

ÇAĞDAŞ SANATIN TİCARİLEŞMESİNE KÜRESELLEŞMENİN ETKİLERİ

Yrd. Doç. Bengisu BAYRAK⁶

Özet

Bu çalışma, küreselleşmenin çağdaş sanatın ticarileşmesine etkilerini sanatın dağıtım kanalları üzerinden inceleyerek ortaya koymaya çalışmaktadır. Küreselleşme sürecinde ülkeler arası kültürel ve ekonomik etkileşimin artması, ticaret sınırlamalarının azalması, çağdaş sanatın alım ve satımını kolaylaştırmış, yaygınlaşmasına yardımcı olmuştur. Çin, Hindistan, Brezilya gibi ekonomik güç kazanan yeni ülkelerin ortaya çıkmasıyla birlikte sanatın üretimi ve tüketimi Batı'yla sınırlı kalmamış, küresel ölçüğe ulaşmıştır. Yeni ekonomiler ve neo-liberal yaklaşımlarla ortaya çıkan süper zengin kitlenin antik eserler ve eski ustaların yapıtlarından ziyade giderek daha fazla çağdaş sanata yatırım yapması, bu sanat türünün üretim-tüketim döngüsünde bir katalizör işlevi görmüştür. Bugün, çağdaş sanat en çok alınıp satılan sanat kategorisi hâline gelmiştir.

Anahtar Kelimeler

Küreselleşme, sanat pazarı, bienal, sanat fuarı, müzayede, sanat ve para ilişkisi, Türkiye'de çağdaş sanat.

Summary

This study tries to demonstrate the effects of globalisation on commercialisation of contemporary art through examining the distribution channels of art. During the globalisation process, the ever increasing cultural and economic interaction between countries, reduction of trade barriers, the ease in trading art have

⁶ Yrd. Doç. Bengisu Bayrak, Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi, bengisubayrak@beykent.edu.tr

helped the proliferation of contemporary art. With the emergence of new economies such as China, India and Brazil, the production and consumption of art has reached a global scale and is no longer limited to the West. The investment of the new super-rich buyers on contemporary art rather than ancient artefacts and the works of old masters has boosted the production- consumption cycle of contemporary art. Today, contemporary art has become the most traded category of art.

Key Words

Globalisation, art market, biennial, auction house, relations between art and money, contemporary art in Turkey.

Giriş

Bu çalışma, ticari bir meta olarak çağdaş sanatın güncel durumunu sunarken, rekabet unsurunun galerilerin gücünü ne derece arttırdığı, galerin sanatçıların üretimine etki oranları gibi bazı soruları da tartışmaya açmaktadır. Çalışma, küreselleşmenin ekonomik ve kültürel sonuçlarının, kültürün nasıl eğlenceye ve ekonomik terimlere dönüştürüldüğünü çağdaş sanat üzerinden incelemektedir.

1. Küreselleşme ve Sanatın Dağıtımı:

Küreselleşme çoğul bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır: ekonomik, sosyal, teknolojik bir entegrasyon; internet sayesinde bilginin küresel düzeyde hızlı paylaşımı ile ülke sınırlarının işlevini yitirmesi gibi içerikleriyle ilerleme ve gelişimi önerdiği kadar, küresel pazarın kontrolsüzlüğü ile yüzeyselleşme, sömürgecilik, destabilizasyon olgularını yeni bir düzeyde ortaya koymaktadır.

Szeman'ın 2006 yılında belirttiği gibi, küreselleşme postmodernizm değildir ve estetik ve kültürle sınırlı bir ilişkisi vardır. Küreselleşmenin, postmodernizmin önerdiği gibi bir kültürel formasyonu yoktur: Örneğin, küresel ölçekte önem taşıyan edebiyatçılar ve mimarlar olmasına rağmen, bir 'küresel edebiyat', 'küresel mimari' yoktur. Küreselleşme, bizi kültür kavramını 'ticari eşya üretimi ve değiş tokuşun pek çok yönünden sadece birine verilen bir isimden biraz fazlası' olarak görmeye zorlamakta; başka bir deyişle, kültürü anlamı sadece değiş tokuş edilebilirliğinde yatan salt bir eğlenceye dönüştürmektedir. (Szeman, 2006:7)

1980'lerden itibaren, dünyayı şekillendiren iki önemli devlet – ABD ve Birleşik Krallık'ta Ronald Reagan ve Margaret Thatcher ile başlayan neo-liberalizmin yarattığı eşitsizlik, kısa sürede çoğu ülkeye yayılarak yeni bir süper zengin kitlesinin oluşmasına neden olmuştur. Çağdaş sanat koleksiyonculuğu, çağdaş sanatın kârlı bir mülk kategorisi olarak ekonomi değerinin yanı sıra, sağladığı statü nedeniyle süper zengin kitlenin dikkat çeken tüketim yollarından biri hâline gelmiştir. Artprice Monitor'ün *2011 Sanat Pazarı Eğilimleri* raporuna göre, son 10 yılda satılan çağdaş sanat yapıtlarının sayısı üç katına çıkmıştır ve 2001 yılında çağdaş sanata yapılan 87.7 milyon ABD \$'lık harcama miktarı 2011 yılında 1.26 milyar ABD \$'ına ulaşmıştır. (Kadhim, 2012:48) 2000'li yıllardan itibaren çağdaş sanatın giderek artan spekülâtif alım-satımı ve sanatın dağıtım kanallarının çoğalarak spekülâsyonlarda aktif rol oynaması pazarın büyümesinin ana nedenlerinden biri olmaktadır.

