



**KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN ÇAĞDAŞ TÜRK RESİM SANATINA VE
SANAT EĞİTİMİNE YANSIMALARI**

Uğur Yılmaz

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GÜZEL SANATLAR EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI**

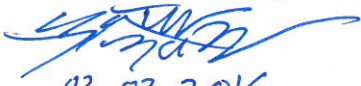
**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

OCAK, 2016

TELİF HAKKI ve TEZ FOTOKOPİ İZİN FORMU

Bu tezin tüm hakları saklıdır. Kaynak göstermek koşuluyla tezin teslim tarihinden itibaren 1 (bir) yıl sonra tezden fotokopi çekilebilir.

YAZARIN

Adı : Uğur
Soyadı : Yılmaz
Bölümü : Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı
İmza : 
Teslim tarihi : 02.02.2016

TEZİN

Türkçe Adı : Kültür Endüstrisinin Çağdaş Türk Resim Sanatına ve Sanat Eğitimine Yansımaları.

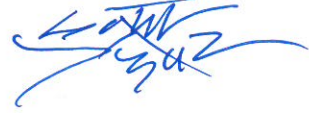
İngilizce Adı : Reflection of Culture Industry on Contemporary Turkish Painting
Art and Art Education

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Tez yazma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyduğumu, yararlandığım tüm kaynakları kaynak gösterme ilkelerine uygun olarak kaynakçada belirttiğimi ve bu bölümler dışındaki tüm ifadelerin şahsıma ait olduğunu beyan ederim.

Yazar Adı Soyadı: Uğur Yılmaz

İmza:



Jüri onay sayfası

Uğur YILMAZ tarafından hazırlanan “ Kültür Endüstrisinin Çağdaş Türk Resim Sanatına ve Sanat Eğitime Yansımaları” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Reyhan YÜKSEL GEMALMAYAN

(Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi)

Üye: Doç. Dr. Meliha YILMAZ

(Resim-İş Eğitimi Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi)

Üye: Doç. Dr. Ayşe OKVURAN

(Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara Üniversitesi)

Tez Savunma Tarihi: 06/01/2016

Bu tezin Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı’nda Yüksek Lisans tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Prof. Dr. Tahir ATICI

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

Aileme...

TEŞEKKÜR

Tez yazım süreci uzun ve zahmetli bir süreçtir. Bu süreç içerisinde bilgisi, kültürü ve deneyimiyle bana yol gösteren danışmanım, Sayın Yrd. Doç. Dr. Reyhan YÜKSEL GEMALMAYAN'a minnettarlığımı ve şükranlarımı sunar, manevi destekleri ile bana güç veren Arş. Gör. Kerim LAÇINBAY, Arş. Gör. Ece Nur DEMİR ve aileme teşekkür ederim.

**KÜLTÜR ENDÜSTRİSİNİN ÇAĞDAŞ TÜRK RESİM SANATINA VE
SANAT EĞİTİMİNE YANSIMALARI
(Yüksek Lisans Tezi)**

Uğur Yılmaz

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

ARALIK 2015

ÖZ

Bu çalışma, 1947 yılında Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer’in birlikte kaleme aldıkları “*Aydınlanmanın Diyalektiği*” başlıklı çalışmalarında ortaya konulan kültür endüstrisi kavramını irdelemekte ve bu kavramın çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımalarını nitel bir yöntemle araştırmaktadır. Araştırma alt amaçlarla doğru orantılı olarak iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarıyla olan ilişkileri incelenmiştir. İkinci bölümde ise, kültür endüstrisinin sanat eğitimi üzerindeki yansımaları araştırılmıştır. Çalışmanın her iki bölümüyle ilişkili olarak, çalışma grubundan görüş alınmış ve konu alanyazın taraması ile desteklenmiştir. Nitel araştırma desenlerinden durum çalışması yaklaşımında olan bu çalışmada veriler, ölçüt örnekleme yöntemi ile sanatçı ve öğretim üyesi kimliğine sahip altı katılımcıdan toplanmıştır. Verilerin toplanmasında nitel veri toplama yöntemlerinden görüşme formu yaklaşımı kullanılmıştır. Görüşmeler, çalışma grubundan randevu alınarak iki oturum halinde yapılmıştır. Ses kayıt cihazı ile kaydedilen görüşmeler Microsoft Word programında raporlaştırılmıştır. Görüşme formu ile elde edilen veriler nitel veri analizi yöntemlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda kültür endüstrisinin, çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımaları

betimlenmiştir. Araştırmanın son bölümünde, araştırma konusu ile ilişkili olarak önerilerde bulunulmuştur.

Bilim Kodu :

Anahtar Kelimeler : Kültür Endüstrisi, Çağdaş Resim Sanatı, Sanat Eğitimi, Sanat Pazarı,
Meta Sanat, Kitsch Sanat

Sayfa Adedi :143

Danışman : Yrd. Doç. Dr. Reyhan YÜKSEL GEMALMAYAN

REFLECTION OF CULTURE INDUSTRY ON CONTEMPORARY TURKISH PAINTING ART AND ART EDUCATION

(Master Thesis)

Uğur Yılmaz

GAZİ UNIVERSITY

INSTITUTE OF EDUCATIONAL SCIENCES

DECEMBER 2015

ABSTRACT

This study examines the "cultural industry" concept introduced in a work titled as *"Dialectics of Enlightenment"* by Theodor W. Adorno and Max Horkheimer, and researches reflections of this concept upon the Turkish painting art and art education with qualitative methods. Study consists of two parts parallel to sub-objectives. The relations of Turkish painting art with existing markets of art are studied in the first part. In the second part the reflection of cultural industry on art education was diagnosed. Related with both sides of the study, a viewpoint of workgroups was taken into consideration and it was supplied with literature review. In this study which has approach of qualitative research patterns, data was gathered from six participants who owns a lecturer identity by criterion exemplification method. In data gathering process, qualitative interview documentation model approach was used. Interviews took place as two sessions after permissions of appointments had been taken. Appointments that were recorded with voice recording devices, were documented by the help of Microsoft Word software. Data, that was gathered through interview documents, were analyzed by delineative analysis method of qualitative data gathering methods. As a consequence of this analysis, the reflection of

cultural industry on Turkish painting art and art education were delineated. In the last part of study, suggestions were made for the future related to topic.

Science Code :
Key Words : Culture Industry, Contemporary Art, Art Education, Art Market,
Meta Art, Kitsch Art
Page Number :143
Supervisor : Assistant Professor Doctor Reyhan YÜKSEL GEMALMAYAN

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	vi
ABSTRACT.....	viii
İÇİNDEKİLER	x
TABLolar LİSTESİ.....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvi
BÖLÜM I.....	1
GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Sınırlılıklar.....	4
1.5. Tanımlar	4
BÖLÜM II	7
KURAMSAL ÇERÇEVE.....	7

2.1. Çağdaş Sanat	7
2.1.1. Çağdaş Resim Sanatı.....	7
2.1.2. Türk Resim Sanatının Çağdaşlaşma Süreci	14
2.2. Kültür Endüstrisi	18
2.2.1. Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi.....	18
3.2.2. Adorno’nun “Estetik Teorisi” Bağlamında Postmodern Sanat Hegemonyaları	21
2.2.2.1. Adorno ve Estetik Üzerine	22
2.2.2.2. Postmodern Sanatta Finans ve Küreselleşme İlişkileri.....	24
2.2.2.3. Sermayenin Postmodern Sanat Üzerindeki Etkileri	27
2.3. Sanat Pazarı.....	29
2.3.1. Sanat ve Pazarlama	29
2.3.2. Çağdaş Sanatta Pazarlama Dinamikleri ve Sanatçı İnisiyatifi	30
2.3.2.1. Sanat Galerilerinin Pazar Boyutu	32
2.3.2.2. Sanat Pazarının Devleri Christie’s ve Sotheby’s Ekseninde Müzayede Evleri.....	33
2.3.2.3. Sanatın ve Finansın Buluşma Noktası Olarak Güncel Sanat Fuarları	35
2.3.2.4. Sanatçı İnisiyatifi	37
2.3.3. Çağdaş Türk Resim Sanat Pazarı.....	39
2.3.3.2. Çağdaş Türk Resim Sanat Pazarı İçerisinde Sanata Destek Veren Türk Koleksiyonerler	43
2.3.3.3. Çağdaş Türk Sanat Pazarında Meta Estetiği.....	43
2.4. Sermayenin Çağdaş Sanat Üzerindeki Etkileri.....	45
2.4.1. Sanatın Metalaşması	45
2.4.2. Kitsch Oluşumlar	47
2.4.3. Sanatta Markalaşma ve Marka Değeri	49
2.4.4. Yatırım Aracına Dönüşen Sanat.....	50
2.5. Sanat ve Eğitim	52
2.5.1. Günümüz Görsel Sanatlar Eğitiminin Önemine Genel Bir Bakış	52
2.5.2. Sanat Eğitiminin Estetik ve Beğeni Kültürü Üzerindeki Önemi	55

2.5.3. Tüketim Çağında Meta Estetiğine Karşı Sanat Eğitiminin Önemi.....	56
2.5.4. Kültür Endüstrisi Ürünleri Üzerinde Sanat Eğitiminin Önemi	58
2.5.5. Sanat Eğitiminde Anasanat Resim Derslerinin Mesleki ve Düşünsel Kazanımlar Yönünden Önemi	59
2.5.6. Anasanat Resim Derslerinde Sanatçı-Öğretmen Modeli.....	62
BÖLÜM III.....	65
YÖNTEM.....	65
3.1. Araştırmanın Modeli	65
3.2. Çalışma Grubu	65
3.3. Veri Toplama Araçları	66
3.4. Verilerin Toplanması.....	67
3.5. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması.....	68
BÖLÜM IV	69
BULGULAR VE YORUMLAR	69
4.1. Çalışma grubunun, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarıyla olan ilişkilerine yönelik görüşlerinden elde edilen bulgular ve yorumlar.....	69
4.1.1. 1980’li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarının, çağdaş Türk resim sanatı üzerindeki etkileri	69
4.1.1.1. Sanat pazarının kapitalist tüketim mantığıyla ilişkileri	70
4.1.1.2. Sanat pazarının olgunlaşma sürecinin sanatçıyla olan ilişkileri	72
4.1.2. Çağdaş Türk resim sanatı üzerinde galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin rolü.....	75
4.1.2.1. Galeri yöneticilerinin ve sanatçıların eğitilmiş bireyler olmasının gerekliliği	77
4.1.3. Sermaye sahibi güçlerin sanat üzerindeki varlığı	78

4.1.4. Çağdaş Türk resim sanatının, sermaye sahibi güçler tarafından manipülasyonu.....	81
4.1.5. Çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, müzayede gibi birimlerin sanatçıya yönelik kâr odaklı yaklaşımı.....	83
4.1.6. Günümüzde resim sanatının yatırım aracı olarak algılanması	84
4.1.7. Çağdaş Türk resim sanat pazarında, sanat eserinin maddi değerinin belirlenmesi üzerindeki kıstaslar	86
4.1.8. Çağdaş Türk resim sanat pazarında, satış ve satış rakamlarının, sanatçı ile olan ilişkileri.....	90
4.1.9. Sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasındaki ilişki.....	91
4.2. Çalışma grubunun, kültür endüstrisinin öğrenciler üzerindeki etkisine yönelik görüşlerinden elde edilen bulgular ve yorumlar	94
4.2.1. Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin rolü	94
4.2.2. Günümüz sanat eğitimi sistemi, umut uyandıran yeteneklerin ileride karşılaşacakları sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırlayıp hazırlamadığına yönelik görüşler	99
4.2.3. Sanat eğitiminin, sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan, sanatçı adaylarını koruyup koruyamadığı üzerine görüşler	102
4.2.4. Anasanat resim (atölye) derslerinde öğrencilerin üslup oluşturmaya yönelik girişimlerinin sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi varlığı ile olan ilişkileri	104
4.2.5. Sanatın kültür endüstrisi ile olan ilişkileri bağlamında genç yeteneklerin sanatsal çalışmalarında görülen seri üretimler	107
4.2.6. Sanatın metalaştığı dünyada, ticari kaygılarla çalışmalar üretme düşüncesinden, öğrenci uygulamalarının etkilenip etkilenmediğine yönelik görüşler	110
4.2.7. Sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinliklerinin, öğrencilerin yaratıcılıklarına yol gösterici nitelikler sunup sunmadığına yönelik görüşler	112
4.2.8. Öğrencilerin sanatsal uygulamaları üzerinde, kültür endüstrisi etkisine ilişkin, sanat eğitiminde yapılması gerekenlere ilişkin görüşler	114

BÖLÜM V.....	119
SONUÇ VE TARTIŞMA	119
5.1. Sonuçlar	119
5.2. Tartışma.....	121
5.3. Öneriler	123
KAYNAKÇA	127
EKLER.....	137
Ek 1. Görüşme Formu-1.....	138
Ek 2.Görüşme Formu-2.....	141

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Çalışma Grubu Tablosu	66
Tablo 2. Görüşmeler Tablosu	67

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Jakson Pollock, “Yankı, Numara 25”	9
Şekil 2. Willem De Kooning, “Kadın”	10
Şekil 3. Francis Bacon, “İnsan Bedenlerinden Üçleme”	11
Şekil 4. Andy Warhol, “Campbell Çorba”	12
Şekil 5. Mehmet Güler yüz, “Devrim Müzesi”	15
Şekil 6. Burhan Doğançay, “Saratoga Dreaming”	17
Şekil 7. Art Basel	36
Şekil 8. Jeff Koons, “Lips”	48
Şekil 9. Damien Hirst , “Yaşayan Birinin Zihninde Ölümün Fiziksel İmkânsızlığı”	49

BÖLÜM I

GİRİŞ

Bu bölümde problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, sınırlılıklar ve tanımlar başlıklarına yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

Kültür endüstrisi terimi ilk defa, 1947’de Frankfurt Okulu olarak adlandırılan topluluğun üyelerinden birisi olan Theodor W. Adorno’ nun Max Horkheimer ile birlikte kaleme aldıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı kitabında ele alınmıştır. 20. yüzyıldan itibaren kültürel alanlar başta olmak üzere birçok alan üzerinde etkili bir kavram olan kültür endüstrisi, bu alanlar üzerinden yeni bir kültürel ortamın oluşturulmasını amaçlamıştır. Kültür endüstrisinin çeşitli alanlar üzerinden amaca yönelik etki sağlamaya çalıştığı bilinmekte ve bu alanlardan en önemlilerinden birisinin sanat olduğu görülmektedir. Günümüzde resim, müzik, sinema, tiyatro ve birçok sanat dalı üzerinde kültür endüstrisinin etkisi yoğun bir şekilde hissedilmektedir. 21. yüzyılda kültür endüstrisi kavramının hayatımızın içerisindeki birçok alanda etkin olması, özellikle kitle iletişim araçlarıyla, istendik yönde bir kültür ortamının oluşmasını sağlamaya çalışmaktadır. Kültür endüstrisinin bu yönlendirici gücü, sanatı ekonomi ile karşı karşıya getirmiştir. Sanat ve ekonomi gerçekte birbirine zıt iki disiplin olmalarına rağmen küreselleşme dönemiyle birlikte öyle bütünleşmiştir ki sanatın gücü ekonomik getirisi ile ölçülür olmuştur. Bugün sanatçının, eserini hazırlarken fabrika üretimi gibi seri şekillerde çalışmalar üretmesi, sanatçının yaratıcılıktan uzaklaşması; icra anında eser ile sanatçı arasına farklı kişilerin,

nesnelerin, teknolojinin ve bunların sebebi olarak satışın düşünülmesi vs. kültür endüstrisinin sanat üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır. Resim sanatı üzerindeki bu etkiler özellikle sanat eserinde çeşitli yapılanmaların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Kültür endüstrisinin sanat eseri üzerindeki etkilerinin en başında sanat eserini meta haline getirmeye çalışması görülmektedir. Adorno'nun da belirttiği gibi "saf sanat eserlerinin 'özerkliği', dışsal amaçlardan bağımsızlığı, belirli bir tüketicinin (kilise, devlet, hami) talebi üzerine değil, 'özel' olarak üretilmiş olmasından kaynaklanır" (Adorno, 2012, s. 21). Fakat kültür endüstrisinin sanat eserini meta haline getirme çabası, sanat eserindeki özel durumu yok etmektedir. Aynı zamanda, kitsch olarak nitelendirdiğimiz "özellikle, 20. yy içinde üretilmiş çeşitli nesnelerde rastlanan zevksiz, kökeni belirsiz ve estetik değer taşımayan bir tasarım anlayışını nitelemek için kullanılan..." (Sözen ve Tanyeli, 2012, s. 168) bu sözcük, aslında kültür endüstrisinin sanat ve sanat eserleri üzerindeki etkisinin göstergelerindendir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de çağdaş sanatın gelişiminde ve popüler bir yapı kazanmasında kültür endüstrisi yönetimi ve tabii ki ekonomi başrolü oynamaktadır. "Ülkemizde oluşmaya başlayan resim piyasası bu gelişimin en önemli sebebidir" (Ersoy, 1998, s. 31). Bankalar, koleksiyonerler, iş adamları, müzayede firmaları, uluslararası bienaller ve sanat fuarlarının, sanata değer ve popüler bir yapı kazandırmada etkili rolleri olduğu bilinmektedir. Bu kurumlar ve bu kişilerin sanat üzerine yapmış oldukları yatırımların ve eserlere ödenen büyük meblağların sanatı destekleyip gelişmesine katkıda bulunduğu gibi tüketim kültürü içerisinde sanatçıyı ve sanatını markalaştırmaya yönelik bir çaba olarak da değerlendirildiği görülmektedir.

Kültür endüstrisinin sanat ve sanatçı üzerindeki tüm bu yapılandırma çalışmaları ve etkileri söz konusu iken sanatçı ve sanat eğitimcisi yetiştiren yükseköğretim kurumlarında kültür endüstrisinin etkisinin düşünülmemesi olanaksızdır. Ülkemizin resim sanatı ile olan geçmişinin pek çok Avrupa ülkesinde olduğu gibi köklü temellere sahip olmaması ve günümüzde gelişmeye başlayan sanat pazarının oluşturduğu popüler imajların, günümüz görsel sanatlar eğitimine olumlu ve olumsuz yönde yansımaları olduğu düşünülmektedir. "Ülkemizde... plastik sanatlar eğitimi; içinde yaşadığı çağın koşullarına ayak uydurabilmek ve çağdaş gelişmişlik düzeyine ulaşabilmek için toplumsal, ekonomik, politik ve eğitsel sorunlarla karşı karşıya bulunmaktadır" (Erbay, 2000, s. 175). Bu bağlamda kültür endüstrisi, çağdaş Türk resim sanatı ve sanat eğitimini etkileyen önemli

bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırma ile kültür endüstrisinin sanatçı, sanat eğitimcisi ve öğrencisi üzerindeki etkisi, sanatçı öğretim üyeleri ile tartışılmış ve kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımaları çalışma grubunun görüşleri ile derinlemesine incelenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımalarını incelemektir. Bu amaç çerçevesinde araştırma konusunun, sanatçı öğretim üyelerinin görüşleri ile derinlemesine incelenmesi hedeflenmiştir.

Bu temel amaç çerçevesinde araştırmanın alt amaçları:

1. Çalışma grubunun, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarıyla olan ilişkilerine yönelik görüşlerini incelemektir.
2. Çalışma grubunun, kültür endüstrisinin öğrenciler üzerindeki etkisine yönelik görüşlerini incelemektir.

1.3. Araştırmanın Önemi

İçerisinde bulunduğumuz 21. yüzyılda, kültür endüstrisinin başta reklam sektörüyle olan yakın ilişkileri, kültürel ürünler olan sanat eserlerinin, sanat izleyicilerine kültürel metalar olarak sunulmasını sağlamıştır. Bu dönem içerisinde, kültür endüstrisinin sanat dalları üzerindeki etkisinin artışı sanatçı, sanat eğitimcisi ve öğrencisi üzerinde bir takım yansımaları da beraberinde getirmiştir. Kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımalarını nitel bir yöntemle inceleyen bu araştırmanın literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bugün kültür endüstrisinin etkileri, sadece resim sanatı üzerinde değil eğitim başta olmak üzere birçok farklı alan üzerinde görülmektedir. Eğitimin sadece okullardan ibaret olmaması ve kişinin yaşadığı çağın içerisindeki koşullardan etkilenmesi gerçeği, kültür endüstrisinin sanatçı öğretim üyelerinin gözüyle genç yetenekler üzerindeki etkisinin ne olduğu, araştırmanın konusu haline gelmiştir. Araştırmamız, resim sanatı üzerinde kültür endüstrisinin etkilerinin, yükseköğretim kurumlarındaki sanat eğitimi sürecine

yansımalarının, sanatçı öğretim üyelerinin görüşleri ile derinlemesine incelenmesi açısından önemli görülmektedir.

Bu araştırma ile resim sanatı içerisinde şekillenen kitsch sanat, meta sanat gibi pazar odaklı, popüler unsurlarını içeren sanat eserlerinin genç yetenekler üzerinde ne türden yansımalarının bulunduğu betimlenmeye çalışılmıştır. Estetik ve meta estetiği ayrımı üzerine sanat eğitiminde ne tür çalışmalar yapılması gerektiği, öğrencilerin sanatsal yollarla kendilerini keşfetme çabaları üzerinde kültür endüstrisinin etkilerinin bulunup bulunmadığını betimlemeye çalışan bu çalışma, sanat pazarı ve sanat eğitimi ilişkilerinin derinlemesine incelenmesi yönünden önemlidir. Aynı zamanda, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarıyla olan ilişkilerinin sanatçı, sanat eseri ve sanat izleyicisi/alıcısı üzerinde ne türden yansımalarının bulunduğu, araştırmada incelenen ve betimlenmeye çalışılan bir diğer konudur. Çağdaş Türk resim sanatı ve sanat pazarı arasındaki ilişkilerin, görüşme yöntemi ile ele alınmasına ek olarak, alanyazın taraması ile konunun incelenmiş olması açısından araştırmanın, okuyucusuna çeşitli veri kaynağı sunduğu düşünülmektedir.

1.4. Sınırlılıklar

Araştırma kapsamındaki sınırlılık:

1. Bu araştırmanın çalışma grubu, yükseköğretim kurumlarında resim-iş eğitimi bölümü veya resim bölümlerinde görev yapan altı sanatçı - öğretim üyesi ile sınırlandırılmıştır.
2. Araştırma, çalışma grubunun görüşleri ile sınırlıdır.
3. Araştırma en fazla dört üniversiteden seçilecek sanatçı öğretim üyeleri ile sınırlandırılmıştır.

1.5. Tanımlar

Çağdaş: “Çağdaş” kelimesinin iki ayrı anlamı bulunmaktadır “aynı çağda yaşayan, çağcıl, asri, muasır ve bulunulan çağın anlayışına, şartlarına uygun olan. Sanat alanında ise çağdaş kelimesi, içerdiği zamana göndermeler yapan anlamından ziyade, geleneksel ve modern sanata tepki olarak şekillenen bir ifade biçimini içeriyor” (Erden, 2012, s. 6)

Meta: “Mal, ticaret malı” (Türk Dil kurumu [TDK], 2011, s. 1665).

Kitsch: “Her türlü hayal gücünü, yaratıcılığı ve dolayısıyla özgünlüğü dışlayan taklit veya eğreti işi” (Artun, 2012, s. 28).

Fuar: “Kendisi için özel olarak yapılmış yapılarla donatılmış özel bir alanda açılan büyük panayır” (Sözen ve Tanyeli, 2012, s. 112).

Mesen: ”Sanatı ve bilimi koruyan ve gelişmesine katkı sağlayan kişiye denir” (Eroğlu, 2013, s. 91).

Sergi: “Sanat eserlerinin sergilenmesine denir. Sergi eğer birçok sanatçının eserini içine alıyorsa buna toplu sergi ya da “kolektif sergi”, bir sanatçının hayatı boyunca yaptıklarını içine alıyorsa buna da “retrospektif sergi” denir” (Turani, 2011, s. 132).

Sanatsal: “Sanatla ilişkili olgu, kavram ve oluşumları niteler” (Atan, 2006, s. 312).

BÖLÜM II

KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Çağdaş Sanat

2.1.1. Çağdaş Resim Sanatı

Çağdaş ve modern kelimelerinin birbirine olan yakınlığından dolayı, çoğu zaman çağdaş sanatın modern sanatla aynı anlama geldiği düşünülebilmektedir. Bu yüzden günümüzde “çağdaş sanat” terimi üzerindeki tartışmalar devam etmekte ve çağdaş sanatın kapsamı içerisine aldığı sanat hareketleri değişiklik gösterebilmektedir. İngiliz şair ve eleştirmen Herbert Read çağdaş sanat terimi hakkında “...günümüzde üretilen sanatı karşılayan bir terimden çok, sanat tarihinin gelişim süreci içinde geleneksel sanat anlayışından farklı olarak kendi çizgisini oluşturmaya başlayan ayrı bir sanatsal üretim alanını tanımlayan bir terim olmuştur” (Erden, 2012, s. 31) der. Burada çağdaş sanatın kapsamı içerisine aldığı dönem 1950-1960'lara dayanır. “1930'lu yıllarda Fransa'da yazılmış sanat tarihi kitaplarında ise “l'art contemporain” terimi, kökeni Paul Cezanne veya Edouard Manet'ye dayandırılan modern sanat için kullanılmıştır” (Erden, 2012, s. 30). Günümüzde de bazı müzayede firmaları, çağdaş sanat fuarları gibi kuruluşların modern sanat içerisindeki eserleri çağdaş başlığı içerisinde sunabilmektedir. Bu yüzden, “Modern sanat” ve “çağdaş sanat” terimlerinin bir birine olan yakınlığından dolayı oluşan bu karışıklık, çağdaş sanatın kapsamı üzerindeki tartışmaları güçlendirmektedir.

“Çağdaş sanat”ın tanımına ilişkin kriz, tarihsel bir konu olmaktan çıkıp kuramsal bir niteliğe bürünmüştür. Amerikalı eleştirmen Clement Greenberg'in bugün artık pek ender kabul edilen “modernizm” tanımı, biçimci (formalist) resim ve heykeli ön plana çıkarırken, 1960'ların Pop Art, Minimalizm ve Kavramsal Sanat gibi önemli akımları göz ardı etmişti. Bazı akademisyenler ve eleştirmenler için, kaynağını yirminci yüzyılın ilk yarısındaki gelişmelerden alan soyut sanatı ifade etmek amacıyla kullanılan bu tür bir olgucu (pozitivist) “modernizm

tanımı, artık geçerliliğini yitirmişti. Bütünüyle estetik bir yargı olarak yorumlanabilecek bu gerçek “modernizm” tanımı, sanatın insana ve dünyaya ilişkin deneyimlerle şekillenen imgeler ve düşünceler çerçevesinde de var olabileceği olasılığını gündeme getiren başka bir *avant-garde* sanat yaklaşımıyla çatışyordu (Morgan, 2000, s. 186).

Erden’in belirttiği üzere (2012, s. 31) “Nitekim “modern sanat” “çağdaş sanat” ayrışmasının 2. Dünya savaşı öncesindeki ilk ipuçları olan Dadaizm akımı veya Marcel Duchamp’ın sanat anlayışı Greenberg tarafından modern sanattan sapma olarak değerlendirilmiş, çoğunlukla görmezden gelinmiştir”. Fakat Duchamp’ın çağdaş sanat içerisindeki birçok akımı yakından etkilemiş olduğu açıktır. Özellikle çağdaş sanat içerisindeki kavram, metin, felsefe, eleştiri gibi düşünsel yöndeki baskın gücün ilk örneğini oluşturan Duchamp’ın Pisuar’ı, enstalasyon, land art, mininalizm gibi nesnenin merkeze alındığı akımların da ilk örneğini oluşturmaktadır.

“Çağdaş sanat” kavramının dışı dokunur bir içeriği olmadığı en iyi göstergesi, her türlü pratik ayarlamaya açık olmasındandır. Müzeler, akademik kurumlar, müzayedeler ve evleri ve metinler, yakın dönem sanatsal üretimi kategorilere ayırma ihtiyacını, genellikle bazı parça veya söylemleri kronolojik bir uzlaşım temeline dayanarak “çağdaş ilan etme kurnazlığıyla aşarlar: Los Angeles’taki MOCA 1940 “sonrası”nda yapılan şeyleri dikkate alır; Londra’daki Tate Modern’de bulunan çağdaş parçaların hepsi 19 ‘ten sonra yapılmıştır; Kristine Stiles ve Peter Selz’in kaynak kitabı *Theories and Documents of Contemporary Art*’ın başlangıç noktası 1954 tarihidir. Başka bağlamlarda, bilhassa da çevre ülkelerde, çağdaşlık ufku genelde daha dardır; çoğu zaman, 1990’ların başlarında ortaya çıkan bir şey olarak tanımlanır ve postkolonyal tartışmanın yükselişi, modernizm anlatısı üzerindeki Avrupa-Amerika tekelinin kırılması veya Soğuk Savaş’ın son bulmasıyla ilişkilendirilir. Her halükarda, “çağdaş sanat” bir “sonrası”nın birden çok anlamına dayanıyor gibi görünmektedir (Medina, 2013, s. 8).

Bahsettiğimiz gibi Çağdaş sanatın başlangıcı üzerinde kesin bir uzlaşma söz konusu olmamasına rağmen 1950’li yıllar ve sonrasını içeren dönem çağdaş sanatın kapsamı içerisinde düşünülmektedir. Birçok sanat akımını içine alan çağdaş sanat terimi günümüz sanat hareketlerini tanımlamanın yanı sıra sanat tarihine yeni ve farklı bakış açıları kazandırmıştır. 2. Dünya savaşının ardından değişen dünya düzeni ve bilimsel alandaki gelişmeler sanatı da etkilemiş ve değişime uğratmıştır. Bu süreç içerisinde peş peşe ortaya çıkan yeni sanat anlayışları ile sanat dünyası yeni ve zengin birçok sanat hareketine sahip olmuştur. Ekonominin egemenliğinde yoğunlaşan sanat hareketleri mesenler tarafından desteklenmiştir.

Sanatın yoğun hareketliliği, 2. Dünya savaşı öncesi Paris başta olmak üzere Avrupa’nın pek çok bölgesinde kendini gösterir iken savaş sonrası dönemde hareketlilik ABD’ye kaymaya başlamıştır (Tansuğ, 2008, s. 296). Sanatın ABD’de egemen olmaya başlamasındaki en önemli sebeplerden birisi ekonomik gelişmelerdir. Ekonomik gelişmelerin yanı sıra “Almanya ve İtalya gibi ülkelerin egemen olan totaliter rejimlerde sanatsal oluşumun kökünü kazımaya yönelik girişimler, birçok Avrupalı sanatçının

Amerika Birleşik Devletlerine (ABD) göç etmesine yol açmıştır” (Ahmetoğlu ve Denli, 2013, s. 175). Özellikle soyut ekspresyonizm sanat hareketinin ABD’de kendini göstermesiyle başladığı döneme işaret eden bu değişim, sanat tarihi açısından yeni bir dönemin başlangıcıdır. ABD’de ortaya çıkan ilk sanat akımı olarak da bilinen soyut ekspresyonizm o dönemin Guggenheim gibi mesenleri, C. Greenberg gibi ünlü eleştirmenleri tarafından desteklenmiş ve geliştirilmiştir.



Şekil 1. Jakson Pollock, “Yankı, Numara 25”. 09.12.2015 tarihinde http://www.moma.org/explore/inside_out/inside_out/wp-content/uploads/2013/04/echo.jpg sayfasından erişilmiştir.

Jackson Pollock, Willem de Kooning, Franz Kline gibi aksiyon resminin öncülerini ve Mark Rothko, Kenneth Noland, Ellsworth Kelly, Frank Stella, Morris Louis gibi renk alanı resmi çalışan pek çok sanatçıyı içerisine alan soyut ekspresyonizm sanat akımı, modern sanatçılardan Pablo Picasso, Vasiliy Kandinsky, Paul Klee, Joan Miro gibi isimlerden etkilenmişlerdir. Başlangıçta sürrealizm, kübizm gibi modern sanat akımlarından etkilenen soyut ekspresyonistler zaman içerisinde kendilerine has sanat anlayışlarıyla ABD’de kendilerini göstermişler ve gelişmişlerdir. Resim sanatına getirmiş oldukları soyut ve renksel anlatımları ile izleyiciyi kendi iç dünyalarına yolculuğa çıkaran soyut

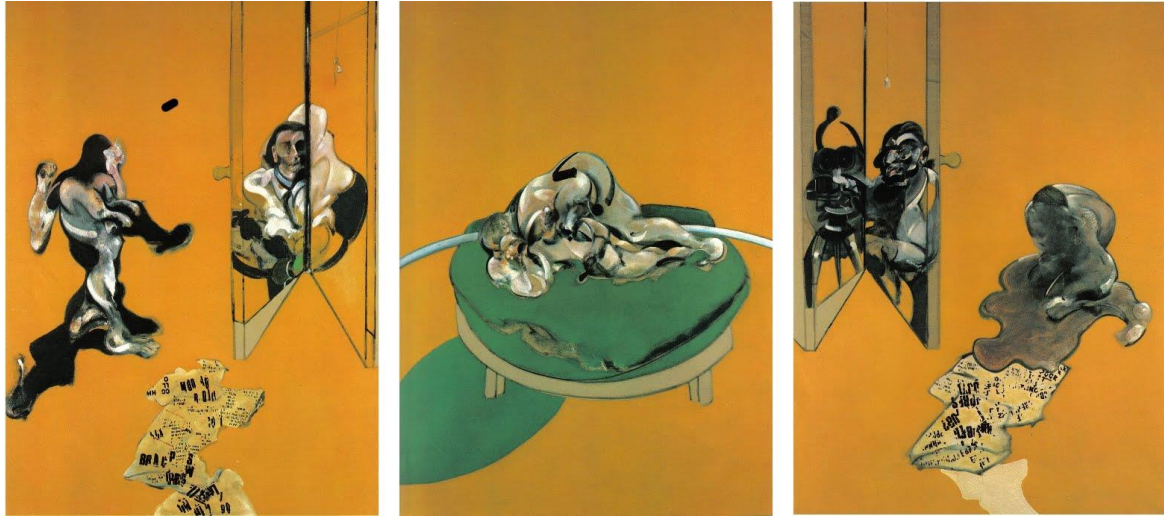
ekspresyonistler, gerçeğin sanatçının iç dünyasında gizli olduğuna inanırlardı. Duygu ve düşüncelerini abartılı bir dil ile tuvale yansıtan sanatçıların amacı, özgün bir anlatım biçimine sahip olmaktır. Özellikle Jackson Pollock'un o dönemde keşfettiği boyayı sıvı bir biçimde çubuk veya fırçalar yardımı ile tuvale değmeden akıtarak veya sıçratarak oluşturduğu resimler, dönemin en önemli yapıtlarıdır. Aynı zamanda, "1940'lı, 50'li yıllarda uluslararası sanat ortamına damgasını vuran bu yaklaşımı şekillendiren isimler, her biri kendi özgün soyut temelli üslubunu geliştirmiş orta yaşlarındaki sanatçılardır" (Antmen, 2013, s. 147). Sonuç olarak soyut ekspresyonizm sanat akımı üzerinde bu denli durmamızın temel nedeni, tuval resminin çağdaşlaşma sürecindeki önemli bir dönüm noktasını oluşturuyor olmasındandır.



Şekil 2. Willem De Kooning, "Kadın". 09.12.2015 tarihinde <http://spgspgspg.com/blog/wpcontent/uploads/2012/04/Woman-V1.jpg> sayfasından erişilmiştir.

Çağdaş sanat bünyesinde, 1960 sonrası gelişim gösteren sanat akımlarına baktığımızda, minimalizm, hiper-realizm, land art, pop art, London school, neo-ekspresyonizm, video art, body art, conceptual art gibi hareketleri görürüz. Çağdaş sanat içerisinde, geleneksel anlamda tuval resminden oldukça farklı olan video, vücut, yeryüzü gibi sanatların

varlığının yanı sıra hiper-realizm, neo-ekspresyonizm, graffity art gibi tuval resmi çalışan sanat hareketleri de bulunmaktadır. Bu hareketler resim sanatını plastik açıdan geliştirmeye yardımcı olmuş ve resim sanatında “kavram”ın önemine vurgu yapmıştır. İlâveten bu sanat akımları içerisindeki Lucian Freud, Francis Bacon, Jenny Saville, Georg Baselitz, Anselm Kiefer, Jean-Michel Basquiat, Frank Auerbach, Howard Hodgkin, Chuck Close, Richard Estes gibi sanatçılar, çağdaş resim sanatının günümüzdeki yapısını en iyi temsil eden isimlere örnek olarak verilebilir.



Şekil 3. Francis Bacon, “İnsan Bedenlerinden Üçleme”. 09.12.2015 tarihinde <http://gaygamer.net/ggnet/wp-content/uploads/2013/05/Bacon-Triptych-Studies-from-the-Human-Body.jpg> sayfasından erişilmiştir.

1950-60’lı yıllarda soyut ekspresyonizme tepki olarak ortaya çıkan pop art sanat akımı, dönemin popüler imgelerini eserlerinde kullanmıştır. Amerikalı ve İngiliz sanatçıların desteği ile ortaya çıkan akımın kurucuları arasında: Andy Warhol, Roy Lichtenstein, Jasper Johns, Robert Rauschenberg, Richard Hamilton, Peter Blake gibi isimler yer almaktadır. Pop art sanat akımı diğer sanat akımları gibi toplumsal ve teknolojik gelişmelerden etkilenmekle kalmamış dönemin popüler imgelerini doğrudan olarak eserler aracılığı ile yansıtmaya eğiliminde bulunmuştur. Pop art’ın ve çağdaş sanatın önemli simgelerinden birisi olan Andy Warhol’un Marilyn Monroe eseri bu duruma güzel bir örnektir. Pop art’ın kurucularının başında gelen ABD’li sanatçı Andy Warhol’un gerek çalışmaları gerekse de çalışma disiplini açısından geleneksel anlamdaki resim sanatçısından oldukça farklı olduğu bilinir. Sanatçının çalışmalarındaki baskı tekniği kullanımı, seri üretime dayalı afiş mantığı

çerçevesinde oluşturduğu çalışma yöntemine hizmet eder. Fabrika diye adlandırdıkları atölyesi ise, bireysel çalışma disiplininin çok kolektif olarak çalışılan bir mekândır.



Şekil 4. Andy Warhol, “Campbell Çorba”. 09.12.2015 tarihinde http://1.bp.blogspot.com/-9bmpQN_aPQI/UQh8MOw1jbI/AAAAAAAAApg/002-UdYiwvg/s1600/picture4-6.png sayfasından erişilmiştir.

Çağdaş sanat platformlarında yer alan sanat hareketlerinden birisi olan Hiper-realizm, 1960’lı yıllarda ABD’de ortaya çıkmış ve gelişmiştir. Hiper-realizm, süper-realizm, foto-realizm gibi isimlerle adlandırılan sanat akımı, fotoğrafın tuval üzerinde yeniden inşa edilmesi yöntemine dayanır. Fotoğrafın birebir resmedilmesi sonucu oluşan gerçekçilik izleyicileri büyüler. Eleştirmenlerce eleştirilen Hiper-realizm’de yaratıcılık ve özgünlük sorunu, çoğunlukla konu ile çözülmeye çalışılır. Çalışmalar genellikle yağlıboya ve akrilik boya teknikleri ile oluşturulur, göze çarpan diğer bir özellik ise tuval boyutlarının büyüklüğüdür. Önde gelen hiper-realist sanatçılar arasında John Baeder, Richard Estes, John Kacere, Jack Mendenhall, Davis Cone ve Franz Gertsch, Chuck Close, Alyssa Monks

gibi isimler bulunmaktadır. Hiper-realizm nesnenin tasviri açısından sunduğu gerçeklik ile çağdaş resmin gücünü izleyiciye hissettirmektedir.

Çağdaş sanat bünyesinde, tuval resminin sonunun geldiğine yönelik eleştiriler, minimalizm, video art, sitüasyonizm, body art, land art, performance art gibi hareketlerin sanat platformlarında etkili olmasından sonra başlamıştır. Tuval reminde çözümlenecek sorun kalmadığı düşüncesinde olan kimi sanatçılar, eleştirmenler ve mesenler tarafından desteklenen bu görüş yayılarak gelişmektedir. Özellikle pop art'ın getirmiş olduğu seri üretime dayalı tuval resmi ve hiper-realizm'in özgünlük ve yaratıcılık sorunu, tuval resminin sonu düşüncelerin güçlenmesinde etkili olmuştur. Süreç içerisinde kavramsal düşünce temelinde oluşan arazi sanatı, yerleştirme, süreç sanatı gibi çeşitli sanat akımları estetik değerlerin yanı sıra kavramsal ve eleştirel tutumların öne çıkmasına yardımcı olmuştur. Ataseven (2011, s. 60)' ın belirttiği üzere “sanat, artık kendini kendisiyle sorgulayan, kendine ait tanımları yeniden ele alan, felsefenin asli görevi olan kavram üretmek işini üstlenmiştir”.

Tuval resminin sonu tartışmaları yeni bir sanatsal hareketin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Tuval resminin yeniden ortaya çıkışı ve yeni değerler kazanması olarak değerlendirilebilecek neo-ekspresyonizm (yeni dışavurumculuk) akımı, 1980'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Ataseven'in belirttiği üzere (2011, s. 102) “Neo Ekspresyonizm, Kavramsal ve Minimalist sanatın bir kenara ittiği tuval resmi ile geleneksel kültürel değerleri yeniden gündeme getirmiştir”. 1980'li yıllarda sanat piyasası üzerinde olumlu etkileri bulunan bu akım özellikle Alman, Fransız ve İtalyan sanatçıları etkilemiştir. Neo-ekspresyonizm sanat akımı içerisinde yer alan önemli sanatçılar arasında Georg Baselitz, Jean-Michel Basquiat, Sandro Chia, Francesco Clemente, Enzo Cucchi, Anselm Kiefer, David Salle, Jenny Saville, Mimmo Paladino, Eric Fischle gibi isimler verilebilir.

“Tarihsel bir açıdan, Amerikan neo-ekspresyonizm akımı 2.dünya savaşı sonrası Avrupalı ulusalcılığa politik bir tepki olarak başladı” (Hsieh, A, A ve A, 1994, s. 1). İsminden de anlaşılacağı üzere duygu ve düşüncelerin abartılı bir dil ile ele alındığı bu dışavurumculuk akımı, çağdaş sanat içerisindeki soyut ekspresyonizm, hiper-realizm gibi sanat akımlarından etkilenmiştir. Özellikle hiper-realist eserlerde rastlanılan büyük boyut ve tekniksel kusursuzluk, dışavurumcu düşünce ile birleşmiştir. Yine soyut ekspresyonizm sanat akımının getirmiş olduğu hareketli ve özgür çalışma tekniğinin bu akıma yansımaları kolaylıkla görülebilmektedir. “Yeni dışavurumculuk akımına katılan sanatçılar biçimsel ya

da içeriksel olarak belli bir ortak nokta çerçevesinde birleştirilemeyecek denli çeşitlilik gösterirler” (Antmen, 2000, s. 75). Bu sebepten dolayı, Ataseven’in belirttiği üzere (2011, s. 102) “neo-ekspresyonizm, bireyin her türlü kısıtlayıcı etkilerden uzak, öznelliği arayışı olarak tanımlanmıştır”. Akım içerisinde göze çarpan bir diğer özellik ise, figür kullanımının yoğunluğudur. Neo-ekspresyonist sanatçılar figüre önem vermişlerdir ve ekspresyonist düşünce ile figürü yorumlamışlardır. Büyük tuvallerdeki devasa figürler izleyicinin üzerine düşecek etkisi yaratmaktadır. Özellikle insan figürüne yüklenen güçlü ifade ve beden imgeleri izleyiciyi yoğun bir duygu bombardımanına tutmaktadır.

Figüratif dışavurumun geri gelişi, kuşkusuz yıllar süren soyut, Minimalizm, Kavramsal Sanat gibi yönelişlerin ortaya çıkardığı boşluktandır. Burada eskinin Kobra Grubunu hatırlarsak, onlar da ‘Mondrian’ın boş bıraktığı tuvaleri acılarımızla da olsa dolduralım’ ilkesiyle yola çıkmışlardı. Yeni dışavurumcular olarak adlandırılan bu genç kuşak, son yıllarda uluslararası sanat pazarının en çok tartışılan konularındandır. Yeni dışavurumun birden bu derece önem kazanması bir bakıma galeristlerin de zaferidir. Amerika, Almanya, İtalya ve Fransa bu konuda başı çeken ülkelerdir. Günümüzde düzenlenen dev sergiler sürekli yeni adların eklenmesiyle dünyayı dolaşüyor. Yenilerin babası sayılan eski kuşak tekrar gündemde. Düzenlenen sergilerin çoğu onları da içeriyor. (Özaydın’dan aktaran Ataseven, 2011, s. 101)

Estetik değerlerin yanında kavramsal alt yapının da vurgulandığı çağdaş resim sanatında sanatçı bir bilim adamı gibi çalışmalarının temelini oluşturan konu üzerinde uzmanlaşmaya çalışmaktadır.

