

SANATIN ŞİRKETLEŞMESİ: YENİ DÜNYADA ÇAĞDAŞ SANATIN DURDUĞU YER

İlker ASLAN

Özet: Sanat, özellikle ekonomik ilişkilerin gelişmesi ve kapitalizmin etkisiyle, sadece kültürel bir unsur olarak değil, satın alınabilir bir dizi malzemeden oluşan bir etkinlik alanı olarak da yeni bir şeye dönüşmüştür. Böylece sanat, yeni düzende bir "meta" olarak tanımlanmaya başlamıştır. Bu çalışmada, serbest piyasada sanat ve sanat ürününün evrimi ve sanatın sosyoekonomik temelleri incelenecek ve açıklanacaktır.

Anahtar Sözcükler: Sanat, Yeni Dünya, Şirketleşme.

CORPORATIZATION OF ART: WHERE CONTEMPORARY ART STOPS IN THE NEW WORLD

İlker ASLAN

Abstract: Art, especially with the development of economic relations and the effect of capitalism, has transformed into something new, not only as a cultural element, but also as an activity field consisting of a whole set of buyable materials. Thus, art has begun to be defined as a "commodity" in the new order. In this study, the evolution of art and art product in the free market and the socioeconomic basis of art will be examined and explained.

Keywords: Art, New World, Corporatization.

SANATIN ŞİRKETLEŞMESİ: YENİ DÜNYADA ÇAĞDAŞ SANATIN DURDUĞU YER

İlker Aslan



Sanat, sözlük anlamıyla, “bir duygu, tasarı güzellik vb.nin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılık” ve/ya “belli bir uygarlığın veya topluluğun anlayış ve zevk ölçülerine uygun olarak yaratılmış anlatım”¹ şeklinde tanımlanır. Bu tanımlar, sanatın ne olduğuna dair ancak birer ipucu niteliği taşıyabilir. Esasında sanat, özellikle ekonomik ilişkilerin gelişmesi ve kapitalizm etkisiyle, sadece bir kültür ögesi değil aynı zamanda alınıp satılabilir malzemeler bütününden oluşan bir etkinlik sahası olarak yeni bir şeye dönüşmüştür. Sınırsız serbest ticaret rejimi, çağdaş sanatın anlamını değiştirmiş; sermaye ile birlikte dolaşımı serbest bir hale gelen sanat, büyük şirketlerin etkisi altına girmiştir. Böylece sanat, yeni düzende bir “meta” olarak tanımlanmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın devamında, sanatın ve sanat ürününün serbest piyasada geçirdiği evrim ve sosyoekonomik temelde sanatın durduğu yer incelenmeye ve açıklanmaya çalışılacaktır.

Sanat Ekonomisini Yeniden Düşünmek

Çağdaş sanat anlayışı, çok değil, bundan belki bir asır önceki sanat anlayışına göre önemli bir farklılık gösterir. Çağdaş sanat, liberal ekonomi politikaları, kapitalizmin sert dişlileri ve serbest piyasanın sunduğu oldukça geniş imkânlarla birlikte; alınıp satılabilen mallardan oluşan bir havuz işlevi görür.

“Neoliberalizmin ekonomik ifadesi daha keskin adaletsizlik, politik ifadesi kuralsızlaşma ve özelleştirme, kültürel ifadesi de sınırsız tüketimciliktir. ‘Yeni dünya düzeni’, sanat dünyasının etkinliklerini küreselleştirmesine ve böylece kendisini yeniden şekillendirmesine yol açarken, özellikle gelişmiş dünyada sanat, eski rakibi ve ortağı kitle kültürünün giderek artan baskısına maruz kaldı. En azından 20. yüzyılın ilk yıllarından sonra, sinema, gramofon ve radyonun icadıyla birlikte, sanat ile kitle kültürü adil olmayan

¹ Türk Dili Kurumu’nun Büyük Türkçe Sözlük’ü esas alınmıştır.

bir dansa girişti, ama bu dansı yönlendiren taraf genellikle kitle kültürü oldu” (Stallabrass: 71).