Sanat, doğası gereği evrensel bir olgu olmakla birlikte küreselleşme ile birlikte sanata erişimin kolaylaşması, sanat alanındaki rekabetin küresel boyuta ulaşmasına neden olmuştur. Günümüzde sanatın dağıtımını (sanatçıdan ilk tüketiciye) ve el değiştirmesi (tüketiciler arasında yeniden dağıtım) farklı biçimlerde gerçekleşmektedir. Dağıtım sistemlerinin genişlemesinde ve işleyişinin hızlanmasında katalizör işlevi gören önemli etkenlerden biri, sanatçıların sistem içinde kabul görme çabalarıyla internetin sağladığı olanakları kullanarak görünürlüklerini arttırmalarıdır.

Levine'in 1972'de belirttiği gibi, sanatın var olan dağıtım sistemleri içinde bulunmayan sanatçıların içinde buldukları durum oldukça zordur: Zaman ilerledikçe atölyeleri yapıtlarının sanat izleyicisine beğenilmediğini kanıtlayan yapıtlarla dolmaktadır. Bir sanatçı yapıtlarını satamamasına rağmen halen üretmeye devam etmekteyse, umutsuzluğa kapılmamak için güçlü olmalıdırlar.

Sanatçıların yapıtlarının dağıtımının gerçekleşmesi, sanatçıların yeni yapıtlar üretebilmeleri için gerekli ekonomik koşulları sağlayabilmeleri açısından da önemlidir; ancak pek çok yapıt izleyiciyle buluşmadığı ve ekonomik açıdan yaratıcısına geri dönüş sağlayamadığı tespit edilmiştir. 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. Neyin satıp neyin satmayacağı, sanat üretiminde önemli bir kriter hâline gelmiştir. Çünkü günümüzde, sanatçılar sistem içinde değillerse, sanatçı olarak varlıklarını

sürdürememektedirler. Bu nedenle, dağıtım kanallarının en az birinde varlık gösterme çabasına girmektedirler.

2. Sanat Bienalleri:

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 eş zamanlıdır. En önemlileri Dokumenta, Venedik, São 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'larda da yüzü geçmiştir. (Curioni, 2012:118-119) Mega etkinlikler olan bienaller, küreselleşmenin önemli bir parçası olmaya devam etmektedir.

1990'lardan itibaren büyük ölçekli uluslararası sergilerin sayısının artması, küratörlük fenomeninin de saygınlığını arttırmış; sergiler, farklı ilgi alanlarından farklı sanatçıları trans-kültürel bir bağlamda bir araya getiren ve küratörlerince yeniden yaratılan ideolojik metinler hâline gelmiş olması bienallerin politik bağlamda da kullanılarak, kimi kentlerin, ülkelerin veya etnik grupların görünürlüğünü artırma işlevi de gördüğünü göstermektedir. (O'Neill, 2007:15)

2007 yılında 10. İstanbul Bienali'nin (*İmkânsız Değil, Üstelik Gerekli: Küresel Savaş Çağında İyimserlik*) de küratörlüğünü yapan Hou Hanru, Asya kentlerinin yükselişini 'yeni bir dünya düzeni (...) için yeni vizyonlar sunan yeni ekonomik, kültürel ve hatta politik güçlerin yükselişi' olarak ifade etmektedir. (Stallabrass, 2010:43) 'O halde bu sergiler, yeni ekonomik ve politik güçlerin kültürel düzeyde geliştirilmesidir' ve bu nedenle, diğer sergilere ve sanat etkinliklerine göre daha fazla prestij sağlamaktadır. (Stallabrass, 2010:43) Bu prestije ortak olmak isteyen özel sektör kuruluşları, kültür alanındaki güvenilirliklerini arttırmak isteyen kuruluşlar, eğitim kurumları, medya, özel müzeler, isim farkındalığı yaratmak isteyen düşük bütçeli sanat inisiyatifleri, vb. tüm oyuncular, iş – akademi – sanat dünyası üçgeninde yerlerini almaktadırlar. Böylece, politik ve ekonomik güç dengeleri iş – akademi – sanat