2.1.2. Türk Resim Sanatının Çağdaşlaşma Süreci

Türk resim sanatında non-figüratif eğilimlerin 1950-1960’lı yıllarda ortaya çıkışı ve bu dönemlerde Batı resmine yönelmelerin başlaması Türk resim sanatının çağdaşlaşma yönündeki ilk adımlarıdır. Türkiye’de 1950’li yıllarda özgürlükçü demokrasi hareketi, ülkenin sanat anlayışına Batıyı takip eden ve oradaki gelişmeleri yakından izleyen bir anlayışı getirmiştir (Tansuğ, 2008, s. 245). Bu tarihlerde Türk resim sanatçısı Batı’daki sanatsal gelişmeleri yakından takip etmeye başlamış ve çalışmalarında yeni yaklaşımlar geliştirme peşine düşmüştür. Öncelikli olarak objeyi tasvir eden çalışma düşüncesini yıkarak non-objektif çalışmalar üretmeye başlamışlardır. “1950’lerin ressamaları, soyut sanat uğraşlarında özellikle eski Türk kaligrafisinden hareket eden çizgisel bir spontaniteyi denemişler, yenilenme sorunlarına gerek bu yönde, gerekse geleneksel yüzey şematizminin geometrik renk planları ve tezyini değerleri yönünde çözümler aramışlardır” (Tansuğ, 2008, s. 247).

Yurt dışına eğitim amaçlı gönderilen sanatçılar ve yurt dışında belirli bir süre yaşamış sanatçılarımızın Türk resim sanatının çağdaşlaşma sürecine yönelik büyük katkıları bulunmuştur. Dönemin sanat merkezlerinin başında gelen Paris’e birçok Türk sanatçısı devlet bursu ile gitme şansını elde etmiş, oradaki sanat akımlarını yerinde inceleme fırsatını bulmuştur. Aralarında Mübin Orhon, Fikret Mualla, Yüksel Arslan, Hanefi Yeter, Neşet Günal, Mehmet Gülerüz, Alaattin Aksoy, Coşkun Gürkan gibi isimlerin bulunduğu sanatçılar yurda döndüklerinde yurtdışında karşılaştıkları yeni sanat hareketlerini tanıtmaya çalışmış, sanatsal üretimleri ile Türk resim sanatının çağdaşlaşma sürecine katkıda bulunmuşlardır. Batıda gelişen sanat akımları çerçevesinde özgün üsluplar geliştirmek için uğraşan Türk sanatçıların, kimi zaman soyut renge dayalı anlatımlar kimi zamanda özgün figüratif çalışmalar ürettikleri görülür.



Şekil 5. Mehmet Gülerüz, “Devrim Müzesi”. 10.12.2015 tarihinde <http://www.mehmetguleruz.com/tr/works/view/41> sayfasından erişilmiştir.

2. Dünya savaşı sonrası tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de özgür düşüncenin ifadesine yönelik girişimler önem kazanmıştır. Savaşın buhranını atlatan toplumların sergilemiş

oldukları bu girişimler, özellikle sanatçıların eserlerindeki anlatım biçimlerine yansımış, onların sanata bakış açılarını değiştirmiştir. 1968 kuşağı olarak adlandırılan, 1961 anayasasının da etkisinin görüldüğü bu dönem, Türkiye’de özgürlükçü hareketlerin hız kazandığı bir döneme işaret etmektedir. “68 eylemleri, her şeyden önce antiemperyalist bir karakter taşımaktaydı” (Bulut, 2011, s. 136). Özgürlük düşüncesinin egemen olduğu bu eylemler, başta sanat olmak üzere kültürel hayatın pek çok farklı yönünde etkili olmaktaydı. O dönemin Mehmet Güleriyüz, Alaettin Aksoy, Komet (Gürkan Coşkun), Burhan Uygur, Utku Varlık ve Neşe Erdok gibi genç sanatçıları, dönemin özgürlükçü düşünce sistemiyle figüratif temelli özgün eserler üretmişlerdir. “1968 Kuşağı sanatçıları "D" Grubu'na mensup hocalarının bir etüt aracı olarak gördüğü figürü farklı bir biçimde yorumlamışlar ve ona yeni anlamlar yükleyerek plastik ifadenin başlıca ögesi yapmışlardır” (Germaner, 2000, s. 1). Günümüzde 68’Kuşağı sanatçılarının vermiş oldukları eserler, çağdaş Türk figür resim sanatını temsil eden önemli örnekler olarak gösterilebilir.

Türk sanatının çağdaşlaşma sürecine katkı sağlayan isimlere, Burhan Doğançay, Erol Akyavaş, Bedri Baykam, Füsun Onur, Erdağ Aksel gibi New York’ta belirli bir dönem yaşamış ve eğitim almış sanatçılarımızın isimleri verilebilir. 2. Dünya savaşı sonrası dünyanın yeni sanat merkezi olan New York, o dönemden itibaren yerli ve yabancı pek çok sanatçıyı kendisine çekmiştir. Sanat alanındaki gelişmeleri yakından izlemek isteyen sanatçılarımız New York’a gitmişlerdir. Oradaki sanat akımlarını yakından izleyen sanatçılarımız, kimi zaman onlardan etkilenmişler kimi zamanda onları etkilemişlerdir. Dönemin yeni sanat akımları soyut ekspresyonizm, neo-ekspresyonizm ve kavramsal sanat çerçevesindeki sanat akımlarından beslenen sanatçılarımız, kendilerine özgü sanat anlayışları ile Türk ve dünya sanatında kendilerini ispatlamışlardır. Günümüzde de çağdaş Türk resim sanatının en önemli isimlerinden olan, Burhan Doğançay, Erol Akyavaş, Bedri Baykam vs. Türk resminin çağdaşlaşma sürecine ve çağdaş Türk resminin dünya sanat ortamında tanıtılmasına büyük katkıları olmuştur.



Şekil 6. Burhan Doğançay, “Saratoga Dreaming”. 10.12.2015 tarihinde <http://uploads8.wikiart.org/images/burhan-dogancay/saratoga-dreaming-1984.jpg> sayfasından erişilmiştir.

20. yüzyılda çağdaş sanat hareketi içerisinde neo-expressionism, minimalizm, hiper-realizm, pop art, video art, land art vs. gibi akımların ortaya çıkışı ve Türk sanatçıların da bu akımlar içerisinde sanatsal üretimlerde bulunması, çağdaş Türk resim sanatının dünya sanatı içerisindeki yerini güçlendirmiştir. “Bu bağlamda...1980 sonrasında dünya sanat çevreleri ile Türk sanatçılarının etkileşimlerinin çoğalması sonucunda minimalist, hiper-realist, neo-expressionism yorumlar yapan, kavramsal sanatı ve video sanatını seçen, enstalasyon yapan kuşak sanatçıların yetişmesidir” (Germener’den aktaran Bozkuş, 2014, s. 22). Bu sanatçıların, önemli uluslararası çağdaş sanat etkinliklerinde yer alması çağdaş Türk resim sanatının dünyaya tanıtılmasında büyük rol oynamıştır. Bu sanatçılara verilebilecek en iyi örneklerden bir tanesi, Hiper-realistizm sanat akımı içerisinde eserler veren Taner Ceylan’dır. Günümüzde çağdaş bir Türk sanatçı olarak Ceylan, dünyanın önemli müzelerinde, koleksiyonlarında eserleri bulunmakta, önemli fuarlarında, müzayedelerinde, galerilerinde, eserleri izleyici önüne çıkmaktadır.

2.2. Kültür Endüstrisi

2.2.1. Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi

Kültür endüstrisi kavramı ilk defa, 1947’de Frankfurt Okulu olarak adlandırılan topluluğun üyelerinden birisi olan Theodor W. Adorno’ nun Max Horkheimer ile birlikte kaleme aldıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı kitabında ele alınmıştır. Kültür endüstrisi çalışmalarının başlangıcında kitle kültürü ifadesinin kullanıldığı, fakat dönemin yandaşlarının işine gelecek yorumları dışarıda bırakmak amacı ile kitle kültürü ifadesini kültür endüstrisi ile değiştirildiği görülmektedir. Adorno, kültür endüstrisi kavramını; “endüstrinin doğrudan doğruya üretim sürecini değil, kültürel malın standardizasyonu ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesini anlatmak” amacıyla kullanıldığını söyler ( elik, 2012, s. 113).

Öncelikli olarak kültür endüstrisini anlayabilmemiz için onun ürünlerine aşına olmamız gereklidir. İçerisinde bulunduğumuz çağda insan, başta teknoloji olmak üzere, eğitim, sanat, kültür gibi pek çok alanın değişimine tanık olmaktadır. İnsan çoktan hızın ve devinimin içerisine girmiştir ki bilgiye ulaşım hızı gibi ihtiyaçlara, sanat eserlerine, kültürlere ve meraka ulaşımı kolaylaşmıştır. Bu süreç içerisinde, birçok şey moda ile değişmekte ve tüketim kavramı değer kazanmaktadır. “Zaten sürekli “in” ve “out” hali içerisinde olan kültür endüstrisi, hızla gündelik hayatımıza giren şarkıcı, stil, eğlence mekânı gibi unsurların, aynı hızla tüketilerek unutulmasına yönelik bir üretim yapar” (Bostancı’dan aktaran,  elik, 2012, s. 115) ve ortaya çıkan ürünler kültür endüstrisinin varlığını ortaya çıkarır.

Adorno ve Horkheimer kültür endüstrisi kavramını iki farklı manada kullanırlar. “ilk aşamada, kültür endüstrisi kültürel üretim spesifik bir formunun temeli olarak eşya/mal üretimine atıfta bulunur” (Steinert, 2003, s. 9). Kültürel bir üretime örnek olabilecek sanat eseri üretimini de kapsayan bu mana, eseri bir eşya/hammadde/mal olarak tüketiciye sunulmasını içerir. “İkinci olarak, “kültür endüstrisi” film stüdyoları, kayıt tesisleri, CD imalathaneleri, akıl almaz oranda günlük gazete çıkaran devasa baskı makineleri, küresel kapsamlı radyo ve TV stüdyoları... kulüpler ve sahne şovlarını içeren üretim spesifik bir branşını ifade eder” (Steinert, 2003, s. 9). Sonuç olarak, bu mana ise kültür endüstrisinin medyaya olan yakınlığını gösterir.

Günümüzde medya, tıpkı yasama, yürütme ve yargı gibi insanların hayatları üzerinde değişiklikler oluşturabilecek güce sahiptir (Sülün ve Candemir, 2006, s. 1). Gelişen teknolojiyle birlikte medyanın sahip olduğu ileti araçları çeşitlenmekte ve kültür endüstrisi ile teması güçlenmektedir. Hepimizin bildiği gibi çağımızda insanlara medya sadece radyo ve televizyon aracılığı ile ulaşmıyor internet başta olmak üzere dergiler, gazeteler, internet tabanlı sosyal paylaşım ağları (facebook, twitter, instagram, messenger, whatsapp vs.), ilan panoları (billboard) aracılığıyla da iletilerini etkili ve hızlı bir yolla insanlara ulaştırmaktadır.

Steinert (2003, s. 9)'ın belirttiği üzere “ kültür endüstrisi medya ile herhangi bir şekilde benzerlik içinde olmadığını hatırlamak önemlidir”. Çünkü medya kültür endüstrisinin ürünlerini içeren alanlardan sadece bir tanesidir. Kültür endüstrisi ürünlerini medya yolu ile dağıtımını gerçekleştirir fakat bu, sadece medya yolu ile gerçekleştiriyor olduğu anlamına gelmez. Kültür endüstrisi çağın getirisine yönelik medya, sanat, mimari, eğitim, moda, endüstri gibi birçok alan üzerinde ürünlerini oluşturabilmektedir. Disiplinlerarası etkileşim de göz önünde bulundurulursa, bir alan üzerindeki kültür endüstrisi etkisini farklı bir alanda da görmek mümkün olur.

Disiplinlerarası etkileşimden bahsetmişken, kültür endüstrisinin bu etkileşimler içerisindeki yerine ve insanlar üzerindeki etkisine değinmemek güçtür. “Disiplinlerarası çalışmalarda farklı disiplinlerden araştırmacılar kendi disiplinlerinin yöntemlerini ve birikimlerini birleştirmektedir” (Özel, 2007, s. 17). Disiplinlerin birbirlerini etkilemesi ve bu etkileşimler sonucu ortaya çıkan ürünlerin insanlar üzerindeki etkilerinden bir tanesi de kültür endüstrisidir. Çağımızda gelişim gösteren ve çeşitlenen disiplinler, insanları içine çekerek az ya da çok onları kendileri hakkında bilgi sahibi olmaya zorlamaktadır. Bu durum kültür endüstrisinin ürünlerinin sunulmasının çeşitlenmesi anlamına da gelmektedir. “Kültür endüstrisi üreticilerini manipülasyonuna maruz kalan günümüz insanı, her alanda kendisine yüklenen yoğun mesaj bombardımanı altında ezilmektedir” (Çelik, 2012, s. 114). Özellikle İnternet teknolojisi disiplinlerarası çalışmaların hızına ivme kazandırmış bilgiye ulaşımı hızlandırmıştır. Günümüzde bilgiye ulaşım hızı, disiplinlerin çeşitlenmesi ve modanın sürekli değişimi, insanları günceli yakalama kaygısına düşürmektedir. Çelik (2012, s. 114)'ın belirttiği üzere “yığınla bilgiyi işlemekten yoksun olan bu insan tipi, artık tahlil eden, araştıran, tefekkür eden, karar veren niteliğinden sıyrılarak, sadece ürünü alan, yönlenen, sürekli ihtiyaç duyan... niteliğe bürünmektedir”.

“Bolluğun artmasının, yani gitgide çoğalan bireysel ve kolektif mallar ile donanımlara daha fazla sahip olmanın karşılığı gitgide ciddileşen “zararlar” dır; bunlar bir yandan endüstriyel gelişme ile teknik ilerlemenin, öte yandan tüketimin kendi yapılarının sonuçlarıdır” (Baudrillard, 2013, s. 34). Tüketim ve tüketim toplumu kavramları kültür endüstrisini çağıran önemli kavramlardır. Üretim, ürün, pazarlama ve tüketim terimleri ile özdeşleşen günümüz insanı, doğal olarak bütün bu üretim sürecini hayati bir ihtiyaca dönüştürmüştür. Sanatında dâhil olduğu bütün bu üretim süreçlerinin metalaşması, kültür endüstrisinin ürünlerine hizmet etmektedir. “Kültür endüstrisi konusunu sağlamlaştırdıkça tüketicilere ihtiyaç üretir; bu ihtiyacı yönlendirir, disiplin altına alır ve karşılar” (Horkheimer’den aktaran, Çelik, 2012, s. 115). Bu süreç içerisinde kültür endüstrisinin baskısı sadece tüketici üzerinde hissedilmez aynı zamanda üretici üzerinde de hissedilir. Özellikle üretici özgün olması gereken sanat gibi bir disipline aitse, bu baskının sonucu üretici ve ürün açısından, yaratma sürecinde kısırlık olarak algılanır. Çünkü kültür endüstrisi seri üretime ve metaya olan yakınlığı ile bilinir. Kültür endüstrisinin bu ürünlere yakınlığı, bahse konu olan disiplinler açısından ciddi bir sorundur.

Brecht ve Suhrkamp’ın otuz yıl önce ifade ettiği gibi, endüstrinin kültürel malları, özgül içerikleri ve yapılarındaki uyuma göre değil, piyasada gerçekleşen değerlerine göre yönetilir. Tüm kültür endüstrisi pratiği, kâr güdüsünü dolaysız olarak kültürel formlara aktarır. Bu kültürel formlar piyasaya sürülen mallar olarak yaratıcılarının geçimini sağlamaya başladığından beri zaten bu niteliğe kısmen sahipti. Fakat o sırada kâr arayışı dolaylıydı, sanat eserinin bağımsız özünün ötesindeydi. Kültür endüstrisinde yeni olan, en tipik ürünlerindeki kesin ve iyi hesaplanmış faydanın dolaysız ve saklanmayan önceliğidir. Asla ve asla bütünüyle baskın çıkamayan ve daima çeşitli etkilerle biçimlenen sanat eserinin özerkliği, kültür endüstrisi tarafından, denetim mekanizmasının iradesi dâhilinde ya da dışında, bilinçli bir biçimde ortadan kaldırılır (Adorno, 2003 , s. 2).

Çelik (2012, s. 115)’ın belirttiği üzere “Kültür endüstrisi üreticilerinin ilkesi, tüketiciye ihtiyaçlarının kültür endüstrisi aracılığıyla karşılanabilir düşüncesini vermektir. Bunu yaparken de bireylerin kendilerini sadece tüketici ve kültür endüstrisinin nesnesi olarak görecektir şekilde düzenlemesini emreder”. Üretici ve ürün üzerindeki bu baskı, ürünün yaratım aşamasından sunulmasına kadar olan bütün süreçte etkilidir. Aynı etki sanat eseri üreten sanatçılar üzerinde de hissedilir. Başlangıçta bu durum sanatçıların eserlerini belirli bir üslup ve kuram çerçevesinde oluşturmaları olarak algılansa da, retrospektif açıdan bakıldığında sanatçının imzasına dönüşmüş belirli formların sürekli olarak kullanılması, seri üretim gibi tekrarlanan çalışmalar, satış ve markalaşma düşünceleri kültür endüstrisinin sanatçı üzerindeki etkisini gösterir.

Sanatçıda her insan gibi toplumsal olaylar ve değişimlerden etkilenir. Geçmişten bugüne bakıldığında vermiş oldukları eserlerden de kolaylıkla anlayabileceğimiz gibi sanatçılar,

değişimlerden en çok etkilenen kitlelerden olmuşlardır. Picasso'nun Guernicası, Delacroix'ını Halka Yol Gösteren Özgürlüğü, Jackson Pollock' un No.5 isimli soyut kompozisyonu, Malevich'in Siyah Karesi gibi eserlerden de anlayabileceğimiz üzere, sanat eserleri toplumsal ve kültürel değişimlerin en somut kaynaklarındandır. Bu değişim sürecinde sanat kimi zaman geleneklere aykırı bir başkaldırı olarak özgür anlatım biçimlerini içerirken kimi zamanda belirli kişilerin ve grupların baskısı altında kalmıştır. Rönesans öncesi kilisenin sanat üzerindeki baskısı gibi günümüzde de kültür endüstrisinin sanat üzerinde baskısı hissedilmektedir. Kültür endüstrisi sanat eseri üretimini, ticari bir malın üretim aşamasında dikkate alınan ölçülerle değerlendirir. Çelik (2012, s. 115)'ın belirttiği üzere “kâr amaçlı üretilen bir yapı olan kültür endüstrisi, dolayısıyla bu endüstrinin çıkarlarına hizmet etmeli, kâr getirebilmelidir”. Kültür endüstrisinin sanat eserinden beklentisi kâr getirmesidir. Sanatçının geçim kaygıları ile oluşturduğu çalışmalarına kültür endüstrisinin bu beklentisi de eklenince, ortaya çıkan ürünün sanatsal değeri tartışma konusu olmaktadır.

Sonuç olarak, Kültür endüstrisi günümüz insan hayatı içerisindeki sanat, medya, iletişim, üretim endüstrileri, mühendislik, mimari gibi birçok disiplin üzerinde etkisini geliştirmeye çalışmaktadır. Özellikle tüketim kavramı ile insanları etkiliyor ve ürünleri doğrultusunda onları tüketime yönlendiriyor. Üretim ve ürünün tüketiciye hizmet etmesi gerektiğine yönelik inancı üreticiyi etkilemekte ve üretimin özgünlüğünü kısıtlamaktadır.

3.2.2. Adorno'nun “Estetik Teorisi” Bağlamında Postmodern Sanat Hegemonyaları

21. yüzyıl sanatı küreselleşme ile birlikte çok uluslu bir yapıya kavuşmuştur. Bu dönemin sosyal, kültürel ve bilimsel gelişmeleriyle paralel bir gelişme gösteren sanat, aynı zamanda finansal açıdan güçlü dış aktörler tarafından desteklenmiştir. Sanatın finans güçlerinden aldığı bu destekler onu hızlı bir gelişime tabi tutmuştur. Bu gelişim sanatın, özellikle bienal, fuar, galeri gibi ortamlarda kaliteli bir şekilde sergilenerek, uluslararası izleyici kitlesi ile buluşmasında etkili olmuştur. Sermayenin sanat üzerindeki etkisinin artması beraberinde birtakım olumsuzlukları getirmiştir. Bu olumsuzlukların başında, belirli zümreler tarafından sanatın meta değerine vurgu yapılması gelmektedir. Kitle kültürünün isteklerine önem veren bu düşünce tarzı, sanatın otonomisini ikinci hatta üçüncü plana

atarak, finans güçlerinin istekleri doğrultusunda bir sanat anlayışını egemen kılmaya çalışmıştır. Sanatın doğasına ters düşen bu anlayış, birtakım sanatçı ve eleştirmen üzerinde adeta bir hegemonya oluşturmuştur. Bu bağlamda 20. yüzyıla damgasını vurmuş düşünürlerden Theodor W. Adorno'nun sanatın içerisinde bulunduğu krize yönelik açıklamalarının, bu dönemde önem kazandığı görülmüştür.

2.2.2.1. Adorno ve Estetik Üzerine

Sosyal Araştırmalar Enstitüsü Frankfurt Okulunun en güçlü temsilcilerinden birisi olan Theodor W. Adorno, sanat sorunsalları üzerinde güçlü çalışmaları bulunan, özellikle Max Horkheimer ile birlikte kaleme aldıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* başlıklı çalışmalarında bu sorunsalları irdeleyen, bu doğrultuda yeni kavramlar ortaya koyan, 20. yüzyıl içerisindeki önemli düşünürlerinden birisidir. Onun sanat üzerindeki devrimsel eğilimleri, sanatın özerkliğini tartışma konusu haline getirmiş, kültürel ürünler olan sanat eserlerinin metasal yönüne yapılan vurguyu gün yüzüne çıkarmıştır. Kültür Endüstrisi kavramı ile ilişkilendirdiği bu vurgu, post-modern dönem sanatının alfabetik bir ögesi durumuna gelmiştir.

Adorno'nun çalışmalarının temelinde Marksist anlayışın yattığı görülmektedir. Ona göre sanat eserleri ve diğer kültürel ürünler, tıpkı Marx'ın da belirttiği gibi metaya dönüşmüştür (Altuğ, 2012, s. 196). Özellikle sermaye sahiplerinin sanatı metaya dönüştürme çabalarını kapitalizm ilkesi ile ilişkili kılmış, buradaki ürünlerin estetik değerleri ile değişim değerleri arasındaki ilişkileri tartışma konusu haline getirmiştir. Bu ürünlerin emtia olarak sunulması, eğlence ve reklam sektörleriyle olan ilişkisi, 20. yüzyılın başlarında şekillenen yeni bir kültürel yapının oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu yapı modern hayat içerisindeki modern insanın tüketici bilincini popüler kültür ürünleri ile çevreleyip yeni bir kültürel perspektifin kazanılmasında etkili olmuştur.

Adorno ve diğer Frankfurt Okulu üyelerinin kültürün manipülasyonu üzerindeki eleştirileri, hem faşizm hem de kapitalizm karşıtlığı üzerine şekillendirdikleri görülür (Çağan, 2003, s. 186). Bu şekillenmede karşımıza çıkan estetik nesnenin kültürel değeri ile ekonomik değeri arasındaki ilişki, kapitalist anlayış tarafından şekillendirilen meta değeri sonucunda oluşmuştur. Meta ve metalaşmanın sanat eseri üzerinde doğurduğu bu sonuç, modern sanat söylemlerinin karşısına konumlanmış, sanatın yatırım değerini diğer bir

değişle kullanım değerini gün yüzüne çıkarmıştır. Yirminci yüzyıl içinde gerçekleşen bu değişim, başta Adorno olmak üzere pek çok düşünürün, tüketim kültürünün şekillendirdiği sanatın özerkliğini, dönemin koşulları içinde tartışmasına neden olmuştur.

Adorno'nun estetik açılımı, meta kültürü ile doğrudan ilişkilidir, fakat ilişkinin yönünde karşıtlıklar yer almaktadır. Bunlar, estetik değere sahip objelerin, yani sanat eserlerinin, ekonomik değerlere sahip objelermiş gibi algılayan sistemlerin/dinamiklerin karşısında konumlanmaktadır. Chris Murray'nin de ifade ettiği gibi; Adorno'nun ilgilendiği konu, sanatın diğer maddesel ürünler ile benzerlikleri ve farklılıklarıdır (Murray, 2012, s. 23). Bu ürünlerin benzerliklerini ve farklılıklarını sorunsal olarak Adorno'ya sorgulatan düşünce, çağdaş dünyadaki tüketim kavramını sorgulatan düşüncenin kendisidir. Bu yüzden, “Adorno'nun dili ve fikirleri kimi zaman ilk Avangard manifestoları, kimi zaman modernist eleştiriyi, kimi zaman tarihi, bazen de felsefi estetiği ve Marksizm'i yansıtır” (Murray, 2012, s. 25).

Frankfurt Okulu üyeleri amaçlarını, “bizler sanatı toplumun içinde cereyan eden süreçlerin bir tür kod dili saymakta ve [sanatın] eleştirel analizle deşifre edilmesi gerektiğini düşünmekteyiz” (Jay'den aktaran Bal, 2011, s. 74) şeklinde belirtmişlerdir. Başta Adorno olmak üzere Frankfurt üyeleri, sanatın toplumla ilişkili bir alan olduğunu düşünmektedirler. Onlara göre sanat içerisinde bulunan dönemi sosyokültürel açıdan inceleyen ve bu açıdan o dönemin özelliklerini yansıtan bir uğraştır. Bu sebeple, sanatı, Frankfurt Okulu üyeleri önemli ve incelenmesi gereken bir uğraş olarak görmektedir. Ek olarak Bal'ında belirttiği gibi; “sanatın deşifrasyonu Adorno'ya tarihi, ekonomiyi ve politikayı anlama imkânı da sağlayacaktır. Çünkü sanat yapıtı yalnızca kokuşmuş dünyanın üzerine sıkılan bir parfüm değildir. Sanat yapıtı mevcut dünyayı altüst ederek bambaşka yaşam olanaklarını gösteren alternatif bir zamansallığa sahiptir” (Bal, 2011, s. 74).

Sanatın bir nevi sosyokültürel araştırma özelliği taşıması, içerisinde bulunduğumuz kültür hakkında bizlere veri sunabileceğini göstermektedir. Bugün içerisinde bulunduğumuz kültürün genel özelliklerini Andy Warhol, Richard Hamilton, Martial Raysse, Alain Jacquet gibi sanatçıların çalışmalarında görebilmemiz, bizlere bu konu üzerinde fikir sahibi olabilmeyi sağlamaktadır.

Adorno'nun estetik teorisi üzerindeki düşüncelerinde sanat eserinin özerkliği önemli bir konu durumundadır. Sanatın sahip olduğu bu özerkliğin, sanatı kültürel deformasyonlara karşı dirençli kıldığına inanılmaktadır. Altuğ'unda belirttiği gibi, “Adorno, sanat

eserlerinin, özerklikleri (autonomy) aracılığıyla kültür endüstrisine direnebileceğini düşünür. Özerklik sanat eserlerine başka bir doğal nesne ya da insan ürününe atfedilmeyen bir statü verir” (Altuğ, 2012, s. 196). Özerkliğin doğuşunda, sanatın oluşumunda etkisi olan doğa ve toplumdan çok sanatçının kendisi önemli rol oynar. Sanatçı ile eser arasındaki birliktelik, seri şekillerde üretilen ürünlerden farklı bir üretimi ortaya koyar. Bu üretim eşi görülmeyecek bir otonomiye ortaya çıkarır. Fakat içerisinde bulunduğumuz kültürün, sanat eserlerinin otonomisini ortadan kaldırmaya çalışması, günümüz sanatı üzerindeki en büyük problemlerden biri haline gelmiştir. Becermen’in belirttiği üzere Adorno, günümüzün özerk sanatını, körleşme belirtileri içerisinde görmektedir (Becermen, 2009, s. 34).

2.2.2.2. Postmodern Sanatta Finans ve Küreselleşme İlişkileri

Sanat ve finans ilişkileri üzerinde önemli çalışmalardan birisi olan Don Thompson’ın “Sanat Mezat” başlıklı kitabında, sanatın küresel finans güçleriyle nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu, küreselleşme ve tüketim kültürüyle ilişkili bir şekilde ele aldığı görülmektedir. 21. yüzyıl içerisinde etkinliğini giderek arttıran bu iki kavram, birbiri ile ilişkili bir şekilde, çeşitli alanlar üzerinde yayılarak gelişmektedir. Bu kavramların gelişme gösterdiği alanlardan birisi olan sanat, küreselleşme ve tüketim kültürü ile birlikte, bu yüzyıl içerisinde finans güçlerince yatırım değerine sahip metalar olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu gün, sanatın sergilendiği diğer bir deyişle izleyici ile bulunduğu mekânlarda, yüksek rakamların konuşuluyor olması ve kültürün özelleştirilmesi, tüketim kültürünün yaşamımız üzerindeki etkisinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Evrensel bir olgu olan sanata, küreselleşmeyle birlikte ulaşımın kolaylaşmış olması, konu üzerinde küresel çapta rekabeti beraberinde getirmiştir (Bayrak, 2013, s. 125). Finansal açıdan güçlü küresel aktörler aracılığı ile dünyanın çeşitli yerlerinde reklamları yapılan sanatçılar ve sanat eserleri, rekabet ortamını kızdırmakta ve yeni aktörleri rekabete davet etmektedir. Büyüyen rekabet ortamı tıpkı diğer metalar gibi sanat eserlerini el değiştirme aracı olarak yatırımcısına sunmaktadır. 1980’lerden itibaren gelişimine devam eden bu rekabet ortamı, Adorno’nun ortaya koyduğu gibi, tüketilmek için üretilen sanat eserlerinin doğmasını sağlamıştır.

Pazar rekabeti içinde, sanatın sahip olduğu estetik değerinin yerini giderek marka, reklam gibi popülerite unsurlarına bıraktığı görülmektedir. Bununla ilgili olarak, Theodor Adorno,

Marx Horkheimer, ve Peter Bürger gibi eleştirel düşünürler, burjuva toplumunda sanat izleyicisini, sanatsal estetikten ziyade sanatın imza gibi dışsal faktörleriyle ilgilendiklerini beyan etmişlerdir (Velthuis, 2005, s. 25). Sanat izleyicilerinin ve sanat mesenlerinin sanat üzerinde bu şekilde bir düşünce içerisine girmeleri, içerisinde bulunduğumuz kültürün, tüketim alışkanlıklarının dışı vurumu sonucunda ortaya çıkmıştır.

Günümüzde sanatın tüketilmesine neden olan sanat pazarı aktörlerinin, belirli sanatçıların isimlerini sanat dünyasında dolaştırarak o kişilerin marka değerini yükseltmeye yönelik girişimlerde bulundukları görülmektedir. Aslında bu aktörlerin girişimleri, finansal çıkarlara hizmet ederek, sanatçının eserlerini yüksek rakamlara satabilme amacı taşımaktadır. Kapitalist düzen içerisindeki bu aktörler tamamen kâr peşinde koştuklarından, sanat eserlerini olabildiğince kitsch haline getirip, izleyicisine sunmayı amaçlamaktadırlar. Türkdoğan’ında belirttiği gibi, “Kapitalizmin gelişimi ile paralel olarak burjuvanın toplumdaki siyasal sınıfsal tahakkümünden sonra, sanat özlü bir anlatımla, batılı ve ağırlıklı olarak bu sistemin arz ve talepleri doğrultusunda, kapitalist estetiğe, piyasaya ve metalaşmaya uygun bir etkinlik olarak varlığını sürdürmüştür” (Türkdoğan, 2014, s. 173). Bu sebepten dolayı, tüketim kültürünün markaya, reklama verdiği önem sanatçıları kimi zaman doğrudan, kim zaman ise dolaylı yollardan etkilemiştir. Konu ile ilgili olarak Türkdoğan, sanat tarihi süreci içerisinde sanatçıların bu kültüre karşı pek de duyarsız kalmadıklarını belirtmektedir (Türkdoğan, 2014, s. 165). Özellikle Pop-art sanatçılarının popüler imgeleri çalışmalarında kullanmaları, bu duruma gösterilebilecek güzel bir örnektir. Baudrillard’ın ifadesiyle, “Pop resmin nesnesi ile nesne-resmi uzaklaştırır...”markalaşmış” nesnelerin ve besin maddelerinin bu sınırsız kullanımı –ticari başarısıyla olduğu gibi- Pop kendi “imzalı” ve “tüketilen” nesne-sanat statüsünü keşfeden ilk olma niteliğine sahiptir” (Baudrillard, 2013, s. 133).

“Adorno’nun sanatın krizine ilişkin açıklaması, onun şeyleşme (refication) teorisi ile bağlantılıdır. Şeyleşme, insani özelliklerin ve bağlantıların şeylerin özellikleri ve bağlantılarıymış gibi görünmesidir. Bu olgu, kapitalist toplumlardaki bütün nesnellik ve öznellik biçimlerinin tümel yapılandırıcı ilkesi olan meta biçiminden kaynaklanır” (Altuğ, 2012, s. 195-196). Bu gün dünyanın önde gelen Christie’s, Sotheby’s, Phillips de Pury, Bonhams gibi sanat pazarı devlerinin sanat üzerindeki etkileri, sanat eserlerinin metasal özellikleri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu aktörler sanatı, reklam ve tanıtım araçları ile kitle üzerinde kalıcı bir imaj oluşturduktan sonra, bir gece müzayedesinde

milyon dolarlarla ifade edilen bedellerde satar. Ve nihayetinde satış öncesindeki bu tür tanıtım eylemlerinin, meta değerine hizmet edecek şekilde zekice tasarlandığı görülmektedir. Huyssen’ında belirttiği gibi “sanat eserinin metaya dönüşmesi ve bu şekilde alımlanması gibi, tüketim toplumunda metanın kendisi de imgeye, temsile ve gösteriye dönüşmüştür. Kullanım değerinin yerini ambalaj ve tanıtım almıştır. Sanatın metalaşmasının sonu, metanın estetize edilmesidir” (Huyssen’dan aktaran Brenstein, 2012, s. 38).

“Adorno, “estetik deneyim hem toplumsal hem de metafizik açıdan önemlidir,” der, çünkü bir taraftan sanatın gerçeklikle olan ilişkisinin temelinde yatarken, bir taraftan da hemen her zaman şeyleşme tarafından etrafı sarılan deneyim boyutları sanat eserlerince kaydedilip nesneleştirilirler” (Adorno’dan aktaran Kuspit, 2010, s.202). Adorno’nun estetiğe önem vermesi ve estetik üzerine düşünceleri, estetik üzerinde daha önce ortaya koyulmayan yenilikleri beraberinde getirmiştir. Ona göre estetik, dönemin koşulları içerisinde incelenmesi gereken bir alandır. Bu yüzden Adorno, 20. yüzyıl koşullarını, estetiği meta estetiğine dönüştüren, kültürel bir endüstrinin hâkim olduğu dönem olarak görmektedir. Bu dönem içerisinde estetiğin metalaştırılması ve bu şekilde kitlelere sunulması, Adorno ve Horkheimer’in birlikte ele aldıkları “*Aydınlanmanın Diyalektiği*” kitabında ortaya konulan kültür endüstrisini işaret etmektedir.

Kültür endüstrisinde tüm üretimler, kitlelere uygun olacak şekilde az çok planlı bir şekilde üretilirler (Adorno, 2012, s. 109). Sanatsal üretimleri de içerisine alan bu görüş, günümüz sanat pazarı içerisindeki galeri, müzayede, bienal gibi pazar aktörlerinin, sanat eserindeki estetiği, kitlenin estetik anlayışına uydurma çabaları şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda kitsch olarak adlandırdığımız, Clement Greenberg’in ifadesiyle, yaklaşık olarak modernizm ile aynı dönemde ve endüstri devriminin ürünü olan estetik anlayışın (Kulka, 2014, s. 26), bu çabaların ürünü olduğu bilinmektedir. Kitschin yanı sıra seri şekilde üretilen, bir sanatçının elinden değil de tıpkı fabrika üretimleri gibi birbirine benzer kompozisyonlar ve birbirine benzer renklerle oluşturulan çalışmaların, kitle kültürüne sunulma amacıyla oluşturulduğu gözlemlenmektedir. Brenstein’in ifadesi ile “kültür endüstrisinin sanattaki sili geri dönüşümle sunması demek olan “hayat tarzı”, vaktiyle yadsıma unsuru barındıran bir estetik kategorinin meta tüketiminin bir niteliğine dönüşmesini temsil eder” (Brenstein, 2012, s. 37). Ve dönüşüme etkisi olan güçlerin, tüketim kültüründen beslendikleri görülür.

2.2.2.3. Sermayenin Postmodern Sanat Üzerindeki Etkileri

Bilindiği üzere sermaye tarihten bugüne sanat üzerinde etkili olan bir güçtür. Rönesans dönemindeki Medici ailesinden bu güne sanat üzerinde pek çok sermaye sahibi gücün etkileri bulunmaktadır. Bugün olduğu gibi tarihte de birçok sanatçı sermayenin destekleri ile hayatını kazanmış ve sanatını devam ettirme olanağını bulmuştur. “Ancak sanatçılar başta olmak üzere sanat dünyası, aristokratların ve monarşinin sanattan desteğini çektiği 18. yüzyılın ortalarından beri sanat-para ilişkisine eleştirel gözle bakmakta, sanat ekonomisini genellikle kabul edilmez görmekte ve mali kazanca yönelme eğilimini küçümsemekte ya da inkar etmektedir” (Thompson; Stallabrass’dan aktaran Kaya, 2013, s. 33). Buradaki küçümseme ve inkâr eylemlerinin temeline baktığımızda, bugünün sanatı üzerinde kapitalist pazar mantığının yattığı görülmektedir.

Sanat ve sermaye ilişkisi, tüketim çağında olduğundan daha fazla ticari değere önem verir hale gelmiştir ve bunun sonucu olarak bu ilişki, bugün geçmişte olduğundan daha sorunlu bir ilişki olarak görülmeye başlanmıştır. Aynı zamanda tüketim çağında sanat ve sermaye ilişkisine sadece ticari boyutlu bakmamak gereklidir, Chin-tao Wu’nun Kültürün Özelleştirilmesi’nde belirttiği gibi sanat, şirketlerin imaj yaratmaları üzerinde de etkili bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır (Wu, 2005, s. 215-216). Yine Kültürün Özelleştirilmesinde belirtildiği gibi “sanat uzun süredir toplumda güç ve statü sahibi olanların himayesinde; sanat ürünleri piyasa değeri taşıyan nesneler olmanın yanı sıra statü simgeleri olarak da işlev görüyor” (Wu, 2005, s. 28). Bugün sanatın bu anlamda bir araç olarak kullanılıyor olması, sermaye sahiplerinin sanat üzerindeki rollerini geçmişte olduğundan daha farklı bir hamilik anlayışı ile hareket ettiklerini gösteriyor.

Wu’nun belirttiği üzere “20. yüzyılın sonlarının Batılı kapitalist demokrasilerinde çağdaş sanat, diğer kültür ürünleri ile birlikte, şirketler ve farklı bir biçimde de olsa üst düzey yöneticileri için hem maddi hem de simgesel değer taşıyan bir müdahale aracı gibi işlev görüyor” (Wu, 2005, s. 22). Sanatın bu şekilde bir araç olarak görülmesinin temeline baktığımız zaman, devletin sanata yönelik desteklerinin azalmasının etkili olduğu görülüyor. Bugün sanatın izleyiciyle buluştuğu önemli mekânların, devlet desteğinden çok sermayenin destekleri ile ayakta durduğu bilinmektedir. Yeterli devlet desteği görmeyen bu mekânların giderek sermayeye hizmet etmesi, sanat, sanatçı ve sanatseverler üzerinde de çeşitli olumsuz etkileri beraberinde getirmektedir. Konu üzerine Wu, “şirketler sanat müzelerini ele geçirmekle, bu kurumların çalışma tarzını önemli ölçüde değiştirdiler; aynı

zamanda bizim bu kurumları ve barındıkları sanat algılayışımızı da değiştirdiler. Sanat eserlerini kendi binalarında sergileyerek mekânı yeniden çevrelediler ve çağdaş sanat söylemini yeniden tanımladılar” (Wu, 2005, s. 466) şeklinde düşüncelerini belirtmiştir. Yine, Wu ile doğru orantılı olarak Pektaş, “bugün üretilen sanat ve sanatçının konumu... dünün koşullarından oldukça farklıdır. Özellikle de ülkemizde devletin sanata desteğinin iyice azaldığı son yıllarda özel sektörün desteği ile yürütülen, kültür ve sanat üretirken de tüketirken de bağımlılığı artan, özgürlük söylemini bu bağımlılığın içinde eriten bir hal almaktadır” (Pektaş, 2013, s. 38) şeklinde düşüncelerini belirtmektedir. Wu ve Pektaş’ın açıklamalarında görüldüğü gibi sanat, giderek özel sermayenin aracı olmakta ve onun hegemonyasında yaşam bulan bir alana dönüşmektedir. Bu durum ise sanatın özgürlüğü üzerinde büyük bir tehdit oluşturmaktadır. Sanatın özgürlüğü üzerine Adorno düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir;

“Her sanatsal ilerleme ancak özgür olması halinde yaşamda kalıcı bir nitelik kazanır. Öte yandan, gündelik kültür üretiminin niteliği beyliktir. Bu türden kültürler, kültür endüstrisinin tekeli tarafından teşvik edilir, geliştirilir ve yaygınlaştırılır. Gündelik kültürde her şey kör bir belirlenmişlikle geniş kitlelere ulaşarak onları kısıfı içine alır” (Adorno’dan aktaran Bozkurt, 2013, s. 256).

Adorno’ya göre, “Sanat, zedelenmiş bir mutluluğun taşıdığı vaattir”, çünkü “Tinsel, kültürel olgular ve sanat yapıtları bütünüyle maddi gerçekliğe indirgenemez, onların görelî bir özerklikleri vardır” (Bozkurt, 2013, s. 267). Adorno’nun sanatın içinde bulunduğu krize yönelik düşünceleri, eleştirel bir bakışın ürünüdür. Ona göre kapitalizm, sanatı adeta meta haline getirmiştir. Bu değişim, sanatın toplumla olan ilişkisini ortadan kaldırırken, sanatın özerkliğine zarar vermektedir. Bu bağlamda, içinde bulunduğumuz dönemde, sanatın sermaye ile olan ilişkilerinin artması onu küreselleştirerek, sermaye sahiplerince bir statü göstergesi, bir imaj göstergesi ve nihayetinde meta olarak algılanmasına neden olmuştur. Bu durum, sanat üretimlerinin, sanat üzerindeki egemen güçlerin sanattan beklentileri ve istekleri doğrultusunda şekillenmesine yol açmıştır. Bu durumun aksine, Adorno, sanatın özerkliğinden bahsederken, sanatın baskıcı zihniyetlere direnen ve eleştirel tavra sahip yönlerini vurgulamıştır (Altuğ, 2012, s. 196). Fakat 21. yüzyıl kültürel ortamının sanat üzerindeki yansımaları, sanat eserinin özerkliğine zarar veren etkileri içermektedir. Bu yüzden, sanatın kitle kültürüne hizmet eden bir araç olmaması için kendi sınırlarını koruyarak özerkliğini kaybetmemesi gereklidir.

2.3. Sanat Pazarı

2.3.1. Sanat ve Pazarlama

Sanat ve pazarlama birlikteliğinin giderek arttığı günümüz koşullarında, “sanat pazarı” olarak adlandırılan sanat eserinden kâr elde etmek amacıyla bir ortam oluşturulmuştur. Bu ortamın oluşmasına işaret eden 1980’ler, ekonomik durgunlukların yanı sıra sanat ve pazarlama birlikteliğinin olgunlaşmaya başladığı yıllar olarak da göze çarpar. İlaveten, 1950-60’lardan itibaren varlığını sürdürmeye çalışan bu birliktelik, 1980’lerden sonra farklı bir anlam kazanmıştır. ”1980’li yıllar özellikle kâr amacı gütmeyen sanat organizasyonlarının, kâr amacı güden işletmelerin yönetsel uygulama ve ideolojilerine ilgi göstermeye başladığı bir dönem olmuştur” (Boorsma ve Chiaravalloti’den aktaran Kaya, 2013, s. 15).

“Sanat pazarlaması, kurumsal ve sanatsal amaçlara ulaşmak amacıyla müşterilerle değişim ilişkilerinin karşılıklı olarak tatmin edilmesini bir araç olarak gören bütünleşik bir yöntem sürecidir” (Hill, O’Sullivas ve O’Sullivan’dan aktaran, Kaya, 2013, s. 23). Sanat pazarlamasının oluşumunu sağlayan bu bütünleşik yöntemde sanatçı ve tacir ilişkisi, pazarlamanın önemli ikilisidir. Sanat izleyicisini etkilemek, sanatsal ürünün satışını sağlamak, geniş kitlelere ulaşabilmek gibi birçok süreçte birlikte çalışan bu ikili, kaliteli bir sanat pazarlamasının temel taşlarını oluşturur. Özünde, birbirlerinden farklı bakış açılarına ve düşünce yapılarına sahip sanatçı ve tacir ikilisi, sanat ve pazarlama birlikteliğinde bir bütün haline gelmiştir.

“Pazarlama; mevcut ve potansiyel tüketicilere istekleri tatmin edici mal ve hizmetleri sunmak üzere planlamak, tutundurmak ve dağıtmak amacına yönelik olarak düzenlenen ve bir birini etkileyen işletme faaliyetleri sistemidir” (Stanton’dan aktaran İslamoğlu, 2013, s. 16). Tanımdan da anlayabileceğimiz üzere bir işletme faaliyeti olarak pazarlama, tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olmaktadır. Arz ve talep doğrultusunda ürünler geliştiren, insanlarla buluşturan bu faaliyet, sanat eserlerini de diğer metalar gibi tüketicilerine sunmaktadır. Sanat ve pazarlamanın bu sunum birliği, sanatın ve pazarlamanın kalitesini arttırmada yardımcı olmaktadır.

