

ÇAĞDAŞ SANAT PİYASASININ SOSYOLOJİK TEŞEKKÜLÜ: ÇAĞDAŞ SANAT ALANINDA DEĞER YARATICI ÖZNELER VE SANATSAL CEMAATLEŞME OLGUSU¹

Hülya BİÇER OLGUN²

ÖZ

Bu araştırmada günümüz Türkiye’inde çağdaş sanat alanının yapısı, failleri ve sanat piyasasının toplumsal teşekkülü ele alınmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sanat eserinin değerinin belirlenmesi sürecini yapı-fail-nesne ilişkisi içerisinde sosyolojik olarak açıklamaktır. Araştırmadaki kuramsal ve kavramsal dayanaklar olarak; George Dickie’nin kurumsal sanat kuramı, Pierre Bourdieu’nün alan ve sermayeler teorisi, Paul DiMaggio’nun kültür kapitalistleri ve kurumsal hayırseverlik yaklaşımı, Luc Boltanski&Eve Chiapello’nun kapitalizmin yeni ruhu yaklaşımı ile Luc Boltanski&Arnaud Esquerre’in zenginleştirme ekonomisi yaklaşımlarından yararlanılmaktadır. Araştırmada örneklem dahilinde, çağdaş sanat alanında faaliyetlerde bulunan Koç, Eczacıbaşı, Sabancı, Kocabıyık aileleri ve sermaye gruplarının çağdaş sanat kurum ve etkinliklerinde yer almış olan 16 sanatçı, 9 küratör olmak üzere 25 katılımcıyla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu araştırmanın sonucunda, saha verileri ve kuramsal dayanaklar doğrultusunda oluşturulmuş olan “değer yaratıcı özne” kavramı ve “sanatsal cemaatleşme” olgusu açıklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sanat Alanı, Çağdaş Sanat Piyasası, Sanat Eserinin Değeri, Sosyal Sermaye, Sanatsal Cemaatleşme, Değer Yaratıcı Özne.*

SOCIOLOGICAL ORGANIZATION OF CONTEMPORARY ART MARKET: VALUE CREATING AGENCIES AND ARTISTIC COMMUNITY IN CONTEMPORARY ARTISTIC FIELD

ABSTRACT

In this research, the present structure of contemporary art in Turkey, are considered social formation of the perpetrators and the art market. The aim of this study is to explain the value of artwork as sociological in the structure-agency-object relationship. As theoretical and conceptual bases in research; George Dickie's institutional theory of art, Pierre Bourdieu's field and capitals theory, Paul DiMaggio's cultural capitalists and his corporate philanthropy approach, Luc Boltanski & Eve Chiapello's new spirit of capitalism, and Luc Boltanski & Arnaud Esquerre's enrichment economics approaches are utilized. Within the scope of the study, in-depth interviews were conducted with 25 participants, including 16 artists and 9 curators, who were involved in contemporary art institutions and activities of Koç, Eczacıbaşı, Sabancı, Kocabıyık families and capital groups. As a result of this study, the concept of “value creating subject and the phenomenon of “artistic community” are explained in the line with data and theoretical bases.

Key Words: *Artistic Field, Contemporary Art Market, Value of Artwork, Social Capital, Artistic Community, Value Creating Agency.*

¹ Bu çalışma “Türkiye’de Çağdaş Görsel Sanat Piyasasının Dinamikleri Üzerine Nitel Bir Araştırma” adlı doktora tezinden üretilmiştir.

² Dr. hlybcr@gmail.com.

Giriş

Bu çalışmada 21. yüzyıl Türkiye'sinde çağdaş görsel sanat eserinin değerinin nasıl belirlendiği sosyolojik olarak ele alınmaktadır. Sanat eserinin değerinin toplumsal oluşumu hem yapı (çağdaş sanat alanı) hem failler (sanatçı ve küratör) hem de nesneye (sanat eseri) odaklanarak analiz edilmektedir. Araştırmanın kuramsal ve kavramsal arka planını George Dickie'nin (2000, 2001) kurumsal sanat kuramı, Pierre Bourdieu'nün (1986, 1990, 1993, 1996, 2006) alan ve sermayeler teorisi, Paul DiMaggio'nun (1982, 1986a, 1986b, 1986c, 1987, 1991) kültür kapitalistleri ve kurumsal hayırseverlik yaklaşımı, Luc Boltanski&Eve Chiapello'nun (2007) kapitalizmin yeni ruhu yaklaşımı ile Luc Boltanski&Arnaud Esquerre'in (2015, 2016, 2017) zenginleştirme ekonomisi yaklaşımları oluşturmaktadır.

Bu çalışma, araştırmanın kuramsal ve kavramsal arka planı ışığında 16 sanatçı, 9 küratör olmak üzere toplam 25 kişiyle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler ile elde edilen veriler temel alınarak hazırlanmıştır. Araştırmanın örneklemini dahilinde Koç, Eczacıbaşı, Sabancı, Kocabıyık aileleri ve sermaye gruplarının çağdaş sanat kurum ve etkinliklerinde yer almış olan, bu ailelerin sanat kurumlarında eserleri bulunan/veya eser sergilemiş olan sanatçı ve buralarda etkinlik göstermiş küratörlerle görüşülmüştür. Bu çalışmada günümüz Türkiye'sinde bir sanatçı ve sanat eserinin değerinin hangi aktörlerin ve kurumsal yapılanmaların etkisiyle belirlendiği ele alınmaktadır. Burada bu yazıya kaynak olan araştırmanın (Biçer Olgun, 2019) sonuçları değerlendirilmektedir.

