin tek yolunun, ortaya kendi tekil davranışıyla temellendirdiği bir ölçsüzlük koymak olduğunu göstermiştir. Modernizmin, daha dar bir şekilde Avrupa ve Kuzey Amerika'da kitlesel bir kültürel uyanış ruhuyla patlak veren sanatsal sanatların toplamı olarak anlaşılması gerekir. Temellerini yalnızca özgürleştirici değil, aynı zamanda Avrupalı ve ataerkil olan kültürel genişlemeciliğin bir gücü olarak bir modernite anlayışı içerisinde bulur (Chow, 2009: 367).

Mimesis, modernizm çağına dek ideoloji halini almadı ama bunun ardından mimesise taraf olanlar modernizmin paradigma niteliği taşıyan yapıtlarını sanat falan değil diyerek bir kenara atmaya hiç kuşkusuz hevesliyidiler. “Sanat nedir?” sorusunun belirmesiyle birlikte felsefe üsluptan ayrıldığında, Manifestolar Çağı da sona erdi. Bu kabaca 1964 civarında gerçekleşti. Sanatın felsefi bir tanımının üslup bakımından herhangi bir zorunluluk gerektirmediği, dolayısıyla her şeyin sanat yapıtı olabileceği tayin edildiği anda, tarih sonrası döneme girilir (Danto, 2014a: 71-72). Modernizm sonrası sanata damgasını vuran, dönemin üslup bütünlüğünden ya da en azından bir ölçüt seviyesine yükseltilebilecek ve bir tanıma kapasitesi oluştururken temel alınabilecek türden bir üslup bütünlüğünden yoksun duruşun sonucu olarak anlatısal istikametinin olanaksızlığının doğrultusunda, Danto sanata kısaca “tarih sonrası sanat” adını vermeyi tercih eder.

“1990’lardan itibaren “çağdaş” sözcüğü, “modern ile ilişkili olan her türlü söylemi ortadan kaldırarak son dönemdeki güncel sanatın ve onunla ilişkili her türlü temsil, yayma ve yorumlama şeklinin baskın tanımlayıcı sözcüğü olmaya başlamıştır” (Smith, 2010: 371). Nathalie Heinich’in yakın bir geçmişte, kapsamlı kitabı “Çağdaş Sanatın Üçlü Oyunu”nda ortaya koyduğu modern/çağdaş paradigma ayrımına göre, modern paradigmanda sanatsal değerlerin kaynağı sanattır ve onun dışındaki her şey yapıtın içsel değerine eklenir. Çağdaş paradigmanda sanatsal değer, yalnızca bir vesile, bir mazeret ya da bir geçiş noktası konumundaki bir nesneden yola çıkarak belirlenen bağlantılar -söylemler, eylemler, ağlar, durumlar ve duyu izlenimleri- bütününde yatar (Perniola, 2016: 79-80). Fransız sosyolog Nahalie Heinich, güncel sanatı “estetik ilkelerin, geleneksel ölçütlerin yapıbozumuna uğratıldığı akım” olarak tanımlamakta



ve modern sanattan güncel ya da diğer bir deyişle çağdaş sanata geçişte iki önemli olayın altını çizmektedir. Bunlardan biri, Rus sanatçı Casimir Malevich'in "Siyah Kare" adlı tablosu, diğeri ise, M. Duchamp'ın "Ready-Made" olarak adlandırdığı hazır-nesnelere başlığı altında yaptığı çalışmalarıdır. Hem söz konusu sanatçıların çalışmaları hem de aynı dönemde cereyan eden Dada hareketi ile "temsiliyet kodlarının, beğeni ilkelerinin, betilemenin boyutlarının ötesinde, yaratıcılık kavramının kendisi yok sayılmıştır (Heinich, 2000: 191).

Clement Greenberg ile ilişkilendirilen Modernist teori, figüratif stilleri ve hikâyeyi vurgulayan çeşitli avangard hareketler karşısında, sosyal anlamdan yoksun radikal soyutlama mantığını vurgulayan akımları ön plana çıkarmıştır. Ancak daha önce açıklandı gibi iki dünya savaşı arasındaki "tarihsel avangard" dönemin toplumsal ve politik gerçekleriyle derinlemesine ilgilenmiş, 1960'ların ve 70'lerin "neo-avangard"ı kendi nesillerinin karşılaştığı güçlükler çok farklı olmakla birlikte aynı tutumu izlemiştir. O tarihten itibaren birçok çağdaş sanatçı politik, toplumsal ve tarihsel meselelerle meşgul olmaya devam etmiştir (Whitham ve Pooke, 2013: 220).

Modernist sanatı özetleyen bu düşünce biçimi, bugünün çağdaş sanat pratiğiyle taban tabana zıt özellikler barındırır. Estetik biçimden ziyade anlam ve içerikle beslenen çağdaş pratiklerin gelişiminin izlenmesinden önce moderne karşıtlık geliştiren bir düşünce biçiminin ortaya çıkması gerekiyordu. Bu görevi üstlenen postmodernist dönem, modernist sanat ve felsefe kuramlarının ve uluslararası üslubun yarım yüzyıl boyunca kurduğu egemenliğin tartışmasına dayanan çağdaş sanat ve felsefe hareketi olarak karşımıza çıkar. Her şeyden önce bir başkaldırı ve karşı çıkış olarak nitelenebilecek bu hareket, kapitalist kültürde ya da daha genel olarak Batı dünyasında, 20. yüzyılın son çeyreğinde, mimarlık, resim, heykel, yazın gibi güzel sanatlar alanında ve özellikle de felsefe ve sosyolojide belirgin duruma gelen bir yaklaşımı dile getirmektedir (Bozkurt, 2014: 79).

'Post'ekinin sözdizimsel ve anlambilimsel nitelikleri göz önünde bulundurulduğunda "tepki olarak", "sonrası", "uzantısı olarak" gibi anlamlara gelebildiği görülmektedir. Kendisinden sonra gelen terime bu şekilde anlamlar yüklediği düşünüldüğünde "postmodernizm" kavramı modernizmin geride kaldığı, yeni bir dönemin ortaya çıktığı anlamına gelebilmektedir (Kalkan ve Altinkurt; 2001: 126). Diğer bir deyişle, postmodernizm eski döneme özgü kuram, ideoloji, değer ve eğilimlerin son bulduğunu öne sürmektedir. Postmodernizmde sanatta seçkinciliğin

terk edilmesi ve sanat türlerinde çeşitlilik belirginlik göstermektedir. “Bu terimin kullanımı, yerine geçtiği şey hakkında çok daha az spesifik olsa da modernizmin bir stil ve sona ermiş bir dönem olduğunu ima eder. “Postmodernizmin bir sanat stili ya da açıkça belirlenen bir sanatsal yaklaşım olmadığını söyleyebiliriz” (Whitham ve Pooke, 2013: 20). Biçimsel çeşitliliğine rağmen, modernizmin kabul gören sanatsal geleneklere karşı bilinçli farklılığı, bütüncül bir yapıya sahipmiş gibi algılanabilir; fakat aslında postmodernizm tutarlı özellikler içermez.

Postmodern çağ Rönesans’tan beri devam eden modernliğin kırılma noktasıydı. Modernizm bütün araçlarıyla tasfiye ediliyordu. Modern çağın ilerlemeye ve akla inanmasına karşılık postmodern çağ irrasyonellik, belirsizlik ve anarşi inançları ve duygularıyla nitelendiriliyordu. Postmodern sanatçı, modernizmin matematiksel, akılcı tavrını reddeder ve bunun ötesine geçmeye çalışır. Dolayısıyla postmodern bir sanat eserinin, ideal ölçülerde, kendi içinde mantıklı ya da tutarlı, bitmiş, bilimsel bilgiye dayalı olması beklenmez. Postmodern sanat yapısının gündelik hayatla böylesi iç içeliği, tüketim kültürünün ve geçici olmanın da bir ögesi haline gelir (Kahraman, 2007: 17-24).

*Asya, Afrika, Orta Doğu gibi dünyanın farklı bölgelerinde yaşanmış farklı modern süreçlerin ve değişimlerin ardından ortak olan şey yaşanan farklılığın çağdaşlığı, farklı görüşlerin birlikte varoluşu ve kapsayıcı bir söylemin eksikliği olduğunu söyleyen Terry Smith, bu anlamda çağdaşlığın kendisinin daha fazla “modernite” ve “postmodernite” terimleri ile karakterize edilemeyecek bir güncel dünya imgesine bir atf olduğunu belirtir (Smith, 2013: 19).*

Herhangi bir zaman/mekân gözetmeksizin ortaya çıkabilecek “çağdaş”ın üstlendiği nosyonunun, içinde bulunduğu anı tanımlayan koşullarla birlikte bireyler ve tüm toplumsal oluşumların birlikteliğinde paylaşılması eylemi, küresel boyutta bir deneyimi göz önüne serer. Farklılıklar barındırdığından dolayı zengin bir içeriği sahip heterojen kimliğiyle ama aynı zamanda bir aradılığı temsilen sahip olduğu homojen yapısıyla açıklanabilecek bu çağdaşlık halinin “güncel bir dünya imgesi” şeklindeki izahatı yerinde bir tanım içerir.

1990’lı yıllarda postmodernist kuram, içerdiği saçmalıklar yüzünden maruz kaldığı saldırılar ve anlamsız bilimsel jargonu ile okurlarını yazılması nedeniyle epey darbe almıştı; buna rağmen, en azından akademik sanat dünyasının büyük bölümünde postmodern kuram, sanat hakkındaki iddiaların sorgulanmayan arka planı olarak kabul edildiği için, ikame edilmek yerine gözden kayboldu (Stallabrass, 2010: 75).

Postmodernizm, sanatı sıradan hayatın sınırlarından uzaklaştırır ve popüler kültür ile farklı sanat biçimleri arasında bulunan genel ayırmadan öteye taşır. Sanatsal üretimin özgünlüğüne ve serbestliğine karşı duruş alan postmodernizm, gerçek sanat yapıtını üretenlerin dâhiler olduğu tezini ortadan kaldırır ve sanatı salt yinelemeye dayalı bir faaliyet alanı içine yerleştirir.

Genel olarak değerlendirdiğinizde; postmodernizm, sanatın da içinde yer aldığı kültürel dışavurumlar sunar. Bunlar tür veya stil olarak tanımlanamaz, çoğunlukla ironi, parodi, geçmiş sanatı kullanma gibi bir şekilcilik arz eder. Bundan dolayı belirsizliği temsil eder. Bu şekilciliğin, 20. yüzyılın son döneminde hızla değişen toplumsal, ekonomik, politik ve kültürel koşulların yarattığı tekinsizlik sonucu olduğu söylenebilir. Postmodern terimi 1970 lerden beri yaygın olarak kullanılıyordu fakat yüzyılın sonuna doğru güvenilirliğini kaybetmiştir (Whitham ve Pooke, 2013: 21). Estetik ve kültürel bir terim olarak fazla belirsiz oluşu nedeniyle yolu bir şekilde çağdaş dünyayı yansıtmaya çıkan tüm sanat eserleri için kullanılmaya başlanmıştır. Bunun bir sonucu olarak bazı eleştirmenler postmodernin kültürel bir kategori olarak varlığını bile sorgulamaya başladı. Diğer bazı eleştirmenlerse modern sanatın arzularını reddetmesi nedeniyle onu tepkici olarak değerlendirdi ve bu bencil yönelimleri cesaretlendirerek yanlış yönlendirdi; ki bu da bizi geç modern fikrine götürür.

Çağdaş ile post-modern arasındaki en dikkat çekici ayırım şudur: Çağdaş, postmodernin asla sahip olamadığı bir elle tutulurluğa veya somutla sahiptir. Postmodernist dönemin geç aşamalarında bile, adıyla sanıyla “postmodernist sanat” için açıldığını ilan eden kurumlar asla olmadı. Hiçbir sanat müzesi veya sanatın merkezinin önünde büyük harflerle yazılmış “Postmodern Sanat Müzesi” gibi sözcükler yoktu (Esanu, 2017: 96-97). Postmodern terimini kendi disiplinleri bünyesindeki belli bir üslup karakteristiğini ifade etmek üzere kullanan mimarlar bir yana, kültürel çalışmalar alanında ve diğer sanatsal ifade biçimlerinde bu terim savaş sonrası dönemin kültürel mantığını kavramak üzere hep soyut biçimde kullanılmıştır. Çağdaş sanat, modern sanattan ve ayrıca modern projenin üzerinde tarihsel bir yansıma olan postmodern sanattan farklıdır. “Çağdaş sanatın güncel içeriği şimdiki zamanı yeğler ve şimdi, gelecek ya da geçmişe göre daha ayrıcalıklı hale getirir. Çağdaş sanat isminin gerektirdiği üzere bir çağdaşlık sunar ki bu çağdaşlık yeni

üretmiş ya da henüz gösterilmiş olmaktan daha kapsamlı bir unsurdur” (Groys, 2009: 23).

“Sanatın kendine “çağdaş” demeye başladığı andan itibaren kaybettiği şey yalnızca dikey yapısı değildir. Çağdaş sanat “güncel olmak”, “zamanı yakalamak” istiyor, tarihsel avangardın tersine çağının ilerisinde olmak istemez, bu yüzden dünyaya gerçekten müdahale edebilecek ütopyik bir tasarıdan vazgeçti” (Gielen, 2016: 124-125). Yani bugün üretilen her şey çağdaş terimiyle etiketlenip sunulabilir ki bu da dün de yapılan her şeyi haricen silip, bir kenara kaldırabilir. Bu varsayım bize, çağdaş sanatın geçmişiyle kurduğu bağları koparmayı reddettiğini düşündürebilir.

Hem sanatsal merkezlerin çoğalması hem de önemli modern sanatçılar tarafından temsil edilen milliyetlerin sayısının artması, yirminci yüzyıl sanatındaki küreselleşmenin boyutunu gözler önüne serer (Galenson, 2009: 277). Zaman içinde, bu sayede yeni sanatsal teknikler ve stiller öncekinden daha hızlı ve daha yaygın bir şekilde genişlemiştir. Bu artan difüzyon, geçtiğimiz yüzyılda, postmodernin giderek daha kavramsal hale gelmesinin bir sonucu olarak izah edilebilir. Postmodern teorinin kendisi, potansiyel bir ütopya veya distopyanın bir hesabından varoluşsal bir gerçekliğin düz bir tanımına geçtikten sonra eskisi gibi kritik olan gücünü kaybetmiştir diyebiliriz.

“Son zamanlarda Nicolas Bourriaud ve Claire Bishop gibi teorisyenler, çağdaş sanat pratiğinin büyük bir bölümünün gittikçe daha “ilişkisel” olduğunu savunur” (Whitham ve Pooke, 2013: 87). Çağdaş sanatın model radikalizmin bir nevi sığınağı haline gelmesine şaşılacak bir taraf yoktur. Tıpkı deneysel müzik, sinema ve edebiyatın kaybettikleri köklerini nihayetinde genel anlamda çağdaş sanatın şekilsiz ve tanımlanmamış şiirsel uzamında bulması gibi kültür sektörünün yapıbozum, postkolonyal eleştiri, post-Marksizm, toplumsal aktivizm ve psikanalitik teori gibi trendlerin temellendiği kamusal alan gibi bir işlev görmesinin de şaşırtıcı bir tarafı yoktur. Sanat nesnesi daimî bir muamma koyuyorsa önümüze, çağdaş sanatın kurumları ve iktidar yapıları da kapitalist hiper-modernliğin eleştirel özbilinci gibi işler (Medina, 2017: 16-17). Sanat bir şeyin devamı da olsa ona karşı tepki, bir sentez, hatta geçmiş uygulamanın reddi bile olsa, evrilir. Öte yandan birçok eleştirmeni ve sanat tarihçesini ilgilendiren şey, bu otuz yıl boyunca sanatın özlü bir değişim geçirip geçirmediğidir.

*Çağdaş sanatın toplumsal, politik ve ekonomik değişikliklere -örneğin medya, artan toplu üretim, yaygın tüketim ve meta kültürü, çevre sorunları, savaş, etnik sorunlar, ulusal ve bireysel kimlik ile şirketlerin ticari pratiklerini konu edinir. Çağdaş sanat büyük ölçüde bu somut değişikliklerin bir ifadesi olsa da dünyanın gerçekliğini anlama çabasındaki yeni felsefi açılımlardan da beslenir. 1960'ların sonunda birçok Fransız entelektüel edebiyat, felsefe, sanat, sosyoloji, bilim ve din alanında yeni fikirler üretmiştir. Söz konusu fikirler mevcut inançlara şüpheyle yaklaştı ve yerleşik düşünmem biçimlerine meydan okudu (Whitham ve Pooke, 2013: 75-76).*

“Çağdaş sanat” kavramının dış dokunur bir içeriğinin olmadığı en iyi göstergesi, her türlü pratik ayarlamaya açık olmasıdır. 1990'ların başlarında ortaya çıkan bir şey olarak tanımlanır ve postkolonyal tartışmanın yükselişi, modernizmin anlatısı üzerindeki Avrupa-Amerika tekelinin kırılması veya Soğuk Savaş'ın son bulmasıyla ilişkilendirilir (Medina, 2017: 8). Çağdaş sanat, modernizm sonrasında postmodernizmin doğası içinde yeşeren tartışmaların odağında yer alarak bir sonrasının birden çok anlamına dayanıyor gibi bir tavır sergiler.

“Çağdaş nedir?” sorusu “Küresel nedir?” sorusundan ayrılamaz bir boyuta gelmiştir Avrupa'nın vaktiyle tekelinde bulundurduğunu düşündüğü bir “dünya” sanat tarihi ya da felsefesinden farklı olarak, “küresel” bir sanat tarihi veya felsefesi olabilir mi? Bu sorunun ortaya çıkış tarihini belirleyebiliriz. 1989: Berlin duvarının yıkıldığı ve Avrupa'nın yeni bir fikir haline geldiği; Tiananmen Meydanı'ndaki gösterilerin bastırıldığı yani Sovyet komünizminden sapan Çin'in, yeni bir yoldan, şimdilerde galip olabileceğini düşündüğü kapitalizm oyununa katıldığı yıl; Soğuk Savaş'ın sonrası, bu sorunun cevabı niteliğindedir (Rajchman, 2017: 20).