Günümüzde insanlara kaliteli bir sanat sunabilmek için sanat ve pazarlama faaliyetlerinin eş zamanlı yürütülmesi gerekmektedir. Bugün dünyanın önemli sanat etkinliklerine baktığımız zaman bu faaliyetlerin en kaliteli birlikteliğini görürüz. Art Basel, Abu Dhabi

Art, Frieze Art Fairvs... bu birlikteliğin dünyaca tanınan en kaliteli etkinliklerindendir. Yine Türkiye’deki finans sektörü ve sanat dünyasını bir ataya getiren Contemporary İstanbul aynı ilişkinin bir ürünüdür. Ek olarak, “...sanat fuarları sektörel örgütlenmelerin sağladığı aktörler olmalarının dışında, kentin kültürel kimliği ile bütünleşen ve aynı zamanda uluslar arası alanda tanıtımını sağlayan oluşumlardır” (Bakbaşı, 2011, s. 127).

2.3.2. Çağdaş Sanatta Pazarlama Dinamikleri ve Sanatçı İnisiyatifi

20. yüzyıl içerisinde sanatın ekonomik güçlerle kurduğu bağlar sanatın alınıp satılabilen metalar olarak sunulmasını sağlamış, içerisinde bulunduğumuz 21. yüzyılda ise bu bağlar değişerek gelişmiştir. Sanatın evrensel düzeyde gelişmesine ön ayak olduğu bu ilişkiler günümüzde küresel ölçekli kapsamlı etkinliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sanatçıları bulundukları ülkenin dışarısında farklı coğrafyalardaki izleyici kitlesi ile buluşturan bu etkinlikler aynı zamanda sanatı ve sanatçıyı önemli finans güçleriyle aynı çatı altında toplamayı başarmıştır.

Öncelikli olarak ekonomik bir terim olan “pazarlama; mevcut ve potansiyel tüketicilere istekleri tatmin edici mal ve hizmetleri sunmak üzere planlamak, tutundurmak ve dağıtmak amacına yönelik olarak düzenlenen ve bir birini etkileyen işletme faaliyetleri sistemidir” (Stanton’dan aktaran İslamoğlu, 2013, s. 16). Ticari kaygıların ön planda olduğu pazarlama faaliyetlerinde, insanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik üretimler mevcuttur. Bu üretimler insanların yaşamsal ihtiyaçları ile üst düzey ihtiyaçları arasındaki tüm ihtiyaçları kapsar. Pazarın varlığı ihtiyaçlar ile doğru orantılıdır. Bu yüzden pazar insanlara ihtiyaç üretir. Hatta 21. yüzyıl içerisinde sermaye sahibi güçlerin, kapitalist bir anlayış içerisinde, ihtiyaç dışındaki pek çok ürünü, elzem bir ihtiyaçmış gibi insanlara sunması, pazar ve ihtiyaç arasındaki bu ilişkinin bir ürünü olduğu görülür.

Ekonomik bir terim olan pazarlama faaliyetlerinden bahsetmişken, sanat ve pazarlama birlikteliğiyle oluşan “sanat pazarlaması” kavramı üzerinde durmak zorunlu hale gelmiştir. “Sanat pazarlaması, kurumsal ve sanatsal amaçlara ulaşmak amacıyla müşterilerle değişim ilişkilerinin karşılıklı olarak tatmin edilmesini bir araç olarak gören bütünleşik bir yöntem sürecidir” (Hill, O’Sullivas ve O’Sullivan’dan aktaran, Kaya, 2013, s. 23).

Velthuis’e göre ise sanat pazarı: “Fiyatların değişken ve düzensiz olduğu, aktif alıcı ve satıcıların sayısının az olduğu, pazarın gayri safi milli hâsılaya katkısının kesin olarak

bilinemediği, aslında kapitalist ekonominin bir parçası olan ama bir o kadar da uzak duran bir pazar olarak tanımlanmaktadır” (Velthuis’den aktaran, Kaya, 2013, s. 32).

1980’li yıllardan itibaren çokuluslu şirketlerin sanat üzerindeki sponsorlukları ve postmodern dönemde sanatın finans dünyası ile ilişkilerinin güçlenmesi, sanatın galeri ve müzayede evleri gibi birimlerinin aracılığıyla yatırımsal bir değer kazanmasını sağlamıştır (Türkdogan, 2012). Sanatın yatırımsal bir değer kazanması, sanat eserinin alınıp tekrardan satılabilmesini gündeme getirmiştir. Bu durum ise sanata yatırım yapacak kişilerin, marka sanatçılar, marka galeriler, marka müzayede evleri gibi belirli bir üne sahip kişi ve kurumlarla çalışmalarını sağlamış, gelecekte ekonomik yönden getirisi olabilecek sanatçı ve eserler ile ilgilenmelerini gündeme getirmiştir. .

Tarihten bugüne sanatın ağırlıklı olarak elit zümrelerce algılandığı ve bu zümrelere olan hitabı, aşına olduğumuz bir konudur. 20. yüzyılda ise sanatın ekonomi ile olan ilişkileri, onu yatırım aracına dönüştürmüş, bu dönüşüm onu adeta zenginler arasında bir güç gösterisi statüsüne yükseltmiştir. Bu güç gösterisinin örnekleri, sanatın yatırımsal değer kazandığı 20. yüzyıl Amerika’ında ve birçok gelişmiş ülkede gerçekleşmiştir. Plattner’in da belirttiği üzere, 1960’lı yılların başlarında büyük şirketler, sanat eseri toplama çabası içerisine girmişlerdir (Plattner, 1998, s. 485). Bu ve benzer durumlar, sanata, sermaye sahibi kişiler ve kurumlar tarafından nasıl bakılmaya başlandığının göstergesi olmuştur.

“Ticari açıdan, sanat alınıp satılabilen herhangi bir üründür ve sanat piyasası isteğe bağlı bir tüketime göre şekillenir” (Whitham ve Pooke, 2013, s. 258). Bu yüzden sanat pazarının oluşumu üzerinde sadece sermaye sahibi güçlerin etkisi yoktur. Bu pazarın oluşumunda, sanat izleyicisinin, koleksiyoncunun, sanatçının, sanat eserinin ve “yatırım amaçlı” niyetlerin de etkisi vardır. Kısacası sanatı oluşturan dört temel unsur olan “doğa ve toplum” (dış gerçeklik), sanatçı, sanat eseri, sanat tüketicisinin (Balcı, 2005, s. 14), sanat pazarının oluşumu üzerinde de etkisinin olduğu görülmektedir.

Benzer (2013, s. 71)’ın belirttiği üzere “20. yüzyılın başlarından itibaren, zengin koleksiyonerlerin bir yatırım aracı haline getirdiği sanat, paranın söz sahibi olduğu bir piyasada var olma kaygısını artan bir yoğunlukta sürdürmüştür”. Sanat, sanat pazarı varlığıyla beraber gelişim sürecini, ticari temellere göndermelerde bulunan, ulusal ve uluslararası sanat platformlarıyla sürdürme çabaları, süreç içerisindeki ticari amaçlı yaklaşımlardan da etkilenmiştir. Başta sanat fuarları, müzayede etkinlikleri, sergi gibi çağdaş sanat eserlerini izleyici kitlesi ile buluşturan platformların, zengin iş adamlarınca

desteklenmesi, çağdaş sanatın ve sanatçısının tanıtımı üzerinde etkili olmuş, sanat mesenlerinin yatırımlarını etkilemiştir. Mesenler tarafından aranan sanatçılar ve eserlerin ortaya çıkışı, bu desteklerin sonucunda oluşmuştur.

2.3.2.1. Sanat Galerilerinin Pazar Boyutu

Sanat galerileri sanat pazarı içerisindeki en önemli birimlerden bir tanesidir. Bu birimler, sanat pazarı içerisindeki dinamiklerin en aktifidir ve her ay yeni sanatçıyı izleyici ile buluşturarak güncel sergilere imza atmaktadır. Galerilerin varlığı, sanatı çeşitli baskılardan kurtararak (devlet, kilise, saray, akademi vs.) sanatın itibarının yükselmesini sağlamıştır (Artun, 2012, s. 151). Çünkü sanat galerileri, sanat ve pazar ilişkisinin kökeninden beri sanatçının toplumla olan bağlarını kuran ve bu bağların devam etmesini sağlayan önemli bir aracı rol görevini üstlenmiştir (Önsal’dan aktaran Kaya, 2013, s. 79).

Galerist Yahşi Baraz sanat galerilerini, “sanatçıların pazarda değer bulmasını sağlayan, koleksiyonculara ve yatırımcılara yol gösteren, anlamlı ve derin bir sanat pazarı oluşmasına yardımcı olan kurumlar olarak tanımlamaktadır” (Baraz’dan aktaran Kaya, 2013, s. 79). Sanat pazarı içerisinde aktif bir birim olan galeriler, sanatın finansal açıdan değerlendirilmesindeki rolleri kadar sanat tüketicisi ile olan alım satım ilişkisinin ortadan kaldırılması yönünde önemli rolleri üstlenmektedir. Bu konu üzerinde Velhuis; “galeriler, sanatın sergilenmesine öncelik vererek, sanat eserini müzayede aracılığıyla tacirler arasında el değiştiren bir spekülasyon emtiası olmaktan çıkarmışlardır” (Velhuis’den aktaran Artun, 2012, s. 153) şeklinde düşüncelerini belirtmiştir.

Sanat galerileri her ne kadar sanatı izleyiciyle buluşturma konusunda insanlara çeşitli kolaylıklar sağlasa da bu birimler sanat pazarının bir parçasıdır ve sanatın metasal yönüne vurguda bulunurlar. Daha önce bahsettiğimiz gibi bu birimler sanat pazarının en aktif üyeleridir ve sanat-ticaret ilişkisinin atılmasında öncü roller üstlenmişlerdir. Bakbaşı (2011, s. 115)’ın belirttiği gibi “sanat galerilerinin gelişimi ile beraber, sanat, ticari bir ürün olmaya başlamış, bu süreçle müzayede evlerinin oluşumuna, sanatın giderek daha önemli bir ekonomik araç olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur”. Sanatın, sanatçının ve sanat eserinin ekonomik açıdan değer kazanmasında bu birimlerin büyük etkisi olmuş, sanat pazarı içerisindeki markasal değerlerin ortaya çıkmasında da etkileri bulunmuştur.

Çağdaş sanat içerisinde galeri ve sanatçı ilişkisi, birbirini destekleyen iki önemli unsur durumuna gelmiş ve sanatta marka değerinin gündeme gelmesine yardımcı olmuştur. Marka tacirler ve onların galerileriyle çalışmak sanatçılara önemli bir ün kazandırmıştır. Bugün dünyanın en büyük sanat galerilerinden olan White Cube, Gagosian, Lisson Gallery, The Approach Gallery marka galerilerdir. Böyle galerilerle çalışan sanatçıların eserlerinin, sanat pazarı içerisinde herhangi bir birimde değer kaybetmeden alıcı bulduğu görülmektedir. Bu durumu Don Thompson şu şekilde örneklemiştir:

Saatchi gibi markalaşmış bir koleksiyoncu bir sanatçının eserini satın aldığı anda, galerisinde teşhir ettiğinde, başka müzelerde sergilenmek üzere ödünç verdiğinde ya da USA Today’de sergilendiğinde, bunun kümülatif etkisi hem eserin hem de sanatçının onaylanması olur. Her aşama, Saatchi’nin sahibi olduğu eserlerin değerinin yükseltilmesine hizmet eder. Saatchi zaman içinde elindeki eserlerin pek çoğunu, bazen toplu olarak, sık sık da muazzam karlarla satmıştır. 1992’de 15.000 sterline satın alınan bir Jenny Saville tablosu, 2001’de 334.000 sterline satmıştır. Rache IWhitread’in 5000 satın alınmış olan, bir lavabo kaidesini gösteren alçıdan heykeli, Aralık 1998’de Londra Christie’s’de 133.500 sterline alıcı bulmuştur (Thompson, 2011, s. 142-143).

Thompson’ın Saatchi örneğinde görüldüğü gibi sanatçıların marka tacirler ve bu tacirlerin galerileri ile çalışması, sanatçıların eserlerinin ekonomik değerlerini arttırmaktadır. Markalaşmış tacirlere duyulan güvenin bir sonucu olan bu değer artışı, sanat pazarı içerisindeki sanatçının konumunu da etkilemektedir. Bu bağlamda, sanatçı açısından eserlerinin ekonomik değerinin artışı olumlu olan bir etkinliktir ve bu artışın sağladığı markasal değer sanatçıyı diğer sanatçılardan farklı kılmaktadır. Kısacası sanat pazarında aranan bir isim olmak, pek çok sanatçı için reddedilemez bir durumdur. Bu yüzden sanat pazarı ve sanatçı arasında reklam değerleri sağlayan markasal oluşumlar mevcuttur

2.3.2.2. Sanat Pazarının Devleri Christie’s ve Sotheby’s Ekseninde Müzayede Evleri

Dünyanın en büyük müzayede evlerinin başında gelen Christie’s ve Sotheby’s müzayede evleri, astronomik rakamlara ulaşan gece satışları ile ünlenmiş iki dev markadır. Dünyanın en büyük sanat mesenlerini kendisine çeken bu etkinlikler, sanatın finans güçleri ile buluşmasını sağlamak ve dünyanın sanat gündemini değiştirecek satışlara imza atmaktadırlar. Don Thompson bu iki müzayede evine yönelik şu şekilde değerlendirmede bulunmuştur:

Christie’s ve Sotheby’s, katma değer yaratan markalaşmış müzayede evleridir. Düzenledikleri akşam müzayedelerinde, bir avuç çağdaş sanatçının eserlerini değerlendirmeden ayıran, manşetlere çıkaran fiyatlar olur. Bir sanatçının eserlerinin bu müzayedelere alınması, o sanatçıya kesin bir meşruiyet kazandırır. Christie’s ve Sotheby’s, ekonomistlerin Coca Cola ve Pepsi,

McDonald's ve Burger King ya da Boeing ve Airbus gibi, piyasaya iki firmanın hakim olduğu durumları anlatmak için kullandıkları terimle, bir "düopol" oluştururlar. Yüksek değerli sanat eserlerinde dünya müzayede piyasasının yüzde 80'ini aralarında paylaşırlar ve 1 milyon doların üzerinde fiyatlara satılan eserler üzerinde neredeyse mutlak bir tekele sahiptirler. 2006'da, 810 sanat eseri –sadece çağdaş sanat değil, her türlü sanat- müzayedelerde 1 milyon doların üzerinde fiyatlara satılmıştır; bunlardan 801'inin satışı bu iki müzayede evinden birinde gerçekleşmiştir. Phillips de Pury ve Bonhams, büyük eserleri konsinye olarak almak için rekabet eden diğer iki müzayede evidir, ama ilk ikisinin marka gücüne sahip değildir. Başka müzayede evleri ulusal piyasadaki önemli eserleri, pek çok yerel müzayede evinde daha düşük değerli sanat eserlerini satar (Thompson, 2011, s. 149-150).

Christie's ve Sotheby's müzayede evleri, sanatın finansal açıdan değerlendirildiği tarihlerde, sanat piyasasının yarısına hâkim olmuş, küresel pazar üzerinde hâkim güçler durumuna gelmiştir (Artun, 2014). Günümüzde de bu iki müzayede evi, sanat pazarının en büyük devleri olarak, astronomik fiyatlara ulaşan satışlara imza atan üst düzey etkinlikler durumundadır. Bu müzayede evlerindeki satışlardan çıkan eserler ve sanatçıları kesin bir yatırım değerine sahip olurlar. İlerleyen süreçlerde bu müzayede evlerinden alınan eserler alıcıları tarafından daha yüksek fiyatlara tekrardan satılabilir ve eserlerin sanatçıların diğer eserleri, sanat mesenleri tarafından arzulanır duruma gelir. Dünyanın en zengin koleksiyoncularının ve iş adamlarının bu önemli etkinliklerdeki sanatsal parçaları alabilmek için yarışmalarının ardında bu iki müzayede evinin marka değeri yatmaktadır.

Müzayedeler sanat ve finans güçlerini bir araya getiren, sanatın finansal açıdan değerlendirilmesine ve değerlendirilmesine aracılık yapan, sanat pazarı içerisindeki dinamikler arasında en yüksek satışların gerçekleştiği pazar birimidir. Müzayedeler sadece satış düşünen ve bu amaca yönelik birimler gibi gözükse de, sanatın uluslararası gelişimi üzerinde büyük etkileri bulunmaktadır. Günümüzde müzayedenin, sanatın örgütlenmesi üzerinde etkin rolleri bulunmaktadır ve sanatın finansal bir değer kazanması, etkin bir spekülative dinamiğe dönüşmesi bunun nedeni olarak görülmektedir (Artun,2014). Bu yüzden bu etkinlikleri sadece pazar odaklı bir bakış açısıyla değerlendirmek yanlış olacaktır. Her ne kadar müzayedeler, satış rakamları ile ön plana çıkan etkinlikler olarak görülsün de, bu etkinlikler, geçmişten bugüne sanatın gelişimi ve korunması yönünde etkili rolleri bulunmaktadır. İki dev müzayede evi olarak adlandırdığımız Christie's ve Sotheby's müzayede evlerinin özellikle çağdaş sanatın gelişiminde ve uluslararası olmasında büyük katkıları olmuştur.

Müzayede evlerinin 1970' lerde dünya çapındaki çıkışıyla beraber günümüzde en parlak dönemine ulaştığı görülmektedir (Velthuis'den aktaran Kaya, 2013, s. 59). Christie's ve Sotheby's bu parlak dönem içerisindeki en önemli iki müzayede evi statüsündedir. Bu müzayede evleri gösterişli gece satışlarına ev sahipliği yaparken sanatın modasını da

belirlemektedir. Bu dev müzayedelerde satış rekorları kıran eserlerin stillerinin, pek çok küçük sanat müzayedesinde ve sanat pazarı birimlerinde moda gibi satışa sunulduğu, talepte bulunulduğu görülür. Aynı zamanda, bazı gelişimini tamamlamakta olan sanatçı adaylarının, sanat pazarı içerisindeki bu geçici modaların stilleri ile doğru orantılı çalışmalar üreterek, pazar gündeminde kalma çabaları, üzerinde durulması gereken bir diğer konudur.

Sanat pazarındaki iki dev olarak adlandırdığımız Christie's ve Sotheby's müzayede evlerinin ardından onlar kadar yüksek cirolar elde edememesine rağmen pazar içerisinde kayda değer bir bölümü oluşturan Phillips, de Pury ve Luxembourg müzayede evi, Pazar içerisindeki bu iki dev müzayede evinden sonra gelir. Kurucusu Arnault tarafından yapılan bu müzayede evi, Christie's ve Sotheby's müzayede evlerinin düopolünü bozarak pazarda üçüncü büyük markayı oluşturmak amacı ile kurulmuştur (Thompson, 2011, s. 154). Bu müzayede evi sanat pazarında üçüncü büyük marka olma amacını gerçekleştirmesine rağmen Christie's ve Sotheby's müzayede evlerine kıyasla oldukça geri planda kalmıştır. Bu yüzden günümüzde de hala bu iki müzayede evinin yarışlarına hiçbir müzayede evi ortak olamamaktadır.

2.3.2.3. Sanatın ve Finansın Buluşma Noktası Olarak Güncel Sanat

Fuarları

Sanat ve ticaret birlikteliğinin oluşmasında sanat fuarları, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren görülmeye başlanır (Bakbaşı, 2011, s. 115). Bu süreçten günümüze sanat fuarları, dünya sanatçılarını ve galerilerini bir araya getiren, finans güçleriyle ilişkili, büyük sanat organizasyonları durumuna gelmiştir. Bu organizasyonlar müzayedelerden sonra sanat pazarında “yatırımsal amaçlı” en gelişmiş etkinlikler durumundadır. Bu gün dünyanın en önemli sanat fuarlarından sayılan Art Basel, Maastricht, Art Basel-Miami Beach, Frieze Art Fair, Abu Dhabi Art, Yıa Art Fair, Foire Internationale d'Art Contemporain (FIAC) ve Türkiye'deki en önemli sanat fuarı Contemporary İstanbul, sanat ve finans sektörünün birbiriyle buluşmasını sağlayan, özellikle çağdaş sanatın gelişmesine, sanatçıların uluslararası çeşitli galeriler, yatırımcılar ve izleyici kitlesi tarafından keşfedilmesine yardımcı olan etkinlikler durumundadır.

Sanat ve ticaret ilişkisi içerisinde sanat fuarları, 15. yüzyıl ortalarında ilk örneği olduğu varsayılan Antwerp’te açılan Pand’ı işaret etmektedir (Thompson, 2011, s. 158). Artun’a göre çağdaş anlamda sanat fuarları ise; “...1965 yılında Lozan’da önce bir grup galerinin yönetiminde başlamış. Sonra giderek kendi başlarına şirketleşmişler. 1967’de düzenlenen Kölner Kunstmarkt (Köln Sanat Pazarı) ilk çağdaş sanat fuarı sayılıyor (1089’dan sonra adı Art Cologne olarak değiştirildiğini” (Artun, 2012, s. 157) belirtmektedir. Günümüzde bu bağlamdaki ticari sanat fuarlarının sayıları her geçen yıl artmakta ve sanatı tüketicisine ulaştırmaya çalışmaktadır. Bu etkinlikler bienallerden farklı olarak dört-beş gün gibi kısa süreleri ile sermaye sahipleri ve sanatı bir araya getiren, çağdaş sanat pazarı koşullarıyla uyum içerisinde olmayı amaçlayan etkinlikler durumundadır (Erden, 2012, s.11).



Şekil 7. Art Basel. 10.12.2015 tarihinde <http://www.quotidianomime.com/wp-content/uploads/2014/08/basel.jpg> sayfasından erişilmiştir

“Sanat galerilerinin kendi uzmanlık alanlarına giren eserleri sunmak üzere birkaç gün için bir araya geldikleri sektörsel ticari sergiler olarak tanımlanan sanat fuarları, sanat galerileriyle beraber, görsel sanatlar pazarının ekonomik pazar olarak gelişmesini ve uluslararası platformda tanıtımını sağlayan aktörlerdir” (Thompson’dan aktaran Kaya, 2013, s. 64). Ünlü sanat eleştirmeni Jerry Saltz’a göre “sanat fuarları gerçekte,

samimiyetin, inandırıcılığın, sabrın ve bırakın tekrar bakmayı, dikkatle bakmanın bile esas itibariyle söz konusu olmadığı bir alım satım türü için, adrenalin yükselten gösterilerdir” (Thompson’dan aktaran Artun, 2012, s. 158). Burada Saltz’ın sanat fuarları üzerinde vurgu yapmak istediği konu, izleyenler üzerinde estetik tat oluşturmaktan çok, sanatsal çalışmaların metasal yönünü ortaya çıkaran konseptle oluşturulduğudur.

Çağdaş anlamdaki ilk sanat fuarı olan Kölner Kunstmarkt’tan sonra, Art Basel (1970) ve Paris FIAC (1974) ortaya çıkmış ve sayıları giderek artan fuarlarla birlikte sanat galerileri de bir fuardan diğer fuara taşınıp duran küresel birimler durumuna gelmiştir (Artun, 2012, s. 157). Bu etkinliklerin küresel çaplı izleyici kitlesi ile olan ilişkileri, sanat galerilerinin fuarlara olan talebinin artışında önemli bir etken olmuştur. Şuan dünyanın en büyük sanat fuarlarından birisi olan Art Basel’a her yıl yaklaşık 900 galeri 290 stant için başvuruda bulunmaktadır (Thompson, 2011, s. 265). Yine bir diğer önemli fuarı olan Maastricht’e 2007 yılında 600 sanat galerisi başvurmuş ve içlerinden sadece 219 tacir stant bulabilmiştir (Thompson, 2011, s. 262). Bu ve buna benzer fuarlara yapılan başvuruların büyüklüğünün yanı sıra, başvuruları kabul edilen galerilerin sayılarının da küçümsenmeyecek düzeyde olduğu görülmektedir.

Dünyanın en büyük sanat fuarlarından ilk dördü; Art Basel ve onun uzantısı Art Basel Miami Beach ile Londra’daki Frieze ve Maastricht’teki TEFAF (Avrupa Güzel Sanatlar Fuarı) dır (Artun, 2012, s. 157). Bu fuarların sanat pazarı içerisinde Christie’s ve Sotheby’s müzayede evlerinden sonra en prestijli etkinlikler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Oldukça güçlü satışlara imza atan bu etkinlikler, dünya sanat pazarının önemli dinamiklerindendir. Türkiye’de de sayıları az olmakla beraber bazı kaliteli sanat galerileri bu etkinliklerde stant bulabilmektedir. 2006 yılında, Art Basel 37’de Türk sanat galerisi Galerist’in bu fuarda stant bulması ve Taner Ceylan’ın eserlerinin 15.000 dolara alıcı bulması hatırlanan nadir örneklerden birisidir (Riggs, 2011, s. 29).

2.3.2.4. Sanatçı İnisiyatifi

“Gerekli kararları almayı bilen kişinin niteliği” Türk Dil Kurumu (TDK, 2015) anlamına gelen inisiyatif, bir sanatçının sanatsal üretiminde sahip olduğu en önemli özelliklerden bir tanesidir. Bu özellik sanatsal üretimde sanatçının anlatımındaki özgürlüğünü, her türlü

engelleyici faktör karşısında koruyabilmesine yardımcı olmaktadır. Bu konu üzerine Sırma şu şekilde açıklamada bulunmuştur;

Bugün sanatçı inisiyatifi dendiğinde; mevcut sanat piyasasının işleyişinin karşısında konumlanan, sanatta disiplinlerarasılıktan yana (antropoloji, sosyoloji, psikoloji, teknoloji, felsefe, psikoloji, dilbilim, göstergebilim gibi disiplinlerin bir arada kullanılabildiği), bireyin veya toplumun gündemine ait kavramları (yalnızlık, evsizlik, günlük hayat, yalan, ırk ayırımı, cinsiyet ayırımı, göçmenlik, çevre sorunları, milliyetçilik, soykırım vb.) sanat piyasası tarafından pek de talep edilmeyen deneysel sanat çalışmaları (yerleştirme, happening, video art, dijital art, fotoğraf, performans vb.) üzerinden yapan bağımsız sanatçı oluşumları anlaşılmaktadır(Sırma, 2010, s. 6).

Sırma'nın da belirttiği üzere sanatçı inisiyatifi ve sanat pazarı arasındaki ilişki sanat pazarının sanatçıdan beklentileri ile çelişmektedir. Fakat bu her zaman sanatçının inisiyatifine önem verilmediği anlamına gelmemelidir. Bugün sanat pazarı içerisinde sadece sanatı meta olarak gören birimlerin varlığı kadar sanatı ve sanatçıyı destekleyen onların fikirlerine önem veren birimlerde bulunmaktadır. Bu birimlerin sanatçıya yönelik verdikleri değerler ile sanatçı özgün fikirlerini ileri sürebilecek özgür ortamı bulabilmekte ve bu sayede sanat ortamı canlanmaktadır.

Bu konu üzerine bir Türkiye örneği vermek gerekirse;

“2000’li yıllarda açılan özel müzelerin yanı sıra alternatif seğrileme mekanları, bazı güncel sanat merkezlerinin uyguladıkları misafir sanatçı programları, genç sanatçı ve küratörlerin bir araya gelerek ya da bireysel olarak kurdukları Pist, BAS, NOMAD, Galata Perform, Apartman Projesi, Altı Aylık, Oda Projesi gibi kolektifler, projeler, inisiyatifler de sanat ortamını hareketlendiren unsurlar olmuştur” (Hasgüler, 2013, s. 163).

Sanat pazarı içerisindeki birimlerin destekleri ile kendilerine yaşam alanı bulan bu ve buna benze pek çok sanatçı inisiyatifi günümüz sanatı içerisinde de etkinliklerini sürdürmektedir.

Sanat pazarının sanatçı inisiyatifi üzerinde olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu olumsuz etkiler, sanat üzerindeki kapitalist anlayışların doğurduğu etkilerden kaynaklanmaktadır. Günümüz sanat pazarı içerisinde sanatın meta olarak görülmesi ve sanatçının inisiyatifine önem verilmemesi, sanatçının üretimine olumsuz bir etki olarak yansımaktadır. Bu yüzden günümüz sanatçısı, sanat pazarı içerisindeki en önemli aktörlerden birisi olarak, çalışma anlayışını sanat pazarının olumsuz etkilerinden koruma sorumluluğu içerisine girmiştir.

“Pazar, galerisiyle, müzesiyle, eleştirmeniyle sanatçı ve sanat üzerinde egemenlik kuran bir güçtür” (Giderer, 2003, s. 110). 21. yüzyıl içerisinde sanat ve pazarlama ilişkisi, sanatı destekleyerek geliştirirken, sanatı ve sanatçıyı markasal bir düzleme taşımış ve sanatı yatırım araçları arasında en önemli birimlerden birisi durumuna getirmiştir. Sanatın

pazarlama ile kurduğu bu ilişkiler pek çok sergi mekânının alım satım birimleri gibi işlemlerini sağlamış, sanatçıların üretimlerini de etkilemiştir. Bu sebepten dolayı sanat pazarı, tutarlı, dengeli ve belirli bir ideoloji ekseninde eserler üreten sanatçılarla çalışmayı yeğlemiştir (Erinç, 2008, s. 118). Bu durum ise sanatçıların inisiyatifleri ile olan ilişkilerini sorgulamalarını sağlamıştır.

2.3.3. Çağdaş Türk Resim Sanat Pazarı

Türkiye’de sanat galerilerinin oluşumu 1950’lere tekabül etmesine rağmen sanat pazarının gerçek manada oluşumu 1980’li yıllara dayanır (Giderer, 2003, s. 182-183). Ağırlıklı olarak yerel piyasanın yönlendirmesindeki bu pazar yapısı, Avrupa’daki örneklerinden oldukça geridedir. Süreç içerisinde yabancı yatırımcıların da dâhil olduğu pazarın, 1980 sonrası oluşan ekonomik ve kültürel alanlardaki değişikliklerden sonra yükselişe geçtiği görülür. Bu süreç sonrası, “koleksiyonların ve sanat alıcılarının artması, sanatın bir yatırım aracı olabileceğinin fark edilmesi, zenginlerin görünür olma arzusu ve sanattan alınan keyif sanat pazarının canlanmasına neden olmuştur” (Kaya, 2013, s. 42).

Türkiye sınırları içerisinde üretimde bulunan sanatçılar, toplum, gelenek, yerellik, otorite gibi değerlere karşı, biçimsel ve içeriksel “yenilik” anlayışını ve anarşist bir nitelikte gerçek anlamda bir reddediliş ilişkisini, 1980’li yılların sonunda belirgin bir şekilde yaşamaya başlar. Serbest piyasa ekonomisinin işlemeye başlaması, galericilik sisteminin burjuva-koleksiyoner ile tanışması, özgünlük ve kişisel üslubun gerçekten ayırt edici kapitalist bir tercih oluşturması, sanatçıların sanat adına risk almaları ve genel beğenin dışında alternatif ifade biçimlerine yönelmeleri, başta cumhuriyet dönemi olmak üzere her zaman için kendilerine biçilen “aydın-sanatçı” rolünden sıyrılmaları, modern sanatın seçkinci ve belirli bir kültürel sınıf için geçerli olabilecek sanat tarzlarını dışlayarak farklı ifade olanaklarını araştırmaları hep bu dönemde gerçekleşir (Çalıkoglu, 2008, s. 8).

Türkiye’de serbest piyasa ekonomisinin 1980’lerin ikinci yarısından sonraki gelişimiyle birlikte sanat pazarı da gelişmeye başlamıştır (Kaya, 2013, s. 42). Sanat galerileri ve sanat fuarlarındaki artış, sanatın yatırım aracı olarak tacir ve koleksiyoncu arasında değiş tokuşu sanat pazarının bu dönem içerisindeki oluşum sürecine katkısı olan etkenler olarak verilebilir. Özellikle 1990’lı yıllarda gelişmeye ve yurt dışındaki finans güçlerini çekmeye başlayan sanat fuarları, Türk resim sanat pazarının olgunlaşmasına ve dışa açılmasına yardımcı olmuştur. Bu dönemde yaşanan Türk resim sanat pazarına yönelik gelişmelere rağmen, pazarın beklenen ivmenin altında bir gelişmişliğe sahip olduğunu hatırlamamız gereklidir. Kahraman (2013, s. 44)’ın belirttiği üzere “1980’lerin ikinci yarısında, hatta sonuna doğru, İstanbul’da birbiri ardına meydana gelen yeni açılımlar, Uluslararası

İstanbul Bienali'nin gitgide daha hâkim hale gelen varlığına rağmen henüz ne Avrupa sınırlarını aşmıştır, ne de ciddi bir kurumsal zemine yaslanmaktadır”.

Çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki birimlerden birisi olan sanat galerileri, gerek sanatın pazarlanması açısından gerekse sanat eserlerinin sergilenmesi ve insanlarla buluşabilmesi açısından önemli görevlere sahiptir. “Devletin sanata sahip çıkmamasının, sanatsal belleğin oluşması ve canlı tutulmasında önemli bir yeri olan müzeleri bütünüyle ihmal etmesinin eleştirildiği ve tartışıldığı 1970’li yıllardan itibaren İstanbul, İzmir, Ankara gibi büyük şehirlerde sanatı destekleme işlevinin sayıları hızla artan galeriler tarafından üstlenildiği görülür” (Duben ve Yıldız, 2008, s. 19-20). Bu galerilere Siyah Beyaz Sanat Galerisi, Cumalı Sanat galerisi, Galeri New gibi isimler örnek olarak verilebilir.

1980’li yıllarda Yahşi Baraz tarafından kurulan Galeri Baraz, Türkiye’de önde gelen galerilerin başındadır (Kahraman, 2013, s. 46). Aynı zamanda galeri, batıdaki büyük sanat galerilerinin Türkiye’deki karşılığı da sayılabilir (Kahraman, 2013, s. 271). Sanatı ve sanatçıyı destekleyen, özgün ve yaratıcı düşüncelerin sergilenmesini sağlayan galeri, Türk resim sanat pazarı içerisinde önemli bir yeri teşkil etmiştir. Editörlüğünü Duben ve Yıldızın yaptığı “Seksenlerde Türkiye’de Çağdaş Sanat: Yeni Açılımlar” başlıklı kitapta, Baraz’ın (1975) galericiliğe yönelik düşüncelerini; “Türk resmi içinde önemli bir yer tutan, sanat yönü gerçekten ağır basan ve önde gelen sanatçı ve yapıtlar yanında biçim yönünden avant-garde olmaya çalışan, gelecek için umut uyandıran genç yetenekleri ve çeşitli eğilimlerin en iyi örneklerini sergilemek istiyoruz” (Köksal’dan aktaran Duben ve Yıldız, 2008, s. 20) şeklinde açıkladığı görülür.

Bugün sayıları artmakta olan galeriler, pazar içerisindeki birimlerden olmalarının yanı sıra, sanatseverler için çeşitli sergiler düzenlemekte, genç sanatçılara destek vermekte ve yerli/yabancı sanat fuarlarında yer almaktadırlar.

Sanat galerilerinin gelişimine paralel olarak sanatın meta değeri kazanması, müzayede evlerinin ortaya çıkmasına neden olmuş, sanatın metasal değerinin artmasını sağlamıştır (Bakbaşı, 2011, s. 115). Bu süreç içerisinde müzayedeler, sanat pazarına hâkim olmaya başlamış, anlık satışlarla gündemi doldurmuştur. Sanat galerileri gibi sanatseverlerle eserleri buluşturmayan sadece satış odaklı birimler olarak gelişen etkinlikler, sanatın metalar olarak tüketicilerine sunulmasına aracılık etmiştir. Türk resim sanat pazarı içerisindeki rekabeti güçlendiren, özel parçaları bir araya getiren ve koleksiyonerlere sunan

etkinliklerin, pazarın gelişmesi ve yurtdışına açılması konusunda büyük yardımları olmuştur.

Türkiye’de profesyonel anlamda ilk müzayede, 1981 yılında Nurcan/Turgut Artam tarafından kurulan Antik A.Ş. tarafından yürütüldüğü görülür. 1980 Türkiye’si koşulları içerisinde, satış rakamları açısından Batı’daki örneklerinden geri durumda olan etkinlik, zaman içerisinde gelişmiş ve dünyanın çeşitli yerlerindeki büyük koleksiyonerleri kendisine çekmeye başlamıştır. Günümüzde sayıları giderek artmakta olan bu etkinlikler, çağdaş Türk resim sanatı pazarı içerisinde görkemli satışlara imza atmaktadırlar.

Müzayedelerin çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki yerine değindikten sonra üzerinde durmamız gereken bir diğer pazar birimi sanat fuarlarıdır. “Sanat galerilerinin kendi uzmanlık alanlarına giren eserleri sunmak üzere birkaç gün için bir araya geldikleri sektörel ticari sergiler olarak tanımlanan sanat fuarları, sanat galerileriyle beraber, görsel sanatlar pazarının ekonomik pazar olarak gelişmesini ve uluslararası platformda tanıtımını sağlayan aktörlerdir” (Tompson’dan aktaran Kaya, 2013, s. 64). Fuarlar sanat açısından kültürel değişimin temsilidir (Tompson, 2011, s. 260). Tompson’ın benzetmesiyle bu etkinlikler alışveriş merkezlerine benzer. Sanat ve pazarlama birlikteliğinin en yoğun hissedildiği bu etkinliklerde tıpkı müzayedelerdeki satışlar gibi hızla tüketilmeye odaklı bir yapılanma söz konusudur. Bu yüzden etkinliklerin bir kaç günlük süresi hızla eserlerin satılması ve sahipleriyle buluşması anlamına gelir.

Türkiye’de sanat fuarları etkinliklerine baktığımız zaman 1991’li yıllardan başlayıp günümüze kadar gelişerek devam ettiği görülür. Türkiye’de ilk defa sanat fuarı Artist ismiyle İstanbul’da organize edilmiştir (Bakbaşı, 2011, s. 118). TÜYAP ve UPSD tarafından organize edilen etkinliği ilerleyen süreçlerde Art İstanbul ismiyle yeni bir sanat fuarı takip etmiştir. Bu fuar sadece sanat ve sermaye sahiplerini bir araya getirmemiş aynı zamanda sektörün sorunlarını ve eğilimlerin tartışılmasını sağlayan bir anlayış çerçevesinde kurulmuştur (Bakbaşı, 2011, s. 120). Art İstanbul’un organizasyonundan ayrılan ve İkon Fuarcılık organizasyonu olan Contemporary İstanbul ise 2006 tarihine işaret eder (Bakbaşı, 2011, s. 121). Günümüzde en bilinen sanat fuarı olan etkinlik, yerli ve yabancı birçok ünlü galeriyi bünyesinde toplamaktadır. Önemli uluslararası çağdaş sanat platformlarından olan etkinlik, yılda bir defa düzenlenmektedir. Contemporary İstanbul’dan sonra göze çarpan etkinlikler, Art Bosphorus ve Art Show’dur. Bu etkinlikler

oldukça yeni olmakla birlikte, özellikle Art Show ilk defa kamu organizasyonluğunda düzenlenen bir sanat fuar niteliği taşımaktadır (Bakbaşı, 2011, s. 124).

2.3.3.1. Türk Sanat Pazarında Bir Dünya Aktörü Olarak: Contemporary İstanbul

2006'dan bugüne organize edilen Contemporary İstanbul, Türkiye'deki en bilinen çağdaş sanat fuarıdır (Bakbaşı, 2011, s. 121). Bu fuar Türk ve yabancı galerileri, sanatçıları, mesenleri bir araya getiren küresel çapta bir etkinlik olma özelliği taşımaktadır. Dünyadaki diğer örneklerine de bakıldığı zaman bu fuar, kalitesi ve bünyesine aldığı stantlarla oldukça iyi bir konuma sahiptir. Bu sebepten dolayı fuar, Türk sanat ve sanatçısının dünya sanatıyla buluşması noktasında büyük bir rol oynamaktadır.

Bugün uluslararası bir fuar olan Contemporary İstanbul, yerli ve yabancı pek çok sanat galerisini kendisine çekmektedir. Her geçen gün prestiji aratan fuara talepler eşit oranda büyümektedir. Fuar 2006'da 8 yabancı galeriyi misafir ederken 2009 yılında bu sayının 21'e yükseldiği görülmektedir (Bakbaşı, 2011, s. 121). Bu artışlar aynı zamanda Contemporary İstanbul'un dünya sanat pazarı içerisindeki konumunu açıklayan veriler durumundadır.

Contemporary İstanbul'u sadece sanatseverler için organize edilen bir fuar olarak görmek yanlış olacaktır. Bu fuar aynı zamanda sanatın finansal açıdan değerlendirilmesi üzerinde de önemli rollerinin bulunduğu unutulmamalıdır. Ortalama her yıl bu fuardaki eserlerin %70'i satılmaktadır (Bakbaşı, 2011, s. 122). Bu rakamın Türk sanat pazarı içerisindeki koşullara göre oldukça iyi bir rakam olduğu dikkatleri çekmektedir. Sanat ve finans işbirliği, bu fuarda kendini gösteren en önemli konulardan bir tanesidir.

Tansoy (2012, s. 59)'ın belirttiği üzere "Contemporary İstanbul'un bize net bir şekilde gösterdiği şey, günümüzde sanatın hızla sponsorlarının ve bu doğrultuda finans güçlerinin şekil verdiği bir alana dönüştürülüyor olmasıydı". Aynı zamanda uluslararası sanat etkinliklerinde sanatın para ile olan yoğun ilişkileri, bu etkinliklerin küresel finans güçlerince desteklenerek varlıklarını sürdürmelerini sağlamıştır (Sütçü, 2013, s. 66). 2006 yılında Deutsche Bank tarafından desteklenen Contemporary İstanbul günümüzde Akbank sponsorluğunda etkinliklerini sürdürmektedir.

2.3.3.2. Çağdaş Türk Resim Sanat Pazarı İçerisinde Sanata Destek Veren Türk Koleksiyonerler

Sanat ve sanatçıya destekleyip kültürel hayata katkı sağlayan koleksiyonerler, tarihten bu yana “Sanat hamisi”, “Mesen” gibi farklı isimlerle adlandırılmışlardır (Kazanç, 2012, s. 57). Günümüzde sayıları giderek artan koleksiyonerler, koleksiyonları doğrultusunda sergilere katılmakta, müzelere destek vermekte ve özel müzeler açmaktadırlar. Kendileri için bir tutkuya dönüşen koleksiyonluk, kültürel hayatın önemli parçaları olan sanat eserlerini koruma görevine dönüşmüştür. Devletten sonra, sanat ve kültürel hayatın korunması görevini üstlenen bu kişiler, Rönesans dönemindeki Medici ailesinden bu yana bu görevi sürdürmektedirler.

Ü. Kazanç’ın “Türk Sanatına Destek Veren Koleksiyonerler” başlıklı makalesinde de görebileceğimiz gibi “resim koleksiyonları” ile öne çıkan ünlü Türk koleksiyonerleri arasında; Ahmet Kocabıyık, Ahu-Can Has, Berrak-Nezih Barut, Çakmak Turgay, Demet-Cengiz Çetindoğan, Füsün-Faruk Eczacıbaşı, Halit Cingilloğlu, İbrahim İper, Kaya Turgut, Kemal Bilginsoy, Lucien Arkas, Murat Ülker, Mustafa Taviloğlu, Nesrin Esirtgen, Oya-Bülent Eczacıbaşı, Ömer Koç, Öner Kocabeyoğlu, Sema-Barbaros Çağa, Sevda-Can Elgiz, Suna-İnan Kıraç, Tülin-Erdoğan Demirören, Ünal Göğüş, Yalçın Ayaslı, Yunus Büyükkuşoğlu, Zafer Yıldırım gibi isimler yer almaktadır.

2.3.3.3. Çağdaş Türk Sanat Pazarında Meta Estetiği

Kapitalist sistemin sanat üzerindeki metalaşma etkilerini çağdaş Türk resim sanatı içerisinde inceleyecek olursak, 1980’li yıllarda ülkede oluşan ekonomik değişimlere bakmamız gerekir. Öncelikli olarak, Güriz (2010, s. 206)’ın belirttiği üzere “Türkiye’nin kapitalistleşme sürecinde 24 Ocak 1980 kararları önemli bir dönemeci temsil etmektedir. Bu kararlarla ekonominin dış rekabete açılması, yabancı sermayenin özendirilmesi, dış satımın arttırılması, devlet müdahalesinin azaltılması, piyasa mekanizmasının işlemesi gibi amaçların gerçekleştirilmesi öngörülmüştür”. Bu kararların işaret ettiği kapitalist kaynaklı sistem yapısı, ülke ekonomisini etkilemiş ve ülkeyi kapitalist sistem içerisine sürüklemiştir. Bu yıllarda ekonomi alanında görülen değişimler Türkiye’deki pazar yapılarını da etkilemiştir. Yabancı yatırımcılarında müdahalesine izin verildiği bu pazar yapılarında kapitalizmin izleri görülmeye başlanmıştır. Ayrıca, “1989 yılında Türk parasının yabancı

paralarla serbestçe değiştirilebilmesinin başka bir deyimle konvertibilite'nin kabulünün de kapitalistleşme sürecinde önemli bir adım olduğu şüphe dışıdır" (Güriz, 2010, s. 206-207).