Sanat Eserinin Değerinin Toplumsal İnşası

Sanat piyasasında “değer”den söz edildiğinde genellikle akla yalnızca veya ilk olarak ekonomik değer gelmektedir. Fakat sanat eserinin ekonomik ve sanatsal değerinin oluşması sürecinin sosyolojik bir temelde incelendiği araştırma (Biçer Olgun, 2019), iki değer birbirleriyle etkileşim içerisinde oluştuğunu göstermektedir. Araştırma kapsamında kendileriyle görüşme yapılan sanatçı ve küratörler idealde sanat eserinin ekonomik ve sanatsal değerinin aynı şeyi ifade etmemesi gerektiğini düşünmektedirler. Oysa toplumsal gerçekler bu düşünceyle pek uyumlu değildir. Günümüz neoliberal ekonomik yapısı içerisinde bir sanat eseri çok pahalı bir fiyata satıldığı için bile tek başına değerli görülebilmektedir. Luc Boltanski&Arnaud Esquerre'in bahsettiği üzere zenginleştirme ekonomisi yaklaşımı içerisinde nesnelere onlara atfedilen değer ile anılırlar. Bu aşamada nesnenin asıl ekonomik değeri değil, nesneye yüklenen anlam/yorum nesnenin kendisini değerli kılmaktadır. Bu aşamada da sanat eserinin ekonomik değeri ile algılanan sanatsal değeri iç içe geçmektedir. Peki bir nesneyi değerli kılma süreci nasıl işletilmektedir? Bu soruyu cevaplandırmak için çağdaş sanat alanının yapısını, sanat eserinin ve sanatçının niteliklerini, sanat eserini inşa ettikleri çeşitli söylemlerle donatan aktörleri ve çağdaş sanat alanında çeşitli roller üstlenen tüm aktörlerin etkilerini hesaba katmak gerekmektedir.

Bu doğrultuda öncelikle “sanat eseri nedir?” sorusunu George Dickie'nin kurumsal sanat anlayışı doğrultusunda cevaplandırmak gerekmektedir. Dickie'ye göre sanat eserini sanat eseri yapan şey, onu sanat eseri olarak kabul eden bir sanat dünyası kamusunun olmasıdır. Dolayısıyla sanat dünyası kamusunun kendi içine aldığı, kabul ettiği, sanat olarak onayladığı her şey sanat eseridir. Sanat dünyası kamusu küratörler, koleksiyoncular, sanat eleştirmenleri ve yazarları, galericiler vs. gibi alanın aktör gruplarını ifade etmektedir. Araştırmanın saha görüşmeleri ile elde edilen neticeler göstermektedir ki günümüz Türkiye'sinde sanat dünyası kamusunun Bourdieücü anlamda iktidar sahibi yapılanmaları ülkenin köklü ve zengin aileleriyle ilişkili kâr amacı gütmeyen sanat kurumları ve aktörleri ile bu aktörlerin sanat hayırseverliği anlayışı içerisinde çağdaş sanat alanında gerçekleştirdikleri birtakım etkinliklerdir. Bahsi geçen köklü aileler Türkiye'nin en büyük sermaye gruplarını oluşturmaktadırlar. Bunlar; Koç ailesi, Eczacıbaşı ailesi, Sabancı ailesi, Kocabıyık aileleri olarak belirlenmektedir.

Koç (Arter), Eczacıbaşı (İstanbul Modern ve İstanbul Kültür Sanat Vakfı-İKSV), Sabancı (Sakıp Sabancı Müzesi ve Akbank Sanat), Kocabıyık (Borusan Contemporary) ailelerinin gerek holdinglerinin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri, gerekse bu ailelere mensup aktörlerin çağdaş sanata gösterdikleri ilgi -bireysel/özel koleksiyonculuk gibi- Bourdieücü anlamda çağdaş sanat alanındaki hakimiyeti inşa etmektedir. Bu büyük sermaye grubu ailelerinin çağdaş sanat alanındaki güçleri

aktörlerin kültürel, ekonomik ve sosyal sermayelerinden dolayısıyla da sembolik sermayelerinden kaynaklanmaktadır. Çağdaş sanat alanındaki egemen yapının sermaye gruplarıyla ilişkili, kâr amacı gütmeyen sanat yatırımları olmasının 1980 sonrası ekonomi politikalarıyla direkt olarak ilişkisi bulunmaktadır.