Çağdaş sanatın en kritik unsurlarından biri, sanat kavramındaki belli bir “bütünleşik alan”ı bağrına basmasıdır. Özgül mecraların, becerilerin ve disiplinlerin tanımsızlaşmasının ötesinde, “sanatlar”ın tek bir göçebe ve çok çeşitli pratik türü içinde birbiriyle kaynaşmasında radikal bir değer vardır: Her sanatçının veya kültürel hareketin, süreç içinde ürettiği mikro-anlatıların ötesindeki her türlü özgüleştirme girişimini yasaklayan bir pratiktir bu (Medina, 2017: 15-16). 1970 sonrasında çağdaş sanat, yeniden düzene sokulan, geleneklerini yeniden tesis etmeye zorlanan her türlü disiplin ve sanatta bulunan deneycilik ve isyan damadını ileri taşır. Bu durumda çağdaş sanat, 20. yüzyılın devrimci tasarılarının çökmesinin ardından ortaya çıkan pek çok sanat söyleminde deneyciliğin ve özneliğin sorgulamasının sığınağı halinde bir duruş sergiler.

“Çağdaş sanat politikasının çatısını, yüzer-gezer vurucu işçilerle, yeni-eski elitler ve oligarşiler oluşturur. İkinci grup post-demokrasiye geçişi yürütürken, ilki bu geçişin imgesini üretir” (Steyerl, 2017: 88). Bu durum aslında yönetsel erklerin tam olarak küresel iktidar örüntülerini dönüştürmedeki rolünü üstlendiğine işaret eder. Çağdaş sanat ile politika arasındaki ilişki düşünüldüğünde, sanatın, öyle ya da böyle kapitalizmin “gizli” çelişkilerini açığa çıkarabilme gücüyle, politik eylem ya da katılımın katalizörü olduğu düşünülür. Gözleme veya yorumlamaya dayalı, eğitici bir uğraş olduğuna inanılan sanata, hep karanlık ve geçirimsiz olan bir şimdide, bize şeyleri farklı biçimde görmeyi ve algılamayı öğretme görevi atfedilir (Emmelhainz, 2015: 172-173). Örnek olarak, son dönemdeki bienaller ve fuarlarda sergilenen işlerin temalarında yer alan, emek, yoksulluk, sömürü, şiddet, küreselleşme, savaş ve dışlanma gibi, toplumsal ve politik addedilebilecek sorgulayıcı tavırlar gösterilebilir.

Çağdaş adı altında müzeler, sanat merkezleri, dergiler, akademik dersler, dokümantasyon programları, iş pozisyonları, piyasanın nişleri ve benzeri uygulama ve kurumlara rastlamak mümkündür. Eleştirmenlerce akademinin dört duvarı arasında geliştirip kuramsallaştırılan ve belli belirsiz bir tarz veya soyut bir mantık gibi görünen postmodernin aksine, çağdaş sanat fenomeninin kapsamı giderek genişlemekte ve sanat dünyasının, akademinin, kültür endüstrisinin, finans, hizmet sektörü ve iş hayatının farklı alanlarında aynı anda bilfiil var olduğu görülmektedir. Bu somutluluk postmodern ve çağdaş teriminin bizzat çıkış noktaları hakkında da fikir vermektedir; zira postmodernizm kültür eleştirmenleri, sanatçılar ve mimarlar arasında yayılmışken, bugün kullandığımız şekliyle “çağdaş sanat”, yeni tür sanat kurumlarını, müze departmanlarını adlandırmak veya belli başlı müzayede evlerinde yeni bir satış bölümünü tarif etmek için sanat yöneticilerinin 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren üstüne basa basa kullandığı bir sıfat haline gelmiştir (Esanu, 2017: 97).

Yetmişlere damgasını vuran ve günümüze kadar uzanan en önemli değişiklik, sanatçıların geleneksel sanatçı malzemelerinden uzaklaşarak her tür şeyi, bilhassa gündelik hayatımızdan nesne ve maddeleri kullanmaya başlamaları oldu. Böylece Çağdaş sanat felsefesinin temel sorularından biri doğdu. Sanat ile sanat olmayan, ama pekâlâ sanat eseri olarak kullanılacak gerçek şeyler arasındaki fark nedir? 1970'lerde Alman guru Joseph Beuys, her şeyin sanat olabileceğini iddia etti. Hayvan yağıyla sanat yaptığı için, eserleri de bu iddiayı destekliyordu. Guggenheim Müzesi'ndeki bir sergisinde, ortada avluda küçük bir buzdağı boyutunda bir hayvan

yağı yığını bulunuyordu. İmzası niteliğindeki bir diğer malzemede keçe battaniyelerdi. Bu sanatçı için taşıdığı anlamını bir açıklaması- ya da bir efsanesi - vardı. İkinci Dünya Savaşı'nda savaş pilotluğu yaparken Kırım'da uçağı düştükten sonra Beuys'u bulan yöre halkı, onu sağlığına kavuşturmak için bedenini hayvan yağı ile kaplamış ve keçe battaniyeleri sarmıştı. Dolayısıyla bu iki malzeme- sıcaklık evrensel bir insanı ihtiyaç olduğundan, yağlı boyanın asla sahip olamayacağı kadar fazla- anlamda yüklüyor simgelere dönüşmüşlerdi (Danto, 2014b: 32-33).

Belli bazı çağdaş düşünürlerin sanatın tanımlanamaz oluşuna verdiği yanıt şu olmuştur: “Bütün sanat eserlerinin gerçekten de tek bir yapılma nedeni ya da tek bir değerlendirme tarzı olmamakla birlikte, sanat eserlerinin ortaya çıktıkları ve tasarlandıkları kurumsal ve tarihsel bağlamla ilişkilerini belirlemek suretiyle bir şeyin sanat oluşu için zorunlu ve yeterli koşullar sayılabilir” (Sartwell, 2000: 25-26).

Resmin yerini alan şey; yani, bir süre öncesine kadar duvarlarında asılı portreler gördüğümüz mekanları işgal eden nesne asamblajları, fotoğraflar, videolar, bilgisayarlar ve hatta bazen performanslar. Ancak bu argümanları “tarafgir” olmakla suçlamak haksızlık olur. Gerçek şu ki “sanat” farklı sanatları birleştiren bir ortak kavram değildir. Onları görünür kılan aygıttır. Ve “resim” yalnızca bir sanatın adı değildir. Sanatın bir görünürlük formunun sunulma sisteminin adıdır. “Çağdaş sanat” aynı yeri işgal eden ve aynı görevi gören o aygıtın özel adıdır (Ranciere, 2016: 27).

“Her şeyin sanat olabilmesi, her şeyin sanat olduğu anlamına gelmiyor. Duchamp, Platon'dan günümüze neredeyse tüm estetik tarihini reddetmeyi başarmıştır” (Danto, 2014a: 38). Sanatın “aura”sını kaldıran, yalnızca Benjamin'den Debord'a Castoriadis'ten Baudrillard'a devrimci düşünce olmamıştır; bu ifşa sürecinde, bizzat sanatçıların (Duchamp'dan Warhol'a, Fontana'dan Boltanski'ya, Christo'dan Beuys'a çok daha fazla payı vardır: Onlar, düşünürlerinki denli radikal bir emek ortaya koymuşlardır (Perniola, 2016: 79). Duchamp'ın eserleri felsefi anlamda çok zengindir. Bilhassa yüzyıllardır sanat kavramına ait olduğu düşünülen güzele yaklaşımından ötürü. Ne de olsa on yedinci yüzyıldan itibaren sanatçı mezun eden kurumların çoğunun adında güzel kelimesi bulunuyordu: Güzel sanatlar. Bir şeyin güzel olmadan da sanat olabileceği düşüncesi, yirminci yüzyılda felsefeye yapılmış en önemli katkılardan biridir (Danto, 2014a: 40).

Kuspit “Sanatın Sonu” kitabında (2014: 161), And Warhol’un her şeyin sanat olabileceğine ve bu durumun ticari getirilerinin olağanlığına dair kurduğu şu cümlelerine yer verir:

*Piyasa sanatı, sanatın ardından gelen aşamadır. Ben bu işe ticari sanatçı olarak başladım ve piyasa sanatçısı olarak bitirmek istiyorum. Adına ister “sanat” densin ister başka bir şey, bu işi yaptıktan sonra piyasa sanatına yöneldim. Sanatçı işadama ya da işadama sanatçı olmak istedim. Piyasada iyi iş yapmak sanatın en büyüleyici yönü. Hippi döneminde insanlar piyasa düşüncesinden uzaklaşmışlar, “Para kötüdür” ve “Çalışmak kötüdür” gibi şeyler söylemeye başlamışlardı. Oysa ki para kazanmak sanattır, çalışmak da sanattır, piyasada iyi iş yapmaksa en iyi sanattır.*

Andy Warhol, sanatçının beş para ile kaygısız görünmesi gerektiğine dair beş yüzyıllık kutsal geleneklerini kararlılıkla bozdu. Para ile büyülenmişti, kazanmayı seviyordu ve bunu asla saklamaya çalıştı (Galenson, 2009: 330). Warhol’un ilk pop tabloları, para veya diğer finansal araçların resimlerini içermediğinde bile, görüntüleri güçlendiren teknikleri kullanarak, doğrudan ticarete doğrudan referansta bulunurlar.

Warhol’un inovasyonundan bu yana göreceli olarak az sayıda sanatçı, materyalist sanatçı modelini benimsemiştir. Çağdaş sanat pazarının arz-talep döngüsündeki işleyişi örnekleyen Jeff Koons ve Damien Hirst Warhol’un izinden giden sanatçılar arasına yerleştirebiliriz. İki de önemli sanatsal yenilikçiler sayılacak potansiyel taşır; ikisi de benzer öneme sahip katkıları olduğu düşünülebilecek diğer sanatçılardan çok daha fazla ün kazanmıştır (Galenson, 2009: 341). Warhol’un modeli hem şöhret hem de servet kazanmak isteyen sanatçılar için açıkça faydalı olabilir ve sayıları büyük olmasa bile, gelecekte verilen iki örnek şahısta olduğu gibi, bazı önemli sanatçıların seçimi olmaya devam etmesi muhtemeldir.

Çağdaş sanat, geçmişten gelen sanatı benimseyip, eskiyi canlandıran tiyatrolar gibi, kendini durmadan yenilemektedir ve yitik kalıplar ve güçlerin uçurumu karşısında şaşkınlık içindedir (Rosenberg, 1980: 15-17). Bilindiği gibi, yeni bulgular sanatı zaman zaman kendi dışında bir şey olmanın sınırına götürmekte ve böylece çağdaş sanat çoğu kez sanat olmayan alanlara sıçramakta, sanata-karşı bir tavır benimsiyor gibi izlenim sergilemektedir. Çağdaş sanat, kitle kültürüne karşı ve belki de konuyla ilgili daha fazla etkiye sahip olan seri üretimden mahrum bırakılmasıyla ilgili tanımlamalarda kendine yer bulur (Stallabrass, 2004: 96).



Sotheby's in Çağdaş Sanat bölümünün dünya genelindeki başkanı olan ünlü müzayedeci Tobias Meyer'in 'en iyi sanat, en pahalı sanattır, çünkü pazar o kadar akıllıdır' ifadesi, çağdaş sanat pazarının spekülatif bir yatırım aracı olarak görülmesini destekler nitelikte olsa da, 'realite avant-garde'ın yakın tarihi içinde saklıdır: "ucuz" çağdaş sanat ile büyük paraların ilişkisi, 1960'larda Pop Sanatı'nın avant-garde'ın tanımına ticareti katılmasıyla başlamıştır' (Panero, 2009: 27-28). Robertson (2005: 15) çağdaş sanat yapıtlarını üç kategori altında değerlendirir: Çöp, alternatif ve çarpıcı. Çöp, yatırım geri dönüşünün yüksek risk altında olduğu kategori; alternatif, kültürel sektör için bir soru işareti olarak görülen, dolayısıyla pek desteklenmeyen kategori; çarpıcı ise medyanın ilgisi üzerine çeken ve kültürel sektörün desteğini alan kategoridir. Bu nedenle çarpıcı kategorisinde yer almak, marka sanatçı olabilmek için hedeflenen ilk basamaktır.

*Sanattan artık birçok alanda belirli bir amaca hizmet eden bir etkinlik olarak yararlanılmaktadır. Karlılığın çağdaş teknikleri, yenilik, buluş ve yaratıcılıktır. Uzun zamandır finans uzmanlarını da sanatçıları da aynı kaba koyan bir " yaratıcı sınıf"tan, bir " yaratıcı sektör" veya " yaratıcı endüstri"den bahsedilmektedir. Bugün bienaller metropollerini pazarlamanın başat ortamı sayılmaktadır. Sanat, ayrıca, kentsel dönüşüm ve rant üretiminin, spekülatif emlak piyasasının ve lüks piyasasının; öte yandan, Balkanlardaki gibi, kimliklerin parçaları inşa edildiği, " kültür savaşları"nın ve " kültürel diploması"nın en etkili iletişim güçlerinden biri sayılmaktadır. " sanat yönetimi" disiplininin kurulması, sadece iş hayatı ile sanat dünyasının kaynamasının değil, bu gelişmelerin de bir sonucudur. Sanat yönetiminin başlıca amacı, sanatı estetik modernizm ve avangard ile kazandığı özelliklerinden yalıtarak işletmeleştirmek, şirketleştirmek ve denetim altına almaktır. Sanatçı emekle özdeşleştirmektir (Artun, 2014: 21-22).*

Çağdaş sanatın siyasal bir yanı varsa, onu modern/postmodern karşıtlığı çerçevesinde değil, siyasal "üçüncü"yü, yani sanatın dünyası ile sanat olmayanın dünyası arasındaki değiş tokuş ve yer değiştirme oyunu üzerine kurulu olan siyaseti etkileyen kültürel ve ekonomik dönüşümleri çözümleyerek kavrayabiliriz (Ranciere, 2016: 53).

## **2.2. Kültür Endüstrisi ve Kültürel Bağlam**

Kültür, Toplumların biyolojik olarak değil de toplumsal olarak kuşaktan kuşağa aktardığı maddi, maddi olmayan ürünler bütünü, simgesel öğrenilmiş ya da özellikler toplamında insan etkinliklerinin kalıtımsal değil de toplumsal olarak aktarılan yönlerinden oluşan bütündür. Bu kavramı, ilk kez 17. yüzyılda doğal hukuk düşünürü Samuel von Pufendorf kullanmıştır. Pufendorf'a göre, kültür doğaya karşıt olan ve belli bir toplumsal bağlam içinde ortaya konan tüm insan eserleridir. Esas

Aydınlanma Çağı'nda kültür kavramının gelecek yaratıcısı ünlü Alman filozof Herder'dir. Ona göre kültür, bir ulusun bir halk ya da topluluğun yaşam tarzıdır. Herder'in söz konusu kültür kavrayışı, kültüre tarihsel bir boyut kazandırırken günümüz kültür görüşüne çıkan yoldaki en önemli kilometre taşın meydana getirir. Antropolog E. B. Taylor 1871 yılında kültürü; bilgileri, inançları, sanatı, ahlakı, yasaları, gelenekleri ve bir toplumun üyesi olarak insanın edindiği bütün öteki eğilim ve alışkanlıkları içeren kompleks bir bütün olarak tamamlanmıştır (Cevizli, 2007: 1048).

Kültürel formların dönüşümü, en geniş anlamıyla tarihin konusudur. Ampirik bir disiplin olarak tarih, her tekil vakada, bu değişim tezahürlerinin somut temellerini ve nedenlerini saptamakla yetinir. Gelgelelim derinde yatan süreç, hayat ile hayatın ürünleri arasındaki sürekli mücadeledir. Bir süre sonra esnekliklerini yitirip katılaştıran hayat ürünleri, bütün değişkenliği, hareketliliği ve gelişmesiyle hayata ayak uyduramayarak onun gerisinde kalır. Kültür içeriklerinin, nihayetinde bütün kültürel sınırların durmak bilmez değişimi, iki şeyin göstergesi, daha doğrusu sonucudur: bir yanda hayatın sınırsız verimliliğinin, diğer yanda durmaksızın evrilip dönüşen hayat ile, onu var eden sorunların ya da tezahürleri nesnel geçerliliği ve yaşama iddiaları arasındaki derin karşıtlığın (Simmel, 2017: 56-57).

Kültürel disiplinler alanında 1980'lere kadar konuya ilgi çok da fazla değildi. Fransız literatüründe, özellikle Pierre Bourdieu'nün çalışmalarında bir "alan" olarak ekonomi, sayısı iki elin parmaklarını geçmeyen ve kendilerine has söylem ve değerlendirme tarzlarına sahip sosyal nüfuz bölgelerinden biri olarak görülüyordu. Bourdieu, nesnelere araçsal değere sahip olduğu ekonomik alanla, sembolik değere sahip olduğu kültürel alan arasında bir ayrım olduğunu ileri sürüyordu. Bourdieu'nün, bireyler için sembolik bilginin gerekliliğini ifade etmek için tanımladığı "kültürel sermaye" kavramı, pek çok sosyolojik araştırmada ampirik uygulama alanı buldu (Hutter ve Throsby, 2013: 14). Bu kavram, esinini, kültürel sermayeyi Ortodoks ekonomi terimleriyle dayanıklı kültürel varlık olarak yorumlayan görece yeni görüşlerden değil, Marksist toplumsal sınıf kavrayışından alıyordu. Marksist düşüncenin etkisi, "kullanım değeri"ne yaptığı vurgunun yenilenmesinin vuku bulduğu sanatın, aslında kültürel dünyanın yaygınlaşan metalaştırılmasından etkilenmediği vurgusu ile birlikte, Baudrillard'ın çalışmalarında da karşımıza çıkar.

“Hayat, salt biyolojik düzeyin ötesine geçip tin düzeyine doğru geliştiğinde, tin de kültür düzeyine yükseldiğinde, bir iç çatışma ortaya çıkar. Kültür evriminin tamamını, bu çatışmanın belirmesi, çözüme ulaşması ve yeniden ortaya çıkması oluşturur. Zira hayatın yaratıcı hareketinin, hayata ifade ve gerçekleşme formları sunan birtakım yapıtlar ürettiği her yerde, buna kültür deriz” (Simmel, 2017: 55). Medeni kanunlar ve anayasalar, sanat eserleri, din, bilim, teknoloji ve benzeri faktörler, hayatın devingen akışı içerisinde, ortaya çıktıkları andan itibaren kendilerine ait sabit bir form ve içerik haline dönüşürler.