dünyasına ve kamuya yeniden hatırlatılmakta, gelecek planlarında hassas düzenlemeler yap(tır)ılmaktadır. Bu durum, sanatçıların prestijlerini farklı yönlerle paylaşması anlamını taşımaktadır. Yerelden çok kozmopolit ve uluslararası izleyiciye hitap eden bienallerden imaj tazelemek veya imaj yaratmak gibi avantajlar elde etmenin yanı sıra, hangi sanatçının ön plana çıkacağı, ne tür sanatın yerel, bölgesel ve hatta küresel boyutta destekleneceğine dair açık veya kapalı çeşitli mesajlar iletilmekte, sanatın estetik ve sanatsal değerlerinden daha çok ekonomik değerlerle ifade edildiği çağdaş sanat fuarları ve müzayedelerinin rotalarına da yön verilmektedir. Örneğin, yüksek prestijli bienallerden Venedik Bienali, özellikle yirminci yüzyılın ikinci yarısından sonra 'evrensel sanat gelişiminin bir ölçütü olma özelliği' kazanmıştır ve sanat pazarı üzerinde en etkili bienallerden biri olmaya devam etmektedir. (Madra, 2003:123) Bienaller diğer sanat etkinliklerine kıyasla 'gerçek' sanatı öne çıkaran ve bu nedenle de alım-satım işlerine bulaşmayan organizasyonlar olarak konumlandırılmaya çalışılmaktadırlar. Ancak, günümüzde prestijli bienaller dahi pazarla ilişki içindedirler. Örneğin, 2007 yılında yapılan 52. Venedik Bienali'nin Britanya Pavyonu'nda White Cube Galeri, Tracey Emin'in yapıtlarının çoğunu daha bienal daha resmen açılmadan satmıştır. Bu nedenle 'Venedik'te gör, Basel'de satın al' ifadesi koleksiyoncuların mottosu hâline gelmiştir. (Velthuis, 2011:21-22) Sanat bienalleri, çağdaş sanatın yayılmasında ve dolayısıyla satın alınmasında etkin birer araç konumuna yerleşmişlerdir. Bienal, sanat fuarı, müze ve özel galeri arasında oluşan 'simbiyoz' ilişki, yapıtların ticarileşme hızına ivme kazandırmaktadır. (Stallabrass, 2011:8) Ancak, 'kirli işler' olarak addedilen parasal meseleler, para ilişkisinin açık olduğu sanat fuarları gibi organizasyonlara mâl edilerek, bienallerin gerçek sanatına gölge düşmemesi sağlanmaktadır.

3. Sanat Fuarları ve Galerileri:

Bienallerle paralel olarak sanat fuarlarının sayısı da katlanarak artmış ve 2011 itibariyle yüz seksen dokuz sanat fuarı sanat dünyasında rol almaya başlamıştır. (Curioni, 2012:119) Bienallerin 'çağı yakalama' olgusu ile söylemleri gereği neredeyse eş anlamlı olarak görülmesi nedeniyle daha genç sanatçılara ve çağdaş sanata ağırlık vermeleri, sanat fuarlarının çoğunluğunun çağdaş sanata yönelmelerinin önemli nedenlerinden biridir. Şanghay Bienali (1996), Birleşik Arap Emirlikleri (1993) gibi bienallerin Doğu'nun yükselen sanat merkezlerinde yapılmaya başlanması ve Çinli çağdaş sanatçıların sanat pazarındaki hızlı yükselişi, Amerika ve Avrupa'daki fuar organizasyonlarının gözlerini Doğu'ya çevirmesine neden

olmuştur. Portfolyosunda 'Art Basel' ve 'Art Basel Miami Beach'in de bulunduğu 95 sergi/fuarı düzenleyerek yıllık ortalama 1.810.000 izleyiciyi katılımcılarla buluşturan İsviçre şirketi MCH Group, 1 Temmuz 2011'de Uluslararası Hong Kong Sanat Fuarı'nı düzenleyen Asian Art Fairs Limited'in hisselerinin %60'ını satın almış, fuarı 2013 yılında Art Basel Hong Kong adıyla yeniden markalayacağını açıklamıştır. (MCH Group, 2011:9) MCH Group, bu kararın arkasındaki nedenleri, 2008 yılından beri faaliyet gösteren fuarın, 'seçkin galeri sahipleri ve koleksiyoncular için kısa bir süre içinde kilit bir uluslararası sanat fuarına dönüşmesi', 'Asya pazarının önemini yansıtması' ve 'Hong Kong'un dünyada en önemli üçüncü sanat pazarı olması' olarak sıralarken, para ile sanatın ilişkisini açık bir şekilde ifade etmektedir.

Para ile sanatı ilişkilendirmek, sanata atfedilen yüceliğine ve kutsallığına gölge düşürdüğü düşüncesi nedeniyle kimilerince kabul görmese de, sanatın patronaj sistemi ve pazar mantığı ile olan ilişkisi oldukça eskilere dayanmaktadır. 15. yüzyılda Floransa'da Medici ailesi ile başlayan modern koleksiyonculuk, 1440'da inşa edilen ilk modern Avrupa müzesi sayılabilecek Palazzo Medici'nin kurulmasına öncülük etmiştir. Artun'un 2011 yılında belirttiği gibi, 16. yüzyılda Medici koleksiyonu Galleria degli Uffizi'ye taşındığında, galeri üslubu bir sunuş düzeni ortaya çıkmıştır. Antik yapıtlar yerine döneminin çağdaş sanatını toplayan Mediciler'in siyasal hakimiyetinin arkasındaki Floransa, Venedik, Milano Roma, Londra gibi kentlerdeki Medici bankaları arasında yapıtların dolaşımında olması, para ile sanatın aynı sistem içinde işletildiği anlamına geldiğini göstermektedir.