Bugün, sanat, tıpkı ev, arsa biçimindeki gayrimenkuller gibi bir yatırım aracına dönüşmüş vaziyettedir. Özel müzecilik anlayışı, zenginlerin sanat malzemelerini kullanarak para kazanmasının yeni bir yolunu açmış durumdadır. Çağdaş sanat anlayışı, artık klasikleşmiş eserleri de birer meta haline dönüştürmekte ve üst sınıfa mensup zenginlerin katıldığı büyük müzayedelerde, o sanatsal malzemeye fiyatlar biçerek eserin maddi karşılığının aranmasına sebep olmaktadır. Öte yandan klasik eserler sadece zengin sınıfa hitap etmemektedir. Rôprodüksiyon araçlarıyla, eserler yeniden üretilmekte, çoğaltılmakta ve daha yaygın bir kullanım alanı bulmakla birlikte, orijinalitelerini kaybettikleri için öz değerlerinden uzaklaşmaktadırlar. Sanat eserinin yorumlanma ve izlenme pratiklerinin değişimi de bu aşamada daha net fark edilir. “[...] Sanat eserinin belli bir dönemde bireylerin kafasındaki toplumsal imgesi, apaçık söylemek gerekirse, içinde buldukları toplum tarafından sunulan ve tarihsel olduğu için tarihsel olarak da değişen algılama araçlarının bir ürünüdür. [...] Eserin algılama araçlarının tarihi aynı zamanda eserin üretim araçlarının tarihidir, çünkü her eser bir bakıma iki kere üretilir, önce yaratıcısı, ardından da izleyicisi tarafından –daha doğrusu izleyicinin mensup olduğu toplum tarafından” (Bourdieu&Darbel: 63-64).

Sanat, temel olarak ticari pratiklere göre işlemez. Sanatçı, para kazanmak için üretse bile, teknik olarak, eserini yaratırken ona maddi olarak bir karşılık belirlemez. Burada Vincent Van Gogh gibi, hayatının büyük bölümünü varlıksız bir şekilde geçirmiş ve yaptığı resimleri, geçinmek için yaratan bir ressam örnek olarak gösterilebilir. Van Gogh, eserlerini yaparken onları satmayı ve sattığı eserlerinden para kazanmayı umar. Kendi döneminde Van Gogh’un eserleri, ona, hayatını idame ettirecek kadar parayı ya kazandırmış ya kazandırmamıştır. Ancak bugün aynı ismin eserleri Amerika’nın ve/ya Avrupa’nın önemli sanat merkezlerinde açık arttırmayla satılabiliyor ve milyon dolarlara alıcı bulabiliyor hale gelmiştir. Bu aşamada kapitalist sermayenin dolaşımının, sanatı nasıl meta-laştırdığı net olarak görülmektedir.

“İlk bakışta, sanat, serbest ticaret pratiği üzerine olmasa da ideali üzerine kurulmuş küresel neoliberal ekonomi sisteminden çok farklıymış gibi, başka hiçbir sistemle arasında bu denli büyük fark olamazmış gibi görünüyor. Ekonomi, mutlak ve araçsal biçimde, uluslararası dev ekonomik kuruluşların eşitsiz biçimde ülkelere dayattığı katı kurallara göre işliyor; servet ve güç hiyerarşileri oluşturuluyor; bir yandan dünya halklarının büyük çoğunluğunu zaman çizelgelerine bağlı düzenli bir çalışma hayatına mahkûm ederken, bir yandan da macerayla ve [...] bütünlüklü anlatılarla anlam kazandırılan sinemasal yaşamların hayaliyle, isyan ve acıklı aşk şarkılarıyla onları teselli ediyor” (Stallabrass: 12).