“Kültür ve sanat tek başına hep bir tamamlanmamışlık, birlikte kullanıldıklarındaysa fazlalık ve aşırı vurgu hissi verirler” (Aysun, 2014: 7). “Sanatla toplum arasında bağ olduğunu düşünmek XX. yüzyılın ilk yarısında estetik ve felsefede, Marksist düşüncede ve de İkinci Dünya Savaşı sıralarında, sınıflandırılması güç sanat tarihçilerinde ortaya çıktı” (Heinich, 2013: 22).

En azından Batıda (ve belirli Doğulu teorisyenlerin kafalarında), sanata tepki olarak verilen estetik ve kültürel değerlendirmeler iki tür yaklaşıma meyilliydi: Sanatın taşıdığı değer yargısını belirleyen tek bir kilit nitelik/özelliğ olduğu ve niteliğin/değerin değerlendirilmesi için gerekli atanan özellikler, girdiler, etkiler, sonuçlar gibi bir kombinasyonun olabirliği durumu (Smith, 2013: 42). Bunlar, daha yakından incelendiğinde, aslında ilk değerini ikinciyi barındıran niteliklere haiz bir örnek olduğu açığa çıkar; birkaç nitelikten bir tanesi, diğerleri arasından, diğerlerinin de gerektirdiği şekilde seçilmiştir. Yani bir tanesi diğerlerini de içermekte, özetlemekte ya da onlara bağlanmaktadır.

“Sanat, kültürler içinde anlamın tekrar tekrar oluşturulduğu yordam kümelerinden biridir. Anlam, biçim ve etki kazanan değerdir. Anlam, değerler sayıldığında gerçekleşir” (Smith, 2013: 46). Değerler deneyim aşamasında üst üste binerek çakışır ve yalnızca entelektüel bir soyutlamayla birbirlerinden ayrılabilirler. Örneğin, bir sanat yapıtının toplumsal değeri ya da politik etkileri, çalışmanın anlamının bir boyutu ve dolayısıyla içsel estetik gücünün ve deneyimin çekiciliğinin bir parçası haline gelebilir. Benzer şekilde, deneyimlemekten hoşnut olduğumuz bir sanat yapıtının sanat tarihinde inanılmaz bir öneme sahip olduğunu bilmekle, daha çok psikolojik yatırım yapmamız ve çalışmanın, içimize daha güçlü bir estetik deneyim sağlamamıza neden olan bir yüceltmeyle doğması mümkündür (Shusterman, 2013: 49).

Sanatın skandala yol açması durumunda olduğu kadar, sanatın kültürel değerinin açıkça kamuoyunun gözleri önüne serildiği bir başka durum yoktur. Bu yeni bir şey değildir. Örneğin, 1815'te Goya'nın Nü Maya'sı, kamuoyunu, sanatçıyı İspanyol engizisyonunun gözüne sokacak şekilde çalkalamıştı. Bugün bir kültürel değeri konu olarak görülen yapıt, zamanın kimi otoritelerince kültürel açıdan yıkıcı bulunmuştu. Kültürel değere ilişkin benzer fikir çatışmaları, düzenli aralıklarla günümüze kadar süre gelmiştir (Brooks, 2013: 253). “Bugün sanat aynı anda hem geçmişe hem de geleceğe ait bir şeye bunun tek anlamı vardır: “şimdi” sanat yoktur. İşte çağdaş sanatın ahmakça iddiası da budur: O, sanat değil kültür olmayı istemektedir” (Roelstraete, 2017: 80).

Kendi başına sanatın -toplumun gözünde çoğunlukla faydasız, dolayısıyla işlevsiz olan sanatın- çağdaş toplumda hangi rolü üstlendiği sorusunu soran Luhmann, sanatın bir “olasılıklar şuuru” yarattığı kanısındadır. “Hiçbir şey hem gerekli hem de imkânsız değildir” ya da “olan her şey her zaman başka şekilde de olabilir”, sanatın çağdaş topluma iletildiği mesajdır. Luhmann modern sanatın işlevine dair yaptığı bu tanımlamayla aynı zamanda sanatın olasılıklarından biri olan “ölçsüzlük” için de yer açmaktadır. Dahası, ölçü, varolan bir her şeyle veya kültürel açıdan kesin kabul görenle açıklandığında, ancak bu standartların dışına çıkıp işin içine bir ölçsüzlük karıştıran şey sanat olarak tanımlanabilir (Gielen, 2016: 138).

Aydınlanma ilerledikçe sadece özgün sanat yapıtları zaten var olanı salt taklitten kaçabildi. Sanat ile bilimi, kültür alanları olarak bir arada idare edebilmek için birbirinden koparan, ikisi arasında halihazırda geçerli olan antitez, eninde sonunda, kesinlikle karşıt eğilimlerin iç içe geçmesine neden olur. Yeni-pozitivizm bilimi estetikçiliğe, yani kendini aşacak herhangi bir yönelimden yoksun, yalıtılmış göstergelerden oluşan bir sisteme dönüştürür. Bilim, matematikçilerin uğraşlarının dönüştüğünü çok önceden böbürlenerek ilan ettikleri şeye, bir oyuna dönüşmüştür. Tümleşik suret olarak sanat ise, tekniğe varıncaya kadar pozitivist bilime teslim oldu. Dünya gerçekten bir daha yaratıldı ve sanat ideolojik bir ikililik, uysal bir röprodüksiyon oluverdi. Gösterge ile imgenin birbirinden ayrılması önlenemez. Ama bu ayrılma farkında olmaksızın, kendinden memnun bir biçimde tekrar hipostazlaştırılırsa; bu yalıtılmış ilkelerin her biri hakikati yıkmaya sürüklenecektir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 36-37). İmge, hem kullanım nesnelere yaratılmasının imlediği türden genel faydanın esas aldığı bir ‘ortaklığı’ hem de sanat

nesnelerinin sahip olduğu türde bir ‘tekilliği’ barındırır. Özellikle icraya dönük avangart ve popüler sanat işlerinde yapmanın, edimin, poiesis’in, sanat işlerine katkısı dolaysızca izlenebilir. Kullanım nesnesi ile estetik duyum nesnesi bu işlerde sürekli olarak iş bölümü içerisine girerler. İşlevsel, yaşamı kolaylaştıran şeylerle kullanışsız, nedensiz estetik nesnelere, Jacques Ranciere’in deyişiyile “eşitlikli bir iç içelik” sunarlar (Tabuoğlu, 2016: 23). Yani sanat işleri, bir bakıma hem toplum hem de kendisi içindir.

Sosyal kökenin etkisi, çoğu kez sanıldığı gibi, gelir ve hayat seviyesi eşitsizlikleriyle sınırlanmaz: sanat müzeleri gezimi ve eğitim seviyesi arasındaki istatistik ilişkiyi göstererek Bourdieu, Marksist “ekonomik sermaye” kavramına, diplomalarla ölçülen “kültürel sermaye” kavramını ekleyecektir. Ticari değere indirgenir olmayan “sembolik ürünlere” erişme olasılığı yalnız mali olanak koşullarına bağlı olmayıp, aynı zamanda derin içselleştirilmiş, biraz bilinçdışı, ifadesi zor eğilimlerce de koşullanmıştır: iç ölçüler, zevkler, alışkanlıklar gibi. Ekonomik kazançla belirlenmiş olan geleneksel sosyal pozisyonlar piramidi ikiye bölünüyor: ekonomik sermaye ve önemli bir nedensellik faktörü olan kültürel sermaye. Böylelikle “sanat sevgisi” ilk elde “egemen sınıfın baskısını almış kesimlerde” var olduğu beliriyor; ekonomik sermayeden çok kültürel sermaye ile donanımlı olmalarından ötürüdür bu (Heinich, 2013: 64).

Belirsiz bir terim gibi görünebilecek olan ve tam olarak ticaret, teknoloji ve iletişimin dünya çapında gittikçe daha çok entegre olması olarak anlaşılabilen Küreselleşme, eski emperyalist güçlerin hafifleyen bölgesel statüleriyle birlikte 1940’lar ve 1950’lerden itibaren özellikle belirgin hale gelmiştir. Doğu Bloku’nun parçalanmasıyla birlikte Berlin Duvarı’nın yıkılışı küresel bütünleşme sürecinin hızlandırmıştır (Whitham ve Pooke, 2013: 231). Ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel boyutlarda olan bir kavram olarak karşımıza çıkan küreselleşme, tüm dünyada 1980’li yılların ortasından itibaren çok daha belirgin olarak hissedilmeye başlanmıştır. Küreselleşme ile ulus- devlet egemenliği güç kaybetmekte ve kültürler birbirlerine daha da yaklaşmaktadır (Aktan ve Şen, 2003: 145).

*Demir Perdenin yıkılıp, Soğuk Savaş’ın son bulmasını izleyen küreselleşme döneminde dünya bir “kültür dönemeci”ne girdi. Toplumsal, ekonomik, siyasal hayat ve düşünce giderek kültüre soğruldu. Modern zaman ve mekan, tarih ve coğrafya, ruh ve bilinç; bütün bunları kuran mitler ve metafizik geride kalıyor, modernlik sonrası bir çağa geçiliyordu: endüstri ve Fordizm sonrası; tarih ve ideoloji, komünizm ve kolonyalizm sonrası; hatta modern öznenin parçalanmasıyla birlikte, insan sonrası (Post-human). İşte bu sonraki post zamanlar, artık kültürün biteviye şimdiki zamanını ya da çağdaşlığını ifade ediyordu (Artun, 2015a: 9).*

Küreselleşmeci sermaye, ortaya konan eserlerin kimler tarafından üretildiği ile ilgilenmez onun için önemli olan ortaya konulan yapıtın kendi amaçlarına ne kadar hizmet edebileceği, kendi ideolojilerini destekleyip desteklemediğidir. Bu bağlamda en iyi sanat kendi siyasetine en fazla hizmet eden sanattır. Bu doğrultuda küresel sermayenin sanattan beklediği çoğunlukla küreselleşme siyaseti doğrultusunda popüler olana tüketim kültürüne, yerele ve çoğulculuğa hizmet etmesi, küresel sermayenin emperyalist düşüncesine de katkıda bulunmasıdır (Akbulut, 2012: 407). Bunun yanısıra sermaye küreselleşme düşüncesi doğrultusunda kültüre verdiği destekten iki yönlü çıkar amaçlar. Hem kendi siyasetini kültürel anlamda desteklemesi hem de kültüre yaptığı destekle kendi reklamın yaparak sermayenin artırımına katkıda bulunmasıdır.

Kültürel ve politik alanlar arasındaki ilişki, yani, kültürün politika adına araçsallaştırılması daima olağandı. Fakat Yudice'e göre, kültür projeleri, küreselleşen sivil toplum, hükümetler, hükümet dışı kuruluşlar, piyasa, kültür yöneticileri ile kültürel ve yaratıcı endüstrilerde çalışan kişiler, kültürü kavrayış biçimimiz ve onun adına yaptıklarımız üzerinde beklenmedik bir dönüşüme yol açtı (Emmelhainz, 2015: 177). Bu dönüşümle birlikte o bildik çelişki, yani, kültür ürünlerinin kitle tüketimine sunularak değersizleştirilmesi ile kültürel demokratikleşme süreci arasındaki çelişki yeniden gündeme gelmiştir. "Adorno daha 1960 yılında, "Kültürden söz edenin, bilerek ya da bilmeyerek yönetimden söz ettiğini" belirtir. Ama şimdi bu durum oldukça ilerdedir. Çünkü yönetim giderek kültürelleşmiş, yani bizatihi kültüre dönüşmüş, kültür de yönetimselleşmiştir" (Artun, 2015a: 43).

"Ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye arasındaki korelasyon zorunludur" (Towse, 2003: 180). "Bourdieu'ye göre kültür kaçınılmaz olarak iktidar ilişkilerini içerir. Alanda hüküm sürenler ve hükmedilenler iktidarın yapısal halleridir. Tahakküm ve tabiyet ilişkisi başka alanlarda (ekonomik alan, politik alan) türdeşlik (homoloji) içerir, benzerlik gösterir" (Bourdieu, 2009: 1). Bourdieu'nün kültürel üretim alanında "inancın üretimi"nden bahsettiği bölümde ikna gücü olan mekanların (galeriler, müzeler, yayınevleri vb.) üretim alanı ile tüketim alanının benzerlik gösterdiği temelde belirleyici izleyici kitlesine hitap ederek, bu mekanların ürünün değerini yükselttiğini ya da azalttığını belirtir. "Walter Benjamin, Mekanik Röprodüksiyon Çağında Sanat Eseri'nin son sözünde, kitlesel kültür üretimini siyaset ve faşizmin

estetikleştirilmesiyle bağlantlandırır” (Gielen, 2016: 131). Esas olarak, sanatın teknik röprodüksiyon yüzünden aura’sını kaybettiğini savunmasının yanı sıra, Benjamin ilgi çekici bir aşama daha başlatır. Sanat ile toplum arasında veya daha belirgin haliyle kültür üretimi ve siyasi sistemler arasında özel bir ilişki kurulduğuna dair bir söylemdir bu. Güzel sanatlar ve kültüre ilişkin politik formülasyonlara yapılan salt ekonomik ve araçsal değer kavramları müdahalesine odaklanan Holden, sanat ve kültürel miras gibi kültürel ürünlerden ve hizmetlerden elde edilen tüm değerleri, ekonomik değerleri de teşkil edecek şekilde içine alan bir terim olarak “kültürel değer”i kullanmayı tercih eder (Hutter ve Throsby, 2013: 18). Onun modelinde, sanatın araçsal değeri, sanatın içsel ve kurumsal değerleri tarafından artırılır, kurumsal, yani “ekonomik olmayan” değerlerin politika oluşturma noktasında tıpkı araçsal değerler gibi önemli görülmesi gerektiği savunulmaktadır.

Kültür Endüstrisi kavramının düşünsel yapısını oluşturan Adorno, kültürü “paradoksal bir meta” olarak tanımlar. “Takas yasasına o kadar bağlıdır ki, takas edilemez; kullanım sırasında da öyle körü körüne tüketilir ki, kullanılamaz olur” (Adorno ve Horkheimer, 2014: 215). Adorno’ya göre kültür endüstrisi kavramının ilk unsuru, izleyiciyi bütünletirmesi, onu mütemediyen tekrarlanan, ama asla hayata geçirilmeyen bir vaada maruz bırakmasıdır. “Kültür endüstrisi durmadan vaat ettiği şeylerle tüketicisini durmadan aldatır.” (Artun, 2014: 221).

*Kültür endüstrisi, tüketicileri kendine benzetir ve tüketici özne değil, nesnedir. Kültürel varlıkları tamamen mala dönüştüren kültür endüstrisi ne mutlu bir hayatın, ne de ahlaki bir sorumluluğa götüren yeni bir hayatın rehberidir. İnsanları bağımlılaştıran, köleleştiren ve mutluluktan uzaklaştıran kültür endüstrisi, aldatıcı bir memnuniyet duygusuyla refah havası yaratmaktadır. Asıl etkisini aydınlanma karşıtlığında gösterir ki, teknik egemenlik olarak aydınlanma, kitleleri aldatma haline gelir ve bilinci zincire vurma yöntemine dönüşür. Bu da bağımsız bireylerin gelişimi için bir engel teşkil eder (Adorno, 2008: 76-83).*

Endüstri toplumunun tahakkümü insanlarda artık temelli olacaktır. Kültür endüstrisi ürünleri insanlar perişan halde olsa bile canlı bir biçimde tüketileceklerdir. Ama bu ürünlerin her biri herkesi başından beri, iş saatlerinde ve benzeri dinlence saatlerinde nefes nefese bırakan dev ekonomi çarkının bir modelidir (Adorno ve Horkheimer, 2014: 170).

Sanatın siyaset ile olan bağlarının, sanatın özgürlüğünün ve özerkliğinin önüne geçtiğini, bir diğer ifadeyle bu ilişkinin problemli olduğunu savunan modernist görüş, postmodernizmin yaygınlaşmaya başlamasıyla gittikçe daha zayıf çıkan bir ses haline

gelmiştir. Frankfurt Okulu'ndan Adorno ve Horkheimer'ın ABD'de yapmış oldukları araştırmalar sonucu geliştirdikleri ve post-modernizmin temelini oluşturan kuram, sermayenin baş aktör olarak kabul edildiği yeni bir düşünce sisteminin başlangıcını oluşturmuştur (Yılmaz, 2014: 293). Sermayenin, sanatı da siyaseti de yöneten konumunda olduğunu savunan bu görüşe göre, sanat ile siyaseti ayıran keskin çizgilerden bahsetmek mümkün olmaktan çıkmıştır. Topluma, sermaye sahiplerinin yaptıkları yatırımlar aracılığıyla ulaşan kültür de başlı başına bir endüstri haline gelmiştir.

Baudrillard'a göre gereksinimlerin karşılanması anlamında ekonomik tüketimin yerini zamanımızda artık gösterge üretimi anlamına gelen kültürel tüketim alır. Nesnelere maddi nitelikleriyle işe yaramaktan çok, anlam, sembol, kod, statü, imaj, arzu ve bir "ilişki beklentisi" üretir. Tüketim bu sayede kültürel bir hadise olur (Baudrillard, 2009: 38). Bu bakımdan tüketim adeta tüketim mahiyeti kazanır. "Modern toplumun, tarihteki hiçbir kimseye benzememesi nedeniyle, on sekizinci yüzyıldan günümüze kadar olan sanatların tartışılmasında "ticari" in "düşük" ile eşanlamlı olması çarpıcı bir paradokstur" (Mattick, 2003: 24). Aynı şekilde, "kitle", kitlesel üretim ve tüketim üzerine kurulan küresel olarak bütünleşmiş bir sosyal düzende kültür için aşağılayıcı bir terim kabul edilir.

Sanatın para ve tüketim kültürü ile bağlantısı çağımızla sınırlı değildir. 17. yüzyıl Hollanda'sının orta sınıf kapitalist ekonomisi Abraham van Beyeren, Jan de Heem ve Willem Kalf gibi ressamın natürmort tablolarında zenginliğin ve aşırılığın göstergeleriyle temsil edilirken, Paris'in popüler kültürü şampanya ve meyveden gece eğlencesine ve belki de kadın barmenin kendisine kadar her şeyin satın alınabileceği Manet'in A Bar at the Folies-Bergeres eseri gibi tablolarda gözlemlenir (Whitham ve Pooke, 2013: 250). "Kültür endüstrisinin asıl getirdiği yenilik kültürün uzlaşmaz iki ögesini, sanat ile eğlenceyi amaç kavramına, yani tek bir yanlış formüle, kültür endüstrisinin bütünselliğine tabi kılmış olmasıdır" (Adorno ve Horkheimer, 2014: 182).