1980 sonrası neoliberal ekonomi politikaları, zaten devlet desteğinin pek olmadığı çağdaş sanat alanında yeni aktörlerin filizlenmesine ve günümüzde ise bu aktörlerin alanın ana aktörleri haline gelmelerine yol açmıştır. Paul DiMaggio 1980 sonrası süreçte sanat alanında ortaya çıkan “kurumsal hayırseverlik” anlayışını ele alarak bu alanda güç elde eden aktörleri “kültür kapitalistleri” olarak adlandırmaktadır. DiMaggio kültür kapitalistlerini “kültürel sevk ve idare kapitalistleri” olarak ifade etmektedir (Akt. Wu, 2014:26). Günümüz Türkiye’sinin kültür kapitalistleri de DiMaggio’nun analizlerindeki gibi kurumsal hayırseverlik anlayışı içerisinde çağdaş sanat alanına yatırım yapan, sanat kurumları kuran, alanın en önemli çağdaş sanat etkinliklerini (çeşitli sanat sergileri, sanat yarışmaları vs.) destekleyen veya gerçekleştiren aktörlerdir. Bu çalışmada, bu aktörlerin çağdaş sanat alanındaki faaliyetleri neticesinde kurulan sanat kurumları DiMaggiocu anlamda “kurumsal hayırseverlik sanat kurumları” olarak adlandırılmaktadır.

Araştırma kapsamında kendileriyle görüşme yapılan sanatçı ve küratörler yukarıda ifade edilen ailelerin sanat kurumlarında ve sanat etkinliklerinde görünür olmanın, adeta sanatçının sanatçılığını onaylayan birer mekanizma gibi işlev gördüğünden bahsetmişlerdir. Sanatçıların anlatıları, kendi deneyim ve gözlemleri de bunu doğrulamaktadır. Daha açıkça ifade etmek gerekirse, Arter, İstanbul Modern, İKSV etkinlikleri -örneğin İstanbul Bienali’nde eser göstermek-, Akbank Sanat vb. sanat yarışmalarında başarı elde etmiş olmak vs. sanatçının görünür olmasını sağlamakla birlikte sanatçılığını ve eserlerini değerli kılan bir durumu işaret etmektedir. Peki sanatçıların bu köklü ailelerin çağdaş sanat kurumları ve etkinliklerinde yer alabilmesi ne ile ilişkilidir? Saha görüşmeleri bu sorunun cevabının Bourdieücü anlamda kültürel, ekonomik ve sosyal sermaye ile alakalı olduğunu ortaya koymuştur.

Bourdieücü anlamda sembolik sermayeyi teşkil eden diğer üç sermaye türünden -kültürel, ekonomik, sosyal- hangisinin daha etkili olduğu oldukça önemli bir konudur. Ekonomik sermayenin sanatçının en baştan beri yani sanatçı olmayı tercih etmesinden itibaren önem taşıdığı ama bilhassa sanatçının sanatsal üretimine devam edebilmesinin temel destekleyici koşullarından birisi olduğu anlaşılmıştır. Öyle ki alanda tanınan ve yukarıda bahsedilen alanın güçlü sanat kurumlarıyla iş birliği içerisine girmiş veya kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında eser sergilemiş olan sanatçıların bir kısmı, ek başka işlerde çalışmak durumunda kaldıklarını veya halen ailelerinden maddi destek yardımı aldıklarını dile getirmişlerdir.

Görüülen sanatçıların arasında çeşitli düzeylerde kültürel sermayelere sahip aktörler vardır, sanatçıların içlerinde aileden aktarılan kültürel sermayesi oldukça yüksek olan ve/veya eğitim yoluyla kültürel sermayesi yükselmiş olan aktörler bulunmaktadır. Fakat araştırmanın çoğu katılımcısının da ifade ettiği gibi -ailesinden devraldığı veya eğitim kurumu yoluyla edinilen- kültürel sermayesi, sosyal sermayesi ve ekonomik sermayesi yüksek olan sanatçıların alanda kendilerini kabul ettirmek ve alanın en güçlü sanat kurum ve etkinliklerinde yer almak konusunda daha şanslı olmaktadır. Onların deyimiyle, çağdaş sanat dünyasının bu tip (sembolik sermayesi yüksek) insanları/sanatçıları bünyesine kabul etmesi çok daha kolay gerçekleşmektedir.

Dolayısıyla sanatçının çağdaş sanat alanındaki mücadelesi içerisinde ekonomik ve kültürel sermayesi önemli olabilmekle birlikte, saha görüşmeleri göstermektedir ki, bir sanatçı için en önemlisi alanda elde ettiği sosyal sermayedir. Bu durum günümüz çağdaş sanat alanındaki -aşağıda ele alınmakta olan- yeni bir olguyla alakalıdır.

Sosyal Sermaye ve Sanatsal Cemaatleşme

Türkiye çağdaş sanat alanında sanatçı ve küratör için sosyal sermayenin en önemli sermaye türü olmasının çok önemli bir sebebi bulunmaktadır. Bu sebep, Türkiye çağdaş sanat alanının yapısının aktörlerarası ilişkiler ağına dayalı olmasıdır. Alandaki ilişkiler ve alanın yapısı, bu çalışmada “sanatsal cemaatleşme” olarak kavramsallaştırılmış olan bir olguya dayanmaktadır. Nedir sanatsal cemaatleşme?