Sanatın kitleler tarafından kullanımının çeşitliliği, onun pratik sahadaki yansımalarına da kuşkusuz etki eder. Tabi, burada “sanat” kavramının anlamının daraltılması gerekliliği de dikkatten kaçmamalıdır. Sanat, buradaki anlamıyla, sadece alınıp satılabilir mallar olarak değil; alınıp satılabilir olmasının yanında bir de sergilenebilir mallar olarak düşünülmalıdır. Sanat ürününün “sergilenebilir” olması, onun üzerinden para kazanılmasını da mümkün kılar. Günümüzde büyük sanat müzelerinin arkasında güçlü şirketler, üst sınıf mensubu aileler ve/ya bankalar bulunmaktadır. Sermayeyi elinde tutan bu zengin sınıf mensupları, sanat ürününe yeni bir dolaşım sahası açar. Bu noktada sanat ürününe sahip olup olmamaları önemli değildir. Önemli olan o sergilenebilir sanat ürününü bir süreliğine de olsa ele geçirip, halka ulaştırabilmektir. Türkiye’de de belli sanat müzeleri, dünyadaki emsalleriyle aynı işlevi görmekte, yani sanat ürününün alınıp satılabilirliği üzerinden ona yeni bir değer atfetmektedirler. Sabancı Müzesi, Koç Müzesi, Pera Müzesi gibi arkalarında büyük finans şirketlerinin olduğu sanat müzelerinin galerileri yılın hemen her döneminde doludur. Bu galeriler, şüphesiz ki ülkenin kültür hayatına belli bir katkıda bulunmaktadır ancak bu katkının bir adım ötesinde, temelde sanatın mantığına ters olan bir amaçla hareket ederler ki bu da para kazanmak ve sermayenin dolaşımını sağlayabilmektir. Sahip oldukları neredeyse sınırsız finans desteğiyle birlikte, sanatın hemen her sahasına hâkim olma gücünü ellerinde tutan bu “şirketler”, kitleleri kendi “sanat merkezleri”ne çekerek sanat ürünü (ki bu aşamada sanat ürünü bir meta dönüşür) üzerinden para kazanmaktadır. Böylece “sanat ekonomisi finans kapital ekonomisini yakından takip eder; finans kapital ekonomisindeki gelişmelerin etkileri çok kısa sürede sanat ekonomisinde hissedilir” (Stallabrass: 14).

Bir Sanat Müdahili Olarak Devlet ve Sanat Ürününün Dolaşımı

Belli başlı ekonomik kaygıların yanında, meselenin, bir kenarda bırakılmayacak kadar önemli, siyasi bir boyutu da vardır. Serbest ekonomi piyasasının, kuralları belirlediği bir dünyada, bu liberal ekonomi politikalarını benimseyen devletlerin, başka pek çok alana olduğu gibi, sanata da müdahil olması tesadüfi değildir. Çoğu zaman planlı eylemler bütünü halinde gelişen sanata müdahale, onu yönlendirmekle kalmaz; onun, siyasi bir kalkan olarak kullanılmasına da sebep olur. Devletler, bu yeni sanat hareketleriyle, bir bakıma kendini ispat etmek ve “ben de varım” demek için sanatı kullanır. Yapılan sergilerin, düzenlenen organizasyonların amacı da budur. “O halde bu sergiler, yeni ekonomik ve politik güçlerin kültürel düzeyde geliştirilmesidir. Kuşkusuz daha özgül amaçlara da hizmet edebilirler. Mesela İstanbul Bienali, Türkiye hükümetinin, üyeliğin gerektirdiği seküler ve neoliberal standartlara güçlü uyum sağladığı konusunda Avrupa Birliği’ne güvence verme çabasının bir parçasıdır” (Stallabrass: 43). Bu durum, her ne kadar siyasi bir temele dayanıyor gibi görünse de özünde yine bir ekonomik alt yapıya uzanır. Türkiye devletinin (hükümetinin) sergilediği tavır,

Avrupa Birliği ile bütünleşerek, o yapının içine girmek amacına yöneliktir. Bunun sebebi de ekonomiktir. Sanatın, bizatihi devletler tarafından da bu şekilde kullanılması; bahsi geçen hükümetlerin (Türkiye örneğinde görüldüğü gibi), ki bunların tamamı serbest piyasa ekonomisini benimsemiş ve bu ekonomik anlayışa hizmet eden yapılarıdır, sanat üzerindeki müdahalesini ve sanatın kullanım alanının genişliğini görmek açısından önemlidir. Sanat, devletlerin ve büyük finans şirketlerinin elinde, şekillendirilebilen ve yeniden üretilerek piyasaya sürülen, böylece belli bir denetim mekanizması içerisinde yer alarak yeni bir forma giren metalar toplamı olarak varlığını sürdürmektedir. Bu çok yönlülük, sanatın, daha giriş kısmında aktarılan sözlük anlamından da bir hayli uzaklaştığını görmek açısından önemlidir. Yukarıda belirtilenlerden de anlaşılacağı gibi, Türkiye üzerinden gösterilen örneklerle birlikte dünya çapında bir çıkarım yapılabilir. Sanat, onu kullananların elinde bir ekonomik bir silaha dönüşmektedir. Dahası, bu silah, küresel dünyada artık yeni bir anlam kazanmıştır.