Toplu üretimin ortaya çıkışı 18. ve 19. yüzyılların Endüstri Devrimi ile ilişkilendirilse de satın alma 20. yüzyılda çok sayıda insan için tatmin ve mutluluğa ulaşmada merkezi konuma gelmiştir. Aynı biçimde, popüler kültürün doğası, esasen bölgesel uygulamalara bağlı olmaktan çıkıp, kitlesel izleyici katılımına dayalı hale gelmiştir. İzleyici katılımı filmler, radyo ve televizyon programları, web siteleri, kuşe



kâğıda basılı dergiler, kaydedilmiş müzikler ve interaktif oyunların ortaya çıkmasını sağlayan yeni teknolojilerin ürünüdür (Whitham ve Pooke, 2013: 240). Teknolojiye dayalı kitle kültürü ve tüketim arasındaki ilişki dünyanın birçok ülkesinde gündelik hayatın önemli bir parçasını teşkil ettiği için bunları birbirlerinden ayırt etme giderek güçleşmektedir. Benzer bir biçimde, sanat ve tüketim arasındaki ayırım da gittikçe bulanıklaşır.

1990’larda, sanat ve yaşam, daha doğrusu sanat ve kitle kültürü arasındaki sınır gittikçe erimiştir. Tüketim çağında insanlar, Hollywood filmleri, rock müziği, interaktif bilgisayar oyunları ile topluma iyice nüfus eden popüler kültürün yoğun etkisi altındadır. Sanatçılar, cesurca ele alınan grafikler, baştan çıkarıcı tüketim objeleri, ticaret ve eğlencenin canlı öyküleri ile yarış halindedir (Robertson ve McDaniel, 2005: 27-30). Bu duruma uyum sağlayan sanatçılar popüler kültürün üretim ve gösterim stratejilerini adapte eden, multimedya performansları sergi alanlarına taşıyan, film, müzik, moda gibi alanlar arasında gidip gelen ve daha çok gösteri-eğlence halini alan çalışmalar yapmaktadırlar.

“Tüketimin kimlik inşa etme süreçlerinde en önemli araçlardan biri olduğu görüşü, bireylerin tüketim pratiklerinin kim olduklarına dair bir senaryo sağlayacağı düşüncesini içerir” (Yanıklar, 2006: 122). Yani bireylerin kimlikleri kısmen de olsa ne dinlediklerinin ne seyrettiklerinin ne okuduklarının ne giydiklerinin, kısacası ne tükettiklerinin bir sonucudur. Bu yüzden pazarın kendisi kimlik oluşturma araçlarını sunmakta ve bu nedenle, bireylerin ne ve nasıl tükettikleri konusunda belirleyici bir etkiye sahip olmaktadır.

“21. yüzyılın başında sanat, yalnızca kitlesel sanat tüketiminin değil, kitlesel sanat üretiminin yapıldığı yeni bir çağa girmiştir. Bir video yapmak ve onu internet yoluyla sergilemek, herkesçe erişilebilir, kolay bir işlem halini almıştır” (Groys, 2017: 66). Çağdaş sanatın kurumsallaşması kuşkusuz Batı dünyasında zengin bir tarihçe sahip; ancak Batı’da çağdaş sanat savaş sonrası dönemde tüketim toplumunun yükselmesiyle birlikte kendi doğal ritminde gelişti. Oysa post-sosyalist ülkelerde çağdaş sanatın ortaya çıkışındaki en temel fark, burada yeni ve alışılmadık sanatsal tutumların aceleyle mevcut kültürel ortamlar içine nakledilmesi veya aşılması oldu (Esanu, 2017:99). Bu bölgede çağdaş sanat adı altında üretilen sanatı eleştiriye çok daha açık hale getiren de işte bu aynı kurumsal nakildir.

*Çağdaş sanat dünyasındaki yenilik ve kışkırtıcılık yarışında kartların bıkmadan karıştırılması ile elde edilen karışımlar, reklamcılıkta kullanılan dikkat çekici bileşiklerle ciddi bir benzerlik taşır ve bu ikisi birbirini kesintisiz besler. Kitle kültüründe ürünlerin teşhir edilmiş olduğu gibi, formlar ve simgeler karıştırıp eşleştirilir; kültürün her ögesi sanki dolar gibi değiş tokuş edilebilir, alınıp satılabilir birer nesne muamelesi görür (Stallabrass, 2010:16).*

Günümüzde sanat tıpkı herhangi bir ticari işletme gibi, kariyer fırsatları, karlı yatırımlar ve yükselen tüketim nesnelere sunuyor (Baudrillard, 2011). Bugün yaratıcılık, yenilik, özgünlük, hatta aşırı duyarlı olmak gibi özellikler iş dünyası ve hükümetler tarafından kucaklanıyor. “İlerlemeci” girişimci, sanatsal girişimciliğin sağlayacağı çıkarları kendi post-fordist iş dünyası dahilinde avucunun içine aldı. Politikacılar ise sanatı, küresel rekabette diğerleriyle farkını ortaya koyabilecek çekici bir şehrin manzarası gibi görüyorlar. Başka bir deyişle sanat 20 yıllık zaman dilimi içinde toplumun kenar kıyı bölgelerinden kalbine terfi etti. Ya da İtalyan felsefeci Paolo Virno'nun Alman yazar Hans Enzensberg'i anarak belirttiği gibi: Sanat toplumun içinde suda eriyen tablet gibi seyrelti gitti (Gielen, 2016: 15). Hazır nesne”de olduğu gibi, bir sanat nesnesi, kullanıma yönelik bir nesneden ne kadar ayırt edilemez olmuşsa, benzersizliğini, yinelenemezliğini ve kültürel otoritenin damgasını taşıdığını belgeleyip garanti etmek o kadar şart olur. Son olarak sanatçı, 18. Yüzyıldan bu yana estetik deneyimin dayandığı evrensellik ilkelerini bile geçersizleştiren benzersiz bir bireyselleşme içine girmiştir: Tekillik ve onun en ihlalcisi tezahürleri, günümüz sanatının yegâne değer ölçütü haline gelmiştir (Perniola, 2016: 77-78).

Çağdaş sanatın bütünüyle ama erişilemez söylemi ve onun kitle kültüründen ironik bir şekilde yabancılaşması, sanatın önemini toplumun bütününe aktarması için bir kelime bulunmadığı anlamına gelir. Fakir insanlardan ve kurumlarından sanatçılara ve kendilerine kadar kendi kilosunu maddi olarak çekmeyenler, saçakların ötesindedir. Kültürün kurumsal desteği, artık hayırsever bir örtüye daha az ihtiyaç duyuyor ve tanıtım, halkla ilişkiler ve pazarlama yönleri daha agresif. Kurumlar sergileri ve kurumları desteklemek için ödeme yaptığında, kurumun adı ve logosu, kurumun maddi olmayan yapısı, her yerde, daha büyük ve daha büyük tipte- bazen müzenin galeri duvarlarına kalıcı olarak yazılmış- görünür (Rosler, 2007: 4).

“Kitlesele üretilen sanat eserlerinin bazılarının artık belirsiz ve gizemli olmadığı doğrudur. Yiyecek ya da nakliyenin aksine günlük bir rutinin bir parçası olarak tüketilirler. Pek çok sanat eseri muhtemelen geçmişte olduğundan daha kısa hayatlar

yaşıyor; modaaya uygun ve sonuçta elverişsiz” (Abbing, 2002: 308). Bu nedenle, bir dereceye kadar, seri üretim ve tüketim aslında sanatın sekülerizasyonunu daha da şiddetlendirebilir ve daha az istisnai bir ekonomi içerisinde şekillendirebilir.

Günümüzde hakimiyetini sürdüren çağdaş sanat dönemi, sanat ve paranın birbirine en çok yaklaştığı dönemlerden biridir. Bugün sanat, her geçen gün artan biçimde ekonomi ile entegre olmaktadır. Bu durumun temel nedenleri arasında sanatın insanları tüketime yönlendiren yeni bir rol benimsemesi ve başlı başına bir ürüne dönüşmesi yer almaktadır. Kültür endüstrisi belli görsel eylemleri sanat olarak adlandıracak girişim ve yaklaşımları teşvik edip cesaretlendirdi. Artık “modern kapitalist toplumun, zorlayıcı ve korkutucu bir biçimde, izleyici kitlesiyle, kendisini finanse eden elitleriyle ve kendisine yol arkadaşlığı eden akademik endüstriyle aynı hızda olan bir sanatı var” şeklindeki yaygın kanaatler oluşmaya başladı. Sanatsal üretim ve tüketim süreçleri olarak adlandırılan eylemler ile sanatçının da endüstriyel çarkın bir parçası olarak mekanikleşmesi tartışılmaya başlandı.

### 2.3. Sanatta Ekonomik Manipülasyonlar

İlk bakışta, sanat, serbest ticaret pratiği üzerine olmasa da ideali üzerine kurulmuş küresel neoliberal ekonomi sisteminden çok farklıymış gibi, başka hiçbir sistemde arasında bu denli büyük fark olamazmış gibi görünmektedir. Ekonomi, mutlak ve araçsal biçimde, ulus aşırı dev ekonomik kuruluşların eşitsiz biçimde ülkelere dayattığı katı kurallara göre işlemekte; servet ve güç hiyerarşileri oluşturmaktadır (Stallabrass, 2010: 12). Ekonomi bir yandan dünya halklarının büyük çoğunluğunu zaman çizelgelerine bağlı düzenli bir çalışma hayatına mahkûm ederken; bir yandan da onları macerayla ve sinemasal yaşamların hayaliyle teselli ediyor gibi görünmektedir.

“Serbest ticaret ile özgür sanatın birbirlerine görüldüğü kadar taban tabana zıt olmadığını düşünmek için bazı nedenler vardır. Birincisi, sanat ekonomisi finans kapital ekonomisini çok yakından takip eder; finans kapital ekonomisindeki gelişmelerin etkileri çok kısa sürede sanat ekonomisinde de hissedilir” (Stallabrass, 2010: 14). Kültürel açıdan baskın olan ülkelerde, iç piyasa talebini aşan bol miktarda üretim yapılmaktadır; bu ülkelerin bu nedenle sanat ithalatı çok düşük, ihracatı ise yüksek düzeyde seyrederek. Ekonomistler yan etkilerin piyasaları bozmaya meyilli olduğunu ve bunları düzelterek politikalar uygulanmasının gerekliliği olduğunu ileri sürerler. “Ekonomistlerin harici maliyetleri hedef almak için en çok tercih ettikleri reçete, genellikle bir çeşit vergilendirme yöntemidir. Söz konusu etkinliği üretici ya da tüketicileri, etkinliğin kabul edilebilir seviyeye çekilmesi için harçlar, bedeller ya da bir takım başka cezalara tabi tutulmalıdır. Harici getirilerde ise bunun tersi söz konusudur” (Brooks, 2013: 255).

Küreselleşmenin bir devletin siyasetini büyük ölçüde etkilediği düzende, “dünyanın iktisadi alanının yapısının mali sermayedeki konuma bağlı” olduğunu vurgulayan Bourdieu (2017: 51), ekonomik politikaların kültür ve sanat üzerindeki koşullanmalarını şu şekilde özetler:

*Neoliberal yeni İncil'in peygamberleri, başka alanlarda olduğu gibi kültür alanında da piyasa mantığının sadece yarar sağlayabileceğini vaaz ederler. Kültür mallarının özgüllüğünü- her türden korumayı reddettikleri kitap konusunda olduğu gibi- kah zimni bir şekilde kah alenen reddederek, örneğin yeni teknolojilerin ve bunları kullanan ekonomik yeniliklerin sunulan kültür mallarının niceliğini ve niteliğini, dolayısıyla tüketici tatminini arttıracaklarını ileri sürerler; elbette bunun koşulu, teknolojik ve ekonomik bakımdan entegre olmuş yeni iletişim gruplarının dolaşıma soktuğu her şeyin, yani televizyon mesajlarından kitaplara, filmlere ya da oyunlara dek her şeyin, topyekün ve hiç ayımsız, enformasyon adı altında*

*sınıflandırılması, herhangi bir meta olarak kabul edilmesi, dolayısıyla herhangi bir ürün muamelesi görmesi ve kar yasasına tabi olmasıdır (Bourdieu, 2018: 72).*

Yeni dünya düzeni için kullanılan bu ekonomik kavramlar özünde, kapitalizmin 1970'lerin ilk yarısında başlayan krizinin ardından sermaye birikim koşullarının ve toplumun yeniden inşasında işlev gören argümanları tanımlamaktadır. Sermayenin yeniden yapılanmasını öngören neoliberalist tasarımlar kapsamında, post'lu eklerle tanımlanan kavram ve argümanların amacı toplumun kurucu öğelerini yeniden yapılandırmaktır (Akbulut, 2012: 404). Bu yeni sermaye birikimi modelinin ihtiyaçları doğrultusunda, piyasa sisteminde kültürel sermayeyi yaratmaya ve egemen kılmaya yönelik çabalar sergilediği anlamına gelmektedir.

Küreselleşme bu birleşmenin bütün sınırlarını, bu yaygınlaşmanın önündeki çoğunluğu ulus-devlete bağlı bütün engelleri ortadan kaldırmaya yönelik hukuksal-politik önlemler bütünüyle ekonomi alanını birleştirmeyi hedefleyen bir ekonomi politikasını işaret eder (Bourdieu, 2018: 89). Bu durum, kavramın muğlaklığından yararlanarak neoliberal politikaya sembolik gücünün bir bölümünü veren gerçek ekonomik propagandadan ayrılmayan neoliberal politikanın getirilerini açıklar.

Bu dönemde, Batı'nın önceden denenmiş ve hazır kurumsal modellerinin taklit edilmesi ve uygulanması, eskinin sosyalist yurttaşlarının yeni politik-ekonomik rejiminin mantığına uygun göstermesini sağlamak için en etkili yöntem olarak genel kabul gördü. Bu modernleşme anlayışı "tasarlanmış kapitalizm" olarak adlandırıldı. Bu süreç geçiş dönemi olarak adlandırılan yıllarda yaşandı. Yani, yabancı ve yerel; kamusal ve özel teşebbüslerin sosyal hayatın her alanında yeni tip kurumlar oluşturmaya başladığı dönemde "demokrasiye geçiş" sloganı altında, geniş çaplı bir kurum inşası süreci başlamıştır (Esanu, 2017: 99).

"Kendi zamanıyla negatif bir ilişkisi olduğu göz önünde bulundurulursa, sanatın" (Medina, 2017: 17) günümüzde böyle radikalleşmesinin ve sanat pratiğinin sürekli politikleştirilmesinin tehlike alameti olduğu düşünülebilir. Nasıl ki modern sanat endüstriyel sistemin çarklarını kırıp geçti ve sanatsal duyarlıkları/becerileri kurtardıysa, çağdaş sanat da kültürel eleştiriyi ve toplumsal radikalizmi içinde sınırlandırıldığı çeperlerden dışarı çıkarabilir.

"Sanat, topluma mal edilerek gizlice zehirlenmiştir; başka bir deyişle, ticari değerine yapılan vurgu ve üst sınıfların eğlence aracı olarak görülmesi sanatı bir tür

toplumsal sermayeye dönüştürmüştür. Sanat, sıradan olanın içine girerek benzersizliğini yitirmiştir” (Kuspit, 2014: 24). Sanatçı olmak için bir kavrama sahip olmasının yettiği inancı da sanatı aşındırmıştır; söz konusu inanç, sanatçı kavramının da sanat kavramının da açık anlamını yitirdiğini gösterir. İşte bu yüzden birçok kişi kendini sanatçı sanmakta; çünkü hemen herkesin kendine ait, bildikleri bir insan, yer ya da şeyle ilgili olarak gözde bir kavramı var.

Sanat piyasası kategorilerindeki genel fiyat hareketleri, borsadaki gibi dışsalıklar tarafından belirlenir, ancak “sektörel” veya sanat “türü” yükselir ve düşer, sanat piyasalarındaki fikir birliği ile büyük ölçüde manipüle edilir (akt. Robertson, 2005: 22). Dolayısıyla, sanat eserlerinin değerindeki yukarı ve aşağı kaymalar, bu kurumlar için çalışan oyuncuların temsil ettiği ticari ve kamu kurumları tarafından belirlenir. Sanat piyasası, giriş engelinin yüksek olduğu, ancak giriş engelinin alıcıların pahasına satıcılara fayda sağladığı diğer kısıtlı piyasaların aksine; sanat pazarlarında alıcılar ve satıcılar, ticareti kısıtlamakla aynı derecede ilgilenmektedir.

Çağdaş sanat pazarı diğer pazarlarla aynı şekilde işler ve dikkatli bir şekilde yönetilmesiyle geleceğin mavi çip stokunu sağlar. Bununla birlikte, bu piyasanın daha yakından incelenmesi, ölçeğinde büyük bir etkisi olan ve ulusal ve uluslararası düzeyde gücü olan bir kimlik, politika ve etik açığı ortaya koymaktadır (Moody, 2005: 65). Farklı bir geçici pazar eksikliğinin, periyodik sanat piyasası durgunluğunda ve muhtemelen daha geniş yaratıcı ekonomide katkıda bulunan bir faktör olarak görülmesi mümkündür.

“Yirmi birinci yüzyılın ekonomisinin temel bir özelliği görüntüdür. Markalar imajlara dayalı olarak geliştirilir, ürünler görseller aracılığıyla tanıtılır, kurumsal imaj yönetim başarısı için kritik öneme sahiptir” (Schroder, 2005: 38). Pazarın imajlara, marka imajlarına, kurumsal imajlara, ulusal imajlara ve kimlik imajlarına dayandığını anlarsak, vizyonun bilgi toplumunda yönetimi anlamak için merkezi olduğunun farkındayız. “Sanatın görünüşte yararsızlık özerkliği için bu modernleşme unsurlarından daha temel zorluklar var. Sanatın neoliberalizme ek niteliği, serbest ticaretteki eksikliğin farkında olan ve sanatta araçsal taleplerde bulunarak onu büyütme çalışan şirketler ve devletler olarak daha görünür hale geliyor” (Stallabrass, 2004: 130). Bu durumda şirketler, reklamlarla satın alınamayan bir markaya bağlılık

sağlamak için sanatı kullanmak ister. Bununla birlikte devlet, serbest ticaretin toplumsal uyum üzerindeki yıkıcı etkilerine korumakla yükümlüdür.