Türkiye'de sanat galerilerinin oluşumu 1950'lere tekabül etmesine rağmen sanat pazarının gerçek manada oluşumu 1980'li yıllara dayanır (Giderer, 2003, s. 182-183). Ağırlıklı olarak yerel piyasanın yönlendirmesindeki bu pazar yapısı, Avrupa'daki örneklerin oldukça gerisindedir. Süreç içerisinde yabancı yatırımcıların da dâhil olduğu pazar, 1980sonrası oluşan ekonomik ve kültürel alanlardaki durgunluktan sonra yükselişe geçmiştir. Editörlüğünü Duben ve Yıldız'ın yaptığı "Seksenlerde Türkiye'de Çağdaş Sanat: Yeni Açılımlar" başlıklı kitapta bu dönem içerisinde pazar-meta ilişkisine şu şekilde değinilmiştir;

Özel galerilerin düzenlediği sergiler eleştirilebilir yönlerine rağmen seksenli yıllar siyasi ortamında, topluma modern ve çağdaş sanatı tanıtan, sanat yoluyla insanlara eleştirel bilinç getiren, bellek oluşturmaya çalışan işlerin izlenmesini sağladıkları ölçüde önem taşımaktadır. Sanat eserinin galeriler aracılığıyla tüketim/meta değerine indirgenmesi tehlikesine karşı sanatçılar kendi alternatif ortamlarını da yaratarak deneysel işler yapmaya çalışmışlardır (Duben ve Yıldız, 2008, s. 22)

Sanat pazarının sahip olduğu kâr anlayışı içerisinde özgür sanatçı barınmaz (Giderer, 2003, s. 102). Bu anlayış içerisindeki sanat pazarının sanatçıdan beklentisi satıştır. Bundan dolayıdır ki sanat tacirleri, hangi konuların, hangi renkte ya da teknikteki çalışmaların daha iyi satıldığını belirlemeye çalışır, sanatçılardan da beklentileri doğrultusunda üretimde bulunmalarını ister. Bu, ticari bir kurum olan sanat galerisinin yönetilebilmesi için gayet doğal ve haklı bir istektir fakat sanatın doğasında bulunan yaratıcılık ve özgünlük gibi değerlerden oldukça uzaktır. Kısacası, Giderer (2003, s. 110)'ın belirttiği üzere "pazar, galerisiyle, müzesiyle, eleştirmeniyle sanatçı ve sanat üzerinde egemenlik kuran bir güçtür".

Türk sanat pazarı içerisinde 1980'li yıllar ayrıca, müzayedelerin gelişim gösterdiği yıllar olarak görülür (Sırma, 2010, s. 50). Sanat eserinin satışı bağlamında müzayedeler, sanat pazarlarının en önemli etkinlikleri arasındadır. Sanat pazarı içerisindeki galerilerden farklı olarak müzayedelerde yüksek fiyatlarda satışların gerçekleştirildiği görülür. Eserlere ödenen bu yüksek fiyatlar yatırımsal bir değere sahiptir. Aynı zamanda müzayedeler yoluyla satılan eserler, ilerleyen süreçlerde tekrardan müzayedeler yoluyla daha yüksek fiyatlara satılabilir. Bu ve buna benzer örneklerde de görebileceğimiz gibi günümüzde müzayedeler, Türk sanat pazarı içerisinde önemli bir yeri işgal eder.

20. yüzyıl içerisinde Türk sanat pazarı ve dünyada sanat pazarları içerisinde sanat eserleri üzerine yapılan yatırım araçları (galeriler, müzayedeler, fuarlar vs...) gelişmiş, teknolojik gelişmelerin yardımıyla da yatırımcılara ulaşım kolaylaşmıştır. Bu gelişmelerin sanatçı üzerindeki etkileri ise kimi zaman gidişe karşı bir başkaldırı, kimi zaman ise meta üretime destek verildiği yönünde olmuştur. Aynı zamanda, Giderer (2003, s. 111)'ın belirttiği üzere “Sanatın metalaşmasından kaçınma, yoruma karşı durma, hızla değişen yaşamın sanatçı için farklı gereksinimler yaratması, resimden daha farklı araçlar kullanma isteği, gerçekliği resmin dışında arama ve anlatma düşüncesi, yaşam ve sanat arasındaki uzaklık, tuval resminin sorgulanmasını da gerektirmiştir”.

2.4. Sermayenin Çağdaş Sanat Üzerindeki Etkileri

2.4.1. Sanatın Metalaşması

Türk Dil Kurumu'na göre mal, ticaret malı anlamına gelen “meta” kelimesi, kapitalist toplumlarda yüzünü gösteren her türlü ticaret amacıyla üretilmiş mal için kullanılabilir. Kapitalist sistemin getirmiş olduğu kâr anlayışı ile üretilen metalar, günümüzde pek çok ülkede farklı alanlarda kendini göstermektedir. Aynı zamanda, teknolojik gelişmeler ile birlikte metanın üretimi ve dağıtımı üzerindeki gelişmeler, meta değeri taşıyan ürünlerin artışı sağlamıştır.

Metanın tanımını şöyle yapabiliriz: Meta, belli bir kullanım ve belli bir değişim değeri olan bir üründür. Kullanım değerinin ne olduğu meydandadır: Ekmek, yemek içindir; otomobil, binmek ve kullanmak içindir vs... yani metanın kullanım değeri, onun belli insani ihtiyaçların tatmin edilmesinde yatar. Metanın, toplumsal analiz açısından çok daha önemli olan niteliği, onun değişim değeridir. Değişim değeri, belli bir nicelik ilişkisi bildirir ve bu ilişki içinde, bir meta başka bir metaya ya da paraya karşılık değiş tokuşa sokulur. Metalar, kullanım değeri olarak değil de değişim değeri olarak birbiriyle ilgilidirler. Meta üretiminin tümü, değişim değeri üzerinden belirlenir. Metaların üretimi sırasında ağır basan soru, bu üretimle hangi ihtiyaçların giderileceği değil, meta karşılığında alacağımız bedelin ne kadar büyük olduğudur. (...) Herhangi bir yolla satılabilecek ne varsa üretilmelidir ve her şey, her çiçek, her hediye, yerine getirilmesi söz konusu olan her istek satın alınabilir olmalıdır. Sadece meta olan bir şey kâr açısından kullanılabilir olmaktadır (Duhm'dan aktaran, Giderer, 2003, s. 101).

“Karl Marx, kapitalist toplumun en küçük hücresinin meta olduğunu söylemiştir. Metanın her şeyden önce toplum dışında bir nesne ve taşıdığı özellikleriyle, şu ya da bu türden insan gereksinimlerini gideren bir şey olduğunu belirtmiştir” (Ataseven, 2011, s. 20). İçerisinde bulunduğumuz çağda meta, insanoğlunun her türlü ihtiyacını karşılamak üzere üretilmektedir. Bu yüzden ihtiyaçların belirlenmesi ve ihtiyaçlar doğrultusunda üretimlerin yapılması meta üreticileri için elzem olmuştur. Aynı zamanda, tüketim toplumu içerisinde

insana ihtiyaç üreten bu sistem, popüler kültürün tüm olanaklarından yararlanmaktadır. Günümüzde meta üreticileri tarafından insanoğlunun yaşamsal ihtiyaçları ve kültürel ihtiyaçları arasındaki fark popüler kültür yardımı ile yok edilmeye çalışılmaktadır. Baudrillard (2009, s. 88)'ın belirttiği üzere “Tüketiciğin, üretkenlik tarafından belirlenen yapısal bir biçim olduğudur. Bu açıdan “yaşamsal” ya da “birincil” gereksinimler aşamasından “kültürel” ya da “ikincil” gereksinimler aşamasına geçmiş olmak hiçbir değişikliğe yol açmamıştır”.

Tüketim kültürünün temel taşlarından birisi olan meta, günümüzde seri üretimler yolu ile tüketicilerine hizmet etmektedir. Yeme, içme gibi yaşamsal ihtiyaçlar için üretilen metaların yanı sıra, sanat gibi insanın ruhunu besleyen kültürel ihtiyaçlar içinde üretilmektedir. Özellikle 20. yüzyılda sanat üzerine yapılan yatırımların artması, sanat eserlerinin galerilerde, fuarlarda, müzayedelerde alıcı bulması ve oluşan pazar yapısı, sanatın meta değeri kazanmasına yardımcı olmuştur. Sanatın özerk ve yaratıcı yapısına aykırı olan bu sistem anlayışı, sanat eserini diğer ihtiyaçlar gibi tüketiciye sunmayı amaçlamıştır. Günümüzde de rahatlıkla görebileceğimiz gibi, sanat galerileri, müzayedeler, fuarlar gibi satış platformlarında sanat artık meta değeri taşıyan ürünler olarak tüketicilere sunulmaktadır.

“Bir başka açıdan bakıldığında her şeyin metalaştığı bir ortamda sanat da bundan payını almaktadır” (Giderer, 2003, s. 104). Gelişmelerin ekonomiyle doğru orantıda bir seyir izlediği günümüz dünyasında, kâra olan ihtiyaç da zorunlu hale getirmiştir. Sanat galerileri gibi sanatı destekleyen ve insanlarla buluşturan kurumların gelişebilmeleri ve sistemlerini ayakta tutabilmeleri için kâr anlayışı ile hareket etmeleri zorunlu hale gelmiştir. Bu anlayış çerçevesinde sanat eseri, meta olarak görülmüş ve kâr elde edilmeye çalışılmıştır. Sanat eserinin kâr getirebilmesi, sanatsal yönünün ikinci plana atılması anlamına gelen bu sistem anlayışı içerisinde, tacirlerin sanat üzerindeki tutumları kadar sanatçılarındaki tutumları zarar görmüştür. Bundan dolayıdır ki, kâr hedefli sanat anlayışı, sanatçının sahip olduğu duyarlılık, araştırma, üretme ve sanatını paylaşma yönündeki süreçlerini etkilemektedir (Giderer, 2003, s. 102).

Resim sanatı tarih boyunca sanatçıların duygu ve düşüncelerini insanlarla paylaştığı bir anlatım dili olmuştur. Bu süreç içerisinde ressam iletilerini kimi zaman doğrudan cesur bir yolla kimi zaman ise belirli zümrelerin baskısı altında insanlarla buluşturmuştur. Günümüz çağdaş resim sanatı üzerindeki ekonomik baskılar da tıpkı geçmişteki kilise baskısı gibi

resim sanatını ve sanatçısını etkilemektedir. Sanatın özgürlük ve yaratıcılıktan gelen kaynağına zarar veren bu kâr anlayışı ile sanatçı, zaman içerisinde yaratıcılıktan uzaklaşıp satışı düşünür duruma gelmektedir. Ekonomik yönden hayatını kazanmak zorunda olan sanatçı ve sanat taciri için satışın düşünülmemesi olanaksızdır. Çağdaş resim sanatı içerisinde bu sistemi benimseyen Andy Warhol gibi sanatçıların varlığının yanı sıra sanat-para ilişkisi ile savaştan sanatçılar da bulunmaktadır. Andy Warhol'un düşüncelerine bakacak olursak;

Piyasa sanatı, Sanat'ın ardından gelen aşamadır. Ben bu işe ticari sanatçı olarak başladım ve piyasa sanatçısı olarak bitirmek istiyorum. Adına ister "sanat" densin ister başka bir şey, bu işi yaptıktan sonra piyasa sanatına yöneldim. Sanatçı İş adamı ya da İş adamı sanatçı olmak istedim. Piyasada iyi iş yapmak sanatın en büyüleyici yönü. Hippi döneminde insanlar piyasa düşüncesinden uzaklaşmışlar, "Para kötüdür" ve "Çalışmak kötüdür" gibi şeyler söylemeye başlamışlardı. Oysaki para kazanmak sanattır, çalışmak ta sanattır, piyasada iyi iş yapmaksa en iyi sanattır (Warhol'dan aktaran Kuspit , 2010, s. 161).

Sanat ve para ilişkisinin giderek arttığı günümüz koşullarında sanat eseri, bir yatırım aracı gibi işlev görür hale gelmiştir. Sanata yatırım yapan insanların, sanatın her daim değerini korumasından dolayı sanat eserine olan bakışları ağırlıklı olarak onların sanatsal değerlerinden çok metasal değerleri üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu kişilerin, sanatın metasal yönünde aramış oldukları özellikler satılabilir ve ünlü bir sanatçının elinden çıkmış olmasıdır ki bu durum bizlere, tüketim kültürlerindeki kültür endüstrisini işaret etmektedir. Aynı zamanda Giderer'in de belirttiği gibi, "burjuvazinin tuval resmini desteklediği, dekoratif ve ticari amaçlarla elinden tuttuğu bir gerçek olsa da bu gidişe karşı çıkan yine ressamdır" (Giderer, 2003, s. 110). Bu sebepten dolayı, Don Thompson sanat-para ilişkisi içerisinde ressamı şu şekilde ele almaktadır;

Sanatçılar, aristokratların ve monarşinin sanat hamiliğinin başlıca simaları olmaktan çıktığı 18. yüzyıl ortalarından beri sanat-para ilişkisine olumsuz gözle bakarlar. Bu gün, sanat eserinin sırf üstünlükleri nedeniyle değil, sanatın bir statü ifadesi haline gelmesinden dolayı ediniliyor olması ve piyasa ekonomisi sanatçılarda tepki yaratır. Ama çağdaş sanat dünyasına bir yerlerden para getirilmesi gerekir. Tek sanat alıcısı kamu olmadıkça, tacirlerin, koleksiyoncuların ve spekülörlerin paralarıyla oyuna dâhil olmaları kaçınılmaz olacaktır. Sanatçılar, bir eserin öneminin sıklıkla koleksiyoncunun banka hesabının büyüklüğüne dayandığı, statü ya da yatırım saikli sanat tercihlerini kabullenmek zorundadır (Thompson, 2011, s. 271).

2.4.2. Kitsch Oluşumlar

"Geleneksel olarak Kitsch kelimesi süslü püslü, bayağı nesneleri veya basit ve anlamsız motifleri olan, seri halde üretilmiş ucuz resimleri tarif etmek için kullanılır" (Nerdrum, 2010, s. 14). Sanatın metaya dönüştüğü kapitalist toplumlarda görülen kitsch olgusu,

popüler kültürün ve kültür endüstrisinin baskıları altında oluşur. Tüketim odaklı üretim düşüncesine sahip olan bu olgu, günümüzde başta sanat olmak üzere birçok alan üzerinde kendini göstermektedir.

Özellikle 20. yüzyıl içerisinde üretilmiş çeşitli nesnelerin büyük kitlelere ulaştırılmaya çalışılmasıyla ortaya çıkan “kiç” ve “kiç ürünler”, temelde genel beğeni ve zevke seslenen orta sınıf çoğunluğa-(en az üreten, ama en çok tüketen çoğunluğu etkilemek amacıyla), bir “az eğitilmiş-orta sınıf” kültürüdür. Bu kültür, öncelikle ekonomik olarak, ama asıl eğitsel anlamda ulaşamadığı ve belki de hiç ulaşamayacağı “bir kendince keşke bende de...” kültürüne, avangardizme, yerleşik estetik anlayışına öykündürerek, kendi ürünlerini ortaya koymaya ve bir anlamda arayışa zorlanarak, böyle bir pazara neden oluşturulmuştur (Demir, 2009, s. 23).

“Kiç ürünlerinin tümü yoğun bir duygusallık yüklüdür” (Kahraman, 2002, s. 236). Genel beğeniye hizmet etmek amacıyla sahip olduğu bu özellik, avangart sanat anlayışından oldukça farklıdır. Yaratıcılık, özgünlük, marjinalite gibi özgür sanatçının sahip olduğu özellikler, Kitsch olgusundan uzaktadır. Çünkü kapitalizm sanatın sahip olduğu “yaratıcılık” olgusunu yok etmeye çalışır (Turani, 2008, s. 172). Kâr düşüncesinden gücünü alan bu sistem, halka sanat eserlerini metalar ve kitschler olarak sunar.



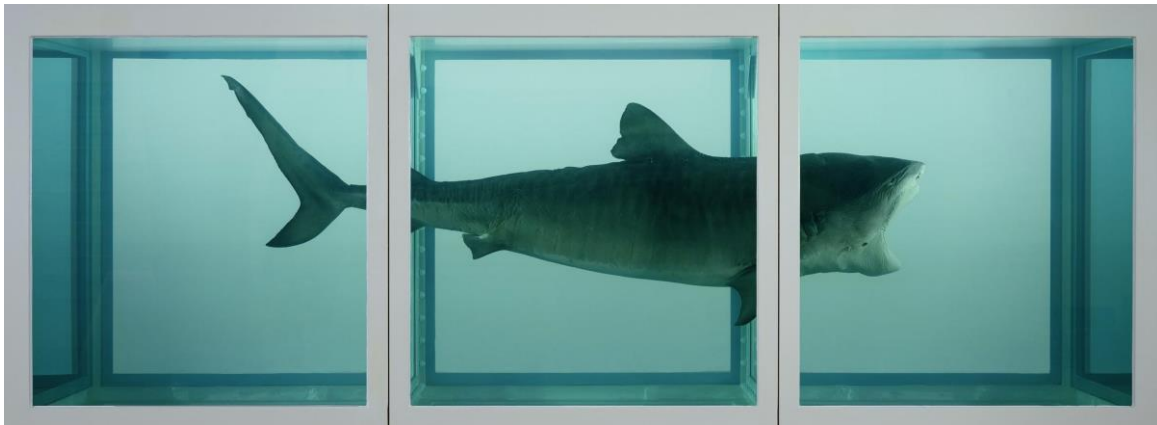
Şekil 8. Jeff Koons, “Lips”. 10.12.2015 tarihinde <http://www.guggenheim-bilbao.es/en/exhibitions/jeff-koons-easyfun-ethereal/> sayfasından erişilmiştir.

2.4.3. Sanatta Markalaşma ve Marka Değeri

“Marka, bir şirketin müşterileriyle ve medyayla birlikte uzun bir zaman diliminde oluşturduğu deneyimlerin –ve bu deneyimlerin oluşturulması ve güçlendirilmesi sırasında yürütülen akıllı halkla ilişkiler ve pazarlama faaliyetlerinin –nihai ürünüdür” (Thompson, 2011, s. 24).Günümüzde üretilmekte olan her şeyin bir markası ve marka değeri vardır. Markalar ve onların sahip olduğu marka değerleri tüketicilerine kalite ve güvence sunar. Aynı zamanda marka değeri, metaların geniş kitlelerce arzulanabilmesi için oldukça önemlidir.

Kültür endüstrisinin sanat üzerindeki etkilerinden birisi, sanatçıyı ve sanatını markalaştırmaya çalışmasıdır. Sanat ve marka birbirlerinden oldukça uzak iki sözcük olarak görünmesine rağmen metalaşan sanat ve sanat pazarı içerisinde, sanatında marka değeri kazanmaya ihtiyacı doğmuştur. En azından sanat pazarı içerisindeki Galeriler, Müzayedeler, Fuarlar gibi ticari kurumların bu değere ihtiyacı kapitalist düşünce çerçevesinde artmıştır. Don Thompson’ın “Sanat Mezat” başlıklı kitabında sanatta markalaşmaya yönelik şu şekilde bir örnek vermiştir;

Modern Sanat Müzesi (MOMA), Guggenheim ve Tate, birer müze markasıdır. Bunların Portsmouth ya da Cincinnati’deki müzelerden çok farklı bir statüsü vardır. MOMA bir sanatçının eserini sergilediğinde, buna sanat dünyasının “köken ve geçmiş” dediği bir parıltı ekleyerek, paylaşılan bir markayı iletir. MOMA markası alıcılara güven verir. Bir zamanlar MOMA’da sergilenmiş ya da MOMA koleksiyonunun parçası olan bir eser, kökeni ve geçmişi nedeniyle daha yüksek bir fiyat bulur (Thompson, 2011, s. 24-26).



Şekil 9. Damien Hirst , “Yaşayan Birinin Zihinde Ölümün Fiziksel İmkânsızlığı”. 10.12.2015 tarihinde <http://minniemuse.com/wp-content/uploads/2012/09/damien-hirst-shark.jpg> sayfasından erişilmiştir.

“Marka bir isim olarak hayatın önemli bir parçası. İçinde yaşadığımız dünya bu.” Sözleri ile markanın günümüzdeki önemine dikkati çeken çağdaş sanatçı Damien Hirst, eserlerinden kazandığı serveti ile 20. yüzyılın en zengin sanatçılarından birisi olarak bilinir. Sıra dışı şöhreti ile bilinen Andy Worhol markalaşma ve serveti konusunda Damien Hirst’ten geri kalmaz. Yine Jasper Johns, Roy Lichtenstein, Tracey Emin gibi isimler sanatta markalaşma konusuna örnek verilebilecek isimlerdir. Thompson (2011, s. 116)’ın belirttiği üzere “bu sanatçıların her biri, marka haline gelmekle popüler kültürde yer edinmiş, bu da galeri ve müzayede evlerindeki yüksek fiyatlara yansımıştır”. Bu ve buna benzer örneklerde de görebileceğimiz gibi marka değeri metalar olarak tüketiciye sunulan ürünler için oldukça önemlidir. Sanat pazarı içerisindeki sanatçılar ve sanat eserleri üzerinde de etkili olan marka değeri, sanat eseri alıcılarını bir şekilde etkilemektedir.

2.4.4. Yatırım Aracına Dönüşen Sanat

Saehrendt ve Kittl (2012, s. 24)’ın belirttiği üzere “resim sanatı, saygın kültür geleneğinin yanı sıra, sergi piyasası ve sanat galericiliğinde de çok önemli bir yere sahiptir”. Resim sanatının sahip olmuş olduğu bu saygın kültür geleneği içerisinde her daim zenginlik ve güç göstergesi olarak tarihten bugüne zenginler arasında varlığını sürdürmüştür. “Nitekim 20. yüzyılın başından itibaren, zengin koleksiyonerlerin bir yatırım aracı haline getirdiği sanat, paranın söz sahibi olduğu bir piyasada var oluş kaygısını artan bir yoğunlukla sürdürmüştür” (Benzer, 2013, s. 71).

Sanat ve pazarlama ilişkisinin giderek artışı, alınıp tekrardan satılabilen sanat eserleri, tıpkı bir yatırım aracının yapısı gibi işlev görmesine neden olmuştur. Bu konu hakkında Ece Eraslan’ın “Bir Yatırım Aracı Olarak Sanat” başlıklı makalesinde; “birçok yatırımcı sanat eserini en iyi yatırım aracı arasında, gayrimenkulden sonra ikinci sıraya koyar. Çünkü tecrübe ile sabittir ki iyi bir sanat yapıtı ekonomik koşulların kötüye gittiği zamanlarda bile değerini kolay kolay yitirmez” (Eraslan, 2013, s. 43) sözleri ile değinmiştir.

Sanatın yatırımsal bir değere sahip olması konusunda Don Thompson, koleksiyonerlerin çağdaş sanata vermiş oldukları yoğun ilgiyi, çağdaş sanat eserlerinin muazzam fiyat artışlarıyla ilişkili olup, yatırımsal değer bu yüksek fiyatlar doğrultusunda geliştiğine dikkati çekmiştir. Aynı zamanda, sanatta yatırımsal bir değer beklentisinin sadece yüksek fiyatlardaki eserler için geçerli olabileceğini, düşük fiyattaki eserlerin sadece estetik

yönden çekiciliği için alınması gerektiğine değinmiştir (Thompson, 2011, s. 353). Yine Ckin-Tao Wu'nın "Kültürün Özelleştirilmesi" başlıklı kitabında sanat ve yatırım ilişkisi üzerindeki düşünceleri; "Dekoratif denilen sanat türü duvara asıldığı andan itibaren tüm değerini yitirir. Güzel sanatlar eserleri ise ikinci elden satış değerine sahiptir ve olasılıkla bu eserler zaman içerisinde daha da değer kazanır" (Cochrane'den aktaran Wu, 2005, s. 386) şeklinde olmuştur.

Ticari açıdan bakıldığında, sanat eserleri tıpkı metalar gibi alınıp satılabilen ürünler, sanat piyasası ise tüketici ihtiyaçları ile şekillenen bir yapı olarak görülür (Whitham ve Pooke, 2013, s. 258). Ticari açıdan bakılan bu anlayış içerisinde satış amaçlı tüketiciye sunulan eserlerin, estetik zevke hitap etme derecesi kadar eserin ilerleyen süreçlerde değerinin ne duruma geleceği, sanata yatırım yapan yatırımcılar için önem kazanmaya başlamıştır. Bundan dolayı yatırımcılar, sanat gündemini yakından takip edip, ilerleyen süreçlerde hangi sanatçının, hangi eserin, hangi sanat akımının değerinin artacağı, hangilerinin ise değerini muhafaza edemeyeceği yönünde araştırma içerisine girdikleri görülür.

Sanat eserine yapılan yatırımın kalitesi için doğru eser seçimi oldukça önemlidir (Eraslan, 2013, s. 44). Bu yüzden sanata yatırım yapan büyük koleksiyonerlerin eser seçiminde dikkatli oldukları görülür. Astronomik fiyatlara ulaşılan yatırımlarını, ünlü, kendisini sanat dünyasına kanıtlamış isimlere yapmayı tercih ederler. Nasıl ki dünya örneklerinde Jackson Pollock, Lucian Freud, J.M. Basquiat gibi isimlerin eserlerinin değerleri düşmeyip yükseleceği biliniyorsa, bugün Türkiye'de Burhan Doğançay, Erol Akyavaş, Mehmet Güleriyüz gibi ünlü isimlerin de eserlerinin zaman içerisinde değerlendirileceği bilinir. Bu yüzden büyük koleksiyonerler bu sanatçıları yakından takip edip, en iyi yapıtlarını koleksiyonlarına almaya çalışır.

Sanatın zengin kesimler arasında yatırım aracı olarak görülmesinde önemli rolleri bulunan sanat galerileri, müzayedeler gibi sanat pazarı birimlerin, sanatın piyasa değerinin belirlenmesinde de etkin rol oynadıkları görülür. Bu birimlere örnek olarak verebileceğimiz dünyaca ünlü müzayede firmaları Christie's ve Sotheby's, sanatın yatırım değerinin astronomik fiyatlara ulaştığına örneklerdir. Bu iki müzayede firmasında açık arttırmaya sunulan eser ve sanatçısı, tartışmasız büyük bir yatırım aracına dönüşmüş ve herkes tarafından arzulanan bir yapıya sahip olmuştur. İlerleyen süreçlerde bu müzayede evlerinden satın alınan eserler tekrardan piyasaya sürülerek daha yüksek astronomik fiyatlara alıcı bulabilmekte ve kazanç sağlanabilmektedir.

Sanata yapılan yatırımların ilerleyen süreçlerde kazanca dönüşmesine yönelik Whitham ve Pooke'nin “Çağdaş Sanatı Anlamak” başlıklı kitabında aşağıdaki örnek sunulmaktadır:

Sanat, bir yatırım olarak somut kazanç sağlayabilir. Bir sanat eserinin değeri önemli ölçüde artabilir. İngiliz koleksiyoncu Charles Saatchi'nin Marc Quinn'in Self adlı çalışmasını...1991 yılında 13.000 sterline alıp 14 yıl sonra 1,5 milyon sterline satması, buna örnek olarak verilebilir. Ancak, sanat eserlerinin değeri piyasa koşullarına bağlı olarak düşebilir (Whitham ve Pooke, 2013, s. 258).

İçerisinde bulunduğumuz dönemde, sanatın alınıp tekrardan satılması yoluyla koleksiyonerler ve sanat pazarı içerisindeki diğer bireyler ciddi kazançlar elde edebilmektedir. Sanatın yatırımsal değeri, sanat alıcıları için bir güvence sağlamakta ve sanata yapılan yatırımların artmasına da sebep olmaktadır.

2.5. Sanat ve Eğitim

2.5.1. Günümüz Görsel Sanatlar Eğitiminin Önemine Genel Bir Bakış

Osman Hamdi Bey başkanlığındaki Sanayi-i Nefise Mektebi Âlisi'nin 1883'deki kuruluşundan günümüze sanat eğitimi, gerek alan içerisindeki araştırmalar yardımı ile gerekse süreç içerisindeki sosyal, kültürel, ekonomik değişimlerle birlikte çeşitli gelişmeler yaşamıştır. Toplumun sanata bakışı ve sanat alanındaki farkındalık gelişimi, bugün pek çok üniversite bünyesinde sanat eğitimi ve sanat bölümlerine yönelik fakültelerin kurulmasını sağlamıştır. Bu fakültelerin vermiş oldukları mezunlarla sanat eğitimi ve sanat dünyası canlanmıştır. Yine de günümüz sanat eğitiminin yeterlilik açısından, alandaki uzmanlar arasında bir tartışma konusu olduğu, çeşitli makalelerde ve tezlerde sorgulandığı görülmektedir.

Doğan (2002, s. 125)'ın belirttiği üzere “günümüz eğitiminde hedef, düşünen, öğrenen, tartışan, üreten, mutlu ve yaratıcı bir toplum yetiştirmektir”. Bu nedenle görsel sanatlar eğitimi, modern çağın getirileriyle birlikte paralel bir gelişim içerisinde bulunması gerekmektedir. Ülkemizde, sanat eğitiminin modernleşme sürecine katkısı olan en önemli isimlerden birisi Mustafa Kemal Atatürk, modern anlamda sanat eğitiminin önemine dikkati çekmektedir. Özellikle onun döneminde diğer alanlarda olduğu gibi resim-iş eğitimi üzerinde de çağdaş dünyadaki değerine paralel gelişmeler meydana gelmiştir (Özsoy, 2007, s. 83). “2 Kasım 1933 tarihinde Atatürk, gördüğü bir sergi nedeniyle verdiği talimat sonucu sanat eğitimindeki Garp ve Şark ayrılığını Güzel Sanatlar Akademisi olarak

bir çatı altında toplamasını ve modernleşmesini sağlar” (Uğurlu, 2002, s. 39) ve bu şekilde çağın koşullarına uygun sanat eğitiminin temellerine göndermelerde bulunur.

1990’lı yıllar Türk yüksek öğreniminde hızlı gelişmelerin yaşandığı yıllar olarak bellekte kalmıştır. Çünkü 80’li yılların sonlarına doğru ülkedeki tüm üniversitelerden yüzlerce araştırma görevlisi yurt dışına yüksek lisans ve doktora yapmak üzere gönderilmeye başlanmıştır. 1990-1997 yılları arasında ülkenin değişik illerinde yeni üniversiteler açılmış ve sayıları sadece 5 olan eğitim fakülteleri resim iş eğitimi bölümlerinin adedi 2000 yılına gelindiğinde 20’ler in üzerine çıkmıştır (Özsoy, 2007, s. 81).

Üniversite bünyesindeki resim ve resim iş eğitimi bölümlerinin artışı bu alanlara yönelik yetenekli öğrencilerin taleplerinin gelişmesini ve alanlardan mezun olan öğrencilere milli eğitim kurumlarında ve yükseköğretim kurumlarında iş istihdamlarını sağlamıştır. Fakat mezunların iş istihdamları, artan üniversite bünyesindeki bölümlerin sayıları ile birlikte büyük bir probleme dönüşmüştür. Prof. Dr. Vedat Özsoy resim-iş eğitimi bölümlerinin artışını şu şekilde değerlendirmiştir;

Bu hızlı artış birçok problemi de beraberinde getirmiştir. Örneğin: bölümlerin nitelikli öğretmen elemanı ihtiyacı, atölye, derslik gibi fiziki güçlüklerin yanı sıra araç, gereç donanımının sağlamadaki zorluklar ortaya çıkmış. Ayrıca buralardan mezun olacak öğretmen adaylarının kalitesi ile istihdamı sorunları tam olarak çözülmemiştir (Özsoy, 2007, s. 81).

Modern anlamda görsel sanatlar eğitiminin varlığı ve kalitesi, Özsoy’un belirttiği sorunların tam anlamıyla aşılması ile sağlanacağı bir gerçektir. Özellikle ülkemizde artan iş istihdamları sorunu, resim-iş eğitimi ve resim bölümü öğrencilerinin temel problemi olup, modern anlamdaki eğitim sisteminin çoktan aşması gereken bir konudur. Aynı zamanda iş istihdamı problemine ek olarak, dersliklerin fiziksel donanımlarındaki eksiklikler, verimli bir eğitim-öğretim sürecini de etkilemektedir. Bugün köklü üniversiteler dışında yeni açılan pek çok üniversitede de fiziksel donanım eksikleri görülebilmektedir. İnsanlara kaliteli bir gelecek ve verimli bir eğitim-öğretim süreci sunabilmek için temelleri güçlü sistemlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Eğer 20. yüzyılda sanat eğitimi konusunda en azından sınırlı bile olsa bir başarıyı tuttura bilmemizi söylemek mümkün olsaydı, bunun sonuçları günlük yaşamımızda kendiliğinden görülürdü. Türkiye’nin plastik sanatlar alanında bugünkünden daha fazla sayıda uluslararası sanatçıları yetiştirmiş olurdu. Sanatı değerlendirebilen bir toplum olurduk, birçok resim ve heykel müzemiz olurdu, birçok kent ve kasabada galeriler ve sergiler açılırdı, binalarımız mimari estetik yansıtırdu, özgün mimarimiz ortaya çıkardı, estetik modellerimiz gelişirdi, kamusal alanda estetik ön planda olurdu. Belediye başkanları heykellere ve sanatçılarına hakaret ederek sanat eserlerini depolara atmazdı. Burada sözünü ettiğimiz bu kriterler, uygarlık düzeyi yüksek ve sanatı tüm kesimlere mal etmiş toplumların özellikleridir. Bu, anlaşılması o kadar zor bir konu değildir, fazla tartışma kaldıracak bir durumu da yoktur (Özel, 2002, s. 51).

Pekmezci (2002, s. 37)’in belirttiği üzere “sanat insanın kendini tanımasına, yaşamı ve varoluş nedenini sorgulamasına, sonu ve sonsuzluğu kavramasına fırsatlar yaratan bir eylemdir”. Sanat kişiye yaratıcılık ve kendini ifade edebilme becerisi dışında, eleştirel

düşünebilme, çözümlemelerde bulunabilme gibi pek çok zihinsel aktiviteyi de birlikte sunar. Bu sanatın çok boyutlu bir eylem olduğunu gösterir. Buradaki zihinsel işlevlerinin kazanımı, sanat eğitimiyle daha kolay hale gelmektedir. Günümüz görsel sanatlar eğitimine ve eğitimcisine gereken değerin verilmesi, bu becerilerin kazanımına katkısının yanı sıra, çağdaş eğitim sistemi için atılan önemli bir adım olacaktır.

Çağdaş eğitim sistemi içerisinde sanatın eğitimsel işlevi, öne çıkan kavramlardan bir tanesidir. Uçan (2002, s. 3)'ın belirttiği üzere “sanatın eğitimsel işlevleri denilince bireyin, toplumun ve insanlığın eğitiminde sanatın üstüne düşen görev, yüklenen sorumluluk, gördüğü-yaptığı iş, oynadığı rol, gösterdiği önemli etki, bulunduğu anlamlı katkı ile sağladığı anlamlı destek ve yarar anlaşılır”. Burada belirtildiği gibi, insan hayatının pek çok alanında etkin rol oynayan sanat, eğitimsel bir araç niteliğine de sahiptir. Sanatın oynadığı bu roller arasında onun eğitimsel işlevi insan hayatını düzenleme konusunda çok büyük bir öneme sahiptir. Tarihten günümüze sanatın sahip olmuş olduğu eğitsel yönü, modern çağda da yeni ve farklı bakış açıları ile birleştirilip çağdaş bir anlayış içerisinde sunumunu gerektirmiştir. Kısacası sanatın genel ve eğitsel işlevi, sanatın bir disiplin olarak eğitimini elzem kılmıştır (Uçan, 2002, s. 3).

Balamir (2002, s. 199)'ın belirttiği üzere “...Sanat Eğitimi, öğrencilere yaratıcı düşünme, sorun çözme, karar verme, öğrenmeyi öğrenme, sezgilerini geliştirme, iletişim kurma, araştırma becerileri kazandırma, estetik duyarlılık edinme ve insan olduğunun bilincine varmayı amaçlar”. Sanat eğitiminin amaçlamış olduğu bu özellikler aslında insanın kişisel gelişimi ve dünya görüşü üzerinde de etkili olan, modern eğitim sisteminin unsurlarıdır. Öğrenci merkezli, yaratıcılık ve kendini ifade edebilme becerilerinin geliştirilmesine dayanan modern eğitim sistemindeki yeni paradigma değişiklikleri ile paralel bir amaç söz konusudur. Aynı zamanda, günümüz çağında öğrenmeyi öğrenmeye yönelik süreçlerde sanat eğitimi, öğrencilere kendilerini tanımlarına yönelik beceriler kazandırılmasında yardımcı olabilecek amaçları içermektedir.

Çağdaş eğitimde elzem olarak aranan en önemli konulardan bir tanesi, araştırmacı, özgür ve eleştirel bir kültür birikiminin yanı sıra sanat eğitiminin de eğitim süreçlerinde yer almasının gerekliliğidir (Beykal, 2002, s. 315). Sanatsal aktivitelerin kazanımları, bugün gelişmiş ülkelerde büyük bir önem teşkil ederken, ülkemizde bu kazanımların değerinin tam olarak anlaşılmadığı, ilköğretim düzeyinde verilen görsel sanatlar eğitiminin ders saatlerinden anlaşılabilir. 21. yüzyıl içerisinde başta bilim olmak üzere çeşitli alanlardaki

gelişmeler araştırma, eleştiri, yaratıcılık gibi kavramların önemini arttırmış, hayal gücünün önemini gündeme getirmiştir. Sanatsal aktivitelerin temelinde yer alan bu kavramlar, küçük yaşlarda doğru bir eğitim stratejisi ile kazanımlara dönüştürülmesi gereklidir. Küçük yaşlarda kazanılmaya başlanılan bu kavramlar, gelecekte insanlık tarihi için yeni buluşlara dönüşecektir. Bu ve buna benzer sebeplerden dolayı çağdaş eğitimde sanat eğitimi, insancıl eğitimi oluşturan araştırma, yaratıcılık, eleştiri gibi kavramların kazanımında önemli bir rol oynamaktadır. Ve unutulmamalıdır ki insanın yaratıcı güçlerini besleyen iki kaynaktan bir tanesidir eğitim (Çetin, 2002, s. 205).

Sonuç olarak, 21. yüzyılda eğitsel alandaki değişen paradigmlar yardımı ile eğitim ortamlarında yürütülen eğitim stratejilerinin anlama, yorumlama, çözümleme gibi kavramlar çerçevesinde öğrenen merkezli yapıların inşası gündeme gelmiştir. Bu anlayış çerçevesinde bireyin yaratıcılık ve zekâsının ön plana çıkarılması koşulu, eğitim ortamlarında uygulanan müfredat merkezli eğitimin yerine “birey merkezli eğitim” anlayışının yürütülmesi ile sağlanacağı düşünülmektedir (Özsoy, 2007, s. 34-35). Sanat eğitiminin bu anlayış içerisindeki yeri ve diğer eğitim alanları ile ilişkileri, çağdaş bir eğitim sistemi için önemli bulunmakta, sorgulayan, eleştiren, mantıklı sonuçlara varabilen, özgür bireylerin yetiştirilebilmesi için gerekliliği önem kazanmaktadır.

2.5.2. Sanat Eğitiminin Estetik ve Beğeni Kültürü Üzerindeki Önemi

Estetik kavramı bağımsız bir bilim dalı olarak ilk defa Alexander G. Baumgarten (1714-1762) tarafından “aisthanesthai” kelimesi ile “duygu, duyarlı olma” anlamında kullanıldığı görülmektedir (Artut, 2009, s. 3). Baumgarten estetiği “duyulardan elde edilen bilgilerle, güzel üzerine düşünme bilimi” (Balcı, 2005, s. 13) şeklinde tanımlamıştır. Balcı (2005, s. 24)’ın belirttiği gibi “bağımsız bir bilim dalı olarak estetik sanat eserlerindeki güzeli araştırır. Doğal olarak bu güzelliğin ortaya çıkmasına etken olan sanatçı, sanat eseri, doğa ve toplum ile sanat tüketicisi ilişkisini de inceler. Estetiğin asıl amacı, sanat eserindeki güzeli araştırmaktır”.

Estetik bütün sanat dallarının vazgeçilmez bir ögesidir. Bu yüzden, görsel sanatlar eğitiminin temel amaçlarından birisi olan estetik amaçlar, sanat eğitiminde önemli bir yeri teşkil eder. Bu sebepten dolayı sanat eğitiminde estetik kazanımları geliştirici yönde yöntem ve uygulamalar bulunmaktadır. Sanat eğitimi sürecinde öğrencilere estetik tavır ve

estetik beğeniye geliştirici estetik dersinin verilmesi bu yöntem ve uygulamalardan birisi olarak örnek gösterilebilir. Ayrıca konu üzerinde, sanat tarihi, sanat eleştirisi, anasanat resim gibi pek çok dersin estetik amaçlar üzerinde çeşitli kazanımları bulunmaktadır.

Görsel sanatlar eğitiminin estetik amaçları: “öğrencilerin estetiğin dilini anlamaları ve kullanmalarına yardımcı olmak; kendi sanatsal çalışma ortamı, bir tarihi ortam, kendi çevre ve kültür ortamı içerisinde sanat biçimlerinin doğasına ve işlevine yoğunlaşmak” (Özsoy, 2007, s. 169) şeklinde karşımıza çıkar. Estetik amaçlarla doğru orantılı olarak sanat eğitimi bir duygu, bir algılama şekli olan estetik beğeniye (Artut, 2009, s. 10) geliştirmeye çalışır. Aynı zamanda estetik tavır olarak nitelendirdiğimiz, sanat eseri karşısında alınan estetik haz (Artut, 2009, s. 10) üzerinde de sanat eğitiminin önemi büyüktür.

“Gündelik dilde güzel bir davranış, güzel bir çalışma, güzel bir iş, güzel bir kanıt, güzel bir ameliyat vd. iyi, yararlı, doğru ve başarılı gibi değer kavramlarıyla eş zamanlı kullanılan “güzel” değeri, estetik değeri gösterir” (Gökay ve Demir, 2006, s. 330). Güzellik kavramının göreceli olması, neyin güzel neyin güzel olmadığı konusunda tartışmaları beraberinde getirir. Fakat estetik yönü gelişmiş insanların özellikle görsel kültür yönünden belirli donanıma erişmiş olması, güzele ya da estetiğe karşı farklı bir bakış açısı sergileyebilmesine yardımcı olur. Özellikle içerisinde bulunduğumuz dönemde tüketim kültürünün şekillendirdiği “estetik ya da güzel olduğu iddia edilen imajların” doğru okunması üzerinde, sanat eğitimi önemli rollere sahiptir. Bu roller, kültür endüstrisinin sanat üzerindeki etkilerinin fark edilebilmesi üzerinde de etkili olduğu düşünülmektedir.

2.5.3. Tüketim Çağında Meta Estetiğine Karşı Sanat Eğitiminin Önemi

İçerisinde bulunduğumuz çağ, kültür endüstrisi, popüler kültür, görsel kültür, tüketim kültürü, kitle kültürü gibi kavramların ortaya çıkmasına ve bunlarla doğru orantılı olarak tüketim kavramının gelişmesine yardımcı olan birçok etkeni barındırmaktadır. Bu dönem içerisinde insan hayatını çepeçevre saran bu kavramlar, insanın sosyal yapısını etkilemekte ve hayata bakışını değiştirmektedir. Böyle bir ortam içerisinde “eğitim” gibi insan hayatının önemli bir sürecini oluşturan yapının bu gibi toplumsal dönüşümlerden etkilenmemesi şüphe götürmez bir konudur. Eğitimin bu çağ içerisindeki yeri ve önemi tartışılma konusuna dönüşmüştür.

Sağlıklı, toplumsal ve bireysel dönüşümler eğitim ile sağlanır. İçerisinde bulunduğumuz dönemde kültür endüstrisinin pek çok alan üzerindeki etkileri sonucunda ortaya çıkan ürünler, insan yaşamını doğrudan veya dolaylı olarak etkilemektedir. TV reklamları, afişler, radyo, internet gibi insan hayatının içerisinde olan ağlar aracılığıyla tüketim toplumu olmaya yönelik uyarıcılar, bize eğitimin önemini ve gerekliliğini hatırlatmaktadır.

Eğitim sosyal hayatla iç içe olan bir araçtır. Sosyal hayattaki olaylardan ve değişimlerden etkilenir. Sosyal hayat içerisindeki bu değişimlerin dışsal etkiler olarak eğitime yansımaları bulunmaktadır. Eğitimin öğrenci ve aile olmak üzere, bu dışsal (external) ilişkiler üzerinde de yararları bulunduğu ortaya konulmaktadır (Bademci, 2001, s. 95). Günümüz eğitiminde bu ilişkilerin ve yararların, tüketim toplumu olma yönündeki ilişkiler üzerinde de faydalı olacağı düşünülmektedir. Özellikle sanat eğitimi alanında, kapitalist güçlerce oluşturulan, toplumun estetik anlayışı üzerindeki etkilerin ortadan kaldırılmasında eğitim etkili bir araç olarak görülmektedir.

Sanat eğitiminin, toplumun estetik anlayışının gelişimi üzerinde sorumlulukları vardır. 21. yüzyılda estetiğin insanlara meta estetiği olarak sunulmasında ve insanların estetik anlayışının, kültür endüstrisi yoluyla bu bağlamdaki estetik anlayışıyla değiştirilmesine yönelik çabaları, ancak sağlıklı yürütülen eğitim programları ile engellenebilir. Bu bağlamdaki postmodern sanat eğitimi problematiğine, Eker ve Aslan'ın şu şekilde değerlendirmelerde bulundukları görülür;

“Postmodern sanat eğitiminin en önemli sorunsalı, günlük yaşamın estetikleştirilmesi olgusunun parçalanmış bireyselliği ne kadar pekiştirdiği ve tüketim kültürünün bu durumdan ne kadar beslendiği ile ilgili olduğu düşünülen ilişkileri ele almak olmalıdır. Bir başka ifade ile postmodern sanat eğitiminin odaklandığı konulardan birisi, tüketim kültürünün ya da tüketim estetiğinin yüceltilmesine ilişkin motivasyonları problematik olarak benimsemesidir. Bu da doğal olarak bir postmodern yaşam stili ile yani tüketim kültürünün günlük yaşam deneyimlerini kitleselleştirme çabalarıyla doğrudan ilintilidir” (Eker ve Aslan, 2011, s. 186).