Araştırmanın bulguları göstermektedir ki, çağdaş sanat alanı başlıca aktörleri güçlü küratörler ve sanatçılar olmak üzere alanın aktörlerinin birbirleriyle iletişim ve etkileşim içerisinde bulunduğu cemaatleşme türü yapılanmalardan müteşekkildir. Araştırmada “sanatsal cemaatleşme” olgusu olarak kavramsallaştırılmış olan bu olgu, aktörlerarası ilişkiler ağına dayanan bir yapılanmaya işaret etmektedir. Bu yapı içerisinde, pek çok katılımcının dile getirdiği üzere klikleşmeler ve birilerine ya da birbirine destek/arka çıkmalar söz konusudur. Katılımcı sanatçılardan çoğu, alanda güç sahibi olan - araştırmanın örneklemini teşkil eden kurumsal hayırseverlik sanat kurumu anlayışı ve bu anlayışın uzantısı olan- aktörlerin kendilerine yakın tuttıkları, birlikte çalıştıkları ve destekledikleri kişilerin (sanatçı ve küratör) bulunduğundan bahsetmişlerdir. Sanatçıların anlatılarındaki kendi deneyimleri de alandaki aktörlerarası ilişkileri -kimin kimle çalıştığı, hangi kurumlar ve aktörlerle ilişkilendiği- ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla alanda sanatçı ve diğer aktör ağlarından söz edilebilmektedir. Bu ağlara girmenin, hem aktörlerin sosyal sermayesiyle ilişkili olduğu hem de bu ağlarla ilişkilenenlerin aktörlerin sosyal sermayelerini yükselttiği anlaşılmıştır.

Görüşme yapılan sanatçılar aktörlerarası ilişkiler ağına girememiş sanatçıların sanatsal üretimlerine devam etmelerinin zorluğuna dikkat çekmişlerdir. Çağdaş sanat alanındaki aktörlerarası ilişkiler ağına dayalı yapı ve sanatsal cemaatleşme, hem araştırmaya katılan sanatçı ve küratörlerin anlatılarından hem de bu aktörlerin içinde buldukları ilişkiler ağına bağlı olan diğer aktörlerden (birlikte çalıştıkları diğer sanatçı, küratör ve diğer aktörler) tespit edilmiştir. Sanatçı ve küratörlerin birbirlerini tanıyor olmaları, onların birlikte iş yapabilmeleri, kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında görünür olmaları gibi sonuçlar doğurmaktadır.

Araştırmaya katılan aktörler arasında en fazla ilişkiler ağına dahil olanların ve sosyal sermayesi yüksek olanların, alandaki önde gelen kurumlar olarak kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında görünür olabilmeye imkanlarının fazla olduğu tespit edilmiştir. En az ağına dahil olanların ise alandaki sosyal sermayelerinin daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sanatsal cemaatlere dahil olabilmekle sosyal sermayenin yüksekliği arasında bir ilişki vardır. Bu aşamada ise sanatsal cemaatlere dahil olan aktörlerin sosyal, kültürel, ekonomik sermayelerinin etkisi dışında önemli olan ve açıklanması gereken bir husus daha vardır. O da, günümüz çağdaş sanat piyasasının aktörlerden -yani bu çalışma kapsamında değerlendirildiğinde sanatçı ve küratörlerden- hangi nitelik ve özellikler talep ettiği.

Alandaki aktörler olarak sanatçı ve küratörlerin alandaki sermayelerini yükseltmek ve güç elde edebilmek için sahip olması gereken nitelikler, “yapı” ile alakalıdır. Luc Boltanski&Eve Chiapello (Boltanski&Chiapello, 2005) 1970 sonrası ekonomik yapıyı kapitalizmin yeni ruhu olarak tanımlamaktadırlar. Pascal Gielen’in (2016: 15-16) de söylediği gibi her ne kadar Boltanski ve Chiapello henüz 1970’lerden beri süregelen süreci incelemiş olsalar da, kapitalizmin yeni ruhunun yarattığı iklim ve beklentiler bugün de hükmünü sürdürmektedir. Kapitalizmin yeni ruhunun yarattığı esneklik, uyarlanabilirlik, uluslararasılık, hareketlilik, yaratıcılık vs. gibi özellikleri bugünün çağdaş sanat alanında aktörlerin var oluşunun temel dayanak ve nitelikleri haline gelmiştir.

Boltanski&Chiapello’nun yaklaşımlarına uyumlu olarak ve saha görüşmeleri doğrultusunda çağdaş sanat alanının aktörleri olarak sanatçı ve küratörlerin birtakım niteliklere sahip olmaları gerektiği ortaya çıkmıştır. Buna göre, en başta coğrafi konumun önemi tespit edilmiştir. Türkiye çağdaş sanat alanı veya piyasasının merkezi İstanbul’dur. Kurumsal hayırseverlik sanat kurumları, bu kurumlarla ilişkili olan alanın tüm iktidar sahibi aktörleri İstanbul’da etkinlik göstermektedir. Çağdaş sanat alanındaki görünürlük alanı/sahne de İstanbul ve İstanbul’daki birtakım sanat etkinlikleridir. Bu nedenle bir aktör ister sanatçı ister küratör olsun, alandaki konumunu sağlam bir şekilde tesis etmek için İstanbul’da var olmak/görünür olmak zorundadır. Bu doğrultuda görüşme yapılan sanatçıların İstanbul dışında yaşayanlarının tümü sanat alanında var olabilmek adına İstanbul’a gelmek/taşınmak zorunda kaldıklarından bahsetmişlerdir. Aktörler için Türkiye’de görünürlüğün esas mekânı İstanbul’dur.