“Sanatların ticari olmayan değerlerle ilişkilendirilmesi son yüz yılda önem kazanmıştır ve ekonomi reddedilmiş gibi görünür. Sanat ürünleri piyasada satılmaktadır, ancak çoğu zaman örtülü bir şekilde idare edilen yönetimle gerçekleşir bu durum. Sanat ve sanatçılar son derece değerlidir ve eğer sanat, ticareti kabul doğrudan kabul etmiş olsaydı, bu tarz bir durum asla sanatsal içerikle örtüşmezdi (Abbing, 2002: 50). Önemli ekonomik veya sosyal ve kültürel değişikliklerin etkisi genellikle alım alanı aracılığıyla ifade edilir, ancak teknolojinin gelişmesi, üretim alanı ve bunun yanı sıra teknik uygulamalarını sağlamak zorunda olan dağıtım kuruluşları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir (Maanen, 2009: 244). Üreticinin taleplerini ve aynı zamanda rakip tedarikçilerin neler sunabileceğini karşılamaktadır

Sanat dünyasının siyasi ve ekonomik ayaklanma zamanlarındaki geçmiş eylemleri, gelecekteki sanat piyasası davranışları için faydalı bir rehberdir. Fransız Devrimi Fransa’yı patlattı ama Londra’yı dünya sanat piyasası merkezine çevirdi. İkinci Dünya Savaşı, Avrupa’ya israf etti, ancak 20 yıl içinde New York’u uluslararası sanat eseri haline getirdi. Yine de varlıklı Amerikalı alıcılar 1929–36 ayı piyasasından yararlandılar ve büyük Rus koleksiyoncularının paralarını, açlıklarını nakit açlık çeken bir Sovyet devletine vermek zorunda bıraktılar. 1970'lerin başında ve yine 1990'larda bile, sanat piyasasının gecikmiş sarsıntısı diğer pazarların uğradığı baskıdan daha az şiddetlidir (Robertson, 2005: 266).

Adorno “kültür endüstrisi” kavramını 1944'te ortaya atmıştı. Ama yaşadığımız post-endüstriyel dönemde herhalde artık bu kavram yerine bir “kültürel finans” olgusundan söz etmek daha doğrudur. Çünkü sanatın ve sanat ortamlarının iletişim teknolojileriyle eklemlenmesinin yanı sıra, geçirdiği ikinci en etkili dönüşüm finans dünyasıyla, para yönetimiyle aynı çizgide yer alır olduğu kesinleşmiştir (Artun, 2009). Bu durum da doğal olarak ekonomik koşulların getirileriyle mevcut spekülasyonlara sebep olmuştur.

“Dünya, muhtemelen hiçbir zaman, şu anda var olan modern kapitalist toplum biçiminde olduğu kadar kültürel bütünlükten yoksun olmamıştır. Bazı dönemlerde, estetik içgüdü kendiliğinden köreliyor gibi görünmektedir; insanlar sanki artık

biçimlere duyarlı değil gibidir ve bir üslup karmaşası içinde ya da bütüncül bir estetik hiçlik içinde yaşamaktan hoşnut görünürler. Fakat incelendiğinde, üretim yöntemlerinin doğasında bu gelişmelerin var olduğu ortaya çıkmaktadır (Read, 2018: 162). Yani özgür seçimle değil, ekonomik zorunlulukla, üretme ve pazarlama yöntemlerinde var olan doğrudan kazanç elde etme gerekliliğiyle ve iş birliği yerine rekabet temeli üzerine kurulu bir toplum yapısında kültürel birliğin bulunmayışıyla belirlenmektedir. Son iki yüz yıl boyunca sanatın bozulmasının, kapitalizmin yayılmasıyla seyreden ekonomik politikaların sanat piyasasındaki yönetim süreçlerine doğrudan dahil edilmesiyle ilişkili olduğu gerçeğinden kaçış yoktur.

#### **2.4. Sanat, Sanatçı ve Piyasa İlişkisinde Diğer Faktörler**

Sanat üzerine oluşturulan yargı ve fikirler, tarihi ve kültürel parselasyonlar doğrultusunda çeşitlilik gösterir. Sanat dünyasının içinde bulunan bütün aktörlerin birbirleriyle olan etkileşimleri sonucunda, söz konusu fikir ve yargılar zaman içerisinde değişime uğrar. Bu sebeple sanatın yorumlanmasıyla ve onun nihai değerini belirleyen ölçütlerle ilgili reel bir tekel tam olarak yoktur.

Sanat eserleri, mağaraların girintilerinden sanat piyasasının oyduğu nişlere kadar uzanan imtiyazlı uzamlarda ikamet eder. “Arkaik sanattaki şekillerin dış hatlarını kesen çizgi ve işaretlerin bu şekilleri farklı kılması gibi, sanat piyasasının eserlere verdiği yer de onları eşsiz, başka herhangi bir şeyden farklı yapar” (Leader, 2004: 77). Bu doğrultuda sanat nesnelere asla şöyledir diyerek temsil edilemeyen, sadece ötesi olarak akla getirilebilen şeyin yerini alır. Bu yüzden her zaman sanat eseri ile işgal ettiği yer arasında bir gerilim olması muhtemeldir.

“Bir sanat yapıtının etkinliğine ve onun alımlanmasına duyduğu ilgi ile “alımlama estetik”i, “üretim estetik”inin ve bu ürünü betimlemeye dayanan estetiğin geleneksel biçimlerini içerir” (Bozkurt, 2014: 257). Çağdaş estetik akımlarından biri olan “Alımlama Estetiği”nden farklı bir anlayıştır bu. Çağımızın sanat yapıtı, kendisini yaratan(sanatçı) ile algılayan(alımlayan) arasında ortak bir boyut kurmalı, sanatsal iletişim de bu boyut içinde gelişmelidir diyebiliriz.

Estetik biçimin terk edilişi içinde öznelere ve nesnelere parçalandıkları yani atomize edildikleri, sözcüklerinden ve imgelerinden yoksun bırakıldıkları bir toplumun dolaysız, en doğrudan aynasını sağlayabilse de estetik yüceltmenin reddedilişi böyle yapıtları “karşı-sanat”ları olmayı istedikleri toplumun kendisinin



bölük pörçük parçalarına çevirir (Marcuse, 1997: 46). Sanat özerkliği ve onunla birlikte içinde özerkliğin anlatıldığı estetik biçimi terk ettiği zaman, kavramaya ve suçlamaya çalıştığı olgusalığa yenik düşer.

Sanat özerk bir deneyim biçimi olarak, duyulur olanın siyasal paylaşımına temas eder. Estetik sanat rejimi, sanata sanat kimliğinin verilme biçimleri ile siyasal cemaat biçimleri arasındaki ilişkiyi öyle bir kipte kurar ki, burada otonom bir sanat ile siyasetin hizmetindeki sanat, ya da müze sanatı ile sokak sanatı arasındaki karşıtlık peşinen reddedilmiştir (Ranciere, 2016: 36). Çünkü estetik özerklik, modernizmin yücelttiği sanatsal edimin özerkliği değildir. Bir duyulur deneyim biçiminin özerkliği olarak kabul edilebilir. Bu deneyim yeni bir insanlığın, yeni bir bireysel ve kolektif hayat tarzının nüvesi gibi görünür.

Sanata kendine özgü estetik ve kavramsal değerine göre değer biçilebilecek olsa da devlet politikaları sanata yapılan özel yatırımlar işlevseldir. Sanat eserlerini satan ve toplayan özel galeriler ve ulusal müzeler, gittikçe daha çok ekonomik ve toplumsal yenilenmenin öncüleri olarak görülmektedir. “Her ikisi de İngiltere’de bulunan Tate Modern ve Gateshead’deki Baltic Centre for Contemporary Art ve Bilbao’daki Guggenheim Müzesi bunun bir örneğidir” (Whitham ve Pooke, 2013: 256).

Devlet ve şirketler, sanatı, kar maksimizasyonu çabalarının ulaşamayacağı bir yerde bırakmaktan hoşnuttur. Birçok ülkede devlet, nesnelere toplanmasında ve teşhirinde büyük rol oynar; böylece beğenilerin belirlenmesinde ve sanat hakkında yazılanlarda etkili olur. Sanat eserleri diğer metallerden tamamen farksız olsaydı, devletler bunların satın alınmasını, muhafazasını ve elden çıkarılmasını piyasa güçlerine bırakmakta sakınca görmezdi (Stallabrass, 2010: 122). Metallerin, bireyin içinde birbiriyle çekişen dürtülere seslendiği ve böylece kimliği hem böldüğü hem de tanımladığı düşünülür; müzedeki sanat eserininse, farklılığı yüceltirken bile toplumsal birliği pekiştirdiği varsayılır, birbirinden tamamen farklı referansları yeniden işleyip birleştirirken bile kolektif oluşumu güçlendirdiği kabul edilir.

Müze ya da arşiv hem kültürel hem ekonomik değerlerin birikim yeri hem eğitim yeri aynı zamanda ekonomik avantajın da sağlandığı yerdir. Burada görüntüler ve mühendislik tasarımları, birer sanat eseriymişçesine gösterilir ya da kurulurlar. Seyirliğe hazırlık niteliğindeki yazılar ve mümkün olanın yerleştirmesini yapan ekonomik anlaşmalar akademisyenler tarafından incelenebilir ve resimler, kitaplar ve

filmler halka burada satışa sunulabilir (Heinzelman, 2013: 110). Sanat eserinin tescillenmesi, bir nevi müze yöneticileri ve koleksiyonerler arasındaki karşılıklı karmaşık oyuna bağlıdır. Bir sanat eseri etrafında dönen ortaklık, temel olarak özel çevrelerden aldığı desteğin miktarına bağlıdır. “Sanat sektöründeki bu bağlantılar, kam alanı ve özel sektörler arasında, kamu kurumları ve özel kurumlar arasında, sanat ve ekonomi mantığı arasında hayati önem olan ticari bir alanı genişletmektedir” (Gielen, 2016: 74).

Sanat kurumunun hayati altyapıları müzeler, ideal olarak kurumun tarihsel bilincini temsil ederler. Zaman içinde, deneysel veya yenilikçi olan her şeyin bağlantı kurması gereken veya en azından bağlantı kurabileceği gerekli “durağanlığı” da onlar sağlar (Gielen, 2016: 93-94). O halde bütün bir sanat kurumunun geçici mantığını veya sanatsal konjonktürünü kısmen müzeler kontrol etmektedir diyebiliriz.

Geçmişte sanat müzelerinin işlevi, sadece sanat teşhir etmek değil aynı zamanda sanatın tarihini de anlatmak sayılıyordu. Dolayısıyla, önceden sanat müzelerinde ne görüyorsanız, o sanattı. Ancak şimdi sanatın ne olduğunu piyasa tarif ediyor. (Artun, 2017: 64). Ancak artık müzeler, bir bağlam kurarak sahip oldukları önceki otoritelerini yitirmişlerdir. Ve sanat piyasası da alternatif bir bağlam içermez. Bu sebeple sadece sanatın ne olduğu değil, müzenin ne olduğu da iyice muğlaklaşır. Müzeler bugün artık ulusun ve devletin görsel rejiminin örgütlendiği bir mecra olmaktan çıkmış, küresel şirketler ağına eklemlenen ve onların himayesindeki kültürel hegemonyanın temsil edildiği başlıca ortamlardan biri haline dönüştürülmüştür.

Ülkelerin siyasi politikaları, serbest pazar ekonomisi, kitle kültürü ve kültür endüstrisi müzelerin yapılarında birtakım değişikliklere sebep olmuştur. Müzeler de evrenselleşme ve özelleşme yolunda adımlar atmaya ve “küresel müze” kavramını benimsemeye başlamışlardır. Bu süreç müzelerin varlıklarını sürdürebilmek için ağın gereklerine uymayı zorunlu kılmıştır. Ekonomik sistemin bir zorunluluk olarak müzeler de kâr amacı gütmeyen kurumlar olsalar da var olabilmeleri için ekonomik gelir sağlama yönünde harekete geçmişlerdir. Bu çerçevede bazı müzeler şubeleşme eğilimi göstermişlerdir. Bu müzelere en çarpıcı örnek Guggenheim Müzesidir (Budán, 2008: 11).

“Şirketlerin sanata müdahil olması ve müze kurumunun ticarileşmesi süreçleriyle yakından bağlantılıdır, bu da onu kendi kökenlerinden, sanatçıların yönetimindeki bağımsız proje mantığından koparır” (Stallabrass, 2011: 33). Bu

durum, müzeleri ve galerileri, gösteri dozu gittikçe daha da yükselen sergiler düzenlemeye zorlayan bir olguyla, küreselleşme ile özelleştirme arasındaki bağlantıyla ilişkilidir.

Özellikle son yıllarda, sanatın bir yatırım nesnesi olarak sermaye ile karşılıklı ilişkisinde ciddi bir artış yaşanmaktadır. Sanat ve para arasında belki de zaman zaman gönülsüz kurulan bu yakın ilişkiyi 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 anlamlar kazanan oyuncular bağlamında da ele almak gerekir (Cebraioğlu, 2014: S60).

*Şirketler ciddi olarak sanat koleksiyonu oluşturmaya 1970'lerde, 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 açtılar (Wu, 2005: 261).*

Wu'nun "Kültürün Özelleştirilmesi kitabında üzerinde durduğu ve eleştirdiği nokta 1980'lerin ardından kurumların sanata müdahale etmeleridir. Sponsor olan kurumlar, sanat eserlerine müdahale etmeye başlamışlar ve müzeleri yeri geldiğinde özel etkinlikler için kiralamaya başlamışlardır. Eskiden hayırseverlik amacıyla sanat sponsorluğu yapan kurumlar, artık müzelerle, galerilerle veya sanatçılarla ortaklık kurmaya başlamışlardır.

"Artık bir sanat eserinin sanatsal değeri malzemede ya da fiziksel özelliklerde değil, sanatçı ve izleyici arasında aracılık eden kişiler, kurumlar ve süreçlerde yatmaktadır" (Acord, 2010: 449) Çağdaş sanat sergileri bu şekilde giderek sanatçının orijinal amacına yeni bir anlam ya da yorum katacak şekilde eserle iletişime geçme sürecine dönüşmüştür.

"Sanatçının, daha iyisini yapan kişi olduğuna dair eski düşünce ile bir şeyi farklı biçimde yapan kişi olduğuna dair daha modern düşünce arasında ince bir çizgi vardır" (Leader, 2004: 111). Modern anlayışta sanatçılar, başkalarının girmesini istedikleri biçime kendileri de girmekten ziyade kendi arzularının özel olduğunu, toplumun değer verdiği nesnelere ayrıldığını ve her zaman temelden farklı olan nesnelere ilişkili olduğunu gösterirler. Ancak yine de toplum sanat eserlerini bir değer vererek, bu farklı tanır ve onaylar.

Sanatın yeniliği bugün yeni bir takvimde işlemektedir ve bu takvim, hala gelişim aşamasında olan yeni bir küresel sanatın parçası olarak adlandırılabilir. “Bir zamanlar çağdaş diye adlandırılan sanatlar, hem daha önceki “modernist” katmanlarla hem de yerel “geleneksel” katmanlarla içiçe geçtikleri karmakarışık bir durum içindeki katmanlardan sadece bir tanesi gibi görünmektedir” (Rajchman, 2017: 31). Bu durumda sanat eleştirmeniyle eski rolleri değişmiştir. Sanat eleştirmenlerinin tüketicilerin seçimlerini kısıtladığını düşünen Bentham tarafından, ekonomik yaklaşımın iyi bir tasviri yapılmıştır: “Bu alçakgönüllü zerafet ve beğeni yargıçları kendilerini insan ırkının velinimetler gibi görürler, oysa gerçekte yalnızca alınan zevki kesintiye uğratan unsurlardır.” (akt. Ginsburgh ve Weyers, 2013: 174).

Dickie, sanatın ne olduğunun izahatını tamamen sanat dünyasının ne olduğuyla açıklamıştır. Ona göre sanat dünyası, küratörlerden, koleksiyonculardan, sanat eleştirmenlerinden, sanatçılardan ve hayatları bir şekilde sanatla bağlantılı kişilerden oluşan bir tür sosyal ağdır (Danto, 2014b: 44). Bu ağın içinde yer alan baş aktörlerin yanı sıra, sanatın dünyasının piyasalaşmasında rol oynayan kuruluşlar arasında galeriler, müzayedeler, bianeller ve fuarların sanat piyasasının yayılımında oynadığı rol büyüktür.

*Küreselleşmenin peşi sıra neoliberalizm geldiğinde, müzeler ve diğer sanat kuruluşları “çağdaş” oldular ve kendilerini kolayca ticari simalar, ziyaretçi sayısı ve randıman gibi ölçümlerle meşru kılmaya doğru makas kırdılar. Bu kamuya karşı meşrulaşma ve imaj yaratma hareketleri zaman zaman kurumların kendi referans değerlerini fazlasıyla etkilediyse de görünen o ki çok derinlerde bir yerlerde el değmemiş bir özgünlük tohumu yaşamaya devam ediyor. Kurumlar gün geçtikçe daha çok şirketleşmiş kuruluşlar gibi davranmaya başladılarsa da sanat değerlerine ilişkin modern imaj varlığını sürdürüyor (Gielen, 2016: 122-123).*

Galeriler, sanatçının eserinin en ideal fiyata satılmasını sağlar. Böylece satılan eserler üzerinden daha önce belirlenmiş yüzdelerini alırlar. Sanat galerileri; doğal olarak her zaman en iyiye yatırım yapıp, en az masrafla karı elde etmeye düşünürler (Erbay, 2009: 76-77). Bunun için sanatçı ve sergi tanıtımını en iyi şekilde tamamlayıp; bu satışlardan yüzdelik alıp galerilerini geliştirmeyi amaçlarlar. Bu gelişim için galeri yöneticileri, galeriye bu anlamda doğru kişileri çağırmak için çaba göstermek mecburiyetindedirler. Galerilik başlarda, bugünkü gibi öncelikle ticari bir kuruluş değil. 19. yüzyıl sonunda sanatın Klasizm’den, akademik sanattan kopması; yani yüzyıllardır süren sarayın ve kilisenin himayesinden kurtulması o zaman kurulmaya başlanan modern galeriler sayesinde başarılmıştır. Manet, Cezanne, Picasso gibi

modernist estetiğin öncüleri Durand Ruel, Vollard, Kahnweiler gibi galeriler sayesinde bilinirliğe kavuşmuştur (Pektaş, 2017: 95).