Eker ve Aslan'ın da belirttiği gibi postmodern sanat eğitiminin, kültür endüstrisi ürünlerinin topluma yansımaları üzerinde önemli görevleri bulunmaktadır. Özellikle sanat üzerindeki bu yansımalar, kültürel bir form olan sanatın kaynaklarına ve sosyal değerlerine zarar verebilmektedir. Erinç (2008, s. 116)'ın belirttiği üzere “sanata duyulan saygı ayrı bir konudur, onun meta olduğunu kavramak ayrı bir konu”. Bu yüzden sanat eğitimi bahse geçen bu ayrımı belirginleştirmede ve toplum üzerindeki etkilerini ortadan kaldırmada önemli bir araç vazifesi görmektedir.

2.5.4. Kültür Endüstrisi  r nleri üzerinde Sanat Eēitiminin  nemi

Sanat üzerinde kültür endüstrisi ürünleri denildiēi zaman kitsch sanat, meta sanat, sanatta markalaşma gibi kavramlar akla gelmektedir. Popüler kültürün sanat üzerindeki yansımaları sonucu ortaya çıkan bu kavramlar özellikle kitle iletişim araçları yardımı ile kültürel hayat üzerinde etkili olduēu görülmektedir. Galeri, fuar, müzayede, bienal, sosyal medya gibi izleyici ve sanat eserini bir araya getiren alanlarda, kültür endüstrisinin sanat eserleri üzerindeki etkileri, edilgen olan sanat eēitimi yönünden yeterli görsel kültür donanımına sahip olamayan bireylerin beēenileri üzerinde etkili olduēu görülmektedir. Konu üzerinde özellikle görsel kültür eēitiminin, insanların görsel imajları algılamaları üzerinde etkili bir yaklaşım alanı olduēu anlaşılmaktadır.      görsel kültür eēitiminin eleştirel     leme ve görsel farklılıkların kazanılması gibi önemli amaçları bulunmaktadır (Kırışoēlu, 2009, s. 48).

“ aēdař dünyada bireyin sanat üretimi, yaygın entelektüel-görsel kültürün bir sonucudur.  aēımızda insanları etkilemek için kullanılan görsel  ēeler, çeşitli teknolojik ürünlerden, medya-yazılı ve görsel basın, müzelerdeki yapıtlardan afişlere, filmlerden, tasarlanan nesnelere deēin her türlü görsel malzemeyi kapsamaktadır. Görsel sanatlar ilişkin tüm bu olgular, deēiřik kültürlere sahip toplulukların yarattıkları görsel kültür deēerlerinin tümünü içermektedir. Bu kültürel deēerler-farklılıklar, görsel sanatların etkisiyle daha da belirgin bir hale gelmiştir. Sosyal yaşamın kaçınılmaz bir parçası olan görsel imgeler ve artistik düşünme dili insanların sanata bakış açısını etkilemekte ve belirlemektedir. Dolayısıyla bu durum toplumlarda-bireylerde kültürel bir gösterge haline dönüşmekte görsel sanatlarda önemli bir eleştiri (yargı) konusu haline gelmektedir” (Artut, 2009, s. 41).

Sanat eēitiminin kültür endüstrisi karşısındaki en önemli rollerinden birisi sanat eserleriyle ya da endüstriyel imajlarla karşı karşıya gelen bireyleri pasif durumdan etken bir duruma getirmek olmalıdır.      kültür endüstrisinin pasif durumdaki bireylerin politik farkındalıklarını yok eden bir  zelliēi bulunmaktadır (Barrett, 2015, s. 245). Bu sebepten dolayı, sanat eēitimi yolu ile kazandırılmaya çalışılan eleştirel düşünme becerisi kültür endüstrisi ürünleri üzerinde etkili olacaēı düşünülmektedir.

Kültür endüstrisinin kültürel hayat üzerindeki en önemli ürünlerinden birisi reklamcılıktır. Baudrillard (2014, s.129)’ın belirttiēi üzere “reklamcılık günümüzün tüm sanal/gücül dışavurum yöntemlerini emerek yutmuştur”. Reklamcılıēın gelişimi teknolojik gelişmelerle doēru orantılı olduēu görülür ve reklamlar görsel baēlamda çevremizde g rd ē m z bütün ürünlerle ilişki içerisindedir. Postmodern dünyanın önemli bir sektörü durumunda olan reklamcılık, aynı zamanda tüketim kültürü ve popüler kültür baēlamında ele alınan bir alandır. Bugün reklam aracılıēı ile insanlara sunulan görsel imajların gücü, insanların kitsch beēeniye yöneltmeleri üzerinde etkili olmaktadır. Reklamların etkilerini sadece

endüstriyel ürünler üzerinde değil aynı zamanda sanat eseri gibi kültürel ürünler üzerinde de görmekteyiz. Özellikle reklamcılığın sanat üzerindeki etkisi sanat, sanatçı ve sanat esrinin markalaşmasına sebep olmakta, bu durum genç yeteneklerin sanat pazarına öykünerek üretimde bulunmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda sanat eğitiminin özellikle uygulama alanında, kültür endüstrisi etkisine yönelik öğrencilerin mesleki ve düşünsel kazanımları, kültür endüstrisi ve sanat eğitimi ilişkisinde öne çıkan bir özellik olarak görülmektedir.

2.5.5. Sanat Eğitiminde Anasanat Resim Derslerinin Mesleki ve Düşünsel Kazanımlar Yönünden Önemi

Anasanat resim derslerinin nitelikli sanat eğitimcisi ve nitelikli sanatçı yetiştirmede önemli bir yeri bulunmaktadır. Bu ders, el, göz ve beyin koordinasyonunun kazanımı, estetik anlayışın gelişimi, teknik kullanma becerisinin gelişimi gibi mesleki kazanımlar üzerinde önemli rolleri vardır. Öğrencinin yaparak ve yaşayarak uygulamaya koyduğu çalışmalarıyla dünyayı algılamaya yönelik çabalarının somut ürünler olarak sunulmasında bu dersin yeri özeldir. Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümlerinde ve Güzel Sanatlar Eğitimi, Resim-İş Öğretmenliği Bölümlerinde resim anasanat dersi, mesleki kazanımları barındıran, elzem derslerden birisidir ve öğrencilerden, bu dersin öneminin farkında olan bir bakış açısı ile değerlendirmeleri beklenilir.

Öncelikli olarak anasanat resim derslerinin günümüzdeki durumuna ve çağdaş eğitim sistemi içerisindeki yerine vurgu yapmadan önce dersin içeriği ve kapsamı üzerindeki tartışmalara değinmekte fayda var. Günümüz anasanat resim derslerinin kapsamının ve içeriğinin belirlenmesinde ders hocasının kişisel yorumu diğer pek çok alana göre daha etkili rol oynadığı görülmektedir (Aksoy, 2002, s. 91). Bu yüzden genel geçer bir müfredat ekseninde yürütülmeyen bu ders kapsamında, derse giren öğretmenlerin kişisel deneyimleri, estetik beğenileri, sanata olan bakışları önemli bir unsur durumuna gelmekte, sanatları üzerindeki kişisel yorumları eğitimlerine yansımaktadır. Anasanat resim dersi içerisindeki öğrencilerin, çalışmaları üzerinde bahse geçen ders hocasının kişisel yorumları, öğrencilerin sanatsal çalışmaları ve estetik beğenileri üzerinde etki unsuru yaratmaktadır. Atölyelerdeki bu kişisel yorumların etkisi, öğrenci çalışmaları üzerinde kolaylıkla görülebilmekte, öğrencilerin sanata bakışlarını belirlemelerinde önemli görülmektedir. Bu sayede atölye hocası, alanına yönelik gelişimi konusunda öğrencisini büyük ölçüde etkilemektedir (Ayaydın, 2009, s. 39). Belirli bir okul içerisinde homojen bir

eğitim kalitesinin görülmemesinin bir sebebi de, dersin hocasının sahip olduğu estetik anlayışın dersin kapsamını belirlemede etken olması söylenilebilir (Aksoy, 2002, s. 92).

Anasanat resim dersleri uygulamanın ağırlığında yürütülen, mesleki kazanımın yüksek olduğu bir derstir. Yukarıda bahsettiğimiz gibi eğitimcinin önemli bir yeri olduğu bu derste, öğrencilerin sanata bakışlarını belirleyecek kazanımlar mevcuttur. Bu kazanımların başında gelen en önemli unsurlardan birisi yaratıcılıktır. Bilindiği üzere yaratıcılık, “sorunlara, bozukluklara, bilgi eksikliklerine, kayıp öğelere, uyumsuzluğa karşı duyarlı olma; güçlüğü tanımlama, çözüm arama, tahminlerde bulunma ya da eksikliklere ilişkin denenceler geliştirme, bu denenceleri geliştirme ya da yeniden sınama, daha sonra da sonucu başkalarına iletmektir” (Sungur, 1997, s. 13). Eğitimin her alanında yaratıcılığın önemine yapılan vurgu, anasanat resim derslerinde daha da önemli bir yer teşkil eder duruma gelmektedir.

Yaratıcılık eğitimin her alanında etkin olan bir kavramdır. Günümüzde yaratıcılığın önemi hem biyoloji, kimya, fizik, matematik gibi fen bilimlerinde hem de edebiyat, sanat, sosyoloji, tarih, coğrafya gibi sosyal bilimlerde önem kazanmıştır. Teknolojik gelişmelerin de kaynağında yaratıcılık vardır. Özellikle resim, müzik, şiir gibi sanat alanında yaratıcılığın önemi kaçınılmazdır. Bu ve buna benzer sebeplerden dolayı, daha çok bilginin eğitimci tarafından öğrenciye aktarımının söz konusu olduğu geleneksel eğitim anlayışının yerine yaratıcılığı ön plana çıkaran çağdaş eğitim anlayışı eğitsel uygulamalarda önem kazanmıştır. Çağdaş eğitim anlayışında bilgi aktarımına ek olarak, kişideki yaratıcı yetinin keşfedilmesi ve geliştirilmesi gündeme gelen konu olmuştur (Bölükoğlu, 2002, s. 253). Bu eğitim anlayışı içerisinde yer alan ve eğitim sistemindeki iki tür düşünme biçiminden birisi olan İraksak düşünme, “daha çok çağdaş, demokratik eğitim sistemlerinin ortaya çıkardığı yenilikçi ve yaratıcı düşünme biçimidir” (Balcı, 2005, s. 118). Bu düşünme biçimi sanat eğitiminde yaratıcılığı geliştirmeye yönelik özelliklere sahiptir. Geleneksel eğitim sisteminin özelliklerine karşı olarak bu düşünme biçimi, bireyin aktif katılımının yenilikçi ve yaratıcı ürünler ortaya koymanın söz konusu olduğu çözümlemeler sunar. Bu yüzden anasanat atölye derslerindeki uygulamalı etkinlikler, iraksak düşünmenin geliştirilmesinde son derece önemli görülmektedir.

Aksoy (2002, s. 94)’ın belirttiği üzere “atölye derslerinin kavramsal ve teorik içeriğinin kalitesi çağdaş bir eğitim anlayışını yansıtmaktadır”. Öğrencinin teorik olarak edindiği sanat tarihi, sanat eleştirisi, estetik gibi alanlara yönelik bilgilerinin atölye derslerinde

uygulama fırsatı edinmesi, düşünsel boyuttaki kazanımların somut ürünler olarak sunulmasını sağlamaktadır. Bu ders içerisinde öğrencilerin, alana yönelik edindikleri bilgilerini, çalışmaları üzerindeki eleştirilerini, malzemeye olan ilişkilerini uygulamalar yolu ile eleştirel bir tavır geliştirmesine yardımcı olacak kazanımlar mevcuttur. Günümüz sanatının plastik açıdan soru ve sorunlarına yönelik çözümler üretilmesinde dersin önemi büyüktür.

Anasanat resim derslerinde yapılan çalışmalar, çağdaş sanat eğitimi sisteminin getirileriyle Türkiye’deki “zanaatçı” anlayışı karşısında yaratıcılığın ön plana çıkarılması konusunda önem arz etmektedir (Bulut, 2001, s. 82). İyi bir anasanat resim dersi, bu bağlamdaki anlayışlar karşısında dimdik duran, sanatsal üretimdeki özgürlüğün tadına varan, sorunlara karşı mantıklı çözümler üretebilen genç yeteneklerin, mesleki açıdan gelişimlerine yardımcı olmaktadır. Bulut (2001, s. 81)’ın belirttiği üzere “görsel sanat eğitimi, atölyede bilinçli bir eğitimin sürdürülmesidir. Bu eğitim atölyede hem grup içinde, hem de bireysel olarak gelişir. Bu süreçte öğrenciler, özgür düşünme, yaratıcılık, kendi sanat eğilimini ve felsefesini belirleme imkânını bulurlar”.

Öğrencilerin sanatsal eğilimlerinin belirlenmesinde atölye hocalarının katkısı şüphe götürmez bir konudur. Anasanat resim (atölye) dersi süresince eğitiminin bilgi aktarımına ek olarak, öğrenci ile girilen diyalogların, öğrencinin çalışma süreci üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Eğitimin diyalog kurmadaki titizliği, özellikle çalışmaların eleştirilmesi sürecinde etkilidir. Bu süreçte saygı ve sevgi çerçevesinde, yapıcı ve güven verici diyaloglar kurmaya dikkat edilmelidir. Atölye eğitiminde saygı ve hoşgörü, eğitimci ile öğrenci arasındaki ilişkide önemlidir çünkü yaratıcılık ve özgüven öğrencinin hocasıyla olan ilişkiden aldığı mutluluk ile ortaya çıkar (Balamir, 2002, s. 198). Bu yüzden anasanat resim (atölye) eğitiminde eğitimci, öğrenci ile kurduğu ilişkilere dikkat etmeli, onu, geleceğe hazırlayan, çağın sanatsal anlayışının farkında olan bir bakış açısını kazandırmayı hedefleyen, belirli bir estetik beğeni kazandırmaya çalışan, çalışmalarındaki özgünlüğünü her zaman korumasının önemine dikkati çeken yapıcı diyalogları tercih etmelidir.

Geleceğin sanat eğitimcilerinin günümüz sanatını kavrayabilmelerinin ön koşulu çağdaş anlayıştaki eğitim sürecinden geçilmesidir (Emrali, 2002, s. 214). Bu anlayış çerçevesinde yürütülen eğitim programları, öğrencilerin çok boyutlu gelişimlerine destek vermekte, günümüz sanatını ve sanatsal hareketlerini anlamada da onlara yardımcı olabilmektedir. Bu sebeplerden dolayı günümüz yükseköğretim kurumlarında Resim ve Resim-İş Eğitimi

Bölümlerinde anasanat resim derslerinin içerik kalitesi, bu bağlamdaki eğitim anlayışını yansıtmalıdır. Günümüz sanatının getirilerinin farkında olan bakış açısı kazanımı için, bu dersin etkin değerlendirilmesi, öğrencilerin sadece mesleki kazanımları üzerinde değil onların düşünsel yöndeki kazanımları üzerinde de katkı sağlayacağı unutulmamalıdır.

Atölye, öğrenciler için sadece bir derslik değil aynı zamanda ev, kafe, kütüphane gibi geniş anlamı olan, öğrenciyi üretmeye güdüleyen, içinden çıkmak istemediği, yaşamı içerisindeki en değerli mekân olmalıdır. Bunu sağlamanın ön koşulu anasanat resim derslerindeki eğitimci-öğrenci arasındaki ilişkiler, fiziki donanım, alana yönelik bilgilendirmeler, sanattan tat alınmasını sağlayan bir bakış açısı vs. görülmektedir. Atölyeyi seven, atölyede vakit geçirmekten hoşlanan öğrencinin sanatsal üretimden uzak olması, anasanat resim (atölye) derslerini verimli geçirmemesi olanaksızdır. Çünkü atölye öğrenciyi çalışmaya güdüleyen bir ortamdır. Atölye bütün fiziki donanımıyla, mesleğin icra edilmesine yönelik hazırlanmış bir ortamdır, öğrenciyi güdüler ve çalışmaya sevk eder.

2.5.6. Anasanat Resim Derslerinde Sanatçı-Öğretmen Modeli

Sanat eğitiminde sanatçı öğretmen tipi ne anlama gelmektedir? Öncelikle, sanat eğitimcisi yaratıcı güçlerin dışavurumu anlamına gelen özgünleştirme; dolayısıyla da demokratikleştirme eğitiminin kendisidir. Yaratma eylemi olan sanat, aynı anda kişilik ve bilinç eğitimi olduğu kadar bir bilgi edinme yoludur. Sanatçılar, deneyimlerden düşünceyi öğrenirler, amatör ise alışkanlıklar kazanırlar. Nietzsche'nin dediği gibi "alışkanlıklar elinizi daha becerikli, aklınızı ise daha beceriksiz yapar". Bu nedenle, bir sanat eğitimcisinin: özgür, demokratik düşünce, uyanık bilinç sahibi, sağlam kişilikli ve yaratıcılığın gururunu ve hazzını yaşayan, sanatsal deneyimler yoluyla bilgilenmiş; sanatın sorunlarını ve yaratma duygusunu yaşayarak varan biri, yani sanatçı olması gerekir (Gençaydın, 2002, s. 27-28).

Sanatçı, Sözen ve Tanyeli (2014, s. 267)'ın belirttiği üzere "sanat dallarının birinde üretici etkinlikte bulunan kişi" anlamına gelmektedir. Sanatçı-Öğretmen modeli olarak adlandırdığımız kişiler ise birer sanat eğitimcisi olmalarının yanı sıra tanımda yer alan sanatçı kimliğine sahip kişiliklerden oluşur. Özellikle yükseköğretim kurumlarında görev yapan eğitimcilerden oluşan sanatçı-öğretmen modeli, sanatsal üretimleri ile sanat dünyası içerisinde aktif, sanatsal etkinliklerde yer alan, etkinlikleri yakından takip eden, sanatçı inisiyatifine sahip bireylerdir.

Gençaydın (2002, s. 28)'ın belirttiği üzere "iyi bir sanat eğitimcisi, eğitimci kişiliğini ancak yaratıcı- (yani sanatçı)- kişiliğiyle var edebilir ve güçlendirebilir". Resim yeteneğinin geliştirilebilmesi için yeteneğe duyulan ihtiyaç kadar, deneyim ve doğru

eğitim stratejileri de önemli rol oynar. Burada bahsetmiş olduğumuz, sanatçı kişiliğini oluşturan dinamiklerin, sanatsal deneyim ve bu deneyimlerin öğrenene aktarımındaki süreçlerin etkililiğidir. İyi bir sanat eğitimcisini oluşturan formasyonel bilgilerin öğretim süreçlerindeki gerekliliği kadar sanatsal deneyimlerinin gerekliliği de aynı ölçüde önem teşkil etmektedir. Bu bağlamda eğitimcinin üretken kişiliği, öğrenciler üzerinde olumlu etkilere dönüşmektedir.

Sanat eğitiminde, sanatsal yönden üretken eğitimcilerin varlığı, öğrencilere mesleki açıdan üretme zevkini tatmış bir rol modeli sergiler. Bu rol model öğrenciler için üretimin önemini anlaşılması, onun bir gereksinim olduğunu ve belirli yapıları formasyonel bilgiler doğrultusunda değil de yaşayarak ve deneyimleyerek öğrenebilmelerini sağlar. Aynı zamanda sanatsal üretim sürecinin verimliliği açısından, deneyimin eğitici tarafından öğrenciye aktarımı, belirli formların çözülme sürecinden, özgünlüğün kazanımına kadar pek çok süreçte öğrenciye rehberlik edecektir. Burada ortaya çıkan eğitsel anlamdaki deneyimin aktarımı geçmiş zamanlardaki pek çok sanatçının eğitiminde yer alan usta-çırak ilişkisine benzetilebilmektedir.

“Ünlü ressam, renk kuramcısı ve eğitimci Josef Albers’in de dediği gibi “Sanat eğitiminde yöntem diye bir şey yoktur; yöntem eğitimcinin kişiliğidir”. Sanat eğitimcisi sergilediği sanatçı kişiliği ile öğrenci üzerinde sanat heyecanı yaratabilir. Yoksa sanat eğitimcisi olacaklara; “Siz sanatçı değil öğretmen olacaksınız, öyleyse sanat yapmanız gerekmez” demek, kendi yetersizliğinize mazeret gösterme amaçlı bir savunma mekanizması olarak değerlendirilebilir” (Gençaydın, 2002, s. 28).

Josef Albers’inde belirttiği gibi sanat eğitiminde öğretmenin rolü hem gelecekte sanat eğitimcisi olacak bireylerin yetiştirilmesinde hem de sanatçı kimliğine sahip bireylerin yetiştirilmesi üzerinde önemli etkilere sahiptir. Aynı zamanda öğretmen ile öğrenci arasındaki etkileşim, başarılı bir sanat eğitiminin gerçekleşebilmesinde önemli rol oynamaktadır (Erbay, 2000, s. 166). Bu yüzden özellikle yaşayarak, deneyimleyerek bir ürünün ortaya çıkmasının söz konusu olduğu sanat eğitiminde kuru bilgilerin yerine, deneyimlerin aktarıldığı öğretmen öğrenci ilişkilerine yer verilmelidir. Bu süreç içerisinde öğretmenin sahip olduğu alana yönelik bilgileri ve deneyimleri, öğrencinin çalışma sürecine rehberlik ederek, problemlerin çözümüne yardımcı olacaktır. Bahsettiğimiz anlamda sanatçı kimliğine sahip öğretmenler bu sürecin işleyişinde önemli rollere sahip rehberlerdir.

Sanatçı kimliğine sahip eğitimciler, sadece anasanat resim (atölye) derslerinde sanatsal üretimin önemine yönelik öğrencileri iştahlandırmazlar aynı zamanda içlerinde bulundukları sanat piyasası hakkındaki deneyimlerini de öğrencilerine aktarabilirler. Bu

sanat eğitimi ve sanat bölümü öğrencilerinin gelecekte içerisinde bulunacağı okul dışı ortamın işleyişinin tanınması açısından önemli bir alt bilginin oluşumunu sağlayacaktır. Bu tarz eğitimcilerin sanat pazarı içerisinde yer alan birimleri tanınması ve bu birimlerin sanatçılardan beklentilerini bilmesi öğrencilerinin gelecekte içerisinde bulunacakları bu ortama hazırlamada konusunda onlara rehberlik edecektir.

Her insan gibi sanatçı öğretmen, sanat pazarı içerisindeki birimlerin ilişkilerinden etkilenir. Galeri, fuar, müzayede gibi sanatı destekleyen ve sanattan belirli kazanç elde etmeye çalışan birimlerin işleyişini devam ettirmeleri için kara ihtiyaçları bu gibi sanatçıların eserlerinden elde edilmeye çalışılır. Bu da sanatçıyı makine gibi çalışmaya, seri üretimlerde bulunmaya, hoş gidecek eserler üretmeye zorlar. Bu dışsal ortamın sanatçı veya sanatçı öğretmen üzerindeki etkisi onu yaratıcılıktan uzaklaştıran, robot gibi üreten bir kişiliğe büründürme çabasıdır. Bu ve buna benzer durumlarda ortaya çıkan, insanlar için tehlike oluşturan bu gibi problemlere bir çözüm olarak gündeme gelen sanat eğitiminin gerekliliği Almanya’da gelişir ve pek çok ülkenin genel eğitimini etkileyen bir harekete dönüştüğü görülür (Etike, 1995, s. 19). Sanat pazarı içerisinde etkin bir rol oynayan sanatçı öğretmen, sanat eğitiminin de yardımı ile bu gibi endüstrileşme problemlerine karşı sanatçı inisiyatifini korumaya ve gelecek kuşakların yaratıcı kimliklerinin korunması konusunda önemli rollere sahiptir. Unutulmamalıdır ki sanat, geçmişten günümüze iktidar ilişkilerinin bir parçasıdır (Yılmaz, 2009, s. 282). Ve bu ilişkiler içerisinde sanatçı, sanatçı adayı ve sanat eğitimcisi doğrudan ya da dolaylı olarak yer almaktadır.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, verilerin toplanması, verilerin çözümlenmesi ve yorumlanması başlıklarına yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma, nitel araştırma yönteminde olup, durum çalışması desenindedir. “Nitel durum çalışmalarının en temel özelliği bir ya da birkaç durumu derinliğine araştırmaktır” (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 77). Sharan B. Merriam vaka (durum) çalışmalarını, “...sınırlı bir sistemin derinlemesine betimlenmesi ve incelenmesidir” (Merriam, 2013, s. 40) şeklinde açıklamaktadır. Kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitimine yansımaları konulu araştırmamızda araştırılmak istenilen problem, sanatçı öğretim üyeleri ile yapılacak görüşmelerle ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda konu alanyazın taraması ile güçlendirilmeye çalışılmıştır.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmamızın çalışma grubunu belirleyebilmek için, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek’in de belirttiği gibi ölçüt örnekleme yöntemi, “...önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır” (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 112). Bu yüzden araştırmamızın problem durumunun açık bir şekil de ortaya konula bilmesi için çalışma grubunun belirlenmesinde şu ölçütler kullanılmıştır:

- Yükseköğretim kurumlarında resim-iş öğretmenliği bölümlerinde veya resim bölümlerinde çalışmak.
- Sanat pazarında tanınan ya da sanat pazarını tanıyan bireyler olmak.
- Anasanat resim (atölye) dersleri vermek.
- Çalışma gurubu içerisinde yer alan katılımcıların akademik unvanlarının çeşitlilik göstermesi.
- Güncel yarışmalı sergilerde jüri üyeliklerinin bulunması.

Çalışma grubunun belirlenmesindeki bu ölçütlerin, kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımaları üzerinde katılımcı görüşü alabilmek için araştırmaya yardımcı olacağı düşünülmüştür.

Tablo 1. Çalışma Grubu Tablosu

Görüşmeci Kodu	Unvan	Çalışılan/Çalıştığı Üniversite
K1	Yrd. Doç.	Gazi Üniversitesi
K2	Yrd. Doç.	Gazi Üniversitesi
K3	Sanatçı/Öğr. Gör.	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
K4	Prof. Dr.	İstanbul Aydın Üniversitesi
K5	Doç. Dr.	Gazi Üniversitesi
K6	Yrd. Doç.	Cumhuriyet Üniversitesi

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılacak veri toplama araçları, araştırma problemini açık bir şekilde ortaya konulabilmesine yardımcı olacağı düşünülen araçlardan oluşmaktadır. Araştırmamızın yöntemi ile orantılı olarak araştırmada, görüşme yöntemi (mülakat) kullanılmıştır. Patton'ın da belirttiği gibi mülakatlar, insanların bakış açılarını anlamayı amaçlar (Patton, 2014, s. 341). Bu sebepten dolayı, Kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatı ve sanat eğitime yansımaları konusunda çalışma grubunun görüşlerini almak üzere gruba, yapılandırılmamış görüşme türünde ve görüşme formu yaklaşımı uygulanmıştır. Görüşme formunun hazırlanmasında soruların; açık uçlu, odağa dönük (spesifik), çok boyutlu, yönlendirici olmayan, kolay anlaşılır olmasına dikkat edilmiştir. Aynı zamanda görüşme soruları sondalar ve alternatif sorular ile desteklenmeye çalışılmıştır. Sorular literatürden

esinlenilerek hazırlanmaya çalışılmıştır. Bu durum elde edilen bulguların, daha öncesinden oluşturulan kavramsal çerçeve ile uyumlu olmasını sağlamış ve çalışmanın iç geçerliliğini arttıran bir özellik olmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 257).

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmada veriler, yükseköğretim kurumlarında resim-iş eğitimi bölümü veya resim bölümlerinde alanda uzman sanatçı öğretim üyeleriyle görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Araştırmada veriler görüşme formu yöntemi ile bizzat araştırmacı tarafından toplanmıştır. Araştırmacı probleme yönelik gerekli alan yazın taramasını gerçekleştirdikten sonra, uzmanlar ile konu hakkında görüşmelerde bulunmuş, görüşme formuna ilk şeklini vermiştir. Görüşme formunun ilk şekli, alanda uzman, sanatçı öğretim üyelerine yöneltilerek ön değerlendirme sürecinden geçmiş ve ön çalışması yapılmıştır. Yapılan bu ön çalışma sonucunda amaca uygun odak sorular belirlenmiş, tekrarı sağlayan ve katılımcının dikkatini dağıtan sorular görüşme formundan çıkarılmıştır. Bu düzenleme sonucunda görüşme formu tekrardan dil bilimcilere, alanda uzman kişilere ve ölçme değerlendirme uzmanlarına sunulmuş, daha sonrasında görüşme formuna son hal verilmiştir. Görüşme formunun son halini alması ile birlikte araştırmacı tarafından belirlenen örnekleme bu form uygulanmıştır. Çalışma grubuna dâhil olan kişilerle görüşme (mülakat) yapabilmek için randevu alınmış, görüşmeler ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş ve daha sonrasında kayıtlar Microsoft Word programında raporlaştırılmıştır. Görüşmeler alt amaçlarla doğru orantılı olarak iki farklı oturum ile yapılmıştır. Oturumlar arasında katılımcının dinlenmesi için yaklaşık beş dakika mola verilmiştir.

Tablo 2. Görüşmeler Tablosu

Görüşmeci Kodu	Yer	Tarih ve Saat	Toplam Görüşme Süresi
K1	Gazi Üniversitesi	15. 05. 2015	58 dk.
K2	Gazi Üniversitesi	15. 05. 2015	55 dk.
K3	Platform A Sanat Galerisi	16. 05. 2015	1 s. 7. dk.
K4	Platform A Sanat Galerisi	16. 05. 2015	54 dk.
K5	Gazi Üniversitesi	24. 04. 2015	1 s. 3 dk.
K6	Cumhuriyet Üniversitesi	30. 04. 2015	52 dk.

3.5. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımaları konulu araştırmamızda veriler, çalışma grubundan görüşme formu yaklaşımı ile toplanmıştır. Araştırmamızda verilerin çözümlemesinde ve yorumlanmasında herhangi bir bilgisayar programı kullanılmamıştır. Araştırma verilerinin çözümlemesinde, nitel veri analizlerinden betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz yönteminin kullanılmasıdaki amaç Yıldırım ve Şimşek'in de belirttiği gibi, "...elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır" (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 224). Bu sebepten dolayı katılımcıların yorumları, doğrudan alıntılarla çalışma içerisinde yer verilerek yorumlamaya gidilmiştir. Elde edilen bilgilerin okuyucuya sunulmasından önce, daha önce görüşme sorularıyla belirlenmiş temalarla, alt temalara, kodlara ve örüntülere ulaşılmıştır. Bu alt temalar ve örüntüler çerçevesinde katılımcılar arasındaki görüş birliklerine ve görüş ayrılıklarına ulaşılmış, görüş birliğinin ve görüş ayrılığının bulunduğu konular yorumlanarak verilmeye çalışılmıştır. Verilerin organizasyonu sağlandıktan sonra, kodların, temaların, alt temaların ve örüntülerin yardımıyla araştırma sonuçları yazılmıştır.

Araştırmanın güvenilirliği için, katılımcıların görüşme sorularına verdikleri cevaplar, bir alanda uzman, iki araştırma teknikleri uzmanı ve bir dil bilimi uzmanı ile incelenmiş, "Görüş Birliği" ve "Görüş Ayrılığı" olan maddeler belirlenmiştir. Miles ve Huberman'ın (1994) belirttiği formül, $\text{Uzlaşma Yüzdesi \%} = \frac{\text{Görüş Birliği}}{\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı}} \times 100$ kullanılmış ve hesaplama sonucunda Uzlaşma Yüzdesi \% = \% 88 değeri bulunarak, araştırma %70'in üzerinde ve güvenilir kabul edilmiştir.

Aktarılabilirlik (dış geçerlilik) konusunda Yıldırım ve Şimşek, "nitel araştırma sonuçlarının aktarılabilirliği, dayandığı verilerin yeterli düzeyde betimlenmesine bağlıdır. Ayrıntılı betimleme ham verinin ortaya çıkan kavram ve temalara göre yeniden düzenlenmiş bir biçimde okuyucuya yorum katmadan ve verinin doğasına mümkün olduğu ölçüde sadık kalarak aktarılmalıdır" (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 270) şeklinde belirttiği görülür. Araştırma bulgularında doğrudan alıntılarla ayrıntılı betimlemeye yer verildiği gibi, amaçlı örnekleme yönteminden ölçüt örnekleme yönteminin kullanılması da araştırmanın aktarılabilirliği üzerinde etkili olmaktadır (Erlandson, Harrise, Skipper ve Allen'dan aktaran Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 270).

BÖLÜM IV

BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bulguların açıklanmasında alt amaçlardaki sıra göz önünde bulundurulmuştur. Alt amaçlara ilişkin araştırılan konular bu problemlerin hemen altına, alt başlıklar halinde verilmiştir. Betimsel analiz yöntemi ile ulaşılan bulgular bu bölümde yorumlanmış, aynı zamanda katılımcıların görüşleri doğrudan ifadelerle, italik ve sıkıştırılmış paragraf şeklinde verilmiştir. Bu bölümde katılımcıların görüşleri doğrudan ifade edilirken, görüşlerin kime ait olduğunu belirtmek için alıntının sonuna parantez içerisinde katılımcının kodu ve oturumu verilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrudan ifade şeklinde verildiğinden, konunun akışını engelleyen ya da okuma kolaylığını bozan cümle ya da kelime grupları araştırmacı tarafından çıkarılmış ve bu bölümler üç nokta ile belirtilmiştir.

4.1. Çalışma grubunun, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarıyla olan ilişkilerine yönelik görüşlerinden elde edilen bulgular ve yorumlar

4.1.1. 1980’li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarının, çağdaş Türk resim sanatı üzerindeki etkileri

Bu alt başlıkta görüşme yapılan kişilere “Türkiye’deki oluşumu 1980’li yıllara denk gelen sanat pazarının, çağdaş Türk resim sanatına ne tür etkileri olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Yöneltilen bu soruya katılımcılardan K1, K3, K4, K5, K6 hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilerinin bulunduğunu beyan ederken K2 konunun sadece olumsuz etkileri üzerinde durmuştur. Katılımcılar genel olarak, 80’li yıllarda sanat pazarının oluşumunu, özellikle sanat galerilerinin artışıyla birlikte, sanatın izleyici ile

buluşması konusunda, sanatçılara ve sanata olumlu katkılar sunduğunu dile getirmişlerdir. Fakat bu olumlu katkının yanı sıra katılımcılar, sanatın pazar içerisinde alınır satılır metalar haline geldiğini belirterek bu durumun sanatı ve sanatçıyı olumsuz yönde etkilediği şeklinde görüşlerini belirtmişlerdir.

4.1.1.1. Sanat pazarının kapitalist tüketim mantığıyla ilişkileri

Öncelikli olarak katılımcıların sanat pazarı üzerindeki ortak görüşü, sanat pazarının kapitalizm mantığı ile işleyen birtakım sistemler bütünü olduğudur. Bu konu üzerine K2 düşüncelerini şu şekilde ifade ettiği görülmektedir:

Pazar kapitalist ekonomik sistemin, arz talep sürecinin, malın tüketilmesini sağlayan, üreticinin tüketiciye ulaştığı bir sistemdir. Şimdi kültür ve sanatın pazarlanması bu sistem içerisinde çok farklı bir olaydır. Çünkü kültür ve sanatın pazarlama ile yan yana gelmesi çok ürpertici bir olaydır. Çok sıkıcı, çok akıldışı bir olaydır. Çünkü sanat bir pazarlama yöntemi değildir. Çünkü sanatın amacı bir malzeme, bir meta, kâr için yapılan bir şey değildir sanat. Pazar bir ressamı, bir yazarı, bir edebiyatçıyı, bir sinemacıyı kültür ve sanat adamını ben bu resmi yaptığım zaman, ben bu romanı yazdığım zaman, ben bu oyunu sahnelediğim zaman bundan ne kadar kazanırım deyip tıpkı buğday üreticisi gibi, buzdolabı üreticisi gibi düşünceye sokar. Bu yanlış bir şey. Sanatın pazarlanması, sanatın kendi içsel sorunu değil, bunu tüketiciye ulaştıran araçların kapitalist taktiğidir. (K2, 1.Oturum)

Görüşlerine ek olarak K2, sanatçıların eserlerinin milyon dolarlarla ifade edilmesinin nedenini kapitalist tüketim ekonomisinin pazarlama taktiklerinin bir sonucu olduğunu belirtmiştir.

K3 sanat pazarı üzerindeki görüşünü “resim piyasası maalesef ve maalesef garip insanların elindedir” şeklinde belirterek, pazar üzerinde hegemonya etkisi yaratan ve kapitalist mantıkla davranan, özünde sanatla ilgi yeterli entelektüel bilgisi bulunmayan yani sanatı okuma yönünde kültürel anlamda düşük olan kişiler tarafından yönlendirilmeye çalışıldığını beyan etmiştir. Ve bu konu üzerine şu şekilde bir örnek vermiştir:

Bir, mesela İstanbul piyasasını elinde tutan bir arkadaşımız....bilmem kim diye birinin elinde. Böyle şey olabilir mi? Oldu. İki, Ankara’da bir galerici var, eskiden Mercedes alıp satarmış, daha sonra o iş bitiyor bu sefer beyaz eşya

alıp satıyor, o iş bitiyor başka bir iş yapıyor ve şimdi sanat galerisi sahibi ve de bu arkadaş resim alıp satıyor! ...Bu nasıl bir mantıktır? (K3, 1.Oturum)

K4 sanatın, devlet kurumlarının elinden çıkıp özel sektörün destekleri sonucunda şekillenmeye başladığını belirtmiş ve bu sektörlerin finansal gücünün, sanat üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Bu konu üzerinde K4'ün görüşleri aşağıdaki gibi olmuştur:

...1980'den sonra özellikle, daha önce bunun birçok işareti olmakla birlikte, Türkiye'de sanatla ilgilenen, sanatı satın alan, sanatı finanse eden ya da sanatı sipariş yolu ile var olmasına imkân hazırlayan ya da istekte bulunan kişi ve kuruluşlarda bir sivilleşme görüyoruz. (K4, 1.Oturum)

Yine bu konu ile doğru orantılı olarak K6, sanat pazarının kapitalizmle ilişkili olduğunu ifade ederek, düşüncesini aşağıdaki gibi açıklamıştır:

...genel anlamda baktığımda, işte işin içine bu artık günümüzdeki çağdaş sanat sergilerini de katmakla birlikte ya da işte kurulan birçok müzenin de kuruluş amacından tutup, konseptine varıncaya kadar genel durumuna baktığımda, bu iş artık kapitalizmin çok büyük bir parçası haline gelmiş durumda, yani tamamen ticari döngünün içinde, belli kesimlerin elinde bulunan ve belli yerlere hizmet eden bir amaca dönüşmüş durumda açıkçası. (K6, 1.Oturum)

Katılımcılar genel olarak, sanat pazarının finansal çıkarlara hizmet ettiği yönünde ortak görüştedirler. Ek olarak, katılımcıların görüşlerinden anladığımız üzere 80'li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarı, dönemin ekonomik gelişmeleri ve dışa açılım politikalarıyla birlikte sanata finansal bir değer kazanmıştır. Bu konu üzerine katılımcılardan bir örnek vermek gerekirse, K1'in görüşü şu şekilde olmuştur:

...özellikle Turgut ÖZAL'dan sonra "dışa açılım politikasıyla" bir sanat pazarı oluşmaya başladı. Yani resimler alınır satılır hale gelmeye başladı. (K1, 1.Oturum)

Bu görüşten de anlaşıldığı üzere 80'li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarı sanat eserini tıpkı metalar gibi alınır satılır ürünler olarak algılanmasını sağlamıştır. Yani pazar mantığı, estetik değere sahip sanat eserlerini finansal değerleriyle ön plana çıkarır hale getirmeye başlamıştır. Ve bugün, sanatın kendisi değil de ne olması gerektiğinin tartışılıp konuşulmasının arkasında, ustaca hazırlanmış pazarlama taktiklerinin rolünün bulunduğu belirtilmiştir.

4.1.1.2. Sanat pazarının olgunlaşma sürecinin sanatçıyla olan ilişkileri

Katılımcılar tarafından Türkiye’de 1980’li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarının sanatçılar üzerinde de çeşitli etkilerinin bulunduğu belirtilmiş ve bu etkilerin, sanatçılar üzerindeki hem olumlu hem de olumsuz yönleri üzerinde durulmuştur. Bu olumlu ve olumsuz yöndeki etkilere ilişkin, görüşmeler sonucunda, K1 ve K5’in sanat pazarının olgunlaşma sürecinin sanatçılar üzerinde hem olumlu hem olumsuz yönde etkileri üzerinde görüş beyan ettiği görülmüştür. Yine katılımcılardan K3 ve K6’nın, sanat pazarının olgunlaşmasının sanatçılar üzerindeki sadece olumlu etkileri üzerinde görüşlerini ifade ettiği, K2’nin ise konunun sadece olumsuz etkileri üzerine görüşlerini ifade ettiği görülmüştür. Çalışmada yapılan analiz sonucunda bu alt temaya yönelik K4’ün olumlu ya da olumsuz yöndeki görüşüne ulaşamamıştır. Bu konu ile ilişkili olarak K4 sadece, (... *1980’lerden sonra Türkiye’de, toplumsal, ekonomik ve sosyal gelişmelere paralel olarak resim piyasasının doğmaya başladığını ve bu ister istemez sanatçıların sanata yaklaşımını etkilediği*) şeklinde düşüncelerini beyan etmiştir

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde 1980’den sonra Türkiye’de olgunlaşmaya başlayan sanat pazarının sanatçılar üzerinde çeşitli olumlu etkilerinin bulunduğu görülmüştür. Bu olumlu etkiler şu şekilde karşımıza çıkmıştır. Sanat pazarının olgunlaşması, sanatla ilgilenen fakat kendilerini ifade edecekleri yeterli ortamı bulamayan kişilere, kendilerini ifade edebilecekleri yeterli ortamı sunmuştur. Sanat pazarının en önemli birimlerinden birisi olan sanat galerilerinin sayılarının artışı ile sanatçılar daha çok sergi açacak mekâna sahip olmuşlardır. Sergi açacak mekânların artışı, eserlerin izleyici ile buluşmasını konusunda sanatçılara, önemli katkılar sağlamıştır. Aynı zaman da sanat pazarının olgunlaşması ile birlikte, pazar içerisinde var olabilmek için sanatçıları, üretimde bulunmaya teşvik etmiştir. Bu hususlarla ilgili olarak katılımcıların görüşlerine bakacak olursak;

K1, Türkiye’de 1980’li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarının sanatla uğraşan insanları olumlu yönde etkileyip onları sanatsal üretimlerde bulunabilmeleri konusunda olumlu etkiler sunduğunu, kendi deneyimlerini de görüşlerine katarak aşağıdaki gibi görüş beyan etmiştir.

Başlangıçta tabii ki olumlu etkileri oldu. Ben o dönemi yaşayan birisi olarak size söylüyorum, ciddi anlamda etkileri oldu. Şöyle ki, sanat pazarının oluşması, sanatla uğraşan insanları, hatta bir şekilde sanatın içerisinde ama üretmeyen, atıl durumda olan birçok kişiyi, resim yapmaya yöneltti. (K1, 1.Oturum)

Aynı zamanda K1, sanat pazarının olgunlaşması ile birlikte resimlerin alınıp satılmaya başladığını, bu durumun da sanatçıları iştahlandırarak daha fazla üretimde bulunmaları yönünde onları etkilediğini belirtmiştir.

K3 konu ile ilişkili olarak, pazarın olgunlaşmasıyla birlikte öncelikli olarak eski ustaların daha sonra ise kendisinin ve dönemindeki sanatçıların eserlerinin, ekonomik açıdan değer kazanmaya başladığını belirterek, bu durumun resim satarak hayatlarını kazanmalarına yardımcı olduğunu belirtmiştir. K3 galerilerin yetersiz olduğu dönemlerde sergi açamadıklarını belirterek, galerilerin artışıyla birlikte sergi açacakları mekânlara sahip olduklarını belirtmiştir. O dönemde sergi mekânlarının artması açısından, kendisi ve dönem arkadaşlarının, sanat galerilerinin açılmasını desteklediklerini belirtmiş, galerileri bu açıdan önemli birimler olarak gördüğünü beyan etmiştir. K3'ün konu üzerinde görüşü şu şekilde olmuştur:

Galerilerin açılması sanatın ulusal gelişimi açısından çok iyi bir olay oldu. Biz hepimiz galerilerin açılışını destekledik. Her galeri bir sanatçının eserlerinin sergilenmesi açısından çok önemli mekândır. Çünkü öncesinde sergi mekânı bulunamazdı. (K3, 1.Oturum)

K5, Türkiye’de 1980’lerden sonra olgunlaşan sanat pazarının sanatçılara, özellikle izleyici ile buluşma konusunda olumlu katkılar sunduğunu beyan etmiştir. Yine sergi mekânlarında sanatçıların birbirlerinin eserlerini görerek, birbirlerini tanıması açısından pazarın sanatçılar üzerindeki etkisini olumlu yönde değerlendirmiştir. Aynı şekilde K6, sanat pazarının meta değerine olan vurgusunun yanı sıra bu dönem içerisinde olgunlaşan sanat pazarının sanatçılar üzerinde olumlu etkileri olduğunu şu şekilde belirtmiştir:

... yani şöyle diyeyim, her ne kadar pazarın sanatı meta haline dönüştürmeye yönelik bir etkisi olsa da, bu hani sanatın alınıp satılabilirliği o ayrı bir konu ama, sanatla uğraşan insanları teşvik etmesi açısından ya da onlara moral vermesi, geleceğe daha güvenli bakabilmeleri açısından, bence olumlu etkileri var. (K6, 1.Oturum)

Katılımcıların, sanat pazarının olgunlaşma sürecine yönelik sanatçılar üzerindeki olumlu yöndeki görüşlerine ek olarak sanat pazarının, sanatçılar üzerindeki olumsuz yöndeki görüşlerine bakacak olursak: Sanat pazarının sanatçıların eserlerini tüketicilerine metalar olarak sunması ve sanatçılardan bir takım taleplerde bulunması, sanatçıların ister istemez üretim süreçlerini etkiledi görüşü K1, K2 ve K5’de ortak olarak görülen bir durumdur. Sanatçının içerisinde bulunduğu pazar, sanatçının kendini gösterebileceği bir alana dönüşüyor olması ve sanatçının pazar içerisindeki varlığını koruma isteği, sanatçıyı pazarın isteklerini önemser duruma getirdiği belirtilmektedir. Özellikle K2’nin sanatçının özgür ve özgün olması gerektiğine yönelik görüşleri, pazar ve pazarlama politikaları ile ters orantıda olduğu, bu sebepten dolayı günümüz sanatçılarının pazar içerisinde yeteri kadar özgür ve özgün olamadıkları belirtilmektedir.

