

SANATTA KÜRESELLEŞME VE EKONOMİ İLİŞKİSİ

*Oğuz YURTTADUR**

Özet

Sanat ve küreselleşme ilişkisi sosyal bilimler alanında sıkça sorgulanmaktadır. Ancak bu iki kavramın da içinde barındırdığı karmaşık yapı gereği tam olarak açıklanamamaktadır demek mümkündür. Küreselleşmenin en reel gerçekliği ise ekonomi boyutudur. Küreselleşme tüm dünya üzerindeki etkisi ile sosyal, kültürel ve ekonomik önem taşımaktadır. En büyük etkisi olan sınırların ortadan kalkması ile birçok alanda tartışılmakta, kuramsal ve kavramsal olarak bilimin ve sanatın her sürecinde karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzün teknolojisinde ve küreselleşen dünyasında tüm üretimler sınır tanımaksızın yayılmakta, bilgi ile şekillenebilen her yapı bu sayede hızla gelişmektedir. Günümüz çıktıları artık belirli mekânlarda aynı zaman diliminde üretilmemekte, büyük şirketler en uygun malzemeyi bir yerden temin ederken, en ucuz iş gücünü nereden sağlayacağına da dikkat etmektedir. Tüketimin boyutlarını artık tahmin etmek mümkün değil ve asıl problemi kalıcı olmak oluşturmaktadır.

Küresel ekonomi, tüm yapıları etkilediği gibi sanat ile olan ilişkisinde de önemli bir yere gelmiştir. Sanat, içinde barındırdığı ekonomik dinamiği ile küreselleşmenin getirilerine maruz kaldığında kendi salt varlığına verilen önemi de tartışılır hale getirmektedir.

Anahtar Kelimeler Sanat, Sanatçı, Küreselleşme, Ekonomi, Teknoloji

GLOBALIZATION IN ART AND ITS RELATIONSHIP WITH ECONOMY

Abstract

The relationship between art and globalization is frequently questioned in social sciences. However, it can be argued that it is highly complicated to explain the issue due to its complex structure. The most actual dimension of globalization is the economic dimension. Globalization has social, cultural and economic importance all over the world. The resolution of borders, which is its greatest effect, has been discussed in many areas and meets one in every process of science and arts as concepts and theories.

* Öğr. Gör. Dr. Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Heykel Bölümü, oyurttadur@hotmail.com

All productions spread in today's technological and globalized world without any limitations, and each structure that can be shaped with information quickly develops thanks to this structure. Today, outputs cannot be produced in certain locations within the same time period and when obtaining the most suitable materials from somewhere large companies pay attention to obtaining the cheapest workpower. It is now impossible to predict the dimensions of consumption and the main problem is to be permanent.

The global economy has influenced art tremendously as well as all structures. When art is exposed to the benefits of globalization with its economic dynamics, the importance given to its sole existence becomes controversial.

Keywords Art, Artist, Globalization, Economy, Technology

GİRİŞ

Küreselleşme genel anlamı ile ekonomik politik kültürel tüm yapıların yaygınlaşmasının yanı sıra var olan farkların kimi zaman belirginleşmesine kimi zaman da ortadan kalkmasına sebep olmuş bir olgudur demek mümkündür. Günümüzde etkileri belirgin bir şekilde görülen küreselleşmenin avantajları olduğu gibi etkili dezavantajları da mevcuttur.

Martin Albrow, küreselleşmeyi insan yaşamı üzerinde dünya çapında etkiye sahip olan pratikler, değerler ve teknolojinin yayılması olarak tarif etmektedir. Mario Guillen ise, dünyada ki ekonomik, siyasi ve sosyal bütünleşmelerin arasındaki daha büyük bağımsızlık ve yaygın farklılığa yol açan süreç olarak küreselleşmeyi, mal, hizmetler, para, insan ve kültürün karşı sınırlarda akışında artışla sonuçlanan bir yakıt ikmal süreci olarak betimlemektedir (Talas, 2003:16).

Küreselleşme, yapısı gereği günümüzde büyük bir etkiye sahip iletişim ve bilişim devrimi niteliğindedir. Çok karmaşık bir yapıya sahiptir, çünkü hem siyasal, hem ekonomik hem de kültürel öğelerden oluşmaktadır demek mümkündür. Sanat ile olan etkileşimi ile ilgili olarak ise estetik beğeni düzeylerinden, medya olarak kullanılmasına, sanatçıdan sanatın salt varlığına ve sanatın girdiği tüm etkileşimlerde kendini göstermektedir.