19. yüzyılın ilk yarısında modern sanat pazarının ortaya çıkışından beri, sanat tacirleri kendilerini tarafsız müteşebbisler ve patronlar olarak tanımlamışlarsa da, Batı Avrupa metropollerinde perakende piyasasının gelişip çeşitli ürünler satan mağazalar ortaya çıktığında, sanat tacirleri ticaret ve tüketim kavramlarından uzak durmuş, dükkanlarını 'ideolojik' olarak değiştirerek 'kitap satıcılığı ve antikacılıktan müze rakipliğine' dönüşmüşlerdir. (Velthuis, 2005:21)

Para ile sanatın ilişkisi zaman zaman çok daha belirgin bir hâle gelebilmektedir. Örneğin, 2009 yılında Abu Dabi'de başlayan yeni çağdaş sanat fuarı 'Abu Dhabi Art' için galerilerin kendilerini temsil etmek için seçtikleri yapıtlar, galerilerin kendi üsluplarını yansıtmaktan çok, süper zengin Birleşik Arap Emirlikleri'nin Batı dünyasında yarattığı algıyla örtüşmekteydi. Larry Gagosian, üzerinde 12 milyon ABD \$ fiyat etiketi olan Jeff Koons'dan 'Kırmızı Elmas'ı; White Cube, Mark Quinn'in 1991 tarihli 'Kan Kafa'

heykelinin 10 kg altın ile yapılmış bir versiyonunu ve Damien Hirst'ten daire biçimli, altın zemin üzerine elmaslar serpilmiş kelebek resimlerinden 'Ah Midas'ı stantlarında sergilemişlerdir. (Adam, 2009:52) Becker'in 2008 yılında belirttiği gibi, sanat eserleri çoğu zaman dağıtım sistemlerinin izlerini taşımaktadırlar. 1990'lı yıllardan başlayarak özellikle 2000'li yıllarda ekonomik farkındalık kazanan sanatçılar, tacirleriyle birlikte kariyer geliştirmek, düzeni sağlayan güç sahipleriyle aynı eksende yer almak ve yapıtları için pazar oluşturmak için daha cüretkâr hâle gelmişlerdir. 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. (Velthuis, 2012:19)

Sanat fuarlarının yaygınlaşmasının bir diğer nedeni, tüketim kültürü düzeninde 'sanat fuarlarının sanat pazarının alışveriş merkezi' hâline gelmesiyle alıcıların sosyalleşme, eğlenme, zaman geçirme ve satın alma eylemlerinin tümünü aynı anda ve tek bir çatı altında gerçekleştirebilecekleri çekim noktaları olmalarıdır. (Kadhim, 2012:49) Fuarlar bu nedenle sanat alımında 'bir kültür değişimini' temsil etmektedir: Sanat, moda, eğlence ve partileri bir araya toplayan fuarlarda, galeri ortamındaki sanat üzerine tartışmaların yerini alışveriş merkezi deneyimleri alırken ve koleksiyoncular daha kolay satın alan tüketicilere dönüşmektedirler. Servetlerini genellikle finans veya lüks tüketim mallarından edinmiş olan bu yeni tür koleksiyoncular, bir sanatçıyı süreklilik içinde takip eden koleksiyonculardan farklı olarak kâr güdümlüdürler ve çağdaş sanat konusunda derin bir bilgiye sahip oldukları şüphelidir. (Thompson, 2008:260) Kârın en önemli motivasyon olması müzayede evlerinin de egemenliklerinin giderek artmasına neden olmuştur.

4. Sanat Müzayedeleri:

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 katmasıyla başlamıştır'. (Panero, 2009:27-28)

Çağdaş sanatın müzayede ile olan ilişkisinde bir dönüm noktası sayılan 18 Ekim 1973'te o günkü adıyla 'Sotheby Parke Bernet' müzayede evinde yapılan Robert C. Scull koleksiyonunun satışı, tek bir çağdaş

sanat koleksiyonuna adanmış ilk müzayededir ve müzayedenin Çağdaşları Modernlerden ayırarak tanımlaması nedeniyle daha gerçekleşmeden önce sanat tarihindeki yerini almıştır. (Haden-Guest, 1996:1) Aşağıdaki tablo, Scull müzayesinde yapılan satışlardan sınırlı sayıda örnek vermekle birlikte, yapıtlardan elde edilen astronomik kâr oranlarıyla, çağdaş sanatın fiyatlarının ne derece değişken olabileceğine işaret etmektedir.

Sanatçı & Yapıt	Scull'ın ilk alışı (ABD \$)	Müzayedede ulaşılan satış fiyatı (ABD \$)
Jasper Johns, <i>Çift Beyaz Harita (Double White Map)</i> , 1965.	10.500	240.000
Cy Twombly, ?.	750	40.000
Robert Rauschenberg, <i>Çözülme (Thaw)</i> , 1958.	900	85.000
Andy Warhol, <i>Çiçekler (Flowers)</i> , 1964.	3.500	135.000

Tablo 1. 18 Ekim 1973 Sotheby's müzayesinde satılan lotlardan bazıları.
Kaynak: James Panero'dan (2009) uyarlanmıştır.

İlk alıcısı Robert C. Scull'ın 1986'da bir müzayedede 385.000 ABD \$ fiyata sattığı Andy Warhol'un '200 Bir Dolar Banknot' ipek baskı resmi, 11 Kasım 2009'da Sotheby's'de 43.7 milyon ABD \$ fiyata; 1973'te 135.000 ABD \$'ına satılan Warhol'un 'Çiçekler'i 13 Şubat 2013 tarihinde Christie's Londra'da 992.905 ABD \$'ına satılmıştır. (Panero, 2009:29, Vogel, 2009) Armory Show'un yöneticisi ve Sotheby's Sanat Enstitüsü üyesi Noah Horowitz'in Meyer ile benzer bir şekilde ifade ettiği gibi sanat ticareti, 'fiyatı olmayan şeylerin ticaretidir', bu yüzden bir yapıtın fiyatı, telaffuz edilen rakamdır. (Kadhim, 2012:47)