Aktörlerin sahip olması gereken bir başka nitelik, küratör ve sanatçıların uluslararası etkinliklere katılması/uluslararası anlamda önemli sanat etkinliklerinde görünür olmasıdır. Uluslararası ve hareketli olmanın aktörlere, aktörler arası ilişkiler ağına dahil olma anlamında -yani hem sosyal sermaye elde etme hem de sanatsal cemaatlere dahil olabilmek gibi- bir getirisi vardır. Uluslararası ve hareketli olmak, neoliberal ekonomik yapı içerisinde ağlarla birbirine bağlanmış olan insanların içerisine katılabilme

imkânı yaratmaktadır. Dolayısıyla bir aktör için uluslararası olmak, Bourdieücü anlamda mücadele alanında bir adım öne çıkmaktır.

Bir başka nitelik ise aktörlerin esnek ve uyarlanabilir olmasıdır. Bu nitelikler tüm diğer nitelikler gibi, kendileriyle görüşülen sanatçı ve küratörlerin anlatılarında ortaya çıkmıştır. Katılımcılar aktörlerin tavırları ve istekleri karşısında esnek olma gerekliliğine vurgu yapmışlardır. Sanatçı ve küratörün esnek ve uyarlanabilir olması, sanatsal üretim süreçlerinde ve sanat eserlerinin sergilenmesi süreçlerinde “uyumluluk” açısından önemli olmaktadır. Peki bu süreçlerde bir sanatçının esnek olmasının anlamı nedir? Bu soruya birkaç katılımcı sanatçının anlatısında ortaya çıkanlar aracılığıyla yanıt vermek burada kastedilen esneklik kavramını anlamaya yardımcı olacaktır.

Bir sanat eserinin üretimi veya sergilenmesi aşamasında küratör-sanatçı işbirliği içerisinde, küratör sanatçının işine (eser üretim veya sergilenmesi süreci vs.) çeşitli şekillerde müdahale edebilmektedir. Bu durumda sanatçı dışarıdan gelen hiçbir müdahale veya yönlendirilmeyi kabul etmediği takdirde bir daha kendisiyle çalışmak istenilmeyebildiği anlaşılmıştır. Katılımcı sanatçıların anlatıları bunu doğrulamaktadır. Bir küratörün esnek olması da çağdaş sanat sergisini finansal olarak ve başka yönlerden destekleyen yapılar veya aktörlerle ters düşmemesini gerektirmektedir. Bu noktada, “bağımsız küratörler” dahi bağımsız değillerdir. Çünkü kürate ettikleri sergiler birtakım sermaye gruplarının veya kişi, kurumların öncülüğünde (sponsorluk vs. gibi maddi desteklerle) finanse edilmektedir. Dolayısıyla küratör yaptığı sergilerin içeriği, konusu -politik olup olmaması, toplumun güç ve iktidar sahibi kesimlerini (bilhassa siyasi alan ve ekonomik alan aktörlerini) rahatsız etmemesi vb. gibi özelliklere uyum sağlamak ve sergide yer alacak sanat eserlerinin bu tür nitelikleri barındırmaması konusunda esnek olmak durumunda veya zorunda kalmaktadır. Küratörün özgürlüğü ona finansal kaynak sağlayanların tanıdığı özgürlük alanı ile sınırlıdır. Hem sanatçı hem de küratörlerin anlatılarından anlaşılmıştır ki küratör kendi içinde bir otosansür mekanizması çalıştırmaktadır -bir katılımcı küratör serginin düzenlendiği mekânın ve sergiyi destekleyen ekonomik kaynakların hassasiyetlerini göz önünde bulundurduğunu, ona göre politik veya çıplaklık, cinsellik konulu eserleri bazı sergi mekanlarında sergilemeyi reddettiğini anlatmıştır-. Küratör ve sanatçı buna karşı geldiği takdirde karşılaştığı ise sansürdür. Başka bir deyişle, otosansürün olmadığı yerde sansür vardır. Katılımcılar kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında sergilenen ve kurum yöneticilerini rahatsız eden sanat eserlerinin derhal kaldırıldığına dair yaşanmış, somut örnekler sunmuşlardır. Katılımcı sanatçılar, küratörler ve kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarının sanatçı seçerken bile yukarıdaki anlamda esnek olup olmamasına, “çalışılabilir” olup olmamasına dikkat ettiklerine dikkat çekmişlerdir.

Yukarıda anlatılan tüm bu niteliklere sahip olan, “oyunu kurallarına göre oynayan” aktörler aktörler arası mücadele alanında konum elde etme konusunda daha fazla güç sahibi olmaktadırlar. Bourdieücü anlamda alanda güç ve konum elde etmek “değer yaratıcı özne”lerle ilişkilenebilir. Bu aşamada değer yaratıcı öznelerin kim olduklarından bahsetmek gerekir.