Galeriler bir sanatçının tanıtımında gerçekten önemli bir rol oynar. “Galeri sahibi, sanatçı ve işletme arasında bir aracıdır” (Alakbarlı, 2014: 14). Bu konuda, her şeyden önce, elbette kendisi ve sanatçı için para kazanmaya çalışır. Küreselleşme çağındaki çağdaş dünya, bir sanatçının eserlerini bağımsız olarak, galeri sahiplerinin ve sanat bayilerinin katılımı olmadan etkili bir şekilde satabildiği durumları neredeyse görülmez diyebiliriz.

“Neyin satıp neyin satmayacağı, sanat üretiminde önemli bir kriter haline gelmiştir” (Bayrak, 2013: 125). Küreselleşmiş neo-liberal yeni dünya düzeninde sanatçıların dağıtım sistemine dahil olabilmek için, ürettikleri sanat yapıtlarının dağıtım sistemlerinin kabul edeceği yapıtlar olmaları gerektiğinden, çoğu sanatçı sistemin kabul edebileceği yapıtlar üretme eğilimindedir.

“Sanat bienali, ‘küresel yoğunlaşma anı’ olarak nitelendirilen ‘mega’ bir etkinliktir ve küreselleşmeyi kurgulama ve sunma becerisine sahiptir” (Roche, 2000: 199). Bienallerin ‘her iki yılda bir yapılan sergi anlamını aşip geniş kapsamlı uluslararası karma sergi anlamını kazanması, 1990’lı yıllarda sayılarının artmaya başlamasıyla eşzamanlıdır. En önemlileri Documenta, Venedik, Sao Paulo, Whitney New York olmak üzere 1970’lerde çağdaş sanat alanında uluslararası ölçekte sadece on tane bulunan bienal veya plurienallerin sayısı 1980’lerde on üçe, 1990’larda yirmiye, 2000’lerde yetmiş beşe ulaşmış ve 2010’arda da yüzü geçmiştir (Curioni, 2012: 118-119).

Piyasayı yönlendiren bir diğer güç, ultra zenginler için bir eğlence ve kendilerini gösterme mekânı haline gelmiş, başlı başına birer olay olan yüksek prestijli müzayedelerdir. Kıtık algısı da fiyatların şişmesine neden olmaktadır. Bunun gerçek bir kıtlık olması gerekmez; bir sanatçının birincil taciri, eserleri elinde tutup yüksek statülü alıcılardan oluşabilir (Thompson, 2012: 336-337). Bunun nedeni, insanların bir daha sanatçının eserlerini edinemeyeceklerine inanmaları değil, fiyatların yükselmesinden duydukları korku ve “O esere şu an sahip olmak için ne gerekiyorsa ödeyeceğim” diyen zengin genç koleksiyoncuların yaklaşımıdır.

“1990’lı yıllardan başlayarak özellikle 2000’li yıllarda ekonomik farkındalık kazanan sanatçılar, tacirleriyle birlikte kariyer geliştirmek, düzeni sağlayan güç

sahipleriyle aynı ekseninde yer almak ve yapıtları için pazar oluşturmak için daha cüretkâr hale gelmişlerdir” (Velthuis, 2012: 19). Bu durumun, kimi kuramcılar tarafından sanat fuarı sanatı olarak adlandırılan, kolay taşınan, fuar alanlarına sığacak boyutlarda, pazar eğilimlerine uygun yapıtların üretiminin artmasına neden olduğu gözlemlenmektedir. Elitist sanat organizasyonları arasında sayabileceğimiz bienaller ise, sergi açılışları ve müzelerin gerçekleştirildikleri etkinlikler, şirketlerin kurum imajlarını güçlendirmek için pazarlama stratejileri arasına girmişlerdir. Müzelerin sürdürülebilirliklerini sağlamaları, galerilerin yeni sergiler açabilmeleri ve bienallerin gerçekleştirilebilmesi için sponsor desteği büyük önem arz etmektedir (Stallabrass, 2009).

*Sanatçılar piyasa koşullarında ve küreselleşme ideolojiler doğrultusunda üreten kişilerdir. Sanat adına yapılan uluslararası sanat etkinlikleri bir anlamda küresel sermayenin göstergeleri ya da destekçileri durumuna gelmişlerdir. Artık sanatçılar, küresel sermayenin “hipersanat pazarı” olan bienaller için üreten sanat işçileri konumundadır. Ortaya konulan eserin estetik ve sanatsal değerinin olup olmaması, üzerinde tartışılacak bir konu da değildir. Önemli olan sanatın pazarın kendinden beklediği işi ortaya koyup koyamadığıdır. Bu küresel sanat piyasasının en önemli belirleyicilerinin başında çokuluslu şirketler gelmektedir. Bu şirketler, küresel ölçekte çokuluslu sanatsal etkinliklere sponsor olurken aynı zamanda bu sanat pazarının alıcıları durumuna gelmişlerdir (Akbulut, 2012: 406).*

“Sanat sponsorluğu, sanat piyasasının tartışmalı konularından biridir. Kar amacı gütmeyen sanat kurumlarının sürdürülebilirliklerini sağlamaları için sponsorluk anlaşmaları elzemdir” (Parsehyan, 2016: 17). Ancak, sponsor olan kuruluşların sanatı popülist bir zemine oturtma çabaları ve sanat kuramlarının sponsorlarına gereğinden fazla tavizde bulunmaları eleştirilen konular olmaya devam etmektedirler. Kurumların yöneticileri açısından bakıldığında sanat sponsorluğu, günümüzde popüler bir pazarlama iletişim aracına dönüşmüştür.

Pierre Bourdieu'nün “Sanatın Kuralları”nda tartıştığı gibi sanat alanında, sanatçılar ya da sanatla ilgilenen aktörler (galericiler, sergi düzenleyicileri, akademisyenler, sanat alıcıları, yayınevi otoriteleri, eleştirmenler, koleksiyonerler ve benzeri) ilişki konumlamaları ile iktidar için, alanda bir yer edinme veya alanı dönüştürme çabası ile çeşitli hiyerarşilerde örgütlenirler (Bourdieu, 1999). Patronluk ve sponsorluk, tipik olarak, estetik özgürlüğün müzakere edilecek bir konu olduğu biçimlerdir. Bazen her iki tarafın amaçları tamamen eşleşir, ancak diğer birçok durumda taraflardan birinin veya her ikisinin de uzlaşması gerekir.

Patronaj, sanatçılar ve yöneticiler ya da kapitalizmin toplumun baskın ekonomik organizasyonu olarak ortaya çıkmasından önceki dönemde kendilerini destekleyen tüccarlar arasındaki ilişkiyi tanımlamak için kullanılır, ancak bugünlerde aynı tür destek olabilir. Özetle, üç parametrenin, sanatı finanse etmenin nasıl işlev görmesine yardımcı olduğunu açıklamaya yardımcı olduğu söylenebilir. İlki, bu sistemin çeşitli biçimlerinde söz konusu değerler ile ilgilidir Sanatın kendine özgü değerlerinin dışsal değerlerden ve hizmet ettikleri işlevlerden daha zayıf bir konuma sahip olma himayesinde ve piyasa sistemlerinde bir eğilim vardır. İçsel değerler, en basit finansman biçiminde, yan taraftaki işler ve ailevi destekle en iyi şekilde güvence altına alınmaktadır, ancak bazı sübvansiyon sistemleri tamamen sanatın ve kalitesinin temeline odaklanmaktadır (Maanen, 2009: 218). Devlet desteği, kendileri tarafından sunulan işlevlerin meşrulaştırdığı veya sanatın ekonomik büyüme veya sosyal tutarlılığın veya yerel kimlik inşası gibi dışsal işlevlerin artmasına yardımcı olmak için güçlü bir şekilde yönlendirilen içsel ve dışsal değerlerin karışımına dayanır. Her türlü finansman en uygun özgürlüğü sağlayabilse de daha önce yan taraftaki işlerin ve ailevi desteğin gerçekten de sanatçıyı istediği şeyi yapması için tamamen serbest bıraktığını ama çoğunlukla bunu sağlayamadığı açıktır.

Sanatla finansın kaynaşmasının bir diğer manivelası, sanat eserinin senetle özdeş bir muamele gördüğü sanat bankacılığı, özel bankacılık. UBS Bank, Deutsche Bank, Türkiye’de Akbank ve Yapı Kredi private banking çerçevesinde sanat bankacılığına başladı. Dünyadaki büyük fuarların sponsorları da bu kurumlar olmaya başlamıştır. Müzayedeleşme giderek sanatın diğer ortamlarını da teslim almakta: galerileri, müzeleri, bienalleri (Artun, 2009). Çünkü artık bütün bu ortamlar sanat eserlerinin ve sanatçılarının markalaştırıldığı mecralar olarak adlandırılmaktadır.

Çağdaş sanatın en büyük koleksiyoncularından biri olan Hans Grothe, “Eskiden mütevazı koşullardan gelen biri birden zengin olunca, toplumda saygınlık görmek için bir at çiftliği satın alırdı. Bugünse zenginler sanatla uğraşüyor. Koleksiyoncu olduğum için insanlar bana profesör muamelesi yapıyorlar. Benim sadece bir tacir değil, kültür adamı olduğumu düşünüyorlar.” diye söylemektedir (Saehrendt ve Kittl, 2012: 57).

Müzayedeler üzerinde yapılan uzun vadeli fiyat araştırmaları, son yirmi yılda sanat eserlerinin de hisse senetleri gibi yüksek kar getirisi sağladığını ortaya koyuyor. Sanat piyasası zengin bir ekonominin uzantısı gibi görünse de sanat eserlerindeki fiyat

artışı borsadaki gelişmelerle doğrudan ilintili değildir (Saehrendt ve Kittl, 2012: 76). Menkul kıymetlerle karşılaştırıldığında, sanat piyasasında çok daha az alım satım gerçekleşiyor, satılan eserler ancak onlarca yıl sonra yeniden satışa çıkarılıyor. Dolayısıyla, sanat piyasası borsaya göre çok daha sallantılı, çok daha inişli çıkışlı. Çeşitli eser grupları ve akımların fiyat artışı çok farklı, hatta birbirine tezat olabiliyor. Bir sanatçının eserlerinin müzayedelerde astronomik fiyatlara satılması, fiyatların uzun vadede aynı düzeyde seyredeceğinin garantisi değil, çünkü bu piyasada spekülasyon borsadakinden çok daha önemli bir rol oynamaktadır.

Sanatçının eseri galeri düzeyinde başarılı olursa, küçük sanat fuarlarında, sonra da başka kentlerdeki ana-akım galerilerinde sergilenecektir. Eser daha sonra sanat dergilerinde tanıtılacak ve tartışılacaktır (Thompson, 2012: 70). Okulu bitirdikten sonra bir iki yıl içinde ana-akım galerilerde temsil olanağı bulamayan sanatçıların, günün birinde yüksek fiyatlara erişme ya da eserlerini fuarlarda, müzayedelerde ya da sanat dergilerinde görme olasılığı çok düşüktür.

Sanat piyasaları için uygun kavramsal yerleştirmelerin de ayrıca oluşturulması veya olgunlaştırılması gerekebilir. Belki konuya ironik bir yaklaşım olmasına rağmen “piyasaya çıkmak”, “piyasada yer edinmek” ya da “piyasaya düşmek” tabirlerinin biraz daha vurgulu kullanılmasında üç farklı anlam çağrışımı söz konusu olabilmektedir. “Piyasaya çıkmak” ile, bilinmeyen bir sanatçı kimliğinin bilinir olma sürecinin piyasa koşulları açısından etkili olması anlatılmaktadır. Burada sanatçı “özne” odaktır. “Piyasa edinmek”, sanatı ile tanınır olmak ve bunun karşılığında maddi gelir elde etmek çabasını ve sonuçlarını ifade etmektedir. Burada hem sanatçı özne hem de sanat nesnesi odaktır. “Piyasaya düşmek” ile de daha olumsuz bir çağrışım şekillenmektedir. Yaptığı işin ya da sanatının değerini yitirmesi, basitleşmesi ya da tabiri caiz ise ayağa düşmesi anlamına karşılık gelebilmektedir. Bu ironik anlamsal mukayese bile “piyasa” denilen oynak dinamiği açıklamakta yeterlidir diyebiliriz.



## SONUÇ ve VARGILAR

### Sonuç

İnsana ait kapasite, mevcut potansiyelleriyle hem anlam kazanır hem de karakterize olur. İnsanın doğuştan getirdiği güçler olan yaratıcılık, sezgi, imgelem, buluş ve keşif güçlerinin zekâ ile olan bağı, sanatçı için de daha baştan gerekli bir koşul olarak ön plandadır. Sanat ve sanatçı eğitimi için yeter koşul tek başına beceri değil, entelektüel düzey ve bunun yansı bulduğu performans bileşekeleridir. O zaman sanat, yaratan ile yaratılan arasındaki ilişkiyi betimlemek üzere beliren etkinliklerin toplamı ve sonucudur.

Sanatın gayesi “biçim”dir. İnsanın da varlıksal gayesi “biçimlendirmek”tir. Doğal olarak insani gayelerin, eylemlerin, standartların veya kriterlerin bir sistem dahilinde aktif olması, sanatsal kapsamlar ve eylem karakterleri ile örtüşmektedir. Sanat için ekstra bir motivasyona ihtiyacı olmayan insan, sanatı, doğal bir yaşam konformizminin parçası olarak ve hatta tamamlayıcısı olarak kabul eder.

Tarihin dönemlere parselasyonu olduğu gibi sanatın da dönemsel parselasyonları olmuştur. Ancak sanat, diğer sosyal oluşlar gibi hem yerel hem evrensel değerleriyle bir kültürel yansı biçimselliği sergilemiştir. Modernizm içinde sanatın hem teknik hem de felsefi dinamiklerinin yoğun konsantrasyonlarına şahit olduk. Sanatın kendisi ile hesaplaşması, zaman zaman kendi gerekçelerine sadık ya da muhalif düşünsel temellerle de ifadesini bulmuştur.

Sanatın pratik kapsamlarını tümüyle şemsiye altına alan olgu kültürdür. 20. ve 21. yüzyılda kültürün yaşadığı epistemolojik dönüşümlere ilave olarak sanatın da özellikle çizgisel gelişiminde farklılıklar gözlemlenmeye başlandı. Buna gerekçe oluşturan unsurlardan biri de “ekonomik” unsurlardır. Sanat ve ekonomi her zaman birbiriyle bağlantılıydı ama yaklaşık elli yıldır daha da yakınlaştı. 1970’lerden itibaren sanat ile endüstriyel içerikler birleşmeye başladı. Kültür endüstrisi belli görsel eylemleri sanat olarak adlandıracak girişim ve yaklaşımları teşvik edip cesaretlendirdi. Artık “modern kapitalist toplumun, zorlayıcı ve korkutucu bir biçimde, izleyici kitleleriyle, kendisini finanse eden elitleriyle ve kendisine yol arkadaşlığı eden akademik endüstriyle aynı hizada olan bir sanatı var” şeklindeki yaygın kanaatler oluşmaya başladı. Sanatsal üretim ve tüketim süreçleri olarak adlandırılan eylemler ile

sanatçının da endüstriyel çarkın bir parçası olarak mekanikleşmesi tartışılmaya başlandı.

Toplumlar üzerinde tahakküm oluşturmak isteyen yönetsel erkler ya da kurumsal tesirler, insanları nesnel ilgi ve tanımlamalara indirgemek noktasında tereddütsüz davranıp planlar uyguladılar. Böylece yaşam modelleri ve bu modelleri biçimleyebilecek sanatçı-mühendis profilleri geliştirilmeye başlandı. Sanat dünyasının büyük bölümünde salt tüketime odaklanma, ideolojik bir odağın izdüşümü olarak değerlendirilmekte. Sanat yönetiminin de üzerinde uzmanlık geliştirmeye niyetleneceği alan olarak kültürel ekonomiler, aslında yöneylemler ile ilişkisinde kesin ve keskin çıkış noktalarına kaynaklık ettiler.

Sanat tarihi ve çağdaş sanat bize iki türlü sanat yönetimi modeli sunmaktadır. Sanat tarihinin sanat yönetiminde hamilik bir odak olduğundan sanatsal yönelim ve itaatin disiplinliliği derinlemesine tartışılmamıştır. Bunun yanında çağdaş sanat için durum çok daha farklıdır. Çağdaş sanat için odak ise daha çok manipülasyonlar ve spekülasyonlar olmaktadır. Bugünün sanat yönetimi belirgin bir şekilde “piyasa yönetimi” halinde karakterize edilmiştir diyebiliriz. Sanat piyasası ile diğer piyasalar arasındaki benzerlik veya farklılıkları açıklamak istediğimizde, sanat piyasasının daha karmaşık ve kaotik olduğuna vurgu yapabiliriz.

Piyasa (Piazza) İtalyanca kökenli bir kelimedir. Türkçe kelime karşılıkları kare (ing.square), meydan (arena), pazar (market) anlamlarına gelmektedir. Alım-satım işlemlerinin yapıldığı yer, organize pazar ve ticaret mekânı anlamlarında kullanılmaktadır. “Sanat Piyasası” denildiğinde, sanatın ve sanatçının kendini meşru kılma mücadelesinin sergilendiği meydan olarak anlamaktayız. Sanat piyasası, ilk planda akla parayı getirmemektedir. Ancak sanatın “meşruluk” süreçleri “meşhurluk” süreçlerine dönüştürüldüğünde piyasanın anlamı da yeniden belirlenmektedir diyebiliriz. O zaman türlü manipülasyonların söz konusu olduğu sanatsal eylem ve pazarlama mekanlarında da piyasa demeye başlamaktayız denilebilir.

Sanat piyasaları, sanatçıdan başlayan, tacir ve koleksiyoncular ile devam eden ve “Sanat nedir?” “Sanatçı kimdir?” sorularına cevap veren uzman ve bilirkişilerin kurumsal ve bireysel yapılarıyla sonuçlanan iç içe çemberler ile biçimsellik oluşturmaktadır. Ama hedef çember olan kitle ise, bu çark içindeki masun tarafı simgelemektedir. Bu halkalar ile aslında planlanmış birlikteliğin ekonomik sonuçları için mubah ve standart neticeleri de çember içinde kodlamaktadır.