Sınırların ortadan kalktığı yeni dünya düzeninde, sanatın sınırları da ortadan kalkmış ve sanat “melez” bir hale bürünmüştür. Kapsamında kültürel öğelerin bulunduğu sanat ürünü, mekân ötesi bir anlam kazanmaya başlamıştır. Burada bahsedilen klasik sanat eserlerinin (klasik sanat eserinden kasıt, klasikleşmiş resim, heykel vb. sanat ürünleridir) anlamının değişmesi değildir. Bir eseri klasik yapan, zaten o eserin kendi zamanının ötesine geçebilmesidir ancak çağdaş sanat anlayışı, klasik dönem eserlerini de yeniden üreterek onları başka bir forma sokmaktadır. Özellikle pop-art geleneği ve/ya modern röprodüksiyon anlayışı, yeni yaratılan sanat ürünleriyle birlikte bir de yeniden üretilen sanat eserlerinin piyasada bulunmasına olanak tanımaktadır. Bu yeni sanat anlayışı, eserlerin formunu değiştirerek onları farklılaştırır ve bununla birlikte onlara yeni bir dolaşım sahası açar. İşte çağdaş sanatın, orijinaliteyi bozarak yaptığı bu yeni form, herhangi bir kültürden bağımsız olarak evrensel bir anlam ifade eder. Sanatın sınırlarının ortadan kalkması, yeni bir sentez kültür anlayışı ve bir dönüşüm başlatır. Çağdaş sanat ürünlerinin, Rusya’dan Finlandiya’ya; Küba’dan Çin’e kadar dünyanın her yerinde benzer algılara sebep olmasının sebebi de işte bu sınırsızlık ve/ya (buradaki anlamıyla) “kültürel aidiyetsizlik”tir. Bu sınırsızlık (veya kültürel aidiyetsizlik) eşyaya geniş bir dolaşım alanı açıyor olsa da onun bağlamından kopmasına ve daha önce de belirtildiği gibi orijinalitesinin bozulmasına da sebep olur. Friedrich Engels ve Karl Marx’ın Komünist Manifesto’da dile getirdiği şekliyle, artık hiçbir şey eski anlamına gelmemekte, bozulmakta ve/ya değişmektedir:

“Yerleşik, küflenmiş ilişkilerin hepsi, üstlerine sinmiş bir sürü eski, saygın tasarımla, görüşle birlikte çözülüyor, yeni kurumların hepsi kemikleşmeden eskiyor. Katı, kalıcı olan ne varsa buharlaşıyor, kutsal olan ne varsa çiğneniyor, sonunda insanlar kendi yaşama koşullarını, karşılıklı bağlarını ayık gözlerle görmeye zorlanıyor[dur]” (Marx & Engels: 75).

Çağdaş sanatın “küresel” bir yönünün olması, sanat izleyicisini, farklı kültürlerin aynı potada eritilerek yeni bir kültürel zemin ortaya çıkardığı sonucuna götürebilir. Bu bir yönüyle doğrudur ancak sanatın bu yeni anlamı yine de topyekûn bir kültür kıyımı olduğuna dair genel anlam taşımaz. Çağdaş sanata dair olan bu yeni yaklaşım, önceki dönemlerde görülen kültürel öğeler bağlamında ortaya çıkan sanat ürünleri kadar, o kültür anlayışından bağımsız, yerel değerleri aşmış ve mekânsız bir kültür anlayışını da var ederek çok başlı bir sanatsal ilerleyiş ortaya koyar.