Türkiye’de 1980’li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarının, K2’ye göre özellikle bu pazar içerisindeki ekonomik sistemin, sanatçı üzerinde oto sansür yarattığı anlaşılmaktadır. Yine, kültür endüstrisi yoluyla sanatın ve sanatçının şekillendirilip, yönlendirilmeye çalışıldığı, ortaya konulmuştur. Sanatçının pazar içerisinde var olma kaygısının onu özgür ve özgün olmaktan uzaklaştırdığı belirtilmiş, sanatçının yaratım sürecine de olumsuz etkiler sunduğu beyan edilmiştir. K2’nin sanat pazarı ve sanatçı ilişkisi üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Nasıl ki ülkelerin, yönetimlerin, idarecilerin, sanatçının yaratıcılığını engellemek veya yönlendirmek için sansür uygulıyorsa, pazarda ister istemez sanatçıda oto sansür oluşturur. Resim yaparken, müzik yaparken, film çekerken, yaa böyle bir sahne koyarsam sansüre uğrar, böyle bir resim yaparsam eleştiri gelir deyip sanatçı baştan kendine çeki düzen verir. Sanatçı kendini aykırılıktan, marjinallikten kendini çekiyor, sanatı usulleştiriyor. Sanatı edeleştiriyoruz, sanatı ahlak dışılıktan ahlak içine sokuyoruz. Ve yaratıcılığı engellemiş oluyoruz. Şimdi Pazar ekonomisi de aynı şeyi getiriyor sanatçıya. Ben nasıl resim yapayım ki çok satsın. Çalışmalarım pazarlayanın dikkatini çeksın. Açık arttırmalara, mezatlara nasıl popüler iş yapayım, çok kazanayım, ismim çok duyulsun, satılsın, dikkat çeksın gibi... (K2, 1.Oturum)

K5’insanat pazarı ve sanatçı ilişkisi üzerindeki görüşleri K1 ve K2’nin görüşleri ile aynı doğrultuda olduğu görülmektedir. Sanat pazarına girmek isteyen sanatçının yaratıcılığının,

pazar anlayışı ile ters düştüğü, bu yüzden sanatçının yaratıcılığının engellendiği yönünde görüşlerini ifade ettiği görülmektedir.

Yine K2 konu ile ilişkili olarak sanat pazarının, sanatçının özgürlük ve özgünlük alanına zarar verdiğini belirterek pazar içerisindeki sanatçı profilini şu şekilde açıklamıştır:

...öyle bir olay ki pazar, sanatçıyı tuvalinin başına geçerken özgün ve özgür olma düşüncesini etkiliyor. (K2, 1.Oturum)

Sanatçı baştan beri söylüyorum özgür ve özgün olmalıdır. Bir sanatçı özgür olamıyor, iki özgün olamıyor. (K2, 1.Oturum)

Konu ile doğru orantılı olarak, sanat pazarı içerisindeki sermaye sahibi güçlerin ya da küratörlerin yönlendirdiği bir ortamda, sanatçının nasıl resim yapacağı, hangi malzemeleri kullanacağı, sanki sipariş resimler yapan biri gibi sanatçı üzerinde kültür endüstrisinin etkilerini olmuştur.

4.1.2. Çağdaş Türk resim sanatı üzerinde galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin rolü.

Bu alt başlıkta katılımcılara “çağdaş Türk resim sanatının şekillenmesi üzerinde galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin rolünü nasıl değerlendirirsiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu galeri, fuar, müzayede gibi birimlerin ticari kurumlar olduklarından bahsetmiş ve bu birimlerin sanat eserlerini ticari bakış açısıyla değerlendirdiklerini beyan etmişlerdir. Katılımcılar, sanatı ve sanatçıları destekleyen pazar birimlerinin bulunduğundan da bahsetmiş ama sanata ticari anlayışla yaklaşan birimlerin yüzdelik oranlarının daha fazla olduğunu açıklamışlardır. Bu ticari anlayışın, çağdaş Türk resim sanatı üzerinde geliştirici etkilerinin bulunmadığından bahsederek, kamu ve devlet galerilerinin yetersizliğine dikkat çekmişlerdir. Sadece K5 bu birimlerin, sanatçıların sanatına yön vermesinde etkili rollerinin bulunduğundan bahsetmiş, izleyicilerin sanatla olan ilişkisinin güçlenmesinde de onlara yardımcı etkiler sunduğu şeklinde olumlu yönde değerlendirmede bulunmuştur. Fakat bununla birlikte K5’in, pazar birimlerinin konu üzerinde olumsuz etkilerinin de bulunduğunu ifade eden açıklamaları bulunmaktadır. K5’in görüşleri aşağıdaki gibi olmuştur.

... galeriler, müzayedeler, fuarlar, festivaller, bienaller sanatsal anlamda, gelen izleyici kitlesinin kafasında bir şekil oluşturması açısından, gelen izleyici kitlesinin içindeki sanatçı ekibinin de kendini yönlendirmesi bakımından, kendi sanatına yön vermesi bakımından etkileyici bir rolü var. Bu olumluda olabilir olumsuz da olabilir ama oldukça olumlu katkı sunuyor sanatçılara ve izleyicilere. (K5, 1.Oturum)

Çağdaş Türk resim sanatının gelişimi üzerinde 1980'li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarı birimlerinin ekonomik boyutuna dikkatleri çeken K1, K3, K4, K6, sanatsal üretimlerin maddi desteğe ihtiyaç duyduğunu belirterek, finans güçlerince ya da pazar birimleri yöneticileri aracılığıyla bu ihtiyaçların giderilmeye çalışıldığını beyan etmişlerdir. Özellikle K4 bu durum üzerinde, galeri, fuar, müzayede, bienal gibi birimlerin rollerinin giderek arttığını belirtmiş, sanatın izleyici kitlesine sunulması ve tüketilmesi açısından bu birimlerin önemli rollerinin bulunduğunu belirtmiştir. Konuya ilişkin K4'ün görüşleri şu şekilde olmuştur:

Şimdi bir defa şunu önce kabul etmemiz lazım, her türlü üretim ve etkinliğin mutlaka bir ekonomik boyutu vardır. Daha öncede söyledim, sanat üretimi desteğe ve maddi bir güce ihtiyaç duyar. Bu genel bir kuraldır ve bütün alanlar için geçerlidir. Sanat alanına, bizim resim alanına döndüğümüzde, ebetteki bu alanda da kim finanse ediyorsa, kim buna rağbet gösteriyorsa, kim ilgileniyorsa ona dayalı olan bütün aktiviteler, yani bütün etkinlikler, sanatın hem üretiminde hem tüketiminde mutlaka payı vardır ve etkilidir. Bu bazen olumsuz olur bazen olumlu olabilir ama mutlaka bunu bir toplumun genel gidişatının içerisinde düşünmek lazım. Türkiye 80'lerden sonra, daha çok piyasaya yönelik mekanizmalarla Türk toplumu oluşturuluyor ve geliştiriliyorsa, sanatta bunun dışarısında düşünülemez. Böyle bakıldığında sanatın özellikle tüketimi, paylaşılması açısından bu söylediğin galeriler, festivaller, müzayedeler, sergilemeler adım adım burada pay sahibi olmuşlardır, buda zaten kaçınılmazdır. (K4, 1.Oturum)

Çağdaş Türk resim sanatının şekillenmesi üzerinde galeri, fuar, bienal, müzayede gibi birimlerin rollerini oldukça etkili gören K6, bu birimlerin sanat eseri üzerindeki finansal etkilerine değinmiştir. Bu birimlerin, sanat eserinin pazar içerisinde değerinin belirlenmesi üzerinde önemli rollerinin olduğuna değinerek, sanatçının ilgi alanı içerisinde olmayan bu

konuları sanatçının dışında geliştirildiğini beyan etmiştir. K6'nın konuya ilişkin görüşleri aşağıdaki gibi olmuştur.

... pazarı belirleyen bu birimler oluyor. Pazarı belirleyen derken, eserlere değer biçen ve onlara maddesel olarak bir yere konumlayan bu müzayedeler, fuarlar ve galeriler gibi kurumlar oluyor. Yani buna, kişisel olarak sanatçı karar vermiyor, sanatçı belirlemiyor ya da ona değer biçen kişi sanatı yapan üreten kişi değil, onu ticari olarak pazarlayan kişiler oluyor. (K6, 1.Oturum)

K1, galeri, fuar, müzayede, bienal gibi sanat pazarı birimlerini sanatçıların, özellikle genç sanatçıların kendilerini tanıtılabilmeleri için önemli fırsatlar sunabileceğini belirterek, bu birimlerin ticari yönleri ve satış amaçlı politikalarının özellikle genç sanatçıları yeteri kadar destekleyememesine neden olduğunu belirtmiştir. Kamu ve devlet galerilerinin özel galerilere göre bu konu üzerindeki etkisinin daha fazla olduğunu belirterek, kamu ve devlet galerilerinin sayılarının artması gerektiğini beyan etmiştir. Özel birimlerin satabilecek sanatçıların eserlerini sergiliyor olmasını, çağdaş Türk resim sanatının gelişimi üzerinde negatif etki olarak görmektedir.

4.1.2.1. Galeri yöneticilerinin ve sanatçıların eğitimli bireyler olmasının gerekliliği

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde “çağdaş Türk resim sanatı üzerinde galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin rolü” başlıklı tema altında, galeri yöneticilerinin ve sanatçıların eğitimli bireyler olmasının gerekliliğine yönelik alt bir tema ortaya çıkmıştır. K2 ve K3'ün görüşlerinde ortaya çıkan bu alt temada, sanatın pazarlanmasında görev alan kişilerin kültürel anlamda donanımlı olmaları, sanatı doğru okuyabilmeleri ve eğitimli bireyler olmaları gerektiğine dikkatleri çekmiştir. Galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin yöneticileri, çağdaş Türk resim sanatının gelişmesinde etkili rol oynayabilmeleri için eğitimlerinin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Yine aynı şekilde özellikle K3, sanatçılarında eğitimli bireyler olmasının önemine dikkati çekerek, okuyan, sorgulayan bireylerin pazar içerisindeki kültür endüstrisi etkisinden kendini koruyabileceğini beyan etmiştir. Konu ile ilişkili olarak katılımcıların görüşleri şu şekilde olmuştur:

Bütün mesele aslında ne biliyor musun, yetişmiş insan. Her şey insanla başlar insanla biter. Eğer siz toplumdaki eğitim seviyesini yükseltmezseniz, toplumdaki eğitim ortalaması yüksek değil ise o eğitim seviyesine göre sizin de kültür tüketiminiz olur. Türkiye’de neden bu kadar diziler çok izleniyor, neden bu kadar “kitsch” eserler çok tüketiliyor, neden bu kadar “şey” müzikler dinleniyor ya da neden “belirli tarzlardaki” romanlar fazla okunuyor nedeni eğitimidir. Eğitim seviyesinin düşük olmasıdır. Birde dünyanın her tarafında olduğu gibi sen bireysel olarak sergini açabilirsin, sen bireysel olarak istediğin kitabı okuyabilirsin, istediğin filmi izleyebilirsin, istediğin müziği dinleyebilirsin. Ama eğitim kurumlarında, kamusal alanlarda ya da geniş kitlelere yönelik bir şey yapacaksan, işlerin, bu işten anlayan insanların ön seçiminden, yani jüri ön seçiminden geçmesi lazım. Galeriler ama kim o galeriler. Simdi batıda pek çok galericinin sanatın gelişimine katkısı olmuştur, kübistlerin, empresyonistlerin gelişmesine destek vermiştir. Ama bizim ülkemizde, pek çok galerici sanatın tökezlemesine geriye doğru gitmesini sağlamıştır. Galeride yani o kurumda işletilen iş dinamiğinin, o kurumu işleten kişinin eğitimi, kültürü çok önemli. Bu işteki profesyonelliği, yeterliliği çok önemli. (K2, 1.Oturum)

...öyle şeyler çıktı ki, “piyasa resmi” yaptırıp satan galeriler çıktı ortaya. Şimdi bunlar, sanatçılara direkt baskı yapıyorlar. Şöyle yap, böyle yap. Bunları yaparsan satarsın, bunları yaparsan satamazsın gibi zorlayıcı ve yönlendirici etkilerde bulunuyorlar. Ve de bu yönlendirilmeye çalışılan sanatçıların hepsi değil de özellikle yetersiz eğitilmiş olanlar, bu işe dört elle sarılıp başlıyorlar tavsiyeleri uygulamaya. Bu acı bir durum. Kültür ve eğitim önemli iki taraf için de. Aksi takdirde gelişimden bahsedemeyiz. (K3, 1.Oturum)

4.1.3. Sermaye sahibi güçlerin sanat üzerindeki varlığı

Bu alt başlıkta katılımcılara “Geçmişten günümüze, sanat üzerindeki sermaye sahibi güçlerin varlığı hakkında düşünceleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı sanat üzerindeki sermaye sahibi güçlerin varlığını onaylamış, geçmişten ve

günümüzden örnekler vererek sanatın desteklenmesinde ve ilerlemesinde bu güçlerin etkilerine değinmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (K1, K2, K3, K4, K6), batı sanatında olduğu gibi, Türk resim sanatının gelişiminde de sermaye sahiplerin, sanatçıları ve sanatı destekleyerek gelişmelerine ön ayak oldukları belirtilmiştir. Özellikle sermaye sahiplerinin müzeler açarak, büyük koleksiyonlar oluşturarak Türk resim sanatının gelişimine olumlu katkılar sunduğu K1, K2, K3, K6'nın görüşlerinde belirtilmiştir. Konu ile ilişkili olarak katılımcılardan bazılarının, sermaye sahibi güçlerin sanat üzerindeki varlığı hakkındaki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Var. Var tabi yani. Bunların başında Koç ailesi, Sabancı ailesi, Eczacıbaşı, Ülker grubu vs. geliyor.... Bu aileler şuanda ciddi anlamda sanata yatırım yapıyorlar. Müzeler kuruyorlar. Mesela Sabancıların müzeleri var, Eczacıbaşıların yine ciddi anlamda sanata destekleri var. Ve ayrıca bunlar müzede açmış durumdalar. Yurt dışı ile bağlantılı olarak eserler getiriyorlar, çok çeşitli sanatçıların eserlerini ülkemize getiriyorlar. (K1, 1.Oturum)

Batıda birçok müzenin sahipleri özel sermaye sahipleridir. Guggenheim müzesi, MoMA (Modern Sanatlar Müzesi), Louvre müzesi gibi önemli müzeler zengin aileler tarafından kurulmuştur. Bizde de Koç ailesi, Sabancı ailesi sanata sponsorluk yapmışlardır. (K2, 1.Oturum)

Katılımcıların bir kısmı (K2, K6), bugün pek çok sanat eserinin ve sanatçının izleyici önünde yer almasını, sermaye sahibi güçlerin sanata yönelik yatırımlarından kaynaklandığını belirtmiştir. Aynı zamanda bu yatırımların, sanatçıların sanatsal üretimlerine de katkısı olduğu belirtilmiştir. Bu konuyla ilişkin K2'nın görüşü şu şekilde olmuştur:

Batı sanatının temeline baktığımız zaman. Batı sanatının en büyük destekçisi kilisedir, dindir. Günümüzün deyimi ile batı sanatının sponsoru din olmuştur. Kilisenin siparişleri olmasaydı, bugün Leonardo'dan, Michelangelo'dan, Raffaello'dan, Donetello'dan birçok büyük sanatçıdan söz edemezdik. (K2, 1.Oturum)

Yine konu ile ilişkili olarak K6'nın görüşü:

... bugün bizim elimizde müzelerde izlediğimiz eserler varsa, sermaye sahibi güçlerin destekleri sayesinde kalmış ve oluşmuştur. (K6, 1.Oturum)

Sermaye sahibi güçlerin sanat üzerindeki etkisini: “Parayı veren düdüğü çalar. Bir şeyi kim finanse ediyorsa o onu etkiler. O nedenle, sermaye kurumlarının sanatın hem tüketimi, hem üretimi, hem kullanımı açısından etkili olmaları doğal bir şeydir ve tartışma götürmez.”(K4, 1.Oturum) şeklinde tanımlayan K4, sermayenin sanat üzerinde etkili rollerinin bulunduğunu beyan etmiştir. Bu etkili roller, sanatın üretimi, tüketimi ve kullanımı açısından sanatçıya yönlendirici etkiler sunduğunu belirterek, sanatçının bu süreç içerisindeki gerçek sorununun sanatsal dil yaratmak olduğunu belirtmiştir. K4, tarihten bu yana büyük sanatçıların bu yolda kendi özgün sanatsal dillerini yaratarak geleceğe kaldıklarını belirtmiş, günümüzde sanat üzerindeki sermaye etkisini şu şekilde değerlendirmiştir:

Şimdi günümüzde o tür tavırlar şekil değiştirmiştir. Günümüzde, bir sanatçıyı çağırıp da şunu bunu yap, tabii ki birtakım şeyler istenirken sanatçının mevcut durumu, gücü yok, ona göre ondan bir şey istenir. Ama günümüzde, ısmarlamadan çok, sanatçının serbest olarak yaptığı resimleri değerlendirme, onları paraya dönüştürme, onları kuruma mal etme, kurumun kurum olma alanlarından birisindeki boşluğu doldurma olarak sanat değerlendirilmektedir.
(K4, 1.Oturum)

Bazı sermaye güçlerinin sanatı para olarak değerlendirebilmesi, sermaye güçlerinin sanat üzerindeki varlıklarını gün yüzüne çıkaran önemli bir durumdur. Sanatın finansal değer kazanması üzerinde sermaye sahiplerinin rolleri, belirli sanatçıların eserlerine odaklanarak onlara yatırım yapmak, onlara yatırım değeri kazandırmak ve rağbet görmesini sağlamak şeklinde karşımıza çıkıyor (K3, K5). Bu konuyla ilişkili olarak K3, kendi yaşamış olduğu bir durumu örnek vererek şu şekilde açıklamada bulunuyor:

... bu 1982’de başıma geldi Vakko’da. Adamın biri, resimlerimin hepsini sürekli olarak takip etti ve sonra ne yaptı biliyor musun? Bu sermaye işte bak. Benim resimlerimin bir fiyatı vardı, ben ondan çok memnundum. Bana bu adam, resimlerimin hepsinin parasını verdi, bende çok sevindim. Sergiye bir gittim ki iki katı fiyat koymuş! Kızdım siz ne yapıyorsunuz, nasıl koyarsınız bu fiyata. Niye dediler, senin resminin fiyatını arttırdık! Ne diyeceğimi şaşırdım. Hiç böyle bir şey görmemiştim. Sermaye böyle işte, insanı şaşırtır. (K3, 1.Oturum)

Yine konu ile ilgili olarak belirli sermaye sahibi güçlerce sanatın maddesel boyutuna verilen öneme ek olarak, bu güçlerin beğenileri, kültür ve eğitim düzeyleri sanatın topluma ulaşmasında etkili ve belirleyici roller oynadığı K5'in görüşlerinde belirtilmiştir. Bu sebepten dolayı K2 ve K5, sanata sermaye yolu ile destek veren kişilerin nitelikli, kültürlü ve eğitilmiş bireyler olmasının önemine dikkat çekmişlerdir. Bu konu ile ilişkili olarak K5'in görüşleri şu şekilde olmuştur:

...sanat üzerinde egemen olan gücün, beğenileri doğrultusunda bazı sanat eserleri rağbet görüyor. Toplumu yönlendiriyor, toplumun bakış açısını yönlendiriyor. O sanat güçlerinin, sanat geçmişleri, birikimleri, sanatın geleceğine yön verdikleri üzerinde çok önemli ve bu kişilerin sanat birikimlerinin, eğitimlerinin geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum. (K5, 1.Oturum)

4.1.4. Çağdaş Türk resim sanatının, sermaye sahibi güçler tarafından manipülasyonu

Bu alt başlıkta katılımcılara “Çağdaş Türk resim sanatının, sermaye sahibi güçler tarafından manipülasyona uğrayıp uğramadığı hakkında görüşleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (K2, K3, K4, K5, K6), çağdaş Türk resim sanatının bazı sermaye sahibi güçler tarafından manipülasyona uğradığına yönelik görüşlerini ifade etmişlerdir. K1, bu konu üzerinde yeterli bilgisinin olmadığını söyleyerek, yorumda bulunmamayı tercih etmiştir. Konu ile ilişkili olarak katılımcılardan bazılarının görüşleri şu şekilde olmuştur:

Kesin manipülasyona uğramaktadır. Şöyle bir şey var, bir şeyin içerisinde para varsa, ekonomik temel varsa, bunu da yapan kişi değil de birilerinin yani sanatı yapan kişinin kendi gücünden değil de dışarıdaki güçlerle birlikte bu ortaya çıkıyorsa ve işin içerisinde doğrudan veya dolaylı olarak kâr elde etmek, güç elde etmek, bazı birikimlerin sahibi olmaya yönelik girişimler varsa, bunun spekülatsiz olanı yoktur, manipüle edilmemiş olanı yoktur. Ama bu şu demek değildir ki, günümüzde çağdaş Türk veya dünya sanatındaki bütün üretimler, bütün eserler, manipülasyon veya bir nevi spekülasyon sonucu

çıkmiş eserlerdir diye de genel tanımlamada yapamayız. O da yanlış olur. (K4, 1.Oturum)

Şimdi, günümüzde bunu düşünmüyorum ya da bunun etkisi yok demek imkânsız. Hele ki içerisinde bulunduğumuz ekonomik sistem, ekonomik düzen, global dünyanın içerisinde bulunduğu düzen içerisinde bunun hiçbir etkisi yok demek çok saf dillilik olur, gerçek dışı olur. Mutlaka var, kesinlikle var, çok etkili hatta. (K6,1.Oturum)

Sanat üzerindeki bu tür manipölasyon etkilerinin sanatçıların yaratıcılıkları üzerinde de olumsuz etkiler sunduğunu belirten K3 ve K5, bu durumunun sermaye güçlerince yönlendirilmeye çalışılan sanatın maddesel değerine verdikleri önemden kaynaklandığı belirtilmiştir. Konu üzerine katılımcı görüşleri şu şekilde olmuştur:

... sermaye sahipleri sanatı büyük ölçüde manipüle ediyor. Sanatçıları çok etkiliyor, ama tamamını değil. Şükürler olsun ki yine de genç arkadaşlarımız, ağabeylerimiz belirli bir çizgide kendi yolunda ilerleyen çok iyi ressamlar, hocalar, arkadaşlarımız var. (K3, 1.Oturum)

Evet, sanat sermaye sahibi güçlerin isteği doğrultusunda biçimleniyor. Onların maddi varlığı doğrultusunda, onların kullanma amaçları doğrultusunda sanat eserleri, dış mekân eserleri, iç mekân eserleri, bir konu bağlamında yapılan eserler, daha serbest ve özgün eserler hepsi o kişilerin isteği doğrultusunda önemli ya da önemsiz görülüyor. Dolayısıyla bu da sanatçıların sanata yönelik bakış açısını etkiliyor ve sanatçıların yaratım süreçlerini etkiliyor. (K5, 1.Oturum)

K2, bazı sermaye sahibi güçler tarafından manipölasyona uğrayan sanatın, sermaye tarafından kendi istekleri doğrultusunda şekillendirilmeye çalışıldığına dikkati çekerek, sanatın sürekli olarak devlet kontrolü altında bulunması gereken alanlardan birisi olduğunu belirtmiştir. Sanat, eğitim, sağlık gibi önemli alanların sadece özel sektörün eline bırakmanın olumsuzluklarına değinen K2, bu alanların meta yönüne ağırlık verilmesinin toplum üzerinde olumsuz sonuçlar doğuracağını belirtmiştir.

4.1.5. Çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, müzayede gibi birimlerin sanatçıya yönelik kâr odaklı yaklaşımı

Bu alt başlık, katılımcılara “Çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, müzayede gibi birimlerin, sanatçıya kâr odaklı bir anlayış çerçevesinde yaklaşım yaklaşmadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilecek oluşturulmuştur. Katılımcıların bu soruya vermiş oldukları cevaplarda (K1, K2, K4, K5, K6), çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, müzayede gibi birimlerin, sanatçıya kâr odaklı bir anlayış çerçevesinde yaklaştığına yönelik görüş beyan ettiği görülmüştür. K1, K2, K4, K5’in görüşlerinde, satış bağlamında tüketiciye hizmet eden çalışmaların, bu birimler tarafından öncelikli tercih olduğu anlaşılmıştır. Katılımcılar tarafından, galerilerin kendi varlıklarını sürdürebilmeleri için ticari düşünmek durumunda olduklarını, kâra olan ihtiyaçlarının bu sebepten dolayı olduğu (K1 ve K2’in görüşlerinde) belirtilmiştir. Aynı zamanda K6’nın görüşünden anlaşıldığı üzere, sanat pazarı içerisindeki bu birimlerin tamamını, kâr anlayışı ile hareket eden kurumlar olarak değerlendirmemek gerektiği, pazar içerisinde sanatı ve sanatçıyı koruyan, onların gelişimine destek veren birimlerin varlığının da söz konusu olduğu beyan edilmiştir. Galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin sanatçı üzerindeki kâr odaklı yaklaşımına ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şu şekilde olmuştur:

Kâr olarak bakıyor. Bir kere galericinin, koleksiyoncunun vs. derdi şu; ben öyle resimler toplayayım ki gelecekte çağdaş Türk sanatına katkısı olsun değil ben kâr edeyim, para kazanayım. Böyle bir şey yok. Gitsin bir yerden arsa alsın vs. onla uğraşsın. Şimdi mutlaka gelir, kâr vardır. Ha o olsun olmasın değil. Ama şu çok önemli, doğru seçim, nitelikli seçim. Kâr etmek amacıyla, sanat dışı yoz beğeni alıp da çağdaş Türk sanatı, geleceğin sanatı gibi yanlış örneklerle tanıtmak çok büyük hatadır. Yapılan hata budur. (K2, 1.Oturum)

Kesin kâr amaçlıdır, onun dışında hiçbir şey ilgilendirmez, ney ilgilendiriyor ki bunları. Herhangi bir müzayedeci niçin müzayede düzenler ki, kâr elde etmek için. Ama bunun dışında şu var. Bu her meslek için söz konusu. Başka işlere de yönelebilecekken kişi, buraya yönelmesinin bireysel, kurumsal nedenleri de vardır. Çünkü birçok iş alanı varken, birileri galeriye yöneliyor, birisi müzayedeye yöneliyor, birisi sanat fuarlarına yöneliyor, birisi büyük

sergilemelere yöneliyor, uluslararası sanat fuarlarına yöneliyor. Burada ki temel neden paradır, kârdır. (K4, 1.Oturum)

...gerçekten bu işi sanat için yapan galerilerde var biliyorum, birebir tanıdığım galeri sahiplerini de biliyorum. Yani, sadece sanatçıyı koruma amaçlı onun işlerini sunma amaçlı. Ticari olarak kâr elde etmek değil, gerçekten sanatçıyı koruma amaçlı galerilerde var ama dediğim gibi küresel çapta baktığımızda bunu düşünmek, birinci planda ben sanatçıyı koruyorum ve sanatı koruma amaçlı bunu yapıyorum demek mümkün değil. (K6, 1.Oturum)

Katılımcıların büyük çoğunluğu tarafından (K1, K2, K4, K5), ticari amaçlı sanat pazarı birimlerinin, sergilenecek eserlerde, tüketicilerin beğenilerine sunulacak eserler olması yönünde, satışı kolay eserleri tercih ettikleri belirtilmiştir. Tüketicilerin alım gücü ve beğenilerinin hâkim olduğu bu tür tercihlerde, eserlerin niteliği tartışma konusu haline geldiği, bu sebepten dolayı da, sanat tacirlerinin eğitilmiş insanlar olmasının gerektiği K1 ve K2 tarafından vurgulanmıştır.

4.1.6. Günümüzde resim sanatının yatırım aracı olarak algılanması

Bu alt başlıkta katılımcılara “Günümüzde resim sanatının, sanata yatırım yapan kişiler/ mesenler/ sanat hamileri tarafından bir yatırım aracı olarak algılanıp algılanmadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı, günümüzde resim sanatının, mesenler veya sanat hamileri tarafından bir yatırım aracı olarak algılandığına yönelik görüş ifade ettiği görülmüştür. Aynı zamanda K1, K2 ve K3 sanata yapılan yatırımların ticari temeller üzerine kurulu olduğunu, K1, K5 ve K6’nın ise sanata yapılan yatırımların, yatırımcısına kâr sağladığı yönünde görüş beyan ettiği görülmüştür. Katılımcıların görüşlerinden anlaşıldığı üzere, sanatın yatırım değerine sahip olması, onun belirli kişiler tarafından ticari bir meta olarak algılandığının göstergesidir. Günümüzde pek çok sanat hamisi tarafından, belirli sanatçıların eserlerinin takip edilerek, onlara ulaşılmaya çalışılmasının ardında, sanatın yatırım değerinin etkisi bulunduğu, katılımcılar tarafından belirtilen bir durumdur.

K1’in görüşlerinden anlaşıldığı üzere, bir sanatçının eserlerinin kalıcı olup olmaması, değer kazanıp kazanmaması “zamanla” ilişkili bir durumdur. Bu yüzden “zamanın”, sanatın yatırım değeri kazanımı üzerinde, önemli bir faktör olduğu belirtilmiştir. Kısa

vadede sanata yapılan yatırımların kâr getirmeyebileceğini belirten K1, uzun vadede sanatı yatırım yapılabilinecek bir alan olarak görmektedir. Aynı zamanda, resim sanatına yatırım yapmayı diğer yatırımlar gibi geniş ölçekli bir yapıda değerlendirmemek gerektiği K1 tarafından belirtilmiştir. Resim sanatının yatırım aracı olarak algılanmasına yönelik K1'in görüşleri şu şekilde olmuştur:

Şimdi tabii ki resim sanatını, kısa süreli bir yatırım aracı olarak düşünüyorsa insanlar, tabii ki yanılıyorlar. Bunun çok kısa sürede kâr getireceğini düşünmüyorum. Bu uzun vadeli olur. Ama sadece ben buradan geçim sağlayacağım, sadece resme yatırım yapacağım, üç sene beş sene sonra ben buradan şu kadar kazanırım düşüncesini doğru bulmuyorum. Bunun gerçekleşmesi de zor kuşkusuz. Şimdi yine batıdan örnek vereyim, onlar bunu çok iyi yaşamışlar. Bizim bu konuları yaşamamız kısa bir süreç. Sayıları çok az olmakla beraber Cumhuriyetin kuruluşundan bugüne, birçok sanatçının resimleri pek değer bulmazken, özellikle 1980 sonrası resim piyasası oluşmaya başladığında resim sanatı artık değer kazanmaya başladı. Yani bugün bir resim, bir ev, daire bedelinde olabiliyor. Ama bu arada geçen senelerde az bir süre değil yani. En az yetmiş yıllık seksen yıllık bir süreden bahsediyorum. (K1, 1.Oturum)

K3, günümüzde resim sanatının yatırım aracı olarak algılandığına yönelik görüşlerini, meta anlayışı ile ilişkilendirmektedir. Sanat eserlerinin diğer metalar gibi alınır satılır duruma gelmelerinin yanı sıra kimi zaman hızlı bir şekilde tüketilen kimi zaman ise uzun vadede yatırıma dönüştüğü K3'ün görüşlerinden anlaşılmaktadır. Günümüzde, sanatın yatırımcısına kâr getirdiğini belirten K3'ün konu üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Artık resim bir yatırım aracıdır. Yani şuandaki anlayış odur. Evine bir resim alan adam yatırım için alıyor. (K3, 1.Oturum)

...Adorno'nun saptadığı olayın tam orta göbeğindeyiz şimdi. Resim ticari bir meta haline geldi. Ve sanat, özellikle İstanbul'da bir genç arkadaşı güzelce cilalayıp, parlatıp, onun üzerinden para kazanıyorlar ve bu birkaç sene sonrada onu tüketip başka bir şeye geçiyorlar. Burada mesela ben şöyle diyorum, "müzayede gülü" oluyor kişi. (K3, 1.Oturum)

K5 'in "Çok az kişi sanatın yatırım aracı olduğunu düşünüyor." şeklindeki açıklaması, sanatı yatırım aracı olarak gören kişilerin sanattan anlayan, sanat hakkında kültürel

donanımı olan, koleksiyonerler, müzayede kuruluşları, galericiler gibi mesenleri kastettiğini görmekteyiz. Halk içerisindeki herhangi bir kişinin sanat üzerine yatırım yaptığının söz konusu olmadığını belirten K5, sanata yatırımların bu işle alakalı müdahimler tarafından gerçekleştiğini beyan etmiştir. K5 ve K6'ya göre sanatın yatırım aracı olarak algılanmasının ya da yatırım aracı olarak sanatın hitap ettiği zümre seçilidir ve belirlidir. Bu yüzden çok az kişi K5'e göre sanatı yatırım aracı olarak görmektedir. K5'in görüşleriyle doğru orantılı olarak K6'nın konu üzerindeki görüşü şu şeklide olmuştur:

...şuanda, sanatı da artık bir yatırım aracı olarak kullanıyorlar. Özellikle bu son on, on beş, yirmi yılda gelişti bu anlayış. İşte, ekonomik seviyesi belirli bir seviyenin üzerine çıkan insanlar artık yatırım aracı olarak sanatı da kullanıyorlar. Bu da dediğim gibi bir birinden kopuk bağlantısız şeyler değil, küresel düzenin içerisinde artık sanatında bir meta haline dönüşmesiyle birlikte bu yönelime başladılar. Yani, çok sanat sevdiklerinden dolayı değil bence. İyi bir yatırım aracı olarak kullandıklarından dolayı. (K6, 1.Oturum)

Sanatın yatırım değerine sahip olması, onun bir meta olarak algılanmasının üzerinde de etkili olduğu, katılımcıların görüşlerinden anlaşılan bir diğer durumdur.

4.1.7. Çağdaş Türk resim sanat pazarında, sanat eserinin maddi değerinin belirlenmesi üzerindeki kıstaslar

Bu alt başlıkta katılımcılara “Sizce, çağdaş Türk resim sanat pazarında, sanat eserlerinin değerinin belirlenmesi üzerinde, ne tür kıstaslar bulunmaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılardan K1, K2 ve K3 sanat eserlerinin maddi değerinin belirlenmesi üzerinde reklamın önemli rol oynadığını beyan etmişlerdir. Katılımcıların reklam üzerindeki bu ortak görüşü, dergi, gazete, televizyon programları gibi basın organları yardımı ile sanat eserlerinin maddi değerinin artmasına yardımcı olacak şekilde eleştiriler, köşe yazıları ve tanıtımlar gibi aktivitelerin konu üzerindeki etkisinin anlaşılması üzerinde önemli rolleri bulunduğu katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Katılımcılardan K1, K5 ve K6 sanat eserinin maddi değeri üzerinde “marka” etkisine dikkat çektikleri görülmüştür. Katılımcıların buradaki ortak görüşü, marka sanatçının ve marka tacirin, tüketilebilen ürünlerin sahip oldukları marka değerine duyulan güvenin sanatçı ve tacirler içinde aynı güveni doğurduğu şeklindedir. Yine, sanat eserlerinin sunulduğu kitlenin ekonomik ve

kültürel düzeyleri, sanat eserinin maddi değeri üzerinde belirleyici rol oynadığı K1, K5 ve K6'nın görüşlerinden anlaşılmaktadır. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde öne çıkan bir diğer konu da, sanatsal değer maddi değere dönüştürülmesinin imkânsız olduğudur. K2 ve K4'ün görüşlerinde ortak olarak görülen bu konu, günümüzde sanat eserlerinin maddi değerleri, onların sanatsal içeriklerini yansıtmada belirleyici bir rol oynamadığı çünkü sanatsal değer para olgusu ile ölçülemeyeceği nedeni ile ifade edildiği görülmektedir.

K1, sanat eserlerinin maddi değerlerinin belirlenmesi üzerindeki kıstasları, tamamen pazarlama taktikleri ile ilişkili olduğunu belirtmektedir. Serbest piyasa koşulları içerisinde bir sanatçının sergisinde, eserlerine biçilen fiyatların tüketici tarafından kabul görmesi, bu eserlerin değerinin belirlenmesinde etkili olduğu, aynı zamanda tanınan, marka bir sanatçının eserleri üzerindeki fiyatların belirlenmesinde bu kimliğin önemli rol oynadığı K1 tarafından belirtilmektedir. K1, sanat eserinin maddi değerinin belirlenmesi üzerindeki görüşünü şu şekilde belirtmiştir:

Bu tamamen bir pazarlama. Siz istediğiniz kadar fiyatı düşükte koysanız, çok yüksekte koysanız bunlar çok fazla etkileyici olmuyor. Yani etkileyici olan marka, sanatçının isminin çok dolaşıyor olması. Yani, basında, gazetelerde isminin dolaşması, bazı köşe yazarlarının ya da eleştirmenlerin olumlu eleştirileri. Bunlar sanat eserinin fiyatını arttırıyor. (K1, 1.Oturum)

K2'nin, sanat eserlerinin maddi değerlerinin belirlenmesi üzerindeki kıstasları, kapitalizm mantığı şeklinde değerlendirdiğini görüyoruz. K2, bu durum üzerinde reklamın etkili olduğunu düşünmektedir. Fakat K2 görüşlerinde, sanat eserinin net bir maddi değerinin ve bunu belirleyecek kesin kıstasların bulunmadığını belirtmiştir. K2'nin konu üzerindeki görüşleri şu şekildedir:

Reklam etkiler ama sanat eserinin kıstası olamaz. İyi ya da kötü diye kıstasları olamaz sanatın. Maddi anlamda da bilmezsiniz bunu... Açık arttırmaya girer bir eser, yüz lira ile başlar on bin dolara çıkar, anlata biliyor muyum? Bu anlık bir olaydır. Yani tamamen falanca sanatçının resmi şu kadardır gibi bilimsel bir tanımlaması yoktur. Tamamen suni yapay bir kriterdir. Bunun niteliği nedir, bu neye göre belirlenmiştir, belli bir açıklaması yoktur. Çünkü bu iş, sadece pazarlayanların durumudur. Geniş perspektiften baktığınız zaman bunun belli bir kriteri, bilimsel bir tabanı yoktur. (K2, 1.Oturum)

K2'in bu görüşleriyle doğru orantılı olarak, sanatın para olgusuyla değerlendirilmesindeki güçlüklerle yönelik K4'ün görüşleri şu şekilde olmuştur:

...şunu unutmayalım, sanat gibi resim sanatı gibi bazı şeyler, yalnızca para olgusu ile değerlendirilen bir alan değildir. İşin içerisine sanat girdiği zaman, sanattan ve değerden bahsedildiği zaman, olay epeyce değişir. Sanat, resim sanatı ve diğer sanatlar bir entelektüel olaydır, bir dil olayıdır, bir toplumsal ve bireysel birikim olayıdır. Yani siz onu çok para ile çok olanaklarla geliştiremezsiniz, ona yön veremezsiniz, kötüyü iyi gösteremezsiniz, iyiyi kötü gösteremezsiniz. (K4, 1.Oturum)

Sanat eserlerinin maddi değerlerinin belirlenmesi üzerinde reklamın etkisine dikkatleri çeken K1, K2 ve K4'ün görüşlerinde, reklamın günümüzde insanoğlu üzerindeki etkisinden yararlanılarak, ticari kurallar çerçevesi içerisinde, istenilen ürünün yüceltilmesi prensibi ile bu ürüne daha fazla rağbet sağlanılabildiği anlaşıyor. Sanat için de diğer ürünlerde olduğu gibi benzer sonuçlara ulaşmada reklamın etkili olduğu K1, K2 ve K4'ün görüşlerinden anlaşılmaktadır. Konu ile ilişkili olarak katılımcılardan bazılarının görüşleri şu şekildedir:

Ana belirleyici reklam. Türkiye'de de dünya'da da böyle. Türkiye'de falanca ressam iyi ressamdır, onun resimleri çok para ediyor, beşe aldım ona sattım deyince, o beşe aldım ona sattım, ona aldım yirmiye satıma dönüşüyor. Daha sonra yirmiye aldım otuza sattıma dönüşüyor. Yani, şu an ki piyasada egemen olan anlayış bu. Dil yaratmak için uğraşan birçok değerli sanatçı, günlük piyasada yer alamayabiliyor. Ticaretin kuralı bu. (K4, 1.Oturum)

K5 “sanatçı pazarlayıcı olmalıdır” sözü ile sanatçıdan uzak olan bir düşüncenin, günümüz sanat ortamı içerisinde, sanatçının da azda olsa sanatın pazarlanmasına yönelik bilgisinin bulunması gerektiğini belirtmiştir. Katılımcının bu görüşü, ünlü çağdaş sanatçılardan, Andy Warhol, Damien Hirst gibi isimlerin, günümüz de sanatçının iyi bir pazarlamacı olması gerektiğine yönelik görüşleri ile benzer özellik taşıdığını görülmektedir. Bu görüşle doğru orantılı olarak Aldinç'in Sabah gazetesindeki “Ressamım, Lüks İçerisinde Yaşıyorum” başlıklı yazısında, “Picasso da ciddi bir tüccardı. Kabul etmek lazım dönemin devrimci sanatçıları, iyi birer tüccar” (Aldinç,2011) şeklindeki açıklaması, konu üzerine güzel bir örnek sunmaktadır. Yine K5'in görüşlerinde, sanat eserinin değerinin belirlenmesi üzerinde marka sanatçının, marka tacirin, eserin sunulduğu kitlenin etkili

rollerinin bulunduğu belirtilirken, sanatçının kendisinin de bu durum üzerinde belirleyici rol oynadığı, katılımcının vurguladığı bir kriter olmuştur.