Sanat piyasalarını yöneten sanat yönetimi, homojen ve heterojen nitelikleri birlikte değerlendirmektedir. Çağdaş sanatın yaşadığı biçimsel özgürlüklerin ve sınırların yarattığı bir bunalımın da tesiri olarak benzerlikler ile farklılıkların birlikteliği, sanatsal yenilik ve orijinalliğin de göstergelerine dahil edilmektedir. Ama bugün için ağırlıklı tercihler benzerlikler üzerinden hareket etmektedir diyebiliriz.

Sanat yönetiminin sanat tarihi açısından üç bileşeni olduğunu iddia edebiliriz. Bunlar; “sanat toplum içindir”, “sanat sanat içindir” ve sonuncusu “sanat kitlesel uzlaşım içindir” şeklindedir. Sanatın toplum için olduğu savunusunun sonuçlarında bir takım ideolojik ve tarihsel çıkmazlar yaşanmıştır. Daha etnik söylemler olarak küresellik karşıtı bir potansiyel içerdiği söylenebilir. Sanat sanat içindir savunusu ise, sanatsal kuramlara ve sanatsal eğilimlerin mantıksal izahatlarına ya da kuramsal-felsefi altyapılarının önemsenmesi anlamına geldi ki Modernizm’de zirve yapan bu durum Postmodernizm ile yıkılmaya başlamıştır. Kitlesel uzlaşım için sanat savunusu ise, sanat ya da adına sanat denilen tüm çaba ve süreçlerin nesnellğine dönük onayın kitlesel biçimini ortaya koymaktadır. Kültür endüstrisi ve dolayısıyla tüketim kültürü motivasyonları ile ilgisinde “kültürel” bir savunu olduğu söylenebilir.

Modernizm sanatta ürettiklerini “tek boyutluluk” olarak sunmaktaydı. Buna karşılık sanatsal tüketim “çok boyutlu” olarak tecelli ediyordu. Bir başka ifade ile sanatsal etkileşimin muharrik unsuru olan eser, tesirleri açısından çok boyutluluk içermekte zorlanmıyor ve birçok yansı ile açık yapıt olabiliyordu. Postmodernizm ise bunun tam tersi bir üretim ve tüketim bağlamı oluşturmaktadır. Postmodern sanat eseri “çok boyutlu” içerik ve bağlamlardan dinamik olarak eserleşirken (eser olma ile ilgili şüphelerle birlikte), tüketimde “tek boyutluluk” sergilenmek durumu ön plana çıkıyordu. Bunun anlamı, sanatsal algı ve tasdik süreçlerinde kültürel gerekçelerle de birlikte “bu sanattır” onayına tüm kitlelerin tek anlamda cevap vermesi gerektiğine ilişkin tüketim motivasyonlarının muharrik kılınması olmaktadır.

Sanatın ticari kaygılara dönük perspektifinde para, “dönüştürücü” bir rol mü üstlenmektedir? Yani para sanatsal imgeleri yönlendirebilir mi? İmgesel algıyı da dönüştürme gücü söz konusu mudur? Bir başka ifade ile “para” sanatta neleri ipotek altına alabilir. Bir imgelemin özgünlüğünün daha sanatsal somutluk kazanmadan kodlanabilir hale taşınmasında bir motivasyon unsuru ve hatta gücü olarak “para” devreye sokulduğunda, söz konusu tesirin nesnesi mi ortaya çıkmaktadır?

Çağdaş sanat ya da sanatın çağdaş dönemi bir varoluş savaşı mı yaşamaktadır? Söz konusu bir hayatîyet ise çağdaş sanatın hayatta kalabilmesinin öncelikli koşulu para mı olacaktır?

### **Ön Vargılar**

“Sanat Yönetimi ve Ekonomisi ile İlgisinde Çağdaş Sanat Piyasasının Motivasyon Gücü” isimli bu çalışmanın belirlediği alt problemlere ilişkin cevabi ön vargılar şöyle sıralanabilir:

- Geleneksel sanat yönetimi ile çağdaş sanat yönetimi arasındaki farkları betimlemek için sanatsal göstergeler ve veriler yeterli midir?

Geleneksel sanat yönetiminde “hamî”lik ve “hiyerarşik düzen örüntüsü”ne göre konumlanma ağırlığı görülmektedir. 19. yüzyıla kadar sanat tarihinde sanatsal sosyallığın sınırlı ve elitist sahipleniciliğinde rol alan araçların varlığı dahi pek hissedilmezdi denilebilir. Ancak genel olarak çağdaş sanat dönemselliği ile ilgisinde bakıldığında sanat yönetiminin “çoklu” ve “dağınık” otoriteler örüntüsü dikkat çekmektedir. Nihayetinde birçok aktör, aracı ve güç otoritelerinin tamamıyla piyasa ekonomisi ve devamında kültürel ekonomiler ile açıklanabilecek bir kapsam çağdaş sanat yönetimini geleneksel sanat yönetiminden ayırmaktadır düşüncesi ağırlık kazanmaktadır.

- Sanat yönetimi doğrudan ekonomi ile ilişkilendirilmek durumunda mıdır?

Bir disiplinel ya da sosyal olgunun yönetimine ilişkin otoriterliğin bir pedagojik geçmişi olması gerekir. Maalesef son dönemlere kadar sanatın böyle bir gerekçesi işlenmiş değildir. Sanat yönetiminin profesyonelliği, sanat piyasası/piyasaları ile değerlendirilen kültürel ekonomi içerikleri sayesinde belirginleşmiştir. Bu yönüyle sanat yönetimi ekonomi ile özellikle de kültürel ekonomi/ler ile ilişkilidir.

- Çağdaş sanat yönetimi süreçlerini “piyasa yönetimi” biçiminde tasvir ve takdim etmek mümkün müdür?

Sanat yönetimi, güç otoritelerinin manipülasyonları ve spekülasyonları göz önüne alındığında ve sonuçlarına ilişkin yaygın yaklaşımlar değerlendirildiğinde bir “piyasa yönetimi” haline dönüştüğü iddiası güçlendirilebilir durmaktadır. Bir ekonomi

kavramı ve eylem lokalizasyonu göstergesi olarak piyasa hem soyut anlamda hem de somut varlığıyla ekonomik bir süreç yönetimi özelliğine bürünmüştür.

- Sanat yönetiminin ekonomi ile ilintisinden bir “ekografi” kapsamı geliştirilebilir mi?

Geleneksel ve çağdaş sanat yönetimi analizlerinde dönemler arasında gözlemlenen farklılıkların ekonomik içerikleri, bir grafik izahata kavuşturulabilir. Bir başka ifade ile sanatın para ile olan münasebetinin piyasa koşulları ve kültürel katkıları, tarihsel bir tasnif ve takdim ile “ekografik” olarak sunulabilir ve hatta inceleme nesnesi haline getirilebilir.

- Popüler kültür ve ekonomi arasında konuşlandırılmış bir kavram olarak “trend”, çağdaş sanat yönelimlerine bir hedef kapsam özelliği sergilemekte midir?

Alışışların grafiksel karşılığı ve moda ile ekonomi arasındaki hedefsel ilişkiyi betimleyen trend kavramı, aynı zamanda estetik beğeni ve beklenti inşa etme süreçlerine temas etmektedir. Bunun anlamı, yaygın kanaatler ve beğeni düzeyinin popüler ya da kitlesel karşılık bulmasının güçlü olasılıklarını da besleyen trend kavramının hem sanatçıyı hem de sanata ve sanatçıya yön vermek isteyen “sanat yönetim aktörleri”nin cazip gördükleri bir hedef olarak değerlendirilebilir.

- Sanat yönetimi bir kültür yönetimi midir?

Çağdaş sanatı kuşatan yeni kültürel ekolojilerin büyük bir manipülasyon gücüne sahip olduğu düşünülmektedir. Örnek olarak “medya”nın bir kültürel ekoloji içindeki tesirlerinin sanata olan yansılardan bir kültürel içerik çıktısı oluşturulabilir. Çağdaş sanatın özellikle kültür endüstrisi ve tüketim kültürü ile güçlü ilişki gerekçeleri, sanat yönetiminin bir kültür yönetimi olduğu iddiamızı güçlü kılmaktadır diyebiliriz.

- “Takdim, tasdik ve takdir” süreçleriyle ilgisinde sanat yönetiminin hangi rolü daha keskinlik sergiler?

Sanatın “üç T (takdim, tasdik ve takdir)” kapsamı, sanatsal dönemler arasındaki farklılara göre değerlendirilebilir. Takdim sanatçıya aittir. Tasdik “sanatçının yaptığı sanattır” diyen ve sanatçıyı teslim alan bir güç/karakter/otorite ile açıklanmaktadır. Takdir ise “ha bu sanatmış a zaman biz bunu sevelim/alalım” diyen

kitleyi/izleyiciyi/tüketiciyi tanımlamaktadır. Bu açılıma göre sanat yönetiminin takdim ve tasdik olgularında yönetsel bir dahil olma söz konusu değildir. Sanat yönetiminin asıl eylem alanı ve aktörleri “tasdik” mekanizmasının sahipleridir. İşte bu yüzden “tasdik” ile “manipülasyon” birbirlerine çok yakın durmaktadır diyebiliriz.

### **Genel Vargılar**

Sanatçı için esas belirleyicilik, sanatçının özgür, özgün, özerk ve özellikli çabasının öznel çıktılarını sahiplenmek olmalıdır.

Sanatı yönetmek işinin birincil aktörü geçmişte olduğu gibi bugün de sanatçıdır. Kendi kendini yönetemeyen sanatçı, kendi kendini yönetemeyen sanatı da ortaya çıkarır.

Tiraj, trend, piyasa, pazar, meta, kültür endüstrisi, yeniden-üretim, kültürel yeniden-üretim, eder-değer ayrımları, manipülasyon, kültür ekonomileri, tacirlik, tüketim, reklam, konservatizm, küratörlük, galericilik gibi daha birçok kavram, olgu, meslek ya da kurumsal eylem biçimlerinin toplamı olarak bakıldığında, bu kavramların sanat yönetimi mi, ekonomi yönetimi mi olduğu ayrımını yapmak zor görünmektedir.

Sanat yönetiminin ve kültür yönetiminin en karmaşık olduğu dönem olarak postmodern dönem, çağdaş sanat için belli konumlandırma ve tanımlama sıkıntılarının da yoğunlaşmasına sebep olmuştur.

Çağdaş sanat yönetiminde diğer kaotik başlık ise estetik tahayyüller üzerinde yaşanan deformasyon ve çeşitlilik olarak gösterilebilir. Özellikle meta estetiği, tüketim estetiği, anti-estetik ve benzeri yeni estetik tür ve içerikleri meşru zemin ve eylemlere odaklamak gayesi de çağdaş sanat yönetiminin yönelimlerindedir.

Sanatın kendisini çağdaş olarak adlandırmasının arkasındaki gerçek “kendisinin çağdaş olması” değil, bizzat muhatap olduğu çağdaş kültürel gerekçeler ile bağlantı kurmasındaki niyetlerinin sosyal karşılıklarıdır.

Sanatta “yeni” olan sanatçının “yeni bir şey” yapmak istemesiyle orantılıysa, bugünün sanatçılarının yeni ile olan niyetsel ve hedefsel bağına dönük ekonomik gerekçelerden yalıtılmışlık söz konusu olmalıdır. Zira sanatta yeni’nin çoğu zaman ekonomiye tahvili gerçekleşmeyebilir.

İçinde geliştiği toplumsal gerçeklikler, yerel unsurlar ve evrensel değerleri birlikte kucaklayan bir sanat evreninin sanatçı, izleyici, eleştirmen, küratör, galerici, müzecilik, konservatiflik ve ilgili kapsamlardaki pedagojik içerikleri kapsayan, kapsamı gereken sanat yönetimi, maalesef bugün, sanatçı-mühendis, manipülatör küratörler ve galericiler, spekülasyon tacirler, kültür ekonomistleri ve kapitalist-neoliberal ideolojinin tahvil edilmesine kaynaklık eden sanatsal üretimlerin yönetimi ile yer değiştirmiş durumdadır.

Sanat piyasası iki kültürel ekonomi üzerinde yoğunlaşır. Birinci yoğunlaşma son zamanlarda öncelikli olmaya başlayan ekonominin kültüre önceliğidir ki bu, para için sanattır. İkinci yoğunlaşma ise gittikçe önceliğini kaybeden ve kültürün ekonomiye karşın öncelik almasıdır ki bu, sanat için sanattır.

Çağdaş sanatın çeşitli manipülasyonlara reaksiyon geliştirme gruplaşması ya da refleksif kurumsallaşmaya ihtiyacı söz konusudur. Özellikle bu konuda inisiyatif alması gereken bir sivil toplum kuruluş yapılanmalarına ihtiyaç olduğuna inanmak gerekmektedir.

Çağdaş sanatın tam göbeğinde kim ya da ne yer almaktadır? Merkezde “para” olduğunda farklı, “sanatçı” olduğunda farklı, “sembolik karakter veya izdüşüm sosyalliği” olduğunda farklı, “izleyici (tüketici)” olduğunda farklı niyet, karşılık ya da takdir değişkenlikleri yaşanması da muhakkak görünmektedir.

Sanat piyasalarının statü, toplumsal konum, kültürel sınıf ya da elitist göstergeleri dinamik kılma yolunda etkilerinin olduğunu gözlemlemek, çağdaş sanat adına önemli bir “ayrımcılık” tercihi olarak dikkat çekmektedir. Sanatın bu ayrımcılık yaratıcı yönelimlerinin muharrik unsurları, sanatsal tüketim ile açıklanmak yerine, sanatsal “tüketici üretimi” biçiminde değerlendirmek doğru olabilir.

Sanatın ütopyaları canlandıran, devrimci karakteriyle toplumlara yön veren, sosyal ve beşerî kültürel göstergeleri etnik ya da coğrafik kayıtlar üzerinde kaliteye sabitleyen ve özgünlük, özgürlük ile öznellik kriterlerini karşılayan değer yekunu, maalesef paranın ve dolayısıyla kültürel ekonomilerin hegemonyası altında ezilmektedir. Sosyal “değer”ini tüm bileşenleri deforme edilerek yitiren sanat, “eder”in piyasaları karşılığında statü göstergelerine hizmet etmeye başlamıştır.

Sanatın normatif ısrarı yok olduktan sonra form'al tekrarları, taklit ve çalmaların artması söz konusu olmaya başlamıştır. Benzer üslup, tarz ve teknik tekrarlarını farklı sanatçı kimliklerinde görmek sıklığımız artmış durumdadır.

Sanatın yüceltilmesi yerine sanata karşılık gelen meta simgeselliğinin yüceltilmesi ağırlık kazanmıştır.

Bir üslubun, tekniğin ya da sanatçı kimliğin çok daha fazla para etmesi, estetik potansiyel veya göstergeler anlamında yetkin bir estetik değeri olduğu anlamına gelmemektedir. Yapıtın çok para etmesi onu estetik değerinin de fazla olduğu koşullaması, kullanılan geçerli bir koşullama değildir. Subjektif kanaat ve nicelik oranları ile estetik konumlandırma devri de kapanmak üzeredir. Çağdaş sanatın genel estetik ölçütü, görsel kültür üretimlerinin kitlelere sunduğu ya da dayattığı üretimlerin tüketim oranlarıyla mukabele ve muamele gören kitlesel beğeni durumlarıdır.

Bir sanat yapıtının sosyalleşmesi süreci sanat tarihi ile kıyaslandığında bugün daha farklıdır. Sanat tarihinde sanatın sosyalleşmesinin mümkün olmadığı kraliyet, saray, aristokrasi ve burjuva sınıfsallığını aşamayan durumlar vardı. Bugün ise sanatın sosyalleşmesi, sanatın kitleselleşmesi ile paralel olmak durumundadır. Bir başka ifade ile kitlesel olmak sosyalleşmiş olmaya koşuttur.

Sanat yönetiminin, küratörlerin, galericilerin, spekülatoörlerin, manipülatörlerin, kolektörlerin, konservatiflerin, tacirlerin sanatçıya vaatleri söz konusudur. Maalesef genel olarak bu vaatlerin sonucu "para"ya çıkmaktadır. Sanatın vaatleri yerine tüm sanatı esir alan yukarıda sayılan tüm kurumsal aktörlerin, aracı şahısların ve niyetlerin beklentileri asıl vaatlerin adresi olmaktadır.