Değer Yaratıcı Özne

Sanatsal cemaatleşme kavramı gibi değer yaratıcı özne kavramı (Biçer Olgun, 2019) da araştırma sonuçları -kurumsal/kavramsal arka plandan destek alarak saha verileri/katılımcıların anlatıları-doğrultusunda oluşturulmuştur.

Koç, Eczacıbaşı, Sabancı, Kocabıyık ailelerinin gerek kurumsal hayırseverlik sanat kurumları ve çağdaş sanat etkinlikleri gerekse bu aileler ve sermaye gruplarıyla ilişkili aktörlerin çağdaş sanat alanındaki etkinlikleri (koleksiyonculuk vs.) sanat eserinin değerini sosyolojik olarak inşa eden bir süreci ifade etmektedir. Bu sebeple çağdaş sanat alanındaki bu köklü aile gruplarının kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarıyla ilişkili aktörler “değer yaratıcı özneler” olarak kavramsallaştırılmıştır.

Değer yaratıcı özneler, bahsi geçen köklü ailelerin kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında görev alan sermayedar aile üyeleri ve sanat kurumlarının yönetim kurulu üyeleri ile bu ailelerle ilişkili sanat kurumlarının küratörleri olmak üzere iki gruptan oluşmaktadır. Bu aktörleri değer yaratıcı özne yapan, Türkiye çağdaş sanat alanındaki rolleri, güç ve etkileridir. Değer yaratıcı özneler; bir sanat eserinin ve sanatçının kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında görünür olması, bu kurumlar içinde kalıcı koleksiyonları olanların koleksiyonlarına satın alınması, sanatçıların sanatsal üretimlerine devam

edebilmeleri için maddi, manevi pek çok imkânın tanınmasında dolaylı veya doğrudan önemli rol sahibidirler. Değer yaratıcı özneler sanat eserinin üretim sürecine ve sergilenmesi sürecine çeşitli müdahale veya desteklerle etki edebilmektedirler. Söz konusu aktörlerin kadrajına girmek/ilişkilenmek ve kurumlarda (kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında) görünür olmak (eser sergilemek, kalıcı koleksiyona girmek) sanatçıya alandaki sermayelerini yükseltmek için bir fırsat sunduğu ve sanatçının sanatçılığını onaylayan mekanizmalar olarak işlev gördüğü için de değer yaratıcı özneler sanatçı ve sanat eserine değer kazandırmaktadırlar.

Bir sanatçı ve sanat eserinin kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında görünür olmasının sanatçının sanatçılığının, sanat dünyası kamusunun iktidar sahipleri tarafından tescillenmesi anlamına geldiği saha verilerinde ortaya çıkmıştır. Buna göre; bu kurumlarda gerek sergilerde gerekse kalıcı koleksiyonlarda yer alan sanatçının Bourdieücü anlamda sembolik sermayesi yükselmektedir ve eserlerinin ekonomik değeri artmaktadır ve eserleri sanatsal olarak daha değerli görülmektedir.

Kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarından geçen sanatçılar başarılı sanatçı damgasını alarak alandaki sosyal sermayesini (ve sonrasında sembolik sermayesini) yükselterek alanda konum ve güç elde etmektedirler.

Zenginleştirme Ekonomisi: Yapılar ve Aktörler

Luc Boltanski&Arnaud Esquerre'in zenginleştirme ekonomisi olarak kavramsallaştırdıkları günümüzün değer ekonomisi anlayışı, sanat eserinin değerinin belirlenmesi sürecini açıklamak açısından önemlidir. Zenginleştirme ekonomisi düzeninde nesnelere çevrelerinde oluşturulan söylemler ile değerli olmaktadır. Nesnenin ekonomik değeri gerçek "nesne" değerini değil, ilgili aktörler tarafından yorumlanmış/inşa edilmiş değerini ifade eder. Bu ekonomik yapı içerisinde yaratılan ekonomik değer de sanatsal değere etki etmektedir: pahalı olan eserin değerli/kıymetli görülmesi gibi. Bu söylemleri/anlatıları oluşturanlar (*storytellers*) bu araştırmanın sonuçlarına göre aşağıda yer almaktadır.

Araştırma kapsamında görüşülen sanatçı ve küratörlerin anlatıları, sanat eserinin belirlendiği süreçte değer yaratıcı özneler ve bu öznelerle ilişkili başka aktör ve yapılanmaların rol aldığını göstermiştir.

Bunlar;

1. Değer Yaratıcı Özneler: Kurumsal Hayırseverlik Sanat Kurumları
2. Değer Yaratıcı Öznelerle İlişkili Olan Diğer Aktörler
 - a. Özel (Bireysel) Koleksiyoncular
 - b. Prestijli Müzayede Evleri
 - c. Sanat Eleştirmenleri'dir.

Değer yaratıcı öznelerin süreçteki rolleri yukarıda anlatılmıştı. Bu aktörlerin etkinlik alanları olarak kurumsal hayırseverlik sanat kurumları sanatçı ve sanat eserine değer biçilmesinde temel rolü üstlenmektedir. Özel/bireysel koleksiyoncular, prestijli müzayede evleri ve sanat eleştirmenleri ise sanatsal cemaatleşme olgusuna dayalı çağdaş sanat alanı içerisinde değer yaratıcı öznelerle ilişki içerisinde dirler.