5. Türkiye'de Çağdaş Sanatın Durumu:

Dünyadaki önemli müzayede evlerinin ulaştığı rakamlara yakın olmasa da, Türkiye'de de çağdaş sanat daha fazla talep görmeye başlamıştır. Aşağıdaki tablo, Türkiye'de 2000-2010 yılları arasındaki müzayede satışlarının Klasik, Modern, Klasik Çağdaş ve Çağdaş sanat üsluplarına göre dağılımını göstermektedir. Tabloda on yıllık süre içerisinde dikkat çeken, klasik yapıtlara ilginin azalıp çağdaş yapıtlara olan ilginin artmasıdır. 2000 yılında yıl genelinde Çağdaş kategorisinin payı sadece %1 iken, 2010 yılına gelindiğinde on üç kat artarak %13'lük paya ulaştığı gözlenmektedir. Bu artışın ardındaki ana neden, bu on yıllık dönemde Türkiye'de çağdaş sanatın görünürlüğünün artmasıdır.

Yıl	Klasik %	Modern %	Klasik Çağdaş %	Çağdaş %
2000	68	25	6	1
2001	42	38	18	2
2002	52	34	11	3

2003	43	38	15	4
2004	57	30	11	2
2005	62	28	8	2
2006	41	31	23	5
2007	38	35	22	5
2008	41	32	22	5
2009	20	34	39	7
2010	15	33	39	13

Tablo 2. Türkiye’de 2000-2010 yılları arasında müzayede satışlarının üsluplara göre dağılımı.
Kaynak: Artist Modern (2010) ‘Türk Sanat Pazarı’ araştırmasından uyarlanmıştır.

2000 ile 2010 yılları arası, çağdaş sanatın Türkiye’de yaygınlaşmasında önemli bir on yıllık dönemdir. Bu on yılda İstanbul’da çağdaş sanatın görünürlüğünü arttıran pek çok mekân açılmıştır: 2001 yılında kurulan ‘Proje 4L’ (bugünkü adıyla Proje 4L – Elgiz Çağdaş Sanat Müzesi) ile başlayarak, ‘Nomad’, ‘Pist’, ‘Hafriyat’, ‘mentalkLINIK’, ‘Apartman Projesi’ gibi çeşitli sanat inisiyatiflerinin açılması, 2006 yılında faaliyetlerini durduran ‘Borusan Sanat Galerisi’; ‘Garanti Platform’, ‘Akbank Sanat’ gibi holdinglerce açılan çağdaş sanat galerilerinin artması; 2004 yılında kurulan Türkiye’nin ilk modern sanat müzesi ‘İstanbul Modern’; Koç Holding’in kültür kolu Vehbi Koç Vakfı’nca desteklenen ‘Arter’in kurulması; Akaretler bölgesi ve ‘Mısır Apartmanı’ gibi çağdaş sanat galerilerinin çoğunluğu oluşturduğu yeniden yapılanmış mekânların ortaya çıkması sıralanabilir. Bu mekânların aynı dönemde birbiri ardına açılması, çağdaş sanat alanında bir sinerji yaratmıştır. Yeni sanat mekânların yanı sıra İstanbul Bienali’nin önemi uluslararası platformda giderek artmakta, yeri sağlamlaşmaktadır. Uluslararası sanat izleyicisi ve potansiyel ve reel alıcılar İstanbul sanat etkinliklerini daha yakından takip etmektedirler.

Orhan Pamuk’un 2006 Nobel Edebiyat ödülü alması, Nuri Bilge Ceylan’ın Cannes Film Festivali’nde 2011 ve 2012 yıllarında üst üste aldığı ödüller de kuşkusuz son dönemlerde Türkiye’nin uluslararası edebiyat-sanat platformunda dikkat çekmesine katkıları sağlamıştır. Türkiye, uluslararası sanat pazarında dünyanın dikkatini en az Hindistan, Rusya ve Çin kadar çekmiş durumdadır. (Harris, 2010) İstanbul’da şube açan uluslararası galerilerin çoğalması bu görüşü destekler niteliktedir.

Sotheby’s Londra 2009 ve 2012’de iki kez ‘Türk Çağdaş Sanatı’ başlığı altında müzayedeler düzenlemiş, Taner Ceylan, Hale Tenger, Haluk Akakçe, Hüseyin Alptekin, Şükran Moral gibi Türkiye çağdaş sanatçılarının uluslararası platformlarda markalanma süreçlerine katkıları sağlamıştır. 4 Mart 2009 tarihinde Sotheby’s Londra’da 13 numaralı lot olarak müzayedeye alınan Taner Ceylan’ın ‘Spiritüel’ adlı resmine 30.000 ila 40.000 £ değer biçilmiş, ancak 70.850 £’a satılmıştır. (Sotheby’s, 2009) Bundan sadece iki yıl

sonra, 26 Nisan 2012 tarihinde aynı müzayede evinde 14 numaralı lot olarak müzayede edilen 'Ten Kafesi' 121.250 £'a satılmıştır. Bu kez biçilen değer 100.000 ila 150.000 £'dur. Bir başka deyişle, Sotheby's eksperleri bu kez, bir önceki müzayedede biçtikleri değeri üç ile çarparak bir değer belirlemişlerdir. Taner Ceylan, 2010 yılında Türkiye müzayedelerindeki 198.946 ABD \$ tutarındaki satışları ile Çağdaş Sanat kategorisinde toplam satışta birinci sıradadır. (Artist, 2010:17)