Sanat eserinin maddi değerinin belirlenmesi üzerindeki kıstaslara yönelik, kendi yaşamış olduğu bir durumu örnek olarak veren K3, kendi çalışmalarının nasıl fiyatlandırıldığı, fiyatların belirlenmesinde kimden yardım alındığı ve neye göre fiyatların belirlendiği üzere, şu şekilde kendi deneyimini paylaşmıştır:

Bir sanat eseri kaç lira eder, bunun piyasa değeri nedir? Kimse bilemez bunu. Fakat ben kendimden bir örnek vereceğim. Yıl 1976, benim ufak ufak çeşitli resimlerim vardı. Böyle Anadolu'dan resimler yapmaya başladım. Etrafı kapalı kompozisyonlar, çalışanlar vs. Ve bu resimler satılmaya başladı. Fakat alıcı diyor ki ...bey fiyatı ne kadar? Ben, kem, küm, bilmem ne, vallahi bilmem ki ben vs. satmasını bilmiyorum çünkü. Resim nasıl satılır, para eder mi? Ve ben nerdeyse adamın boynuna sarılacağım bedava vereceğim istediği için. Adam birde üstüne para veriyor! Adam diyor; ver bir şey ...bir şey söyle vereyim. Eşimde bir şey söyle işte diyor, bende fiyatını bilmiyorum. O zaman Allah rahmet eylesin Teoman Baykal diye çok saygı değer bir koleksiyoner vardı müteahhitdi. Çok resim alır, satardı. Benden de alırdı. Bir gün bana geldi, senden bir resim almak istiyorum dedi. Aman ben bir sevindim, bir sevindim. Dedim ki, Teoman abi senden bir şey rica edeceğim. Buyur dedi. Ya benim resimlerim kaç para eder şunun bir adını koy. Şimdi o biliyor. 50X60 bir resmi aldı, düşündü, düşündü, düşündü. Bunlar dedi, 600 dolar ile 700 dolar arasında değişir dedi. 50X60, 60X70. Ama şimdi dolar deyince şimdiki dolar değil o zaman. 1 Liradan daha ucuzdu dolar. Oh dedim ya işte bu. Ondan sonra ben başladım fiyat koymaya, bu biraz küçük 300 Lira diyorum, biraz büyükler 700 Lira diyorum, 750 diyorum ondan sonra daha büyükler vardı onlara 1000 diyorum, 1250 Lira diyorum ve de ikincisi şunu da düşünüyordum, asla bir öğretmen maaşının aldığı paranın üstüne çıkmamayı. Bu realisttir, gerçekçi bir bakış açısidir.... (K3, 1.Oturum)

4.1.8. Çağdaş Türk resim sanat pazarında, satış ve satış rakamlarının, sanatçı ile olan ilişkileri

Bu alt başlık, katılımcılara “Çağdaş Türk resim sanat pazarında, satış rakamları ile sanatçı arasında nasıl bir ilişki olduğunu düşünüyorsunuz?” sorusu yöneltilerek oluşturulmuştur. Katılımcıların bu soruya vermiş oldukları cevaplardaki ortak görüş (K1, K2, K3, K4, K5, K6), marka sanatçıların satış rakamları ile doğrudan ilişkili olduğu yönündeki görüşleri olmuştur. Thompson’ın da belirttiği gibi, “sanat piyasası, markalaşmış bir tacir tarafından temsil edilen markalaşmış bir sanatçı açısından gayet sağlıklı, ana akım bir galeri tarafından temsil edilen bir sanatçı açısından da sorunsuz görünür” (Thompson, 2011, s. 93). Thompson’ın bu görüşü, marka sanatçıların eserlerinin, sanat pazarı içerisinde kolaylıkla alıcı bulabildikleri üzerine söylenmiş bir sözdür. Katılımcılar da bu görüşlerle doğru orantılı olarak, markanın tüketiciye sağlamış olduğu güven duygusu ile markalaşmış sanatçıların pazarda daha fazla rağbet gördüğünü belirtmişlerdir. Konu ile ilişkili olarak katılımcılardan bazılarının görüşleri şu şekilde olmuştur:

Marka sanatçıların şansı daha fazladır... Bir marka isim olduğunuz takdirde çok daha rahat eserler satabiliyorsunuz. Fiyatlar da bununla doğru orantılı. Anakara’dan örnek vereyim, Mustafa AYAZ, Yalçın GÖKÇEBAG bunlar tanınmış (marka) isimler ve bunların yaptığı her çalışmada satılıyor. Yani, alıcıları var... marka izleyici tarafından öncelikli tercih oluyor. Yani, orijinale gücü yetmese bile izleyicinin, baskılarını alabiliyorlar. Çünkü orijinaler pahalı on milyar, yirmi milyar vs. Ama baskıları daha ucuz...(K1, 1.Oturum)

...Yani, nasıl bir telefonu ya da bir bilgisayar alırken marka arıyorsak, artık insanlar sanat eseri alırken de o sanatçının markasına bakar hale geldiler. Etiket çok ön plana geçmeye başladı. (K6, 1.Oturum)

Konu ile doğru orantılı olarak, sanat pazarının, sanatçıyı markalaştırarak tüketiciye sunduğunu, bunu yaparak aslında marka değerinin tüketici üzerindeki önemine dikkati çeken K2, satış rakamlarının sanatçının dışarısında gerçekleşen, pazar ekonomisi ile ilişkili bir durum olduğunu belirtmiştir. K2’nin konu üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Satış tamamen pazar ekonomisi ile ilişkili bir şey. Bunlar pazarlama taktikleridir. Bazıları falanca sanatçı şöyleydi böyleydi diye abartırlar, markalaştırırlar. Dertleri o sanatçıyı övmek değildir. Dertleri, elindeki resimleri en yüksek fiyata satmaktır. Onları sattıktan sonra o sanatçı ile ilişkisi

bitmiştir... Pazar ve pazarlama taktiklerinin, bir sanat eserinin kalıcılığı ile niteliği ile hiçbir bağlantısı yoktur. O sadece, o günü kurtarmak için yapılan yapay bir başarıdır. (K2, 1.Oturum)

4.1.9. Sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasındaki ilişki

Bu alt başlıkta katılımcılara “Günümüz sanat pazarı içerisinde sanatçının, inisiyatifi doğrultusunda çalışmalar üretilip üretilmediğine yönelik düşünceleriniz nelerdir? Sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasındaki ilişkiyi nasıl değerlendiriyorsunuz?” soruları yöneltilmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplarda (K1, K2, K3, K4, K5, K6), sanat pazarının sanatçı inisiyatifini etkilediğine yönelik görüş beyan ettikleri görülmüştür. Bu ortak görüşe ek olarak, sanat pazarı ile sanatçı inisiyatifi arasında herhangi bir ortak görüşün bulunmadığını beyan eden katılımcılar, sanatçı inisiyatifinin sanat pazarının beklentilerine ayak uyduramayacağı, bu beklentilerine ayak uydurması durumunda da sanatçının özgürlüğünün ve yaratıcılığının olumsuz yönde etkileneceği belirtilmiştir. Konu bağlamında, sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasındaki ilişkiyi iki yönlü değerlendirmek gerektiğini belirten K2, K3, K4, K5, K6, sanatçı üzerine odaklanmışlar, sanatçıyı iki yönlü değerlendirmişlerdir. Katılımcılar, gerçek sanatçı kişiliğine sahip bireylerin dış etkiler karşısında dirençli bir şekilde durduklarını, sanatçı etiketi altındaki bireylerin ise dış etkilerden etkilenip onların istekleri doğrultusunda çalışmalar ürettiklerini belirtmişlerdir. Konuda yer alan sanat pazarının sanatçı üzerindeki etkileri, daha çok bu sanatçı etiketi altındaki bireyler üzerinde görüldüğü K2, K3, K4, K5, K6 tarafından belirtilmiştir.

Tema üzerindeki katılımcı görüşlerine bakacak olursak, K1, sanat pazarının 1980’li yıllarda olgunlaşmaya başlamasıyla ve bu sayede resimlerin alınıp satılır hale gelmesi ile birlikte sanat pazarında resim satma kaygısı ile resim yapan birçok insanın pazarda yer almaya çalıştığını belirtmiştir. Aynı zamanda, bu kazanma isteği ile pek çok sanatçı, pazarın istekleri doğrultusunda çalışmalar üreterek, özgünlükten uzaklaşan çalışmalar ürettikleri K1’in görüşlerinde görülmektedir. Katılımcının konu üzerindeki görüşü şu şekilde olmuştur:

...1980’den sonra resimlerin alınıp satılır olması, resimden uzaklaşmış insanları bile resim yapar hale getirdi. Hatta öyle tanıdıklarım var ki. Resim bölümünü bitirmiş, başka mesleklere gitmiş, resimler bu dönemde para etmeye

başlayınca tekrar resim yapmaya başlamış insanlar tanıyorum. Bu bir şekilde yönlendirmedi. Bir başka şeyde, şimdi yapılan resimler, piyasada alınıp satılıyorsa, rağbet görüyorsa, bazıları da sadece ve sadece, para kazanmak kaygısıyla bu işle uğraşıyorlar. Para kazanmak kaygısını ikiye ayırmak lazım. Birincisi alınıp satılıyor, ama kendi resmini yapan insanlar var. Birde piyasada tutulan sanatçıların resimlerini biraz değiştirerek resimler yapan insanlar var. Ticari kaygılar çerçevesinde, esinlenerek hatta neredeyse kopya derecesine varacak şekilde resim yapanları da gördüm. (K1, 1.Oturum)

K1'in bu görüşlerine ek olarak, sanat pazarında ister istemez yer almak zorunda olan ressamın sanatçı tavrına yönelik, kendi kişiliğinden ödün vermeden oluşturduğu çalışmalarını başarılı örnekler olarak değerlendirmiş ve bu tavrı gerçek sanatçının sahip olması gerektiği bir özellik olduğunu beyan etmiştir. Konuya ilişkin K1'in görüşleri şu şekilde olmuştur:

...sanat piyasasına yönelik hangi tür resimler rağbet görüyorsa ona yönelenlerde var ve onları olumsuz olarak örnek gösteririm. Olumlu örnek ise şu: Adam yine kendi resmini yapar, satılır satılmaz o ayrı bir konu... ama kendi kişiliğinden, kendi özünden ödün vermeden çalışma yapar. İşte kalıcı olacak olanlarda bunlar olacaktır. (K1, 1.Oturum)

Yine aynı konuyla ilgili olarak K1 ile aynı görüşte olan K4, konuyla ilişkili şu şekilde bir örnek vermiştir:

...Picasso'nun bir lafı vardır; "ben sattığımı yapmıyorum, yaptığımı satıyorum". Bu sanatçı tavrıdır. (K4, 1.Oturum)

Sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasındaki ilişkiye yönelik K2'nin görüşlerinde, sanat pazarının kendi çıkarları doğrultusunda sanatçıyı yönlendirmeye çalıştığı belirtilmektedir. Bu yönlendirmeden, özellikle kendi özgünlüğünü koruma yönünde eksiklikleri bulunan sanatçıların etkilendiği katılımcının görüşlerinde beyan edilmektedir. Konu üzerine K2'nin görüşleri şu şekilde olmuştur:

Sanat pazarı sanatçıyı etkiler. Zaaflı olan sanatçıyı etkiler. Bu sene şu şekilde resimler tuttu öyle resimler yapayım, bu sene böyle renkler tutuyor böyle renkler kullanayım vs. Mesela benim başıma da geliyor. Diyor ki, ya sen

balerin resimleri yapıyordun, çok iyi satıyorduk, şimdi niye yapmıyorsun gibi.
(K2, 1.Oturum)

K2'nin görüşleri ile doğru orantılı olarak, K4 sanat pazarının sanatçı üzerindeki etkilerini daha çok sanatçı etiketi altında resim yapan insanlar üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Gerçek sanatçıların sanatlarına dışarıdan gelecek herhangi bir olumsuz durumu sanatlarına yansıtmayacaklarını, sanatçıların bilinçli insanlar olduğuna yönelik görüşlerini belirtmiştir. Aynı zamanda K4, *sanatçıları acıkan, paraya ihtiyaç duyan, övülmekten hoşlanan, toplumda statü sahibi olmak isteyen bireyler* olduklarına değinerek *belirli durumlarda onların kolaylıkla etki altında kalabileceklerini* belirtmiştir.

K5 sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasındaki ilişkiyi, sanatçının hayatını kazanabilmesi için gerekli olan maddi gelire bağlamış, sanatçının sanatı dışında geliri var ise o sanatçının daha özgür işler üretebileceğini belirtmiştir. Aksi takdirde sadece sanat pazarına bağlı bir sanatçının pazarın isteklerini önemsemesinin doğal olduğunu belirtmiştir. K5'in konu üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Sanatçıların bir kısmı kendi inisiyatifi doğrultusunda üretimler yaparken bir kısmı pazarın istekleri doğrultusunda üretim yapıyor. Bunun iki sebebi var, sanatçının eğer başka bir yerden kazancı varsa kendi isteği doğrultusunda çalışmaları rahatlıkla yapabiliyor çünkü karnını doyuracak bir geliri var. Oysa diğer grup sanatçı, eğer bir başka yerden gelir elde edemiyorsa ve sanatıyla yaşama mücadelesi veriyorsa o zaman çevresinin ve izleyici kitlesinin isteklerini göz ardı edemiyor. O doğrultuda eserler üretiyor. (K5, 1.Oturum)

K6'nın tema üzerindeki görüşlerinden, sanat pazarının sanatçı inisiyatifi üzerinde ağır bir etkisi bulunduğu anlaşılmaktadır. Katılımcı, sanatçının sanat pazarı içerisinde inisiyatifi kullanabileceği ortamı bulamadığını belirtmiştir. Ona göre sanat pazarı, sanatçı üzerinde hegemonya etkisi oluşturan bir güç durumundadır. Bu yüzden sanat pazarı içerisinde sanatçıyı katılımcı, *"...sanatçı kendi inisiyatifi kullanamıyor artık. O özgürlüğe sahip sanatçılarda, o pazarın içerisine giremiyor..."* (K6, 1.Oturum) şeklinde düşüncelerini belirttiği görülmektedir. K6 ile benzer düşünce içerisinde bulunan K3, sanat pazarının özellikle genç yetenekler üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Katılımcı, genç sanatçıların sanat pazarında yer alabilmek için sermayenin istekleri doğrultusunda çalışmalar ürettiklerini belirtmiştir. Katılımcının *"Türkiye'deki genç sanatçıların büyük bir bölümü... maalesef MOMA'da olan resimlerin benzerlerini üretiyorlar"* (K3, 1.Oturum) şeklindeki

açıklaması, genç sanatçıların pazarda tutunabilmek için bu konudaki öncüleri örnek alma yoluna gittiklerini belirtmektedir.

4.2. Çalışma grubunun, kültür endüstrisinin öğrenciler üzerindeki etkisine yönelik görüşlerinden elde edilen bulgular ve yorumlar

4.2.1. Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin rolü

Bu alt başlıkta görüşme yapılan kişilere “Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Yöneltilen bu soruya katılımcılardan K2, K3 ve K4 konu üzerindeki sıkıntılara yönelik görüş beyan ederken, K1 ve K6 konu üzerinde olumlu ya da olumsuz görüş ifade etmeden gözlemlerini paylaşmışlardır. K5 diğer katılımcılardan farklı olarak günümüz yükseköğretim kurumlarındaki sanat eğitiminin, öğrencilerin sanatsal gelişimi üzerindeki rolünü olumlu yönde değerlendirmiştir. Katılımcıların konu üzerindeki ortak görüşü, günümüz sanat eğitiminin geçmişe oranla öğrencilerin sanatsal gelişimlerini olumlu yönde etkileyecek şekilde onların yeteneklerini geliştirecek, sanatsal anlamda üretmeye teşvik eden, deneme yanılma alışkanlığı kazandıran, estetik duygusunu geliştiren, çağını okuyabilen, kendisine güvenmesini sağlayan bireyler yetiştirmeyi amaçlaması şeklinde olmuştur. Erbay (2000, s. 14)’ın belirttiği üzere, “Plastik sanatlar eğitimi; bireyin yeteneklerini ve yaratıcılıklarını artırıcı, kendine güvenli, üretken uygar bir kişi olarak estetik duyguları geliştirmeyi amaçlar.” Bu amaç doğrultusunda sanat eğitimi hem yöntem hem de fiziksel donanım açısından öğrencilere yeterli olanakları sağlamalıdır. Özellikle K2’nin vurguladığı gibi, sanat eğitimindeki birtakım yöntemsel ve fiziki koşulların yetersizliği, nitelikli bir eğitim öğretim ortamının oluşmasını engellemektedir.

Tema üzerine K2’nin görüşlerinden anlaşıldığı üzere, Eğitim Fakültelerindeki Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü Resim-İş Öğretmenliği Ana Bilim Dallarındaki eğitim derslerinin ve sanatsal uygulamalı derslerin belirli konularda yetersiz olduğu düşünülmektedir. Bu konuda eğitim derslerinin tamamen genel eğitime hizmet eden bir içeriğe sahip olduğunu belirten K2, bu birimlerde verilen eğitim derslerinin, öğrencilerin sanatsal gelişimini desteklemek amacıyla, sanat ve sanat eğitimi ile ilişkili olması gerektiğini vurgulamıştır. Aynı zamanda K2, ana sanat resim, ana sanat grafik gibi uygulamalı derslerde, fiziksel

ortamdan kaynaklanan birtakım sıkıntıların bu derslerin verimliliğini düşürdüğünü belirtmiştir. Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde özellikle uygulamalı derslerin önemine dikkati çeken K2, atölyelerin fiziki koşullarındaki donanımın ışık, şövale, dolap, teknolojik donanım, ergonomi gibi eksikliklerin öğrencilerin sanatsal gelişimlerini etkileyebileceğine dikkati çekmiştir. Aynı zamanda, K2 bu eksiklikler arasında canlı model eksikliğinin en önemli durumlardan birisi olduğunu belirtmiştir. Özellikle güzel sanatlar eğitiminde canlı modelden çalışmalar yapmanın sanatsal gelişim açısından elzem olduğunu belirten K2, günümüz sanat eğitiminde bu eksikliğin giderilmesi gerektiğini belirtmiştir. Katılımcının konu ile ilişkili görüşleri şu şekilde olmuştur:

Eğitim fakültelerindeki programlarda eğitim dersleri ile sanat uygulamalı dersleri yetersiz buluyor, buna ek olarak eğitim derslerinin, tamamen sanattan kopuk ve bağımsız bir şekilde yürütüldüğünü düşünüyorum. Yani, sanat eğitimi dersleri sanattan tamamen kopuk ve bağımsız. Daha çok eğitim amaçlı ve odaklı olması programla ilgili bir sıkıntı. Birde fiziki koşullardan kaynaklanan sıkıntılar var. Atölyeler, atölyelerin donanımı, ders içerikli malzemeler, en başta model. Dünyanın neresine giderseniz gidin, sanat eğitimi veren kurumlarda canlı modelle çalışmalar yapılır. Nü modelle çalışmalar yapılır.
(K2, 2.Oturum)

K2 “sanatı sanat yapanlar öğretir” şeklinde görüş beyan ederek sanatçı öğretmen rolünün önemine değinmiştir. K2 ve K4’e göre kendisi sanat yapmayan, bir nevi usta çırak geleneğinden gelmeyen kişilerin, sanatsal yaratım süreci hakkında tam teşekküllü donanımının olmayacağını belirtmiştir. K2 ve K4’e göre sanat eğitimcisi olmak, tahta karşısında konu anlatan geleneksel eğitimciden çok farklı yetenekleri ve etkinlikleri içermektedir. Bu sebepten dolayı sanatsal üretim sürecini yaşamış, sanat çevresi hakkında bilgisi olan eğitimcilerin, genç yetenekleri geleceğe daha iyi hazırlayabileceğini belirtmiştir. Katılımcıların konu üzerindeki görüşü şu şekilde olmuştur:

Kendisi sanat yapmayan sanatçı hoca geleneğinden gelmeyen sanat derslerini veremez. Sanat eğitiminde teorik dersleri verebilir ama uygulamalı atölye sanat derslerini veremez. Sanat eğitimi veren hocalar tekrar ediyorum sanat tarihi, sanat eleştirisi, müzecilik, sanat sosyolojisi vs. bunlarda dâhil mutlaka sanat geleneğinin içerisinde olmaları lazım. Eğer hoca kendisi tuvalin, mermerin, boyanın her ne ise karşısına geçip de kendisi bizzat bu süreci

yaşamıyorsa, süreçle ilgili sorunları öğrenciye anlatamaz. Bununla ilgili bir örnek: Doğum sancısı çekmeyen analık duygusunu bilemez. Sanatçı tıpkı dokuz ay karnında çocuğunu taşıyan hamile anne gibi sanatsal süreci beyinde, kalbinde taşır. Daha sonrada doğum sancısı gibi tuvalin karşısına geçip, doğum anına kadar bu sıkıntıları tuvalde yaşar. Bunu siz yaşamayan birine anlatamazsınız. Çocuk doğumcu doktor, akşama kadar otuz tane doğum yaptırır ama annelik duygusunu bilemez. Bunu doğuran bilir, üreten bilir, yaratan bilir, yapan bilir, çalışan bilir. Bunun dışındakiler sadece kuramlarla ve tanımlamalarla uğraşır. Yapılmış olan bilgiler üzerine konuşur, yeni bilgi konuşamaz. (K2, 2.Oturum)

K4, K2 ile doğru orantılı olarak sanatsal anlamda üretimde bulunmayan eğitimcilerin sanatı öğretme konusunda yeterli donanıma sahip olamayacağını belirtmiş ve bu eğitimcileri günümüz sanat eğitiminin niteliğini düşüren etkenlerden birisi olarak değerlendirmiştir. Katılımcıların konu üzerindeki görüşü şu şekilde olmuştur:

Anadolulun bir köyünden çıkıp yetişmiş birisi olarak, kalite konusunda çok rahatsız olduğumu belirtmek isterim. Çünkü sanat eğitimi bir toplumdaki bilim eğitimi, bilim üretimi gibi en üst seviyededir. Çok büyük bir gelenek, bir birikim ister, bir nitelik ister, bir metodoloji ister, çok nitelikli eğitimciler ister, çok nitelikli program ister, çok nitelikli yöneticiler ister. Ama buda durup dururken olmuyor bir yerden başlamalıyız. Ama bilinçli ve sistemli yürünürse, o kaliteyi de yakalaya biliriz. Ama şuan kalite konusunda kuşkularım var. Yani resim yapmayan insanlar resim öğretiyor ülkemizde. Bu ise niteliği düşürüyor. (K2, 2.Oturum)

Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin rolüne yönelik K1, kendi çalıştığı kurum üzerinden örneklemelerde ve değerlendirmelerde bulunmuştur. Bunun sebebi olarak katılımcı, sanat eğitimi bağlamında anasanat resim (atölye) derslerinin eğitimciden eğitimciye, kurumdan kuruma değişebilen bir özelliğinin bulunduğunu göstermiştir. K1 eğitimciyi, özellikle anasanat resim (atölye) derslerinin, yönteminin ve içeriğinin belirlenmesinde önemli bir aktör olarak görmektedir. Bununla doğru orantılı olarak anasanat resim (atölye) derslerinde eğitimcinin ders üzerindeki etkisine yönelik, Aksoy (2002, s. 91)'ın belirttiği üzere "...ülkemizde genel anlamda Anasanat Atölye derslerinin kapsamının ve işleniş yönteminin belirleyici okulun

politikalarından çok hocanın kişisel politikalarına dayanmaktadır. Bu durum ülkemizde hocaya düşen sorumluluğunda, çok fazla olduğunu göstermektedir.” K1’in bu konu üzerindeki görüşlerinin bir bölümü şu şekilde olmuştur:

Öğrencilere verilen eğitim, atölyeden atölyeye değişiyor. Çünkü sanat eğitiminin öğrencilere olan yaklaşımı, bakış açısı, onları yönlendirmesi, atölye hocası ile paralel yürümektedir. (K1, 2.Oturum)

K1 atölye hocalarının, öğrencinin sanatsal gelişimi üzerinde önemli etkilerinin bulunduğu dikkati çekerek, özellikle Anasanat resim (atölye) derslerinin esnek yapısı nedeni ile eğitimcinin niteliğinin daha fazla önemli hale geldiğini belirtmiştir. Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin rolüne yönelik K1, kendi çalıştığı kurumda, anasanat resim (atölye) dersi bağlamında, öğrencinin nasıl bir eğitim dönemi geçirdiğine yönelik kendi atölyesinden örneklemelerde bulunmuştur. Öğrencinin, ikinci sınıftan başlayarak son sınıfa kadar içerisinde bulunduğu atölyedeki sanatsal gelişimine yönelik K1, şu şekilde görüş beyan ettiği görülmektedir:

Bizler ikinci sınıftan alırsak öğrenciyi, üç ve dördüncü sınıfa taşıyoruz. İkide öğrenciye, daha çok resmin, sanatın temel öğelerini, akademik anlamdaki bilgileri vermeye, yansıtmaya çalışırız. Üçüncü sınıfta ise tamamen daha özgün ve özgür işler çıkarmaları konusunda öğrencileri yönlendiririz. Yani benim sanat eğitimi açısından ön gördüğüm yol bu. Öğrencilerin çalışmalarına baktığınız zaman, özellikle son sınıftaki öğrencilerin ikide ve üçte yaptıkları çok güzel çalışmalar varken akademik anlamda, onları bir kenara hep itmişimdir. Son sınıfta ise farklı işler çıkar ki öğrencinin kendisi bile şaşırır. Burada daha çok onların yaratıcılığını ön plana çıkartan, kendi özgün düşüncelerini, sanatsal kaygılarını, bunun temel teorik alt yapısını da oluşturarak şekilde eğitim verilir. Öğrencilerin özgün işler yapmalarını önerir ve yönlendiririm. O yüzden, son sınıftaki öğrencinin, üçüncü sınıftaki çalışmaları ile ortaklıkları vardır. Ama son sınıftaki her öğrencinin çalışmaları, mümkün olduğunca farklılaşmaya başlar. (K1, 2.Oturum)

K3’ün görüşlerinde, günümüz sanat eğitiminin ezberci bir eğitim şekline dönüşmüş olduğu belirtilmektedir. Bu sebepten dolayı K3’e göre sanatçı adaylarının kişilik ve sanatsal gelişimlerini destekleyici bir eğitim-öğretim ortamının gerekli önem kazanmıştır. Katılımcıya göre sanat eğitimi, genç yeteneklere araştırma ruhunu kazandırmalı ve kişisel

beğenilerini gün yüzüne çıkarabilecek estetik okumalara varabilme yeteneğini geliştirmelidir. Günümüz sanat eğitiminin de bu kazanımları destekleyici olması gerektiği K3, K4, K5 ve K6'nın görüşlerinde ortak olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin rolüne yönelik K4'ün görüşleri ağırlıklı olarak, Türkiye'de sayıları artan üniversitelerin içerisindeki Resim ve Resim-İş Öğretmenliği bölümlerinin yetersiz akademik personel sayısı üzerine olduğu görülmektedir. K4, sayıları artan resim ve resim-iş öğretmenliği bölümlerinin yeterli akademik personel sayısının mevcut olmaması bu alanlardaki eğitimin niteliğine yönelik olumsuz etkileri de beraberinde getirdiğini belirtmektedir. Bu sebepten dolayı bu bölümlerin birçok üniversite içerisinde yer alması katılımcıya göre, nitelik açısından düşük bir eğitim-öğretim ortamının oluşmasını sağlamaktadır. Katılımcının konu üzerindeki görüşü şu şekilde olmuştur:

Türkiye'de şöyle bir gerçek var. Güzel sanatlar fakültelerinin ve eğitim fakültelerinin içerisindeki güzel sanatlar bölümleri neredeyse en yaygın kurumlar haline geldi. Şimdi orada şunu düşünmek lazım, neredeyse her ilimizde her kasabamızda sanat eğitimiyle ilgili bir fakülte açıldı, bölüm açıldı ama hocası bile yok. Yani eğitim yapılamıyor. Ben okulların çoğaltılmasına karşı değilim, yeni fakültelerin açılmasına karşı değilim ama hocası olmayan altyapısı olmayan bir yerde sanat fakültesi ya da eğitim fakültesi içerisinde bölüm açmışsınız, bu eğitim kalitesizdir, peşinen kalitesizdir. Çünkü kaliteli olabilmesi için gerekli verilerin büyük bir kısmı eksiktir. O bakımdan ben, bu konular üzerinde çok dikkatli olunmasından yanayım. (K4, 2.Oturum)

Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerindeki etkilere yönelik K6, konunun iki yönlü değerlendirilmesi gerektiğini ve bu yönlerin birisinde öğrenci, diğer yönde ise eğitimci bulunduğunu belirtmiştir. Katılımcı, bu iki yönün birbirini tamamlayarak gerçek anlamda nitelikli bir eğitim-öğretim ortamının oluşabileceğine değinmiştir. Bu duruma ek olarak K6, öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde bu iş birliğinin önemli katkılar sağlayabileceğini belirtmiştir. Eğitiminin donanımlı olmasının tek başına yeterli olmayacağını belirten K6, Öğrencinin alana yönelik ilgi ve alakasının da sanatsal gelişim üzerinde önemli olduğunu belirtmiştir.

Bu aslında iki yönlü bir konu. Birincisi öğrencinin kendi çabası ve ilgisiyle bu sanat politikaları, sanat görüşleri, günümüzde neler yapıp edildiğiyle

ilgilenmesiyle alakalı. Yani öğrenci ne kadar ilgiliyse kendini o kadar yansıtabilir, kendini o kadar içinde bir pay ayıra bilir. İkincisi de eğitimcilerin bunu eğitime ne kadar yansıttığıyla alakalı. Eğitimcinin kendini evirip çevirip evirilmesiyle ve oradan buradan beslenmesiyle, öğrencilere bunu ne kadar yansıtıp bir alan açtığıyla alakalı. Yani aslında iki denge var, iki unsur var. Öğrencinin tamamen kendini oraya yönlendirip bir şeyler yapması yetmiyor, öğretim elemanlarının da buna açık olup, buna alan sağlayıp, bunu öğrencilerin uygulamasına olanak sağlamasıyla ilgili aynı zamanda. (K6, 2.Oturum)

4.2.2. Günümüz sanat eğitimi sistemi, umut uyandıran yeteneklerin ileride karşılaşacakları sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırlayıp hazırlamadığına yönelik görüşler

Bu alt başlık katılımcılara, “Günümüz sanat eğitimi sistemi, umut uyandıran genç yeteneklerin ileride karşılaşacakları sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırlayıp hazırlamadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?” soru cümlesi yöneltilerek oluşturulmuştur. Yöneltilen bu soruya katılımcılardan K3, K5 ve K6’nın, “günümüz sanat eğitimi sisteminin, genç yeteneklerin ileride karşılaşacakları sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırlamadığı” şeklinde ortak görüş içerisinde bulundukları görülmektedir. K5’in konuyla ilgili ifadesinde, sanat eğitimi yolu ile öğrencilerin gelecekte içerisinde bulunacakları dış ortam olarak sanat pazarı hakkında bilgilendirmelerde bulunulması gerektiği ve reklam, reklam estetiği gibi konuları içeren bir seçmeli dersin verilmesinin konu üzerinde ön bilgi sahibi olunması açısından önemli olabileceğini belirtmiştir. Günümüz koşullarını anlayanın en iyi yolunun, bu koşullar içerisindeki değişim ve gelişimleri fark edip onlar hakkında bilgi sahibi olmak gerektiğini belirten K3, K5 ve K6, günümüz sanat eğitiminin genç yetenekleri, günümüzün koşullarının getirileriyle birlikte onları donanımlı hale getirmesi gerektiğinin önemine dikkat çektikleri görülmektedir. Bu konuyla ilgili olarak katılımcılardan bazılarının görüşleri şu şekilde olmuştur:

Günümüz sanat eğitiminin, genç yetenekleri ilerideki sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırladığını düşünmüyorum. Çünkü dediğim gibi sanatçı adaylarına reklam, reklam estetiği, reklamla ilgili bir takım düzenlemeler, pazarlama ile ilgili bir takım taktikler verilmiyor. Günümüz genç yeteneklerine bu tarz

seçmeli derslerin verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Yani günümüz koşullarına uyum sağlamasını istiyorsak bireylerin, bazı ders ilaveleri yapılması gerekiyor. Günümüz koşullarında aldıkları eğitim, kendilerini pazara hazırlamaya yönelik değil. Sadece kendilerini ifade etme özgürlüğünü kazandırmaya yönelik. (K5, 2.Oturum)

Sanat eğitimi yolu ile öğrenci, sanat pazarı hakkında bilgilendirilmiyor... Ama çocuklar okuldan mezun olduktan sonra, sapır sapır dökülüyorlar ne yapacaklarını bilemiyorlar. Hayata karşı iyi hazırlanmıyorlar. Bu çok önemli bir konu bence. (K3, 2.Oturum)

Konu üzerine K1, K2 ve K4'ün farklı bir bakış açısıyla yaklaştığı görülmüştür. Katılımcıların (K1, K2, K4) konu üzerindeki ortak görüşlerinde, sanat eğitiminin dış ortam ile olan ilişkilerinin tamamen hayattan kopuk olmadığı, fakat tamamen hayat odaklı bir içeriğinin de bulunmadığını belirtmişlerdir. Sanat eğitiminin öncelikli görevinin öğrenciyi pazara hazırlamak olmadığını, sanat eğitiminin öncelikli görevinin genç yeteneğin görme, algılama, yansıtma, teknik kullanma becerilerini geliştiren, özgün çalışmalar ortaya koymasına yardımcı olması gerektiğine dikkatleri çekmişlerdir. Katılımcıların konu üzerindeki görüşlerinden, genç yeteneklerin özgür bir ortamda özgün çalışmalar üretmesinin gerekliliği ve bu üretimler sonucunda gerçek anlamda kalıcılığa erişilebileceği anlaşılmaktadır. Bu sebepten dolayı, günümüz sanat eğitiminin öncelikle, genç yeteneklerin özgün işler üretmesine yardımcı hedeflere sahip olması gerekmektedir. Popüler kültür içerisindeki geçici popüleritelerin ve markalaşmaların ancak bu şekilde önüne geçilebileceği K1, K2 ve K4'ün görüşlerinden anlaşılmaktadır. Aynı şekilde katılımcıların görüşlerinde, okuyan bireylerin, hayatı sorgulaması ve eleştirmesinin sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi etkilerine karşı bilinçli olmalarını sağladığı belirtilmiş, sanat eğitiminin öğrencilere okuma, eleştirme, sorgulama davranışlarını kazandırması gerektiğini vurgulamışlardır. Katılımcıların konu üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Şimdi, sanat eğitiminin genç yeteneği sanat pazarına hazırlama konusunu tabii ki de ikinci planda düşünmek isterim ben. Öncelikli olarak sanat eğitiminde, sanatsal kaygıların ön planda kalmasını isterim. Bu onun arkasından gelir zaten. Gelecekse gelir, gelmeyecekse ne yaparsa yapsın bireyler gelmez zaten. Bu tamamen gelip geçici bir moda şeklinde de olabilir. Ama kalıcı olabilmesi için kişinin, özgün düşüncesi ile özgün işler yapması gerekir. Esas olan budur.

O kendini yaptığı çalışmaları ile kabul ettirdikten sonra, sanat piyasasında bir yerde bulur zaten. Bu sebepten dolayı sanat eğitimi öncelikle sanatsal duruşa odaklanmalıdır. (K1, 2.Oturum)

...önce alt yapı çok önemlidir. Bakın malın nasıl pazarlanacağı değil malın içeriği önemlidir. Önce sanat eğitimi nasıl olmalı bunun üzerinde durmak lazım. Bunun üzerine durmazsak olmaz. Şimdi, eğitim nasıl olmalı? Aday nasıl olmalı? Gençlere Shakespeare'i soruyorum, haberleri yok gencin. Cezanne'ı soruyorum, Picasso'yu soruyorum, Matisse'i soruyorum, Rubens'i soruyorum bilmiyor çocuk. Sait Faik'i bilmiyor, Nazım Hikmet'i bilmiyor çocuk. Şiiri, edebiyatı bilmiyor. Bir kere düşünen, okuyan, sorgulayan, eleştiren bireyler yetiştirilmesi lazım. Bir kere günümüzün sanatçısı, sanatçı adayı bunlara sahip olması lazım öncelikle. Bunun pazarlaması vs. sonraki planlar. (K2, 2.Oturum)

Sanat eğitimi elbette ki toplumdan, oradaki hayat şartlarından, mezun olacak gençlerin orada gösterecekleri çabalardan tamamen bağımsız değildir ama sanat eğitimi kurumları tamamen bunu düşünerek de eğitim yapamaz.... Eğitim kurumlarının görevi şudur, hangi alanda eğitim veriyorsa bunu alt yapısıyla, programıyla, hocasıyla, teknolojiyle en üst düzeyde ne kadar becerebiliyorsa becermelidir. Bu böyle havadan gelmiyor. Bizler öncelikle en üst düzeyde kaliteli bir eğitim vermeyi amaçlamalıyız. (K4, 2.Oturum)

K4 yukarıdaki görüşlerine ek olarak, sanat eğitimi kurumlarına yönelik şu şekilde görüşlerini devam ettirmiştir:

Sanat eğitimi kurumları bilim, birikim, sanatın doğal yapısı ne istiyorsa ona göre plan, program, alt yapısı, hocasıyla eğitimini yapmalı ama yaptığını onu finanse eden, onu destekleyen, onu koruyan, içinde bulunduğu toplumla da iletişimini önemsemelidir. Bu, yetişen gençlerin hem nitelikli gençler olarak yetişmesini, hem de mezun olduğu zaman eğitimci olarak, sanatçı olarak, girişimci olarak her neyse, içinde bulunduğu toplumla organik bağ kurup, orada yer almasını, üretici olmasına da kendiliğinden yardımcı olur. (K4, 2.Oturum)

4.2.3. Sanat eğitiminin, sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan, sanatçı adaylarını koruyup koruyamadığı üzerine görüşler

Sanat pazarı üzerindeki ekonomi etkisi her geçen gün artmakta, sanatı ve sanatçıları popülerite unsuru haline getirmektedir. Sanatçı adaylarının bu popüler sanat ve sanatçılarla olan ilişkileri, kimi zaman onlara özenmelerine neden olurken, kimi zaman yaratıcılıklarını bir köşeye bırakarak o piyasada erken yollarla popüler olmaya çalıştıkları gözlemlenmektedir. Bu sebepten dolayı sanat eğitiminin, sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan sanatçı adaylarını koruyup, koruyamayacağı üzerine katılımcılara “Sizce sanat eğitiminin, sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan, sanatçı adaylarını koruyabilmesinin ön koşulları nelerdir?” soru cümlesi yöneltilmiştir. Yöneltilen bu soru üzerindeki katılımcıların genel görüşleri, sanatsal kaygıları ön plana alan, kendi kişiliklerini sanat yolu ile keşfetmeye çalışan bireyler yetiştirmeyi amaç edinmiş bir eğitim programının, bu konu üzerinde etkili olabileceği belirtilmiştir.

K1’in görüşlerinden anlaşıldığı üzere sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan sanatçı adaylarının özgünlük ve yaratıcılıklarını koruyabilmek için sanat pazarıyla ilgili seçmeli derslerin verilmesi ile bu konu üzerinde etkili olabileceğini düşünmektedir. Öncelikli olarak katılımcı bu derslerde, günümüz sanatında kısa vadeli, sadece ticari politikalarla popülerlik kazanan sanatçıların ve çalışmaların ileriye dönük kalıcılığının tartışılması gerektiğini belirtmektedir. Aynı zamanda katılımcının “zaman” kavramı üzerine yaptığı vurgu, bundan önceki dönemlerdeki sanat ve sanat anlayışlarının kalıcılığı üzerinde ana belirleyici aktör olduğuna dikkatleri çekmiştir. Bu belirleyici aktör çerçevesinde, sanat eserlerinin ve sanatçıların dönemin koşulları içerisinde incelenmesi bu tarz bir seçmeli dersin içeriğinde yer alabileceği K1’in görüşlerinden anlaşılmaktadır. Konu üzerinde katılımcının görüşlerinin bir bölümü şu şekilde olmuştur:

Asla ve asla sizler, sanat piyasasında şunlar yapılıyor, şunların resimleri hep satılıyor bende ona yönelik işler yapayım değil de kendi işlerinizi üretin. Kendi işinizi yapın! Yani, sanatı öne alan, kendi kişiliğinizi yaptığınız resimlerde göstermeye çalışan resimler yapın. Kendinizi yaptığınız işlerle ifade edebilmeye öncelik tanıyın. Diğerini hep ikinci plana itmek lazım. Sanat eğitiminde de, bu şekilde olması gerekiyor.(K1, 2.Oturum)

“Sanat eğitimi insana bir dünya görüşü öğretir” şeklinde konu üzerinde görüş beyan eden K2, nitelikli bir sanat eğitiminin insanlara özgün düşüncelerine yardımcı pek çok bilişsel katkı sunduğunu ortaya koymuştur. Katılımcıya göre sanat eğitimi kâğıdın, tuvalin

karşısına geçip güzel resimler yapmak, yaptırmak olarak algılanmamalıdır. Çünkü sanat eğitiminin ve sanatın gözle görülmeyen pek çok bilişsel katkıları ve kazanımları bulunmaktadır. Bu katkılarının ve kazanımlarının farkındalığı ile yürütülen derslerin, umut uyandıran genç yetenekler üzerinde, konu bağlamındaki tüm etkilerden ve etkilenmelerden istenilen yönde sonuç alınabileceği belirtilmiştir. Konu üzerinde K2'nin görüşleri şu şekilde olmuştur:

Sanat eğitimi şudur; sanat tuvalin karşısına geçip de güzel nesneler, süs eşyaları yapmak değildir. Sanat insana bir dünya görüşü öğretir, sanat insana bir duruş öğretir, sanat dünyaya estetik haz ile bakabilmeyi ve bilgi birikimi öğretir. Sanat insana sorgulamayı öğretir. Sanat insana eleştirel düşüncüyü öğretir. Sanat insana demokratik ve hümanist düşünebilmeyi öğretir. Çağdaşlığı ve değişimi öğretir. Muhafazakârlığa, tutuculuğa karşı olmayı öğretir. Bunların içerisinde var zaten sanat. Bunları doğru alan, doğru edinen insan zaten bu risklerden uzak duracaktır. Pazar ekonomisinden, “pazarlama taktiklerinden”, popüler kültürden yoz kültürden kendini uzak tutacaktır. Bunun çok uç örnekleri de vardır, bu cazibeye kendini kaptırıp da yok olup giden nice genç yetenekler biliyorum ben. Yani, ben oldum artık deyip de, araştırmadan, düşünmeden, kendini yenilemeden, daha iyi olayım, daha çalışayım, daha gözlem yapayım derdi taşımayan nice insanlar kaybolup gitti.
(K2, 2.Oturum)

K4 görüşlerinde, sanat eğitiminin öncelikli hedefinin nitelikli insan yetiştirmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu anlayış doğrultusunda hareket eden bir eğitim anlayışının öz güven duygusunu geliştireceğinden dolayı, öğrencinin etrafında gördüğü çalışmalara yönelişi ağırlıklı olarak kendi kişiliğini ön planda tutarak şekilde bir yaklaşım sergilemesine olanak vereceği düşünülmektedir. Bu sebepten dolayı, konu bağlamındaki etkiler ve etkilenmelere yönelik, sanat eğitiminin öncelikli uğraşının genç yeteneklerin yaratıcılıklarını ve öz güvenlerini geliştirmeye yönelmesi gerektiği K4 tarafından belirtilmiştir. Katılımcı konu ile ilişkili olarak, sanat eğitiminin nasıl insanlar yetiştirmesi ve sanat eğitiminin öncelikli hedefinin ne olması gerektiğini şu şekilde belirttiği görülmektedir:

....sanat eğitim kurumları kaliteli insan yetiştirme peşinde olmalı. Sanatsal anlamda üretmeye çalışan, diliyle beyni aynı yönde giden, daha doğrusu düzgün adam, üreten adam, algılayan adam, sorumlu adam yetiştirmek için

uğraşmalı... Yalnız unutmayalım piyasa sanatı yozlaştırıyor diye biz eğitim kurumlarında önlem alamayız. Bizim önlemimiz kaliteli adam, beyni çalışan, gönlü çalışan, ilkesini seven, doğayı seven, insanları seven ve üreten nitelikli insan yetiştirmeye çalışmalıyız. (K4, 2.Oturum)

K4 ve K6'nın ortak görüşlerinde, sanat eğitimi yolu ile sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan sanatçı adaylarının etkilenmemesini sağlamak, tek başına sanat eğitiminin üslenip sonuca varabileceği bir konu olmadığını belirttikleri görülmektedir. Günümüz küresel dünya içerisindeki teknolojik gelişmeler ile birlikte, bilgiye erişimin kolaylaşması, reklamların, tanıtımların daha etkili, geniş kitlelere hitap etmesi ve özellikle teknolojinin günümüz gençlerinin her türlü ihtiyacına cevap verir duruma geldiği göz önünde bulundurulursa, sanat eğitiminin küreselleşen dünya içerisindeki yeri öncelikli olarak bilinçli bireyler yetiştirme peşinde odaklanması gerektiğine dikkatler çekilmektedir. K6'ya göre günümüz genci kendi kabuğuna çekilip, yerel sanat işleri ile uğraşmıyor. Küreselleşmenin vermiş olduğu olanaklarla dünyayı takip ederek çalışmalar üretiyor. Bu yüzden sanat eğitiminin, gençlerin sahip olduğu bu bakış açısına ve sanatsal anlamda kendi kişiliklerini oluşturmaları üzerinde onlara yardımcı olmasının gerekliliği, katılımcının görüşlerinden anlaşılmaktadır.

4.2.4. Anasanat resim (atölye) derslerinde öğrencilerin üslup oluşturmaya yönelik girişimlerinin sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi varlığı ile olan ilişkileri

Katılımcılara yöneltilen, “Anasanat resim (atölye) derslerinde öğrencilerin üslup oluşturmaya yönelik girişimlerinin sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi varlığından etkilenip etkilenmediğine yönelik düşünceleriniz nelerdir?” soru cümlesi, bu alt başlığın oluşumunu sağlamıştır. Bu soruya yönelik katılımcıların verdikleri görüşlerde, öğrencilerin üslup oluşturmaya yönelik girişimlerinin ya da özgünlük arayışlarının sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi varlığından etkilendiğine yönelik, K1, K3, K4, K5 ve K6'nın ortak görüş içerisinde bulundukları görülmüştür. Katılımcıların büyük çoğunluğunun görüşlerinde genç yeteneklerin, sanat pazarı ile ilişki kurmak istedikleri, pazara kendisini tanıtmak ve burada söz sahibi olabilmenin arayışları ve hayalleri içerisinde bulundukları, bu durumun ise ister istemez öğrencinin özgünlük arayışlarını etkilediğine yönelik görüş

beyan ettikleri görülmüştür. Bu durum üzerine katılımcılarla yapılan görüşmelerde eğitmenin rolünün önemi gün yüzüne çıkmıştır. Eğitmenin genç yetenekler üzerinde rol-model olmasının gerekliliği ve onları kültür endüstrisi etkisine karşı bilinçlendirmeleri gerektiği katılımcıların görüşlerinden anlaşılmaktadır.

Sıtkı M. Erinç sanat eğitimini, “bireyin, görsel, işitsel ve diğer duyularına bağlı yargılama ve yaratma yetilerini geliştirmek, onların ilgi alanlarını kendilerine tanıtarak bu alanlarda mutluluk sağlayacak düzeyde uğraşı olanaklarını göstermek” (Erinç,2004,s.90) şeklinde tanımladığı görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun görüşlerinde de (K1, K3, K5) Erinç’in bu tanımı ile doğru orantılı olarak, genç yeteneklerin kendilerini sanatsal malzemelerle özgürce ifade edebilmelerine yönelik, sanat eğitiminin önemine dikkatleri çekmişlerdir. Sanat eğitimi bağlamında, atölye hocalarının öğrencilere bilgi ve deneyim aktarımının bu konu üzerinde önemli olduğunu vurgulamışlardır.