“Metalar, kültürel karakter kazandıkça, piyasası genişleyen sanat daha da metalaş[ır] ve kapitalist düzenin girdabına giderek daha fazla kapıl[ır]. [...] Sonuçta insanların sanata yönelik tavrı, sanattan aşağı kalmadıkları iddiasında olan metalara yönelik tavırlarına benzemiştir. Her şeye rağmen bu, sanatın ve metanın gün yüzüne çıkan özünden kaynaklanan, kaçınılmaz ya da geri döndürülemez bir tarihsel gelişme değildir: Ekonomik döngünün yükselip alçalma ritmine bağlıdır ve yalnızca gösterişçi tüketime harcayarak serveti olanlar bu tavrı hayata geçirebilir” (Stallabrass: 77). Sanatın geçirdiği bu evrim, sergicilik ve müzecilik anlayışı, büyük finans şirketlerinin sanat piyasasını kontrol edebilecek gücü elinde tutması sonucunda, sanat ürünü, özündeki estetik değerden giderek uzaklaşarak, maddi değeri ön planda olan bir “meta” akımına sebep olur.

Sonuç

Sanat ve ticaret/ekonomi pratiklerinin yan yana işlemesi, bugün, sanata dair olan bakış açısını bir hayli değiştirmiştir. Serbest pazarlar, o pazarları ellerinde bulunduran güçlerle birlikte sanat eserinin nasıl algılanması ve yorumlanması gerektiğine yön verir. Bu bakış açısıyla sanat izleyicisinin de önceki dönemlere göre farklılaştığını söylemek yerinde olacaktır. Sanatın tekrar tekrar üretiliyor olması, üretimin son halkası olan sanat izleyicisinin (kapitalist düzende buna “sanat tüketicisi” de denebilir) nerede durduğunu gösterir. Çağdaş sanat, ekonomik ve ticari hayattan bağımsız değildir. Devletlerin bazen bizzat müdahil olduğu bazense dolaylı yoldan teşvik edip denetlediği sanat pratikleri, kapitalist sermayenin dolaşımı ve serbest ticaret ilişkilerinin gelişimi doğrultusunda ilerler. Birer meta haline gelen sanat ürünleri, sermayeyi elinde tutan güçler tarafından yönlendirilir ve böylece sanat eseri, özüne aykırı bir biçimde ekonomik çıkarlar doğrultusunda dönüştürülerek bir ticaret malzemesi haline gelir. “Serbest ticaret hacminin yetersizliğinin farkında olan şirketler ve devletler, sanatta araçsal talepler yaratarak ticaret hacmini arttırmaya çalıştıkça, sanatın neoliberalizmi tamamlayıcı niteliği de daha belirgin hale geli[r]. Şirketler, sanatı kullanarak, reklamlarla sağlanamayacak bir marka bağlılığı yaratmak isterler; devlet ise sanatı kullanarak, serbest ticaretin toplumsal birlik üzerindeki yıkıcı etkilerini dengelemeye çalışır. Yani hem şirket hem de devlet, el birliğiyle işlerlik kazandırdıkları güçleri dizginlemeye çalışırlar” (Stallabrass: 117). Bugün, sanatın özünden kopa-

rılmış ve yeni bir şeye dönüşmüş olduğunu görmek güç değildir. Yeni dünyadaki üretim-tüketim dengeleri üzerine kurulu sanat anlayışı, sadece sanat eserini değil; sanat izleyicisini ve dolaylı yoldan, toplumların topyekûn kültürel yapılarını da değiştirir. Artık sanat, "metaların en somutu olan parayla" eşdeğerdir ve sanatın anlamı hiç olmadığı kadar maddi bir temele oturmuş bir hâldedir. Bu yüzden de sanatın anlamı ve içeriğinin neyle doldurulduğu tartışması, bugün, hiç olmadığı kadar kaygan bir zeminde varlığını sürdürmektedir.

Kaynakça

- STALLABRAS, Julian (2013). *Sanat A.Ş.: Çağdaş Sanat ve Bienaller*, Çev. Esin Soğanclar, İstanbul: İletişim Yayınları
- BOURDİEU, Pierre ve Alain Darbel (2011). *Sanat Sevdası: Avrupa Sanat Müzeleri ve Ziyaretçi Kitleleri*, Çev. Sertaç Canbolat, İstanbul: Metis Yayınları
- MARX, Karl ve Friedrich Engels (2014). *Komünist Manifesto*, Çev. Levent Kavas, İstanbul: İthaki Yayınları.