Türkiye'de devlet desteği neredeyse tümüyle arkeoloji ve kültür miraslarını korumaya yönelmiş durumdadır ve çağdaş sanat inisiyatiflerinin hemen hepsi özel sermayeyle bağlantılıdır. Unleashed: Contemporary Art From Turkey kitabının yürütücü editörü Maryam Homayoun Eisler'e göre, bu neredeyse bir lütuftur çünkü bu durum sanatçıların sosyal ve politik sorunları eleştirebilmesine olanak sağlamaktadır. (Harris, 2010) Garber'a göre ise, devletin çağdaş sanatla etkileşimi, diğer 'organize patronajlar' ile kıyaslandığında zaten daha küçüktür. Çünkü gerçek oyun; kültürel hayırseverlikte, kurumsal sponsorlukta, kurumsal sanat koleksiyonculuğunda, kamusal alanlardaki sanatın finansmanında ve 'ikiz teşvikler' – 'kâr ve sosyal vicdan' – tarafından motive edilen yeni 'teşebbüs hayırseverliği'ndedir. (Garber, 2008:97) Bir anlamda devlet, organize patronajlardan biri olmak için fazla yavaş bir sistemdir.

Çağdaş sanat ile devlet ilişkisinin zayıflığını özgür sanat üretim ortamı sağlaması, avantajlarının yanı sıra bazı problemleri de beraberinde getirmektedir. Bu problemler, İstanbul gibi dünyanın sanat merkezlerinden biri hâline gelen ve sınırlı sayıda galeri mekânı olan kentlerde galerilerin sanatçılardan daha fazla söz sahibi olmaya başlamasıyla çoğalmaktadır. Sanat küresel bir olgu olmakla birlikte, küreselleşmenin sanat alanındaki en büyük etkilerinden biri rekabet unsurunun küresel boyuta ulaşmış olmasıdır. Bugün, dünyadaki önemli çağdaş sanat müzelerinin ve galerilerinin tümünün web siteleri üzerinden kalıcı koleksiyonlarını ve süreli sergilerini, takip etmek; portfolyolarındaki sanatçılar hakkında sanatçıların web sitelerinden yapıtlarının görsellerine ve daha detaylı bilgilere ulaşmak hızlı ve kolaydır. İnternet üzerindeki 'Saatchi Online', 'artnet.com' vb. platformlara her gün yüklenen yüzlerce yapıt görseline ulaşarak yeni eğilimlerden haberdar olmak işten değildir. Erişimin kolaylaşması iki yönlüdür. Sanatçıya da sanata da ulaşmak kolaylaşınca, rekabetin artması da kaçınılmazdır.

Yapıtları kimin satın aldığı, bir başka deyişle, müzayedeye veya fuara kimin koleksiyonundan çıktığı da yapıtı önemli kılan etkenlerden biridir. New York'taki galerisini kapatıp Tophane'de açan Regis Krampf, yeni başlayacaklar için koleksiyon oluşturma talimatlarında yapıt satın alırken dikkat edilmesi gereken

unsurları; yapıtı geçmişte kimin aldığı, yapıtın daha önce hangi galerilerde sergilendiği, yapıtın diğer yapıtlara benzememesi, ekonomik açıdan benzer yapıtların sayısının çok olması yapıt fiyatını düşüreceğinden yapıtın orijinal ve otantik olması olarak sıralamaktadır. (Özgentürk, 2013:32) Kendisini 'müşterisine yatırım önerisi yapan bir banka gibi' gören Krampf, sanata yatırım yapmanın bir tür risk yönetimi olduğuna işaret etmiştir: 5000 ABD \$ fiyatın altında satın aldığı 150 yapıttan oluşan koleksiyonunun her parçasının şimdi 25.000 ABD \$ fiyattan başladığını ifade eden Krampf'a göre, genç sanatçılara yatırım yapmak oldukça kârlı olabilmektedir. Bugün Türkiye'nin sanat merkezi İstanbul'da Krampf ile benzer düşünen galeri sayısının hızla arttığı gözlemlenmektedir. (Özgentürk, 2013:33)

Genç sanatçıların yapıtlarına olan ilginin artması, rekabet ortamını hem galeriler ve tacirler açısından hem de sanat dünyasında kendilerine yer edinmek isteyen genç sanatçılar açısından kızıştırır en önemli etkenlerden biridir. Türkiye'de çağdaş sanatın yaygınlaşmasından önceki sanat ortamında, genç sanatçılar 'ustaların' önüne geçemezlerken, şimdi 'alternatif' olarak addedilmeyen ticari galerilerde bile çok sayıda genç sanatçının yapıtlarını izlemektedir. Ancak, internet gibi saydam platformlar üzerinden her an her şeye erişimi olan sanatçıların galerilere oluşturduğu talebin, sınırlı sayıdaki galeri tarafından karşılanamayacağı da ortadadır. Bu arz-talep dengesizliği, belli bir tür veya üsluptaki sanatın görünürlüğünü arttırmaya dolaylı olarak yol açabilir mi? Daha da öteye gidip; Charles Saatchi ile Tate işbirliği ile 1990lı yıllarda markalaştırılan 'Genç Britanyalı Sanatçılar'ın sanatın evrensel akışını yönettikleri gibi belli bir eğilimi baskın kılabilir mi? Örneğin, son dönemde İstanbul sanat çevresinde ön plana çıkan Mısır Apartmanı ve Akaretler gibi mekânlarda benzer üsluplarda fotoğraflar, benzer temalarda ve tekniklerle üretilmiş resimler ve ilginçtir ki, nadiren enstalasyonlar sergilenmektedir. Bu durum, çağdaş sanatın pazar beklentileri potasında eritilip tektipleştirilmesi midir? Zeytinoğlu'nun ifade ettiği gibi, sanat gerçekten de krizlerini atlattığı ve pazar ile bütünleşmiş midir?