Sanat eseri, iktisatta zevk malları olarak isimlendirilen mallar grubuna girmektedir. Bu malların özellikleri, talebi, arzı, fiyat oluşumunu kendine has nitelikler göstermektedir. Bu mallar grubuna bazen koleksiyon malları da denmekte ve bu durumda çoğu kez resim, heykel gibi sanat ürünlerinin yanı sıra pul, eski eser, mobilya, halı gibi mallar da bu gruba dahil edilmektedir (Karacan, 2002:237) Sanatın ürün olarak var olan ekonomik boyutu dışında aynı zamanda oraya çıkışında, üretiminde, muhafazasında da ekonominin etkileri görülmektedir. Bu bağlamda sanat eseri sadece varlığının alımı satımı değil, aynı zamanda müzelerden tüm sanat etkinliklerine kadar içinde ekonominin etkileri görülmektedir.

Yapıtını kitlelerle paylaşmak isteyen sanatçı, yapıtı ile kendisini ve her şeyini ortaya koyan insandır. Ancak sanatçı hiçbir şekilde kendisini, kendisiyle başlayıp kendisiyle biten bir sürecin merkezinde görmemelidir. İster sanatçı olsun ister olmasın, herkes kendini yaratan oluşturan binlerce yıllık bir tarihin, bir var oluşun ürünüdür.

Bunun yanı sıra kaçınılmaz bir biçimde üzerinde yaşadığı dünyanın ve kendi ülkesinin gerçekleriyle ve değerleriyle yoğrulmuştur. Hem zaman, hem de mekân bağlamındaki bütünlüklü sanat birikimi, her sanatçı için kesinlikle kazanılması gereken bilgi yoğunluğudur. Sanatçı gibi sanatın kendisi de ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel koşullarının ürünüdür. Kuşkusuz sanat, bütün diğer nitelikli etkinlikler kadar yoğun bir bireysellik gerektirir (Elgün, 2002:24).

Hem bireysel duruşu hem de sanatı ile sanat-ekonomi ilişkisini toplumda var olan tüketim çılgınlığı üzerine inşa eden bir isim olarak Andy Warhol, pop imajlarını eleştirel bir tutumla kullanarak o yıllarda Amerika'nın Yüksek Kültürü'nü oluşturan ve kişisel ekspresyona dayalı resim yapan Soyut Dışavurumcuların kültürel yapısını sona erdiren bir tavır sergilemiştir. Sanatçı ilgiyi öznel bir ruh halinin dışavurumundan, tekrar nesnelere dünyasına çekmiş ve kitle iletişim araçları tarafından yaratılan ya da Kapitalizm'in kültürel mantığını ortaya koyan bir noktaya dikkat çekmiştir. 1950'li yıllarda resim yapmaya başlayan Warhol'un reklam dünyasından sanat dünyasına geçişi ise 1960'lı yıllarda gerçekleşir. 1962'de Campbell hazır çorba kutularının etiketlerine, Coca Cola şişelerine, Brillo bulaşık teli kutularının taklitlerine yer verdiği resimleriyle bir anda dikkatleri üzerine çeker. Ertesi yıl bu tür tüketim mallarının resimlerini

fotografik ipek baskıyla seri biçimde üretmeye girişir. Daha sonra ünlü kişilerin portrelerini yaparak göz alıcı renklerle bunların sayısız çeşitlemelerini yapmaya başlar. Warhol böylece, sanat yapıtını mekanik bir ürün haline getirmeyi, sanatçının kişiliğinden ve duygularından soyutlamayı amaçlamaktadır (Şahiner, 2008:18-20).



Resim 1: Andy Warhol, 32 Campbell's Soup Cans, New York, ABD 1962.