Özel koleksiyoncuların içlerinde, kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarıyla bağlantılı -örneğin bahsi geçen, sanata destek veren ailelerin üyeleri olabilir- aktörler vardır. Özel koleksiyoncular, kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarının direkt aktörü de olabilir (değer yaratıcı özne) ya da bu aktörlerle direkt olarak ilişkili olmasalar bile, kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarında gösterilen sanat beğenisinden etkilenen veya etkileyen konumunda bulunmaktadır. Araştırma katılımcılarının anlatıları alanın güçlü özel koleksiyoncularının eser satın almaları ile kurumsal hayırseverlik sanat kurumları koleksiyonları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır.

Dünyanın önde gelen müzayede evlerinde satışa çıkarılan sanat eserlerinin değerlerinin "zenginleştirme ekonomisi aracılığıyla" nasıl yükseldiğine, bu müzayedelerde eserleri satılmış olan sanatçıların anlatılarından ulaşılmaktadır. Fakat burada araştırmanın bütünüde bahsedilen tüm hususlar (sanatçının sosyal sermayesi, sanatsal cemaatlere dahil olmuş olması, kurum koleksiyonlarının, değer yaratıcı öznelerin, bireysel koleksiyoncuların rolü gibi) belirleyicidir. Örneğin bir katılımcı sanatçı kendisinin birkaç eserinin değer yaratıcı öznelerden bir tanesinin özel koleksiyonu için satın alınmasının ardından

bu bilginin alandaki aktörler arasında hızla yayıldığını, daha sonra dünyanın en prestijli müzayede evlerinden birinin, sanatçıyı temsil eden galerisine ulaşıp sanatçının eserini satışa çıkarma isteğinin ortaya çıktığını anlatmaktadır. Sanatçının eseri bu dünyaca ünlü müzayede evinde satıldıktan sonra bu durumdan alandaki pek çok aktörün haberdar olduğunu, sanatçı eserlerinin fiyatının çok keskin bir şekilde yükseldiğini ve pek çok kurumsal veya bireysel koleksiyoncunun kendisinin eserlerini satın almak istediğini anlatmıştır. Hem sanatçılar hem de küratörler dünyaca ünlü müzayede evlerinin rolüne dair buna benzer pek çok örnek vermişlerdir. Sosyal sermayesi yüksek olan, değer yaratıcı öznelerin ilgisi kapsamına girebilmiş olan, sanatsal cemaatlere dahil olmuş yani aktörlerarası ilişkiler ağına katılmış olan sanatçılar dünyanın en önde gelen müzayede evlerinde buna benzer durumlarla karşılaşmışlardır.

Zenginleştirme ekonomisindeki bir diğer aktör grubu sanat eleştirmenleridir. Fakat Türkiye’de, sanat eleştirmenlerinin sanat eserinin değerinin belirlenmesi sürecindeki değer yaratıcı özneler ve kurumsal hayırseverlik sanat kurumlarından bağımsız olmalarının çok mümkün olmadığı görülmüştür. Aktörler tarafından, bağımsız ve özgür eleştirinin güçlüğü, alanın iktidar sahibi kurumlarının ve aktörlerinin sanat alanındaki etkinliklerinin, sergilerinin eleştirilmesinin pek mümkün olmadığına dair görüşler paylaşılmıştır. Dolayısıyla sanat eleştirmenleri sanat eserinin değerinin sosyal olarak inşa edildiği süreçte değer yaratıcı öznelerin etkisi altındadırlar. Ve nihayetinde sanat eserinin değerinin belirlenmesi sürecinde baş aktörler değer yaratıcı öznelerdir.

Sonuç

Kurumsal sanat teorisi bağlamında sanat eserini sanat eseri yapan şey, sanat dünyası kamusunun onu sanat olarak kabul etmesidir. Bugünün Türkiye çağdaş sanat alanında bu onayı gerçekleştiren sanat dünyası kamusunun iktidarları kurumsal hayırseverlik sanat kurumları ve aktörleridir. Kurumsal hayırseverlik sanat kurumları aktörleri ise çağdaş sanatı destekleyen, çağdaş sanat alanının önde gelen büyük aileleri ve sermaye grupları ile ilişkili olan -sanat destekçisi ailenin üyesi olan veya olmayan-yöneticiler ve sanat profesyonelleridir: değer yaratıcı öznelerdir. Değer yaratıcı öznelerle bağlantılı “kâr amacı gütmeyen sanat” etkinlikleri, bu aktörlerin sanat piyasasından bağımsız olduklarını göstermez. Aksine, çağdaş sanat piyasasının sosyolojik teşekkülünün ana aktörleri değer yaratıcı öznelerdir.

Günümüz Türkiye’inde çağdaş sanat piyasasını inşa edenler, yalnızca esere ekonomik değer atfeden yapılanmalar ve aktörler değildir. Çağdaş sanat piyasasının oluşumu ekonomik bir iddiada bulunmayan kâr amacı gütmeyen kurumsal yapılanmalar ve sermaye gruplarıyla ilişkili aktörlerin, “değer yaratıcı öznelerin” yönlendirme ve değerlendirmeleri gerçekleşmektedir.