Sonuç

Çağdaş sanata olan ilginin ve talebin artmasının küreselleşmeden etkilendiği tartışmasızdır. Çin gibi yeni süper güç ülkelerdeki süper zengin kitlelerin mevcut olan Batılı alıcılara eklenmesiyle sanat üretiminin ve tüketiminin alevlenmesi, statü kavramının daha önce hiç olmadığı kadar sanatla kenetlenmesi, ticaretteki sınırlamaların azalması, internet sayesinde bilgiye anında erişim ve insanların sınırlar ötesi mobilitesi gibi

küreselleşme olguları çağdaş sanatın yaygınlaşmasıyla doğrudan ilişkilidir. Sanat ve para ilişkisi yeni bir olgu olmamakla birlikte, 1990'lardan itibaren sanatın 'ruhunu' ele geçirmiş durumdadır. Tüketici profilinin değişmesiyle statü kavramı da değişmiş, artık bir yapıtın fiyatı ve onu satın almış olan kişinin statüsü sanatı olumlayan unsurlar hâline gelmiştir. Sanatın üretim ve dağıtım koşullarının değişmesi de yaygınlaşmasında rol oynamıştır. Çağdaş sanatın üretimi ve dağıtımındaki koşulların değişmesinin nedenlerinden biri, çoktan 'dönüştürmüş' bir izleyici kitlesine ulaşmak ve ötesine geçmek bağlamında sanatın daha önce hiç olmadığı kadar zor bir dönem geçirmesi; bir diğer neden de, eğlendirici ve daha kolay hazmedilir sanatın daha fazla öne çıkmasıdır. (Lind, 2012:7-8) Her iki nedenin de, küreselleşme ve neo-liberal politikalar ile sanat pazarlarının finansallaşarak kuralsızlaşması kaynaklı olduğu görülmektedir.

Müzayede evi, sanat fuarı ve internetin ticarileşmeye katkısı; sosyal, kültürel ve sembolik düzeyde gerçekleşmektedir. (Velthuis, 2012:22) Sosyal olarak, toplumsal bağların önemini zayıflatmış ve anonim değişimi teşvik etmiştir; kültürel olarak, sanatı kültür uzmanlarından, sanat paydaşları arasındaki doğrudan etkileşimden koparmıştır; sembolik olarak da, sanat dünyasının çağdaş sanatı meta olmaktan çıkarma girişimlerini feshetmiştir.

Galerilerin 'iyi' olup olmadıklarının Art Basel, FIAC gibi sanat fuarlarında yer alıp almadıkları ile ölçülür hâle gelmesi, sanatın finansallaşmasının bir başka kanıtıdır.

Çağdaş sanatın ticarileşmesi iki yönlüdür: Kitlelerin erişimine açık olması, rekabeti beslemektedir; rekabet nedeniyle yapıtlar uluslararası koleksiyoncuların dikkatini çekmek için tasarlanmaktadır. Bienaller, sanat fuarları gibi organizasyonların sayılarındaki artış, astronomik müzayede satış rakamları sanatın endüstrileştiğinin açık bir göstergesidir. Ancak bu endüstrileşme, endüstrileşmenin ana aktörlerince yönetilen bir tür kontrol mekanizmasından geçmektedir; buradan hareketle neyin endüstrileşeceğinin kararını daha çok pazara yapıtları süren taraf vermektedir. Bu kontrol, sanatın 'çifte himaye' altında olması ile sağlanmaktadır. (Stallabrass, 2011:8) Yapıtların fiyatlarının her bir yeni el değiştirmede artması, yapıtları sadece bu fiyatları karşılayabilecek kişi/kurumlar tarafından satın alınabilmesi sağlayarak bir tür 'kontrollü sahiplik' oluşturmakta ve yapıtların özel ve ayrıcalıklı konumu korunmaktadır. (Stallabrass, 2011:8) Müze dünyasında ise, neyin hangi koşullarda izleneceğine ve nasıl yorumlanacağına müze danışma kurulları ve yönetici küratör gibi uzmanlar karar vermektedirler. Çağdaş sanatın oldukça geniş bir izleyici kitlesi olmasına rağmen, bu kitle gördükleri üzerinde kontrol sahibi konumunda değil, alıcı konumundadır.

Bu nedenle galeriler, sanat fuarları, sanat müzayedeleri gibi sanatın ticari dağıtım kanalları, bugüne kadar hiç olmadığı kadar güçlüdür. Arzı da talebi de belirleyen bu kanallardır. Sanatın pazar etkisinden sıyrılması ütopyik bir hayal olarak kalmaya devam edecek gibi görünmektedir.