20. yüzyılın başında ortaya çıkan neredeyse tüm avangardist hamleler, sanatın kurumsallaştırılmasına radikal bir eleştirel temele dayansa da, özellikle 1960 sonrası avangardist sanat hareketlerinin çoğunlukla sistemi eleştirmek bir yana, giderek pazarı yönlendiren patronların istemlerine hizmet ettiği gözlenmektedir. Bu sanatın sisteme dair politik ve düşünsel karşı çıkışlarının, statükoyu sarsan eylem biçimlerinin giderek yalnızca sansasyonel ve ajite edici yönlerinin kullanılıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte, sanatın kurumsallaşma tuzağından uzaklaşmak bir yana, kurumlarca yaratılan ekonomik bir döngüde hareket ettiği ve dolaşıma sokulduğu görülmektedir. Sanat pazarının çarpıklıklarını, sanat nesnelerinin elden ele dolaşarak içine düşürüldüğü çelişik durumu gözler önüne seren Hans Haacke'nin işleri bile patronlarca satın alınarak işlevsiz hale getirilebilmektedir. Bu gün için maliyetleri ciddi rakamları bulan dev organizasyonların sponsorluğunu üstlenen küresel şirketler, bu etkinlikler aracılığıyla reklamlarını daha güçlü bir biçimde yapma çabası gütmektedir. Kimi eleştirmen ve kuramcılar sanatın burjuvaziye şoke etmek şöyle dursun, burjuvanın estetik vizyonu haline geldiğini ifade etmektedir. Günümüzde galeri ve müzeler starlaştırma stratejisiyle farklı isimleri piyasaya arz ederek, bu isimler üzerinden etkin

bir parasal döngü ve rekabet yaratma kaygısında görünmektedir. Küreselleşme sürecinde milyonlarca dolarlık maliyetleriyle arz-ı endam eden dev organizasyonların bütçelerini sağlayan küresel şirketler, farklı reklam ve pazarlama teknikleri kullanarak sanat üzerinden kendi markalarını ön plana çıkarmaktadır. Böylece sanatın metasal karakter kazanmasıyla mücadele eden pek çok avangardist harekete rağmen, sanat piyasasını büyük bir iştahla yönlendiren kapitalist sermaye, hangi sanatçıların ya da yapıtların ön plana çıkarılacağını ve dolaşıma sokulacağını da belirleyebilmektedir. Baudrillard'a göre sanat, bir gösteri olarak her zamankinden daha çok sermayeye bağımlı hale geldi. Sanatın pazara bu denli bağımlılaşması, bütçeleri giderek artan dev organizasyonların belli sponsorlar aracılığıyla gerçekleştirilebilir olması bile, sanat kurumunun içine sürüklendiği tuzaklı durumu göstermeye yetmektedir (Şahiner, 2007:89-90)



Resim 2: Hans Haacke, Helmsboro Country, Museo Nacional Centro De Arte Reina Sofia, Madrid, İspanya, 1990.

Egemen güçlerin katkıda buldukları sanat organizasyonlarının, yönetimlerinin, küratörlerinin ellerine geçirdikleri bu parasal güçle kendi küçük sanatçı mafyalarını ülkenin dönemin tek sanatı gibi sunup kısmi bir resimsel panorama ile gerçekleri eksik vermeleri tehlikesi ve bu tehlike devletin üst düzey kesimleri ile kurduğu ilişkilerle tüm dünyada sanatsal ve kültürel tanıtımının tümünü üstüne alan

firmalar açısından da geçerli görsel sanatlar alanında ise, sponsorlar sayesinde düzenlenen birçok etkinlik olarak karşımıza çıkmaktadır. (Gürel, 1997:30). Ekonomik kaynakların sanat ve kültür ile ilgili etkinliklerde kullanılması elbette ilerleme için önemlidir ancak bir diğer taraftan bulunan kaynakların asıl sahiplerinin sanat ve kültür üzerinde söz sahibi konumuna yükselmeleri engellenememektedir demek mümkündür.

Çokuluslu kapitalizmin mantığı, kültürü ve kültür üzerinden gündelik hayatın her alanını teslim almış, sömürgeleştirmiştir. Bu durum, eleştirel mesafenin ve bu mesafede temellenen kültürel bir siyaset ortağının ortadan kalkması anlamına gelmektedir. AB ve ABD'de kültür/sanat kurumlarının yönetimi profesyonel işletmeci ve pazarlamacılar tarafından yönlendirilmektedir. Küratörler ve diğer sanat kültür uzmanları ise bu kişilerin altında çalışmakta ve giderek söylem ve eleştiri coğrafyasından uzaklaşmaktalar. Böylesi bir yapılaşmada sanatçılar ancak koleksiyoncu, galeri, küratör uzlaşmasından süzülerek kurumlara ulaşabilmektedir. Bu kurumların genel politikalarını ve içeriklerini de büyük koleksiyoncular ve sanata yatırım yapan şirketlerin temsilcileri belirlemektedir (Şahiner, 2007:91).