## KAYNAKÇA

- Abbing, H. (2002). *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Acord, S. K. (2010). "Beyond the Head: The Practical Work of Curating Contemporary Art". *Qual Sociol* (33). 447-467.
- Adorno W. T. (2008). "Kültür Endüstrisini yeniden düşünürken". Bülent O. Doğan (çev.). *Cogito*. Yaz 2008 (36). 76-83.
- Adorno, W. T. ve Horkheimer, M. (2014). *Aydınlanmanın diyalektiği*. Nihat Ülner ve Elif Öztarhan Karadoğan (çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Agamben, G. (2017). "Çağdaş nedir?". Suna Kılıç (çev.). Ali Artun ve Nursu Öрге (ed.). *Çağdaş sanat nedir/ modernlik sonrasında sanat*. (s. 41-51). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Akbulut, D: (2012). "Küresel siyaset, kimlik ve sanat". *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*. 2 (6). 403-409.
- Aktan, Coşkun C. ve Şen, H. (2003). *Global ekonomide değişim: globalleşme*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Alakbarlı, F. (2014). *The art market and cultural in area of globalization*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Artun, A. (2009). "Küreselleşen İstanbul'un sanatsal ekonomisi". Erişim: 5 Haziran 2019, <http://www.aliartun.com/yazilar/kuresellesen-istanbulun-sanatsal-ekonomisi/>.
- Artun, A. (2011). *Çağdaş sanatın örgütlenmesi/ estetik modernizmin tasviyesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, A. (der.). (2014). *Sanat emeği/ kültür işçileri ve prekarite*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, A. (der.). (2015a). *Çağdaş sanat ve kültüralizm/ kimlik ve estetik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, A. (2015b). *Sanatın iktidarı/ 1917 Devrimi avangard sanat ve müzecilik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Artun, A. (2015c). "Sanat piyasası ve sanatın özerkliği". *Skopdergi*. (8). Erişim: 5 Haziran 2019. <https://www.e-skop.com/skopdergi/sunus-sanat-piyasasi-ve-sanatin-ozerkligi/2612>.
- Artun, A. (2017). *Mümkün olmayan müze/ müzeler ne gösteriyor*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Aysun A. E. (haz.) (2014). *Sanat yönetimi üzerine konuşmalar*. İstanbul: YKY.
- Baudrillard, J. (2009). *Gösterge ekonomi politiği hakkında bir eleştiri nesnelere sistemi*. Oğuz Adanır (çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2018). *Sanat komplosu yeni sanat düzeni ve çağdaş estetik I*. Elçin Gen ve Işık Ergüden (çev.). İstanbul: İletişim Yayınevi.
- Bayrak, B. (2012). Çağdaş sanat pazarında bir marka olmak: bir vaka incelemesi olarak Damien Hirst". *Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (2). 240-255.
- Bayrak, B. (2013). "Çağdaş sanatın ticarileşmesine küreselleşmenin etkileri". *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6 (1).
- Baxandall, M. (2015). *15. yüzyılda sanat ve deneyim/ stilin toplumsal tarihine giriş*. Zeynep Rona (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Beech, D. & Hutchinson M. (2007). "Beyond the head: the practical work of curating contemporary art". P. O'Neill (ed.). *Curating Subjects*. (s. 53-62). De Appel, Amsterdam.
- Beech, D. (2019). "Kapitalist üretim tarzında meta ve sanatın metalaşması üzerine". Elçin Gen (çev.). *Skopbülten*. Erişim: 8 Haziran 2019, <https://www.e-skop.com/skopbulten/kapitalist-uretim-tarzinda-meta-ve-sanatin-metalasmasi-uzerine/4433>.
- Bourdieu, P. (1999). *Sanatın kuralları: yazınsal alanın oluşumu ve yapısı*. Necmettin Kâmil Sevil (çev.). İstanbul: YKY.
- Bourdieu, P. (2009). *The field of cultural production: essays on art and literature*. Randal Johnson (ed.). Oxford: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2017). *Karşı ateşler I/ neoliberal istilaya karşı direnişe hizmet edecek sözler*. Sertaç Canbolar (çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (2018). *Karşı ateşler II/ Avrupa sosyal hareketi için*. Işık Ergüden (çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Bozkurt, N. (1995). *Sanat ve estetik kuramları*. Ankara: Sentez Yayıncılık.
- Brenson, M. (2005). "The curator's moment". Z. Kocur & S. Leung (eds). *Theory in Contemporary Art Since 1985*. Oxford Bleckwell Publishing Ltd.
- Brooks, A. C. (2013). "Karşı sanatın kamusal değeri: sansasyon sergisi". Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 253-265). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Cebraioğlu, O. (2014). "Günümüz sanat dinamikleri sürecinde manipüle bir durum; sanat ve para ilişkisi". *Akdeniz Sanat Dergisi*. 7 (13). 59-69.

- Cevizci, A. (2007). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma.
- Chong, D. (2005). “Stakeholder relationships in the market for contemporary art”. Iain Robertson (ed.). *Understanding art markets and management*. (s. 83-103). New York, USA: Taylor& Francis Group.
- Chow, R. (2009). “Postmodern automatons”. Donald Preziosi (ed.). *The art of art history: a critical anthology*. (s. 367-374). New York: Oxford University Press.
- Cowen, T. (1998). *In praise of commercial culture*. Cambridge, MA & London: Harvard University Press.
- Curioni, S. B. (2012). “A fairy tale: the art system, globalization, and the fair movement”. Lind, M. & Velthuis, O. (eds.). *Contemporary art markets: a report on current conditions and future scenarios*. Berlin: Stenberg Press.
- Danto, C. A. (2014a). *Sanatın sonundan sonra*. Zeynep Demirsü (çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Danto C. A. (2014b). *Sanat nedir?*. Zeynep Baransel (çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Duncan, C. (1993). *The aesthetics of power essays in critical art history*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Downey, A. (2008). “Selling used cars, carpets, and art aesthetic and financial value in contemporary art”. Iain Robertson& Derrick Chong (eds.). *The art business*. (s. 55-68). USA and Canada: Routledge Taylor& Francis Group.
- Emmelhainz, I. (2015). “Sanat ve kültürel dönemeç: özerk sanatın ve dava sanatının sonu mu?”. Nursu Öрге(çev.). Ali Artun(der.). *Çağdaş sanat ve kültürizm/ kimlik ve estetik*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Esanu, O. (2017). “Çağdaş sanat aslında neydi? neoliberal dönemde çağdaş sanatın örgütlenmesi ve Soros Çağdaş Sanat Merkezleri”. Nursu Öрге (çev.). Ali Artun ve Nursu Öрге (ed.). *Çağdaş sanat nedir/ modernlik sonrasında sanat*. (s. 95-123). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erbay, F. (2009). *Müze yönetimini kurumsallaştırma çabası (1984- 2009)*. İstanbul: Mimarlık Vakfı Enstitüsü.
- Eriñç, S. M. (2013). *Sanatın boyutları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Fillis, I. (2010). “The tension between artistic and market orientation in visual art”. O’Reilly, D. & Kerrigan, F. (eds.). *Marketing the arts: a fres approach*. (s. 31-39). Abingdon: Taylor& Francis Routledge.
- Fischer, E. (2003). *Sanatın gerekliliği*. Cevat Çapan (çev.). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Foster, H. (2009). *Gerçeğin geri dönüşü*. Esin Hoşsucu (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Galenson, D. W. (2009). *Conceptual revolutions in twentieth-century art*. New York: Cambridge University Press.
- Garber, M. (2008). *Patronizing the arts*. Princeton University Press.
- Gielen, P. (2016). *Sanatsal çokluğun mirırtısı/ küresel sanat, siyaset ve post-fordizm*. Albina Ulutaşı (çev.). İstanbul: Norgunk Yayıncılık.
- Ginsburgh, V. ve Weyers, S. (2013). “Sanatta değer biçme konusuna niceliksel yaklaşımlar ve bir sinema uygulaması”. Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 171-190). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Gombrich, E. H. (1997). *Sanatın öyküsü*. Erol ve Ömer Erduran (çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gombrich, E. H. (2015). *Sanat ve yanılısama*. Ahmet Cemal(çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Groys, B. (2008). *Art power*. Cambridge: MIT Press.
- Groys, B. (2009). “Topology of contemporary art”. Terry Smith & Okwui Enwezor& Nancy Condee (eds.). *Antinomies of art and culture: modernity, postmodernity, contemporaneity*. (s. 71-82). Duke University Press.
- Groys, B. (2017). “Zamanın yoldaşları”. Kemal İz (çev.). Ali Artun ve Nursu Öрге (ed.). *Çağdaş sanat nedir/ modernlik sonrasında sanat*. (s. 53-69). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hegel, G. W. F. (2019). *Estetik/ Güzel sanatlar üzerine dersler*. Taylan Altuğ ve Hakkı Hünler (çev. ve der.). İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.
- Heinich, N. (2000). “Güncel sanatın üçlü oyunu.” *Sanat Dünyamız*. Bahar 2000 (75). 193-198.
- Heinzelman, K. (2013). “İvır zıvır ve aura: arşiv ekonomisi”. Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 104-120). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Hirschman, E. C. (1983). “Aesthetics, ideologies and the limits of the marketing Concept”. *Journal of Marketing* (47). 45-55.
- Hobsbawn, E. (2006). *Kısa 20. yüzyılda aşırılıklar çağı 1914- 1991*. Yavuz Aloğan (çev.). İstanbul: Everest Yayınları.
- Honig, E. (2013). “Modern Avrupa’nın ilk evrelerinde sanat, şeref ve mükemmeliyet”. Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 89-103). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Hopkins, D. (2000). *After Modern Art 1945-2000*. New York: Oxford University Press.

- Hutter, M. ve Throsby, D. (2013). “Sanat ve kültürde değer ve değer biçme: giriş ve genel bakış”. Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 11-27). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Kadhim, N. (2012). “The impact of trade on art production”. *Contemporary Practices Art Journal*. Ağustos 2012. 46-51.
- Kahraman, H. B. (2007). *Postmodernite ile modernite arasında Türkiye*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Kalkan, A. ve Altinkurt L. (2012). “Günümüz sanat ortamında çağdaş güncel sanat yaklaşımlarına ilişkin sanatçı, eleştirmen ve sanat galericilerinin görüşleri”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (34). 125-135.
- Kant, İ. (2016). *Yargı yetisinin eleştirisi*. Aziz Yardımlı (çev.). İstanbul: İdea Yayınevi.
- Kuspit, D. (2014). *Sanatın sonu*. Yasemin Tezgiden (çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Kutulu, T. (2016). *Comparing art management approaches in Europe and in Turkey over the art management programs of Queen’s University Belfast Ireland and Yeditepe University*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Krause, A. C. (2005). *Rönesanstan günümüze resim sanatının öyküsü*. Dilek Zaptcioğlu (çev.). Almanya: Literatür Yayıncılık.
- Leader, D. (2004). *Mona Lisa kaçırıldı/ sanatın bizden gizledikleri*. Handan Akdemir (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Lynton, N. (2004). *Modern sanatın öyküsü*. Cevat Çapan ve Sadi Öziş (çev.). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Maanen, H. V. (2009). *How to study art worlds on the societal functioning of aesthetic Values*. Amsterdam, Netherlands: Amsterdam University Press.
- McAndrew, C. (2010). “An introduction to art and finance”. C. McAndrew (ed.). *Fine art and high finance: expert advice on the economics of ownership*. New York: Bloomberg Press.
- Mattick, P. (2003). *Theories and practices of modern aesthetics*. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Marcuse, H. (1997). *Estetik boyut/ sanatın sürekliliği: Marksist estetiğin bir eleştirisine doğru*. Aziz Yardımlı (çev.). İstanbul: İdea Yayıncılık.
- Marx, K. (2017). *1844 El yazmaları*. Murat Belge (çev.). İstanbul: Birikim Kitapları.
- Medina, C. (2017). “Çağdaş sanat: 11 tez”. Özge Çelik (çev.). Ali Artun ve Nursu Öрге (ed.). *Çağdaş sanat nedir/ modernlik sonrasında sanat*. (s. 7-18). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Moody, E. (2005). "The success and failure of international arts management: the profitable evolution of a hybrid discipline". Iain Robertson (ed.). *Understanding art markets and management*. (s. 62-84). New York, USA: Taylor& Francis Group.
- Moulin, R. (1987). *The French art market: a sociological view*. Arthur Goldhammer (trans.). London: Rutgers University Press.
- O'Neill, J. (2001). *Piyasa*. Şen Süer Kaya (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Önsal, B. (2006). *Emergence of art galleries in Ankara a case study of three pionerring galleries in the 1950s*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Medya ve Kültürel Çalışmalar Programı, Ankara.
- Pektaş, N. (haz). (2017). *Bellek/ emek söyleşiler*. İstanbul: YKY.
- Panero, J. (2009). "The art market explained". *The New Criterion*. Aralık 2009. 26-29.
- Parsehyan, B. G. (2016). "Sanat organizasyonlarının sponsorluğu ve İstanbul Bienali". *Yıldız Journal of Art and Design*. 3 (1). 14-25.
- Perniola, M. (2016). *Sanat ve gölgesi/ sanattan geriye ne kaldı?*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Rachman, J. (2013). "Çağdaş: yeni bir fikir mi?". Elçin Gen (çev.). Ali Artun ve Nursu Örgü (ed.). *Çağdaş sanat nedir? modernlik sonrasında sanat*. (s.19-37). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ramirez, R. (1999). "Value co-production: intellectual origins and implications for practice and research". *Strategic Management Journal*. (20). 49-65.
- Ranciere, J. (2016). *Estetiğin huzursuzluğu/ sanat rejimi ve politika*. Aziz Ufuk Kılıç (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Read, H. (2018). *Sanat ve toplum*. Elif Kök (çev.). İstanbul: Hayalperest Yayınevi.
- Robertson, J. & McDaniel, C. (2005). *Themes of contemporary art- visual art after 1980*. Oxford University Press.
- Robertson, I. (2005). "The international art market". I. Robertson (ed.). *Understanding international art markets and management*. Abingdon: Routledge.
- Robertson, I. (2008). "Price before value". Iain Robertson& Derrick Chong (eds.). *The art business*. (29-54). USA and Canada: Routledge Taylor& Francis Group.
- Rodowick, D. N. (2009). "Impure mimesis, or the ends of the aesthetic". Donald Preziosi (ed.). *The art of art history: a critical anthology*. (s. 89-108). New York: Oxford University Press.
- Roelstraete, D. (2017). "Çağdaş sanat ne değildir?: Jena'dan bakmak". Ayşe H. Köksal (çev.). Ali Artun ve Nursu Örgü (ed.). *Çağdaş sanat nedir? modernlik sonrasında sanat*. (s. 71-81). İstanbul: İletişim Yayınları.

- Rose A. M. (2015). *Marx'ın kayıp estetiği*. Aydın Çavdar (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rosenberg, H. (1980). "Tedirgin sanat" İpek Aksüğü (çev.). *Sanat Çevresi*. Ocak 1980 (15). 15-17.
- Roskill, M. (ed.). (2000). *The letters of Vincent Van Gogh*. London: Flamingo Published by Fontana Paperbacks.
- Rosler, M. (2009). "Lookers, buyers, dealers, and makers". Alexander Alberro & Blake Stimson (eds.). *Thoughts on audience, institutional critique: an ontology of artists' writings*. Cambridge: The MIT Press.
- Saehrendt, C. & Kittl T. S. (2012). *Bunu ben de yaparım! modern sanat kullanma kılavuzu*. Zehra Aksu Yılmaz (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sartwell, C. (2000). *Yaşama sanatı/ dünya tinsel geleneklerinde gündelik hayatın estetiği*. Abdullah Yılmaz (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Schaper, E. (2005). "Beğeni, yücelik ve deha: doğa ve sanat estetiği". *Cogito*. Kış 2005. (41-42). 154-179.
- Schroder, J. E. (2005). "Edouard Manet, Calvin Klein and the strategic use of scandal". Stephen Brown & Anthony Patterson (eds.). *Imagining marketing art, aesthetics and the avant-garde*. (s. 37-51). London: Taylor & Francis.
- Shiner, L. (2004). *Sanatın icadı*. İsmail Türkmen (çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Smith, T. (2010). "The state of art history: contemporary art". *The Art Bulletin*. 92 (4). 366-383.
- Smith, T. (2013). "Kültürler arası değer yaratımı: günümüz Avustralya yerli sanatı". Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 31-46). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Simmel, G. (2017). *Modern kültürde çatışma*. Tanıl Bora vd. (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Stallabrass, J. (2004). *Art incorporated the story of contemporary art*. New York: Oxford University Press.
- Stallabrass, J. (2010). *Sanat aş/ çağdaş sanat ve bienaller*. Esin Soğancılar (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Steyerl, H. (2017). "Sanatın politikası: çağdaş sanat ve post-demokrasiye geçiş". Zeynep Baransel (çev.). Ali Artun ve Nursu Öрге (ed.). *Çağdaş sanat nedir? modernlik sonrasında sanat*. (s.89-93). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sustherman, R. (2013). "Eğlendiricilik değeri: içsel, araçsal ve aktarımsal". Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 47-63). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.

- Tabuoğlu, Ö. (2016). *Resim, söz ve yazı/ imge yaratmanın ve bozmanın yolları*. İstanbul: Doğubatı Yayınları.
- Thompson, D. (2012). *Sanat mezar/ 12 milyon dolarlık köpekbalığı: çağdaş sanatın ve müzayede evlerinin tuhaf ekonomisi*. Renan Akman (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Throsby, D. (2013). “Sanatçının değer yaratımı: Hector Berlioz ve Symphonie Fantastique Örneği”. Hutter, M. ve Throsby, D. (haz.). *Paha biçilemez/ kültür, ekonomi ve sanatta değer kavramı*. (s. 77-88). Ceren Yalçın (çev.). İstanbul: Sel Yayınları.
- Tuğrul, R. (2016). *Çağdaş sanatta politik temsil sorunu*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.
- Turani, A. (2010). *Dünya sanat tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tunçelli, O. (2014). *Günümüz sanatında sanat eseri ve değerinin değişkenleri; Andreas Gursky örneği*. Yayımlanmamış sanatta yeterlik tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Vargün, Ö. (2015). “Sanat yönetimi ve küratörlük”. *Yıldız Journal of Art and Design*. 2 (2). 27-51.
- Velthuis, O. (2005). *Talking prices: symbolic meanings of prices on the market for Contemporary art*. New Jersey: Princeton University Press.
- Velthuis, O. (2012). “The contemporary art market between stasis and flux”. Maria Lind & Olav Velthuis (eds.). *Contemporary art audits commercial markets: a report on current conditions and future scenarios*. (s.17-50). Berlin: Sternberg Press.
- Wartofsky, M. W. (1980). “Art, artworlds, and ideology”. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*. (38). 239-247.
- White, H. & White C. (1993). *Canvases and careers*. Chicago: University of Chicago Press.
- Whitham, G. & Pooke, G. (2013). *Çağdaş sanatı anlamak*. Tufan Göbekçin (çev.). İstanbul: Optimist Yayınları.
- Wilson, A. (2007). “Making new”. P. O’Neill (ed.). *Curating subjects*. (s. 194-200). De Appel. Amsterdam.
- Wu, Chin-Tao. (2005). *Kültürün özelleştirilmesi/ 1980’ler sonrasında şirketlerin sanata müdahalesi*. Esin Soğancılar (çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Yanıklar, C. (2006). *Tüketimin sosyolojisi*. İstanbul: Birey Yayıncılık.
- Yılmaz, A. N. (2014). “Sanat ve siyaset ilişkisinin dönüşümü”. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi ART-E*. (14). 285-315.
- Yüksel, M. (2012). “Damien Hirst’ün sanat pazarı”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 16 (3). 159-170.



Zorloni, A. (2005). "Structure of the contemporary art market and the profile of Italian artists". *Industrial Organization*. (5). 61-71.



## ÖZGEÇMİŞ

07.12.1987 tarihinde Adapazarı'nda doğdu. 2005 yılında Samsun Gazi Lisesi'nden mezun oldu. 2010 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Resim-iş Öğretmenliği Bölümü'nden mezun oldu. 2016 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Ana Sanat Dalı'nda yüksek lisans yapmaya hak kazandı. Orta düzeyde İngilizce bilmektedir.

### İletişim Bilgileri:

E mail : [imamogluleyla@gmail.com](mailto:imamogluleyla@gmail.com)

Telefon : (0) 544 911 81 48