KAYNAKÇA

Adam, Georgina (2009) 'Abu Dhabi Art proves a brave, a new world for dealers'. *The Art Newspaper*, Aralık 2009, v.18. s.52.

Artist Modern (2010) *Türk Sanat Pazarı: 2010 Yılı Türk Sanat Pazarına İlişkin İstatistik Bir Araştırma*. İstanbul: Biltur Basım Yayın ve Hizmet A.Ş. (Katalog)

Artun, Ali (2011) *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi: Estetik ve Modernizmin Tasfiyesi*. İstanbul: İletişim Yayınları

Becker, Howard S. (2008) *Sanat Dünyaları*, çev. Evren Yılmaz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Christie's (2013) 'Post-War And Contemporary Art (Evening Auction)' (müzayede kataloğu) <http://www.christies.com/lotfinder/salebrowse.aspx?intsaleid=24075&viewType=gridview&action=paging&pg=2> adresinden 24 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

Curioni, Stefano Baia (2012) 'A fairy tale: The art system, globalization, and the fair movement', ss. 115-151. *Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, eds., Maria Lind & Olav Velthuis (2012) Berlin: Sternberg Press.

Garber, Marjorie (2008) *Patronizing the Arts*. New Jersey: Princeton University Press.

Haden-Guest, Anthony (1996) *True Colors: The Real Life of the Art World*. New York: Atlantic Monthly Press.

Harris, Gareth (2010) 'Turkey's booming arts scene'. *Financial Times*, 27 Şubat 2010. <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/5aa7cae6-21ae-11df-acf4-00144feab49a.html#axzz2Ld3uM9JW> adresinden 22 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

Kadhim, Noor (2012) 'The impact of trade on art production'. *Contemporary Practices Art Journal*, Ağustos 2012, ss.46-51.

Levine, Edward M. (1972) 'Chicago's Art World'. *Urban Life and Culture*, v.1, ss. 292-322.

Lind, Maria (2012) 'Contemporary art and its commercial markets', ss 7-14. *Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, eds., Maria Lind & Olav Velthuis (2012) Berlin: Sternberg Press.

Madra, Beral (2003) *İki Yılda Bir Sanat: Bienal Yazıları 1987 – 2003*. İstanbul: Norgunk Yayıncılık.

MCH Group (2011) 'Yıllık Faaliyet Raporu 2011'.
http://www.mch-group.com/~media/mch-group/Documents/PdfTemplates/Reports/Jahresbericht_11en.ashx
adresinden 19 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

O'Neill, Paul (2007) 'The curatorial turn: From practice to discourse', ss.13-28. *Issues in Curating Contemporary Art and Performance*, eds., Judith Rugg & Michèle Sedgwich (2007). Chicago: Intellect Books.

Özgentürk, Jale (2013). 'Türkler riskli işi seviyor'. *Radikal (Radikal Pazar)*, 3 Şubat 2013, ss.32-33.

Panero, James (2009) 'The art market explained'. *The New Criterion*, Aralık 2009, ss.26-29.

Roche, Maurice (2000) *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. London: Routledge.

Sotheby's (2009) 'Contemporary Art Turkish' (müzayede kataloğu).
<http://www.sothebys.com/en/catalogues/ecatalogue.html/2009/contemporary-art-turkish-109725#/r=/en/ecat.fhtml.L09725.html+r.m=/en/ecat.lot.L09725.html/13/> adresinden 24 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

Sotheby's (2012) 'Contemporary Art Turkish' (müzayede kataloğu).
<http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/2012/contemporary-artturkish/lots.list.1.html>
adresinden 24 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

Stallabrass, Julian (2010) *Sanat A.Ş.: Çağdaş Sanat ve Bienaller*, çev. Esin Soğancılar. İstanbul: İletişim Yayınları.

Stallabrass, Julian (2011) 'The hollow triumph of contemporary art'. *The Art Newspaper Magazine*, Haziran 2011, ss. 7-8.

Szeman, Imre (2006) 'Imagining the future: Globalization, postmodernism and criticism'.
<http://individual.utoronto.ca/nishashah/Drafts/Szeman.pdf> adresinden 27 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

Thompson, Don (2008) *Sanat Mezat*, çev. Renan Akman. İstanbul: İletişim Yayınları.

Velthuis, Olav (2005) *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. New Jersey: Princeton University Press.

Velthuis, Olav (2011) 'The venice effect'. *The Art Newspaper*, Haziran 2011, ss. 21-24.

Velthuis, Olav (2012) 'The contemporary art market between stasis and flux', ss. 17-50. *Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*, eds., Maria Lind & Olav Velthuis (2012) Berlin: Sternberg Press.

Vogel, Carol (2009) 'Warhol Fetches \$43.7 Million at Auction'. *New York Times*, 11 Kasım 2009.
<http://www.nytimes.com/2009/11/12/arts/design/12auction.html>
adresinden 21 Şubat 2013 tarihinde edinilmiştir.

Zampetti, Chiara (2011) 'Turkish artists get more international exposure'. *The Art Newspaper*, No: 224, Mayıs 2011, s.7.

Zeytinoğlu, Emre. (2011) 'Modern ya da modern olmayan mitolojiler bağlamında: Marx, Pollock, Hirst, Emmerich ve Spielberg'. *Artist Actual*, v. 75, Ocak-Şubat, ss.72-75.