Arz-talep ilişkine dayalı sanat piyasası koşullarının; sanat adı verilen özel üretimi gerçekleştiren sanatçı, bunu değerlendirecek entelektüel ve ekonomik birikime sahip kişi veya kurumların oluşturduğu bir alıcı kesimi ve bu iki grubun ortak noktası olan sanat eseri her iki tarafın ihtiyaçları doğrultusunda ekonomik ve kültürel nedenlerle arz edecek aracı konumundaki bir sanat taciri üzerine kurulduğu görülmektedir (Üstünlük, 2007:301). Bu açıdan bakıldığında sanatı ekonomiden uzaklaştırmak mümkün değildir hatta var olan kaynak ihtiyacı ile sanat her zaman gelişiminde ekonomik güce ihtiyaç duyacaktır. Küreselleşmenin bir getirisi olarak sanat/sanatçı ekonomik bir nesneye dönüşmüş gibi gözükse de sanat ve ekonomi birinden bağımsız olgular değildir.

SONUÇ

Günümüz içinde barındırdığı söylem karmaşalarında en etkili olan şey küreselleşmenin de yayılmasında etken olan teknoloji ve ulaştığı boyutlardır demek mümkündür. Küreselleşmenin getirisi üretilmiş/türetilmiş/yayılmış bilgi ışığında yeni bilim ve sanat anlayışları ile her alanda geleneksel değer yargıları yerinden oynamıştır. Bu bağlamda sanat yaşanan tüm oluşumların dışında değerlendirilemez.

Sanat, içinde bulunduğu tüm ortamlarda kapitalist sistemde ekonomik bir unsur olarak bulunmaktadır. Böylelikle sosyal dünyanın egemen değer yargılarının en büyük pazarını oluşturmaktadır denilebilir. Ekonomik bir öge olarak ele alındığında sanat günümüzde daha çok meta olarak görülmeye başlanmış ve en büyük destekçisi kaynak sahipleri, koleksiyoncu ve ilgili kurumlarla doğrudan bir ilgi ve bağımlılık içine girmiştir.

Küresel ekonomik değerler içerisinde sanat, bağımlı olduğu tüm değer yargıları ile olan ilişkisinin bir sonucu, özgünlüğü ve özgürlüğü üzerinde tartışmalara da kapı açmış oldu. Tüm kültür yapılarında artık ekonomik kaynak sahiplerinin daha etkili söz sahibi olması sanatında üzerindeki etkilerini artırdı demek mümkündür. Bu açıdan bakıldığında sanatın aradığı sponsorlar ortaya çıkarken yani yayılması ve desteklenmesi süreci tamamlanırken kendi salt varlığı üzerinde etken güçlerde artmıştır. Artık sanat çoğu zaman maddi bir pazar malzemesi olarak algılanmaktadır.

KAYNAKÇA

ELGÜN, Tülay. "Sanatçı Olabilmek". Türkiye'de Sanat 1.54 (2002): 24.

GÜREL, Haşim Nur. "Sanat Programı mı, Sponsorluk mu?". Türkiye'de Sanat 1.30 (1997): 30

KARACAN, Ali İhsan. "Sanat, Tablolar ve Ekonomi". Sanat Dünyamız 1.82 (2002): 237-252.

RIFAT, Şahiner. Sanatta Postmodern Kırılmalar ya da Modernin Yapıbozumu. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi Sanat Serisi, 2008.

ŞAHİNER, Rıfat. "Küresel Ekonomi ve Sanat." Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Ankara: T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayın No:1, Pozitif Matbaası, 2006. 89-90

TALAS, Mustafa. "Küreselleşme ve Türkiyede Kültür Politikaları". Yayımlanmamış Doktora Tezi, Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı, 2003.

ÜSTÜNİPEK, Mehmet. "Türkiyede Özel Sanat Galerilerinin Sanatın Ekonomik Boyutuna Katkıları." Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Ankara: T.c. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayın No:1, Pozitif Matbaası, 2006. 301

RESİM DİZİNİ

Resim 1: Andy Warhol, 32 Campbell's Soup Cans.

<http://bayaiyi.com/resim/andy-warhol-ve-32-campbells-soup-cans.html>

Erişim Tarihi: 20 Ocak 2014, Saat: 11:15.

Resim 2: Hans Haacke, Helmsboro Country.

<http://www.frieze.com/issue/review/hans-haacke/>

Erişim Tarihi: 20 Ocak 2014, Saat: 12:05.