Neoliberal ekonomik yapı içerisinde sanat eserinin değeri hem ekonomik hem de sanatsal değeri birlikte içermektedir. Çağdaş sanat piyasası yalnızca eserlerin alandaki ekonomik öznelerle ve eserlerin ekonomik değerleriyle ilişkili değildir. Sanat eserinin sanatsal ve ekonomik değeri sosyolojik olarak birlikte ve karşılıklı etkileşim içerisinde, toplumsal olarak inşa edilmektedir. Bu toplumsal inşa süreci değer yaratıcı özneler olarak kavramsallaştırılmış olan aktörler tarafından gerçekleştirilmektedir. Sembolik sermayesi ne kadar yüksekse alanda o kadar güç sahibi olan değer yaratıcı özneler, bugünün Türkiye’inde hangi sanat eseri ve sanatçının değerli olduğunun belirlenmesinde en önde gelen aktörlerdir. Bu şekilde değer yaratıcı özneler, alandaki kültürel sermayenin oluşturucusu konumundadırlar, dolayısıyla sanat beğenisini de toplumsal olarak inşa etmektedirler.

Kaynakça

- BİÇER OLGUN**, Hülya (2019) Türkiye’de Çağdaş Görsel Sanat Piyasasının Dinamikleri Üzerine Nitel Bir Araştırma, (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*), Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Ankara.
- BOLTANSKI**, Luc ve **CHIAPELLO**, Eve (2007). *The New Spirit of Capitalism*, çev. Gregory Elliott, Verso, London.
- BOLTANSKI**, Luc ve **ESQUERRE**, Arnaud (2015). “Grappling with the Economy of Enrichment” (söyleşi Fabian Muniesa), s. 75-83, *Valuation Studies*, 3 (1).
- BOLTANSKI**, Luc ve **ESQUERRE**, Arnaud (2016). “The Economic Life of Things: Commodity, Collectibles, Assets”(çev. Matthew Cunningham), s. 31-54, *New Left Review*, 98 (Mart-Nisan).
- BOLTANSKI**, Luc ve **ESQUERRE**, Arnaud (2017). “Enrichment, Profit, Critique: A Rejoinder to Nancy Fraser” (çev. Matthew Cunningham), s. 67-76, *New Left Review*, 106 (Temmuz-Ağustos).
- BOURDIEU**, Pierre (1986). “The Forms of Capital”, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* içinde, yararlanılan kopyada s. 15-29, orijinalinde s. 241-258. Ed. John G. Richardson, Greenwood Publishing Group, Westport.
- BOURDIEU**, Pierre (1990). *The Logic of Practice*, Stanford University Press, Stanford.
- BOURDIEU**, Pierre (1993). *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*. Ed. Randal Johnson, Columbia University Press, New York.
- BOURDIEU**, Pierre (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, çev. Richard Nice, Harvard University Press, Cambridge.
- BOURDIEU**, Pierre (2006). *Sanatın Kuralları: Yazınsal Alanın Oluşumu ve Yapısı*, çev. Necmettin Kamil Sevil, YKY, İstanbul.
- DICKIE**, George (2000), “The Institutional Theory of Art”, *Theories of Art Today* içinde, s.93-108, Ed. Noel Carroll, The University of Wisconsin Press, London.
- DICKIE**, George (2001), *Art and Value*, Blackwell Publishers, Oxford.
- DIMAGGIO**, Paul J. (1982). “Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston: The Creation of an Organizational Base for High Culture in America”, s. 33-50, *Media, Culture and Society*, c. 4.
- DIMAGGIO**, Paul J. (1986a). “Can Culture Survive The Marketplace?”, s. 65-92, içinde *Nonprofit Enterprise in the Arts: Studies in Mission and Constraint*, Oxford University Press, New York.
- DIMAGGIO**, Paul J. (1986b). “Introduction”, s. 3-13, içinde *Nonprofit Enterprise in the Arts: Studies in Mission and Constraint*, Oxford University Press, New York.
- DIMAGGIO**, Paul J. (1986c). “Support for the Arts from Independent Foundations”, s. 114-139, içinde *Nonprofit Enterprise in the Arts: Studies in Mission and Constraint*, Oxford University Press, New York.
- DIMAGGIO**, Paul J. (1987). “Classification in Art”, *American Sociological Review*, C. 52, No:4, s. 440-455.

- DIMAGGIO**, Paul J. (1991). “Constructing an Organizational Field as a Professional Project: U.S. Art Museums, 1920-1940”, s. 267-292, içinde *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Ed. Walter W. Powell ve J. Paul DiMaggio, The University of Chicago Press, London.
- GIELEN**, Pascal (2016). *Sanatsal Çokluğun Mirası: Küresel Sanat, Siyaset ve Post-Fordizm*, çev. Albina Ulutaşlı, Norgunk Yayıncılık, İstanbul.
- WU**, Chin-tao (2014). *Kültürün Özelleştirilmesi: 1980’lerden Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi*, çev. Esin Soğancılar, İletişim, İstanbul.