K1 kendi atölyesindeki öğrencilere, sanat pazarına ve pazar işlerine öykünme konusunda uyarılarda bulunduğunu belirtmiştir. Katılımcı bu uyarıların, öğrencilerin sanatsal anlamda özgün işler üretmeleri üzerinde etkili olduğuna inanmaktadır. K1’e göre öğrenci, pazardan etkilenmektedir ve etkilenmemesi de olanaksızdır. Çünkü öğrencide sanat pazarı içerisinde var olmak isteyen bir bireydir. Bu yüzden resim yarışmaları ile sergilerde yer almaya çalışmak, katılımcıya göre kültür endüstrisinden etkilenmenin ilk adımlarıdır. Katılımcının konu üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

...söylediğim gibi bizler öğrencilerin ikinci, üçüncü sınıfta bireysel gelişimine yönelik ortak, son sınıfta daha yaratıcı, daha özgün işler ortaya koymasına önem veriyoruz. Orada zaten öğrenciler sanat piyasasına yönelik galerilere gidiyorlar, resimleri, sanatçıları tanımaya başlıyorlar. Şimdi bu tanıma içerisinde kendileri de tabii ki özgün işler yapmaya kalkarken dış ortamdan etkilenmemeleri, kendileri olmaları yönünde öğrencileri ciddi anlamda yönlendiriyoruz. Kesinlikle dışarıdan etkilenmemeleri, piyasada tutulan sanatçıların işlerine öykünmemeleri konusunda ciddi uyarılarım oluyor. Onları da bu sayede ikna ettiğimi düşünüyorum. Bazı öğrencilerin sanat pazarında değer gören işlere özendiğini fark edince onları direkt olarak uyarıyorum. Hayır, siz kendiniz olun. Başkasının asla kopyası olmayın. Öğrenciler sanat pazarının özendiriciliğinden etkileniyor. Etkilenmemesi mümkün değil. Genç, zaten arayış içerisinde. Sanat pazarı içerisinde kendini kabul ettirme arayış

içerisinde. O bakımdan etkilenmemeleri mümkün değil. Hatta yarışmalardan bile etkileniyorlar. (K1, 2.Oturum)

Konu üzerine K4, kültür endüstrisinin öğrencilerin üslup oluşturmaya yönelik etkilerini, insanın kendini tanıyıp tanımaması ile ilişkilendirmiştir. Kişinin kendisini ve alanının özelliklerini yeteri kadar tanınması, onun kendisine ve çevresine yönelik eleştirel bakış geliştirmesine yardımcı olacağını belirtmiştir. Bu yüzden katılımcıya göre sanat eğitimi öncelikle kişinin kendini tanımmasını sağlamalı, daha sonra da kişiyi alanı hakkında yeterli donanıma ulaştırmayı hedeflemesi gerektiğini beyan etmiştir. Aynı zamanda katılımcı, sanatın ve bilimin iltifata tabi olduğunu, bu anlamda genç yeteneklerin özgüvenin geliştirilmesinin önemine dikkatleri çekmiştir. K4, sanat ile uğraşan kişiyi şu şekilde görüşlerinde beyan ettiği görülmektedir:

...sanat öyle bir şey ki insanın önce kendini tanımmasını daha sonra bütün dünyayı tanımmasını gerektiriyor. Dünyada kendi alanında bu zamana kadar yapılan yerli-yabancı, eski-yeni ne varsa hepsini tanıyacak, kendini tanıyacak, çevresini tanıyacak ve özgür olacak, çalışkan olacak, meraklı olacak, denemeyi sevecek, kendi burnunun doğrultusuna gidecek, kendi doğrusunu ortaya koyacak. O kabul görür veya görmez. Aksi takdirde okul dışına çıktığı zaman birey, ne bilim üretebilir ne sanat. Çünkü bilim ve sanat hile kabul etmiyor. Ama bu şu demek değildir ki hiçbir şeyden etkilenmeyecek, öyle bir şey yok. Ama sanat ve bilim özgürlük ve özgünlük istiyor. Her gencin kendisini tanıma bakımından, kültür bilgisi ve teknik becerisini geliştirerek. Okulunu bitirmeye çalışacak ve kendi gönlü ve beyninden çıkanı kendi dilini, dil dedim dikkat edin hiç bahsedilmez, sanat dil yaratma eylemidir. Onu yaratmak için çaba sarf edecek, ne kadar gidebilirse o kadar gidecek. Bunun ne ölçüsü var ne tartısı var. Bunu ortaya koyacak. Sanat piyasasındaki çeşitli nedenlerle buna aykırı olarak, bir tür yozlaşmaya zemin hazırlayan, oraya çeken etkilerden de gücü nispetinde kendini koruyacak. (K4, 2.Oturum)

Genç yeteneklerin her insan gibi kazanç elde etmek istedikleri yönünde ortak görüş içerisinde olan K1, K3, K5 ve K6, kültür endüstrisi etkilerinin sanatsal üslup üzerinde olumsuz etkileri olacağını belirtmişlerdir. Bu durum üzerine eğitimcinin rolünün önemine değinen K5, görüşlerini şu şekilde belirtmiştir:

Her öğrenci kazanç elde etmeyi düşünür. Bunu düşündüğü zaman, işin içerisine maddi kazanç devreye girdiğinde, sanatsal üslup ikinci planda kalır.

Bunu önüne geçmek içinde zaten birçok hoca, piyasada var olan bu pazarlarda kabul gören işlerden mutlaka uzak durur ve öğrencilerini de uzak tutar. Olması gereken budur. Yani, akademik eğitimle, sanat piyasasının istekleri bir birinden farklıdır, aynı değildir. Akademik eğitimde bazı kurallar vardır, gelip geçen şeyler değildir bunlar. Bunlar yüzyıllardır kabul gören ve üzerinde çalışmalar yapılan kurallardır. Oysa günümüz koşullarında kabul edilen değerler, akademik değerlerle bağlantılı değildir. (K5, 2.Oturum)

Sonuç olarak, genç yeteneklerin üslup oluşturmaya yönelik girişimlerinin sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi varlığından etkilendiğini belirten K1, K3, K4, K5 ve K6'nın görüşlerinden birisi, şu şekilde örnek verilebilir:

...Resimle sanatla uğraşan bir insanın, bir öğrencinin, bir kişinin mutlaka ki günümüz dünyasında ne yapıyor, ne popüler, ne tutuluyor bilir. Yani onun kaygılarını kendi içerisine yansıtır. Bundan kendini soyutlayarak tamamen kendi duygu ve düşüncelerini yansıtmaması olanaksızdır, mutlaka ki kültür endüstrisinden öğrencilerin çabaları etkilenir. (K6, 2.Oturum)

4.2.5. Sanatın kültür endüstrisi ile olan ilişkileri bağlamında genç yeteneklerin sanatsal çalışmalarında görülen seri üretimler

Sanatın kültür endüstrisi ile olan ilişkileri bağlamında genç yeteneklerin sanatsal çalışmalarında görülen seri üretilere yönelik katılımcılara, “Son zamanlarda, özellikle yarışmalı sergilerde, genç sanatçı adaylarının seri üretim gibi tekrara dayalı çalışmalar üreterek sergilerde yer alma çabalarını, sanatın kültür endüstrisiyle olan ilişkileri bağlamında, nasıl değerlendirirsiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Yöneltilen bu soruya katılımcıların tamamının, seri şekilde birbirini tekrarlayan bu üretimlerin kültür endüstrisinin bir etkisi olduğu yönünde ortak görüş beyan ettikleri görülmüştür. Yine katılımcıların tamamı, bu tür üretimlerin günümüz pek çok sergi platformunda görülme sıklığının arttığını belirterek, bu durumun sanatçı ve sanatçı adayları açısından üzüntü verici bir durum olduğuna dikkatleri çekmişlerdir. Konu ile doğru orantılı olarak, araştırma ve deneme eylemlerinin yerine kısa sürede markalaşmayı amaç edinerek seri şekilde üretimlerde bulunmanın üslup olarak değerlendirilemeyeceği konusunda, katılımcıların hem fikir oldukları görülmüştür.

K1, K2 ve K3 sanatçının ve sanatçı adayının, sanatsal çalışmalar yoluyla kendini tekrarlama eyleminin, sanatsal anlamda tıkanma ya da maniyere olma şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir. Bugün pek çok sergi platformunda bu tarz üretimlerin görüldüğünü belirten katılımcılar (K1, K2, K3), bu üretimlerin sanat dünyasında tanınma ya da burada alınmış övgülerin tekrarlanması amacı ile oluşturulduğunu görüşlerinde ifade etmişlerdir. Araştırma ve deneme eylemlerinden uzak, birbirini tekrarlayan bu seri üretimlerin sadece tanınmış sanatçıların çalışmalarında değil aynı zamanda genç yeteneklerin çalışmalarında da gözlemlendiği katılımcılar tarafından belirtilmektedir (K1, K2, K3, K4, K5, K6). Konu üzerine katılımcıların görüşlerinden bazıları şu şekilde olmuştur:

Sanatçı ve öğrenci arayış içinde olmalı. Tabii ki de bu günü birlik arayış değil. Zaman içerisinde yıllara dayalı olarak kendini geliştirmesi gerekir. Değişim içinde gelişmesi gerekir. Tabii ki değişim ve gelişimin farklılıklarını düşünmekte lazım. Aksi takdirde kişi aynı kalır, aynı resimleri üretir. Bu sanatçılar içinde büyük bir tehlikedir. Bunun örnekleri de var. Yani, baktı ki piyasada yaptığı bir resim tutuyor, ilerleyen süreçlerde ezberlenmiş gibi hep onun türevlerini yapmaya başlıyor. Yani kompozisyonlar aynı, renkler aynı vs. hep böyle. Değişme ihtiyacı da duymuyor. Bu, o tarz üretimde bulunan kişileri olumsuz yönde etkiler. (K1, 2.Oturum)

...Hep konuştuğumuz bir şey var özgünlük ve özgürlük. Kendini tekrarlama sanatçının tıkanması olarak görüyorum. Peki, sanatçı neden tıkanır? Sanatta çok üretmek, çok çalışmak lazım. Çok okumak lazım. Bir şeylere özenerek, bir şeyleri taklit ederek, bir şeyleri oradan buradan taklit ederek ilerlenmez. Bu sanatçı kendini tekrar eder. Yaratan, üreten insanın yeni bilgilere ihtiyacı vardır ki yeni yeni şeyler oluştursun. Sanat sadece yetenek gösterisi değildir. Bu yeteneği besleyen farklı kaynakların olması lazım. (K2, 2.Oturum)

Zaten resimde en büyük problem maniyere olmaktır. Bir ressam belirli bir süre sonra hep aynı şeyleri yapmaya başlar. Onun içinde çok problemlili bir dönem yaşar bazı ressamlar. Genç kuşaktaki bu böyle. Genç yaşta ben hep böyle yapayım demek çok yanlıştır. Buna erkenden maniyere olmak da diyebiliriz. Böyle bir yere gidemezsin. Sanatçı yaratıcı olmak zorundadır. Yaratıcı olacaksın, araştıracaksın, deneyeceksin, beş duyunu hepsiyle dokunacaksın,

yiyeceksin, koklayacaksın, göreceksin, algılayacaksın, düşüneceksin, sonrada bir eser meydana getireceksin. (K3, 2.Oturum)

K1 ve K5, birbirini tekrar eden bu tarz seri üretimlerin, “alınan bir övgünün” devamlılığının geleceğine duyulan beklentiden dolayı üretildiği belirtilmişlerdir. Yarışmalar ya da sergilerde kazanılan başarıların bu tarz üretimlerle devamlılığının sağlanmasına yönelik çabaların sadece günü kurtarma üzerinde etkili olduğu, sanatsal arayıştan ve yeni deneyimlerden öğrencileri ve sanatçıları uzaklaştırdığı, katılımcıların görüşlerinden anlaşılmıştır. K1 ve K5’in konu üzerindeki ortak görüşleri şu şekildedir:

...Seri şekilde çalıştığı resmi bir yerlerde kabul görmüş ki kişinin, ben bu resmin türevlerini yaparsam tutar düşüncesi ile hareket etmiş. Yani, burada tuttu başka yerlerde de tutar düşüncesinden yola çıkılarak oluşturulan çalışmalar olduğunu düşünüyorum bu tarz üretimlerin. Ama buda doğru bir şey değil. (K1, 2.Oturum)

...Seri üretimleri üslup zannediyor pek çok genç yetenek ve sanatçı. Bir üslup belirlerken üslup tek başına bir konu bir figürün tekrarı olmamalı, ya bu konuda yanlış bir bilgileri var, ya da gerçekten yaptıkları o işle bir övgü almışlar ve o övgünün devamını bu şekilde bekliyor olabilirler. Ama her ikisi de yanlış bir davranış. (K5, 2.Oturum)

K1 ve K5’in yukarıdaki görüşlerine ek olarak K6, üslup oluşturma olarak yanlış anlaşılan bu üretimlerin sanat pazarı içerisine biran önce dâhil olma isteği ile yapıldığını belirtmiş, bu durumun ise işin en tehlikeli kısımlarından birisi olduğunu görüşlerinde ifade etmiştir.

Temaya ilişkin K1’in ifadesi ile genç yeteneklerin çevresinde gerçekleşen olaylardan etkilenmesi ve esinlenmesi doğal bir süreç olarak görülmelidir. Çünkü sanatsal anlamda kendisini bulmak için arayış içerisinde bulunan bu gençler, çevresinde gerçekleşen sanatsal ve kültürel olaylardan etkilenecekler ve kendilerine buradan bir pay çıkaracaklardır. Fakat buradaki etkilenme ve esinlenme olayının ne derecede olması gerektiği, yarışmalarda ya da sergilerde alınan övgülerin nasıl yorumlanması gerektiği genç yetenekler için önem arz etmektedir. Bu durum üzerinde nitelikli sanatçı hocaların, genç yetenekleri yönlendirmesi ve sanatsal yaratıcılıklarını engelleyecek konulara karşı onları bilgilendirmelerinin önemi, katılımcı tarafından vurgulanmaktadır. Bu şekildeki yönlendirmelerin, genç yeteneklerin sanat pazarına özenerek ya da orada tutunabilmek için ürettikleri seri şekildeki, araştırmadan ve deneyim elde etmekten uzak çalışmalarının üzerinde etkili olacağı

katılımcı tarafından beyan edilmektedir. Bu konu üzerinde K1'in görüşü şu şekilde olmuştur:

Etkilenme ve esinlenme. Zaten gençlerde bu vardır... Ama bunun olumlu yönde gelişmesi önemlidir. Bunun olumlu yönde gelişmesi için, onlara deneyimli sanatçılar ve hocalardan güzel örnekler vererek yönlendirmek gerekir. Yoksa tabii ki de gençler etkilenir. Genç bakıyor ki bir yarışmaya girmiş ya da yarışmalarda birilerinin yaptığı resimler ödül almış. Diyor ki bende böyle yaparsam bende böyle ödül alırım, demek ki ödül buna veriyorlar gibi yaklaşımlar onları olumsuz etkiliyor.(K1. 2.Oturum)

4.2.6. Sanatın metalaştığı dünyada, ticari kaygılarla çalışmalar üretme düşüncesinden, öğrenci uygulamalarının etkilenip etkilenmediğine yönelik görüşler

Bu başlık katılımcılara, “Sanatın metalaştığı dünyada, ticari kaygılarla çalışmalar üretme düşüncesinden, öğrenci uygulamalarının etkilenip etkilenmediğine yönelik neler düşünüyorsunuz?” soru cümlesi yöneltilerek oluşturulmuştur. Yöneltilen bu soruya katılımcılardan K1, K2, K4 ve K6'nın, sanatın metalaştığı dünyada ticari kaygılarla çalışmalar üretme düşüncesinden öğrenci uygulamalarının etkilendiği yönünde ortak görüş beyan ettikleri görülmüştür. Katılımcılar içerisinde sadece K5'in, öğrenci uygulamalarının ticari kaygılarla çalışma üretme düşüncesinden etkilenmediği yönünde görüş beyan ettiği görülmüştür. Katılımcı bu görüşünün nedenini, “*öğrenciler hocalarının belirlediği amaç doğrultusunda, hocalarının belirlediği bir konu üzerine, hocalarının belirlediği teknikler çerçevesinde iş üretiyorlar. Dolayısıyla kendi kendilerine karar verebilecek bir pozisyon oluşmuyor...*” (K5, 2.Oturum) şeklinde açıklamada bulunduğu gözlenmiştir. Konu üzerine katılımcıların büyük çoğunluğunun görüşlerinde, genç yeteneklerin dış dünya ile kurdukları ilişkilerde, tüketici merkezli üretimlerin sahip oldukları günü birlik popülaritelerinin, kimi zaman genç yetenekler üzerinde özendirici olduğu, bu durumun ise öğrenci uygulamalarına kadar yansıdığı anlaşılmaktadır. Genç yeteneklerin “kitsch” üretimlere öykünmelerine neden olan bu durum üzerinde sanat eğitiminin önemine dikkatleri çeken katılımcılar, nitelikli bir eğitim sürecinden geçmiş bilinçli öğrencilerin, ticari kaygılarla çalışmalar üretmekle özgür çalışmalar üretmek

arsındaki farkı daha iyi kavradıkları, katılımcılar tarafından vurgulandığı görülmüştür. Aynı zamanda K3'ün ifade ettiği gibi, *eğitimcilerin öğrencileri hayata karşı yetiştirme politikaları da bu durum üzerinde oldukça etkili olduğu görülmektedir* (K3, 2.Oturum).Katılımcıların konu üzerindeki görüşlerine değinmek gerekirse örnek olarak şu şekilde kapsayıcı bir örnek verilebilir:

Ticari kaygılarla çalışmalar üretme düşüncesinden öğrenci uygulamalarını yüzde yüz etkilendiğini düşünüyorum. Düşünün, bir adam geliyor sergiye, bakıyor, bütün resimler satılmış. Vay be, demek ki böyle yapmak lazım diyor. Gidiyor bir tanesine, hiç bir şey satılmamış! Birde şöyle bir şey var sevgili arkadaşlarım. Sanat, bilim, ben bu kadarını gördüm, ben bu kadarını yapıtımı kabul etmeyen alanlar. Ülkemizde, dünyada, günümüzde veya geçmişte, bizim insanoğlunun yarattığı değerlerden haberdar olmamız çok önemli. Sanat eğitiminde çok değerli konulardan birisi sanat tarihi bilmektir. ...Sanat eserinin sanatsal dilini kavramak lazım. Sanatsal dili okuyabilmek lazım. Eski ustaları, minyatürü, Çin'i, Japon'u, Aztek'i, Rönesans'ı, Eski Yunan'ı, izlenimciliği, romantizmi, Türk, yabancı. Mesela hiç bilinmez bizde Çin ve ya Japon sanatı. Çin resminden, Japon resminden, Hint resminden hiç bahseden var mı? Okullarımızda minyatürü siyasi nedenlerden dolayı kopya ettiriyorlar, minyatür dilini inceleyen var mı? Yani sanat ve bilim öyle bir şey ki, ben görmedim, ben bilmedim kabul etmiyor. Siz, doksan derecede suyun kaynadığını bilmiyorum diyerek fizikçi olamazsınız. Ya da böyle resimlerde mi yapılır vay be, böyle mimari şeylerde mi yapılır aaaa, böyle giysilerde mi varmış ben görmedim ya! Bu senin cehaletin, senin fakirliğindir. O nedenle bunlar önemli. Yani, ne olur okullarda okumayı geliştirelim. Ancak bu şekilde konumuzdaki etkilenmelerden uzaklaşılır. (K4. 2.Oturum)

Konu ile ilişkili olarak genç yeteneklerin sanatsal çalışmalarında beğenilme kaygısı sezdiklerini belirten K1 ve K6, bu kaygının sebebi olarak kitsch üretimlerde bulunabildiklerine dikkatleri çekmişlerdir. Bu durumla ilgili olarak K1 şu şekilde bir değerlendirmede bulunmuştur:

Öğrencilerin çalışmalarında beğenilme kaygısı sezinliyorum. Hatta ilk başta hocalara sevdirmeye, beğendirmeye çalışıyor öğrenci çalışmalarını. Hocasına beğendirip oradan güzel dönütler alırsa onun üzerine gidecek vs. Güzel söz

herkesin hoşuna gider kuşkusuz. Hele de bunlar, gençlerin daha da çok hoşuna gider. Tabii ki bunları aşmak lazım. Bu konuda da gençlere en çok yardımcı olacak olanlar atölye hocalarıdır. (K1. 2.Oturum)

4.2.7. Sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinliklerinin, öğrencilerin yaratıcılıklarına yol gösterici nitelikler sunup sunmadığına yönelik görüşler

Katılımcılara yöneltilen, “Sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinliklerinin, öğrencilerin yaratıcılıklarına yol gösterici nitelikler sunup sunmadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?” soru cümlesi, bu başlığın oluşmasını sağlamıştır. Katılımcıların bu soruya vermiş oldukları cevaplara baktığımızda K6 dışındaki tüm katılımcıların, sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinliklerinin öğrencilerin yaratıcılıklarına yol gösterici nitelikler sunduğu yönünde ortak görüş beyan ettikleri görülmüştür. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (K1, K2, K3, K4, K5) görüşlerinde yer aldığı gibi, gelişen teknoloji ile birlikte kitap, resim, doküman gibi argümanlara ulaşımın kolaylaşması, genç yeteneklerin birçok eseri teknoloji yardımı ile detaylı bir şekilde incelemesine olanak sağlamıştır. Fakat sanat eserlerini birebir görerek alınacak estetik hazzın, genç yeteneklerin yaratıcılıkları üzerinde daha da olumlu etkiler sunacağı, katılımcılar tarafından vurgulanmaktadır. Katılımcılardan bazılarının konu üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinliklerinin, öğrencilerin yaratıcılıklarına olumlu katkılarda bulunduğunu düşünüyorum. Özellikle bu etkinliklerin uluslararası olmaları da önemli bu konu üzerine. Her ne kadar medyatik bir çağda yaşıyor olsak da ve her şeyi sanal ortamdan takip edebiliyorsak, teknolojiyle çok iç içe olsak da, bir eseri birebir görmekten alınan haz ve eserin sanatçısıyla yüz yüze görüşüp merak ettiği şeyleri sanatçıya sorma imkânı bulma açısından bienaller, festivaller ve fuarlar çok önemli etkinlikler. (K5, 2.Oturum)

...bir hoca olarak şunu söyleyebilirim. Çok görmemiz, çok okumamız, çok tanımamız gerekiyor. Bu, her alan için bu şekilde. Dolayısıyla bu fuarlar, sergiler öğrencilerin yaratıcılıkları üzerinde zenginlik. Yani beğenmediğimiz bir sergi bile bir zenginlik, görgü ve bilgi... Bu kültürel yolculuğun içerisinde

her şey var. Bizim alana gelirsek, bizim kültürel yolculuğumuz içerisinde eğitim kurumları kadar galerilerin, fuarların, bienallerin vs. aynı şekilde payı olduğunu düşünüyorum. (K4, 2.Oturum)

Sergiler, fuarlar, bienaller, söyleşiler, televizyon, görsel medya vs.'nin oldukça katkısı bulunduğunu düşünüyorum yaratıcılık üzerinde. Keşke bugün kanallar kadınlara yönelik programları vs. göstermek yerine her kanal günde on dakika-on beş dakika sanata yer ayırsa, şiire, edebiyata yer ayırsa ne güzel olurdu. (K2, 2.Oturum)

Konu ile doğru orantılı olarak K3, çağdaş sanat bünyesi içerisindeki bu etkinliklerin öğrencilerin sanatsal gelişimleri ve yaratıcılıkları üzerinde olumlu etkilerinin bulunacağını görüşlerinde beyan ederken bu etkinliklerin yalnızca gelişmiş şehirlerde sınırlı olmasını eleştirmiştir. Bu eleştirisine ek olarak K3, bahse geçen sanatsal etkinliklere giriş ücretlerinin bulunmasının, maddi durumu iyi olmayan öğrencilerin bu etkinliklerden mahrum kalmasına neden olduğunu belirterek, sanatı halkın ayağına getirmek gerektiğini görüşlerinde beyan etmiştir. K3'ün konuya ilişkin görüşleri şu şekilde olmuştur:

Bakın, bu etkinliklere giriş ücretleri 40 TL mi ne? EEE! O çocuk oraya nasıl girsin o parayı verip. Resim öğrencisi onları gezip görmesi lazım! Aslında, onlar görevlilere hemen kimliklerini gösterdikleri anda içeriye almaları lazım. Ama böyle bir şey yapmıyorlar. Yani parası olan girsin böyle bir şey olmaz. O yüzden o arkadaşlar böyle etkinlikleri izlemekte güçlük çekiyorlar. İki, bu etkinlikler hep aynı şehirde İstanbul'da yapılıyor. Bienal bir tane bienal yapılıyor, bilemedin iki tane o da. Ankara'dan kalkıp da bir çocuk oraya gidemez. Hele hele uzak bir şehirden hiç gidemez. Bu yüzden sanatı halkın ayağına getirmek gerekiyor. Ama bunlar yapılmıyor. (K3, 2.Oturum)

Katılımcıların genel görüşünden farklı olarak K6, sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinliklerinin öğrencilerin yaratıcılıklarına yol gösterici nitelikler sunduğunu düşünmemektedir. Konu ile ilişkili olarak katılımcının görüşleri şu şekilde olmuştur:

Bundan bir on beş- yirmi sene önce sormuş olsaydın bu soruyu çok olumlu cevap verebilirdim sana. Ama artık görüyorum ki bu bienaller tekrar ettikçe, birbirine çok benzeyen işler artık ortalığı sardıkça, ya da işte fuarlar birbirinin çok tekrarı ve yer alan işler standartlaşmaya başladıkça bu görüşten vazgeçtim

artık. Yani artık yarar değil zarar olduğunu düşünmeye başladım. (K3, 2.Oturum)

4.2.8. Öğrencilerin sanatsal uygulamaları üzerinde, kültür endüstrisi etkisine ilişkin, sanat eğitiminde yapılması gerekenlere ilişkin görüşler

Katılımcılara yöneltilen, “Öğrencilerin sanatsal uygulamaları üzerinde, kültür endüstrisinin etkisine ilişkin, sanat eğitiminde ne tür çalışmaların yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?” soru cümlesi ve “Bu konu üzerindeki önerileriniz nelerdir?” sondası, bu başlığın oluşmasını sağlamıştır. Katılımcılardan K1 ve K2’nin bu soruya vermiş oldukları görüşlerinde ortak olarak görülen okuma eyleminin, sanat eğitiminde uygulamalı resim çalışmaları kadar önemli olduğu vurgulanmıştır. Bu katılımcılara göre okuma eylemi kültürlü bireyler olmanın ilk adımlarını oluşturmaktadır. Sanat üretiminin kültürel birikim istediği göz önünde bulundurulduğunda, okuma eyleminin sanat eğitimi kurumlarında artırılması gereken ve uygulamalı çalışmalarla eş zamanlı yürütülmesi gereken bir aktivite olduğu katılımcılar (K1, K2) tarafından vurgulanmıştır. Yine katılımcılar tarafından belirtildiği gibi kültürel bir alt yapıdan beslenmeyen sanat eğitiminin sadece uygulamalı derslerle ilerleyemeyeceği, böyle bir eğitim anlayışının genç yetenekleri hayata ve kendilerine karşı eleştirel bir tutum sergileme konusunda yetersiz kalacağı anlaşılmıştır. Katılımcılara göre akademik eğitim mutlaka dışarıdan farklı etkinliklerle geliştirilmesi gereken bir alandır. Bu etkinlikler arasında müze ziyaretleri, güncel sergileri ve sanatsal aktiviteleri takip etme, edebiyat gibi farklı sanat disiplinleriyle ilişki içerisinde olma şeklinde, kültürel donanımımızı geliştirecek aktiviteleri içermektedir. Konuyla ilişkili olarak K1 ve K2’nin görüşleri şu şekilde olmuştur:

...sanat eğitimi alan öğrencilerin akademik bilgilerinin dışında, tabii ki ciddi anlamda yaptıkları uygulamalı çalışmaların ötesinde mutlaka galerileri, fuarları, müzeleri kitapları hem görsel anlamda hem okuyarak kendilerini geliştirmesi lazım. Yani, bir elinde fırçası, tuvali varsa öğrencinin diğer elinde mutlaka kitabı olması lazım. Bunların sentezi ile ancak daha özgün ve kişilikli işler çıkarabilir. ...Sanat eğitiminin bu iki sentezi destekleyen bir unsur olması gerekir. Yoksa atölye çalışmaları resim kursuna döner. Zaten haftalık ders saatlerimiz neredeyse yarı yarıya indi. Gençler haftada bir gün buraya

gelecekler atölyede resim çalışmaları yapacaklar. Zaten burada sadece resim çalışmaları yapacak olurlarsa gençler, bu resim kursundan öteye gitmez. Bu eğitim anlayışının da kişiye zara vermekten başka bir etkisi olmaz. (K1, 2.Oturum)

Bir ülkede sanatın kalkınmasını sadece sanat eğitimi kurumlarına havale etmek yanlışır. Neden? Şimdi, dün akşam televizyonda, Avustralya'da Viyana'da bir yaz konseri izledim. İmrendim. Açık hava konseri, binlerce insan, klasik müzik yapılıyor ve dinleniyor. İki saat kadar sürdü. Çocuğuyla, genciyle, yaşlısıyla, sevgilisiyle böyle çimler üzerine yatmışlar çıt yok müzik dinliyorlar. Sanat insanların yaşamına girmiş. Bizde de sanatın köyden kasabaya kadar halkın içersine girmesi lazım. Çocuk liseyi bitirmiş buraya geliyor dört sene içersinde çocuğa ne verebilirsin. Bu sanat eğitimi kurumlarına çok acımasızca sorumluluk yüklemek olur. Çocuk on sekiz yaşına gelmiş bu yaşa kadar fotoğrafla resmin ne anlama geldiğini bilmeyerek mi bu yaşa gelmiş. Şimdi çocuklara modern sanat, çağdaş sanat vs. öğretiyoruz. Adamın alt yapısında hiç bir şey yok. Zaten okumayan kültürün insanlarıyız. Ben çocuklara şunu söylüyorum, ben size resmi öğretim ama okumazsanız sanat yapamazsınız. Nazım Hikmet'e bakıyorsun operayı biliyor, resmi biliyor, tiyatroyu biliyor. Onun için büyük sanatçı Nazım Hikmet. (K2, 2.Oturum)

Öğrencilerin sanatsal uygulamaları üzerinde, kültür endüstrisi etkisine ilişkin, sanat eğitiminde yapılması gerekenleri K3, ağırlıklı olarak eğitimci ve eğitimci rolüne yönelik değerlendirdiği görülmektedir. Katılımcıya göre sanat pazarını tanıyan, pazar içersindeki etkinliklere katılan, sanatsal anlamda üretimi bırakmayan eğitimcilerin, öğrencileri hayata hazırlama konusunda onlara rol model olabileceğini belirtmektedir. Aynı zamanda K3'ün belirttiği gibi, nitelikli bir sanat eğitimcisinin illa da sanatsal anlamda üretken sanatçı kişiliğinin olması beklenmemelidir. Sanat eğitimcilerinin öncelikli olarak kültürel ve pedagojik olarak iyi yetişmiş bireyler olmaları gerekmektedir. Bu sebepten dolayı öğrenci uygulamaları üzerindeki kültür endüstrisi etkisine ilişkin K3, nitelikli sanat eğitimcilerinin konu üzerinde etkili rollerinin bulunabileceğini düşünmektedir. K3'ün konu üzerindeki görüşleri şu şekilde olmuştur:

Benim önerim arkadaşlar. Bu iş kültür meselesidir. Alanına yönelik iyi bir kültür donanımıyla bezenmiş öğretmenlere, profesörlere, doçentlere, yardımcı

doçentlere ihtiyaç vardır. Bunların hepsinin, kendisini iyi yetiştirmiş bireyler olmaları gerekiyor. Kendileri ile alakalı alakasız her türlü konuya ilgiyle yaklaşmaları, sergileri ve sanatsal aktiviteleri gezmeleri gerekiyor. Güncel sanatı ve sanat pazarını tanımaları gerekiyor. İşin iyi yanını da kötü tarafını da tanımaları gerekiyor... İyi eğitimci gerekiyor. Bakın illa şaşalı atölyeler binalar gerekmez. İyi öğretici, iyi hoca ne kadar çok olursa, aynı oranda başarı oranı da artar.

“Hocam, bir eğitimcinin de sanatsal anlamda üretip sergiler açması, bu ortamı birebir yaşammasının öğrenciye aktarmış olduğu izlenimi, nasıl değerlendiriyorsunuz?”

Ben şu şekilde değerlendiriyorum. Eğitimcilik ve sanatçılık bir biriyle uyuşmayabilir. İyi bir eğitimcinin iyi bir ressam olması söz konusu olmayabilir. Ama o bunları bilir öğrencilerine de anlatırsa daha iyi olur. ...Ama ben şuna katlanamıyorum. Bir arkadaşınız kurs veriyor, olaya bak nereye gidiyor? Kursiyer öğrencileri ile Paris’e gidiyorlar, Paris’te bir galeri ile anlaşmış oradaki galeride resim yapıyorlar, hem de Paris’i geziyorlar. Bunu amatörler yaptırıyorlar. Keşke bunu daha da bir geliştirip, ciddi boyutta bir üniversite yapsa. Değişim yapsa. Bunun için hocanın iyi ressam olması beklenemez. Ama iyi bir ressam olsa daha iyi olur. Hele dünya çapında bir ressam olsa o artık tadından yenmez. (K3, 2.Oturum)

K4, özgüven duygusunun sanatçı açısından önemine değinerek sanat eğitimi yolu ile kendine güven duyan genç yeteneklerin yetiştirilmesi gerektiğini görüşlerinde ifade etmiştir. Bu görüş ile doğru orantılı olarak, öğrenci uygulamaları üzerinde kültür endüstrisi etkisine ilişkin K4, özgüven duygusu gelişmiş öğrencilerin sanatsal çalışmalarında bu tür etkilerden ziyade daha özgün çalışmalar üretebileceğini vurguladığı görülmektedir. Konu ile doğru orantılı bir örnekte bulunmak gerekirse, Mehmet Güleriyüz’ün “Güldüğüme Bakma” başlıklı söyleşi kitabında Cemal Tollu hocasından aldığı “kabul ettirebilersen olur” şeklindeki öğüttü, bizlere özgüven duygusunun sanatsal üretim sürecindeki önemini kavramamıza yardımcı olmaktadır. Bu öğüte yönelik Mehmet Güleriyüz: “hocamdan aldığım tek şey şudur; yaptığın resim kendine aitse, bunu kabul ettirebilmek için öncelikle senin inanman gerekir” (Güleriyüz, 2004, s. 168) şeklinde hocası Cemal Tollu’nun görüşlerini yorumladığını görmekteyiz. Bu yorumdan anlaşılacağı üzere, sanatçının

kendine ve çalışmasına olan inancı, onun sanatsal duruşu üzerinde de etkili olmaktadır. Bu konu üzerine K4, görüşlerini şu şekilde ifade ettiği görülmektedir:

Benim hoca olarak düşüncem şu: Gençlerin öncelikle bilgili, kültürlü olmaları, geçmişle ilişkilerini iyi bilmeleri, beyinlerini her zaman devrede tutmaları, tek beyinleri değil aynı zamanda gönüllerini de her zaman devrede tutmaları, kendilerine güvenmeleri, üretmeleri, çalışmaları, sanat ve bilim macera ister bundan korkmamaları, denemekten korkmamaları, yaptıkları her çalışmanın iyi olmayacağını bilerek, beğenilmeyebileceğini, paylaşılmaya bileceğini, anlaşılmaya bileceğini, hesaba katmaları ve çalışmaları talep görmez ise, beğenilmez ise dünyanın sonu olmadığını bilmeleri, “benim yaptığım resim iyidir kardeşim” diyebilmeleri gerekir. Van Gogh böyle Van Gogh oldu, Picasso böyle Picasso oldu. Bilgi, birikim, kültür, hiçbir şeyi bilmiyorum diyerek çalışmak, yaptığını her zaman denemek gözden geçirmek, kendine güvenmek. (K4, 2.Oturum)

Tema üzerine son olarak K5 diğer katılımcılardan farklı bir öneri ortaya koymuştur. Bu öneride, sanat eğitimi kurumlarında estetik ve estetik beğeni üzerine öğrencilerin aktif katılımı ile tartışmaların yapılması gerektiğini beyan etmiştir. Katılımcıya göre bu tartışmalar, öğrencilerin sanatsal uygulamaları üzerindeki, kültür endüstrisi etkisine olumlu katkıları sağlayacaktır.

BÖLÜM V

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, kültür endüstrisinin çağdaş Türk resim sanatı üzerindeki etkilerini, alanda uzman sanatçı-eğitimcilerin görüşleri ile tartışarak, bu etkilerin sanat, sanatçı ve ağırlıklı olarak yükseköğretim kurumlarındaki genç yetenekler üzerinde yansımalarının olup olmadığını, yansıması bulunuyor ise bunların neler olduğunu ortaya koyma amacı ile oluşturulmuştur. Çalışma, alanda uzman ve sanatçı kimliğine sahip bireylerin, kültür endüstrisinin öğrenci üzerindeki etkilerine yönelik görüşlerini ve sanat eğitiminde konuya ilişkin nelerin yapılması gerektiğini katılımcıların görüşleri yönünde nitel bir yöntemle ele alınan ilk çalışmadır.

Bu bölümde, katılımcılardan elde edilen bulgular ekseninde sonuçlara ve tartışmalara yer verilmiş, konu üzerinde çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

5.1. Sonuçlar

Araştırma bulgularından şu şekilde sonuçlara ulaşılmıştır.

1. Çalışma grubunun, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarıyla olan ilişkilerine yönelik görüşlerinden, dokuz (9) madde halinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- i) 1980’li yıllarda olgunlaşmaya başlayan sanat pazarının, çağdaş Türk resim sanatı üzerinde, sanatın izleyici ile buluşması konusunda olumlu, sanatın bu pazar içerisinde giderek meta haline gelmesi konusunda da olumsuz etkileri olmuştur.

- ii) Çağdaş Türk resim sanatı üzerinde galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin rolü ağırlıklı olarak ticari bir anlayış çerçevesinde yoğunlaşmıştır.
- iii) Sermaye sahibi güçlerin sanat üzerindeki varlıkları sanatı desteklemiş, onun gelişimine ön ayak olmuştur.
- iv) Çağdaş Türk resim sanatı sermaye sahibi güçlerin manipülasyonuna uğramaktadır.
- v) Çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, müzayede gibi birimler sanatçıya kâr odaklı yaklaşmaktadır.
- vi) Günümüzde resim sanatı bir yatırım aracı olarak görülmektedir.
- vii) Çağdaş Türk resim sanat pazarında, sanat eserinin maddi değerinin belirlenmesi üzerinde reklam, marka değeri ve eserin sunulduğu kitlenin özelliği öne çıkan etkenlerdir.
- viii) Çağdaş Türk resim sanat pazarında, marka kimliğe sahip bir sanatçı olmak, satışlar üzerinde doğrudan etkilidir.
- ix) Sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasında ters yönde bir ilişki vardır.

2. Çalışma grubunun, kültür endüstrisinin öğrenciler üzerindeki etkisine yönelik görüşlerinden, sekiz (8) madde halinde aşağıdaki gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

- i) Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin olumlu yönde rolü bulunduğu gibi olumsuz yönde de rolleri bulunmaktadır. Bu olumsuz roller birtakım yöntemsel ve fiziksel koşulların yetersizliğine ek olarak sanat eğitimcisinin alan üzerindeki eksikliklerinden de kaynaklanmaktadır.
- ii) Günümüz sanat eğitimi, umut uyandıran yetenekleri ileride karşılaştacakları sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırlamamaktadır.
- iii) Günümüz sanat eğitimi, sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan, sanatçı adaylarını koruyamamaktadır. Bu konu üzerinde spesifik bir eğitim yoktur. Ancak bu, sanat pazarı ile ilgili seçmeli derslerin verilmesiyle ya da sanatsal kaygıları ön plana alan, kendi kişiliklerini sanat yolu ile keşfetmeye çalışan bireyler yetiştirmeyi amaç edinmiş bir eğitim programı ile sağlanır.
- iv) Öğrencilerin üslup oluşturmaya yönelik girişimleri ya da özgünlük arayışları, sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi varlığından etkilenmektedir.

- v) Sanatın kültür endüstrisi ile olan ilişkileri bağlamında genç yeteneklerin sanatsal çalışmalarında seri şekilde birbirini tekrar eden, araştırma ve deneme eylemlerinden uzak çalışmalar görülmektedir ve bu çalışmalar kültür endüstrisinin genç yetenekler üzerindeki etkisinin sonucunda oluşmuştur.
- vi) Sanatın metalaştığı dünyada ticari kaygılarla çalışmalar üretme düşüncesinden, öğrenci uygulamaları etkilenmektedir.
- vii) Sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinlikleri, öğrencilerin yaratıcılıklarına yol gösterici nitelikler sunmaktadır.
- viii) Öğrencilerin sanatsal uygulamaları üzerinde, kültür endüstrisi etkisine ilişkin, sanat eğitiminde öncelikli olarak okuma eylemine verilen önem artırılmalıdır. Sanat eğitimi ile kültürlü insanlar yetiştirilmesi gerekmektedir. Bu duruma ek olarak, eğitimcinin öğrenciye rol model olması gerektiği ve sanat eğitiminin dış ortam ile olan ilişkilerinin zenginleştirilmesi konu üzerinde etkili olacak unsurlardandır.

5.2. Tartışma

Araştırma bulgularından elde edilen sonuçlarda da görüldüğü gibi, birinci alt amaca yönelik elde edilen sonuçlarda, kültürel ürünler olan sanat eserlerinin sermaye ile olan ilişkileri, 1980’lerden sonra artarak gelişme göstermiştir. Çalışmada elde edilen sonuç ile doğru orantılı olarak Boorsma ve Chiaravallo, “1980’li yıllar özellikle kâr amacı gütmeyen sanat organizasyonlarının, kâr amacı güden işletmelerin yönetsel uygulama ve ideolojilerine ilgi göstermeye başladığı bir dönem” (Boorsma ve Chiaravallo’dan aktaran Kaya, 2013, s. 15) olduğunu belirtmiştir. Aynı şekilde Kaya da, Türkiye’de sanat ve sermaye birlikteliğinin doğurduğu pazar yapısının, 1980’lerin ikinci yarısında serbest piyasa ekonomisinin gelişim göstermesiyle gelişmeye başladığını belirtmiştir (Kaya, 2013, s. 42). Sanat ve sermaye ilişkisinin bu birlikteliği, araştırmada da görüldüğü gibi sanat eserinin özerkliği üzerinde tehdit unsuru oluşturmaktadır. Bu birlikteliğin, sanat eserinin meta değerine yaptığı vurgu, onun estetik değerini arka plana aldığı anlamına da gelmektedir. Sanatın üst ve alt kültürle olan ilişkisi bu yolla yok edilmeye çalışılmaktadır. Burada karşımıza çıkan kültür endüstrisi kavramı bizlere, günümüzde sanatın reklam sektörü ile iç içe yürüyen bir yapıya kavuştuğunu göstermektedir.

Yılmaz'ın da belirttiği gibi, “Aslında, kültür ve sermaye ilişkileri postmodernizm tartışmalarından çok önce, 1923'te Almanya'da kurulan Toplumsal Araştırma Enstitüsü (Frankfurt Okulu) üyelerince masaya yatırılmıştı” (Yılmaz, 2013, s. 206). Aralarında Adorno ve Horkhemier'in de bulunduğu bu okul, kültürel alan üzerinde ciddi çalışmalara imza atmış, kültür endüstrisi kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. 1944'lü yıllarda Adorno ve Horkhemier'in birlikte kaleme aldıkları *Aydınlanmanın Diyalektiği* başlıklı kitapta, ilk defa kültür endüstrisi bağlamında sanat ve sermaye ilişkisinin incelendiği görülmektedir. Araştırmamızın birinci alt amacından yani çalışma grubunun, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarıyla olan ilişkilerine yönelik görüşlerinden elde edilen sonuçlara bakıldığı zaman, kültür endüstrisi kavramının, sanat eserlerindeki özerkliği bilinçli bir şekilde ortadan kaldırarak onu “mal” ya da diğer bir deyişle “meta”ya dönüştürmesi (Adorno'dan aktaran Çelik, 2011, s. 113) yönüyle görüşlerin, aynı doğrultuda olduğu görülmektedir. Aynı şekilde kültür endüstrisi kavramının, yukardan dayatmacı zihniyete işaretlerde bulunduğu bilinmektedir. Araştırma sonuçlarına bakıldığında günümüz sanatının, çeşitli sermaye sahibi güçlerin manipülasyonu ile hegemonyasına maruz kaldığı görülmektedir.

Araştırma sonuçlarında görüldüğü gibi resim sanatı bir yatırım aracı olarak görülmektedir. Sanatın yatırım değeri üzerine Don Thompson, Ece Eraslan gibi pek çok yazarın da konu ile ilişkili olarak aynı görüş içerisinde oldukları görülmüştür. Fakat konu ile ilişkili olarak Thompson, pahalı olmayan eserlerin yatırım değerinin bulunmadığını bu eserleri sadece hoşumuza gittiği için satın almamız, ondan yatırımsal bir değer beklentisi içerisinde olmamız gerektiğini belirtmiştir (Thompson, 2011, s. 353). Küresel ya da yerel aktörler tarafından sanatın yatırım değerine yapılan vurgular, sanat eserlerinin maddesel yönünün yüceltildiği anlamına da gelmektedir. Sıtkı M. Erinç'in de belirttiği gibi, “sanata duyulan saygı ayrı bir konudur, onun meta olduğunu kavramak ayrı bir konu” (Erinç, 2009, s. 116). Bu sebepten dolayı sanata duyulan saygı, onun maddesel değerinden önce gelmeli ve sanata sanat olduğu için değer verilerek yatırımlarla koruma altına alınmalıdır.

Araştırmanın ikinci alt amacı, çalışma grubunun, kültür endüstrisinin öğrenciler üzerindeki etkisine yönelik görüşlerinden elde edilen sonuçlara bakıldığı zaman, içerisinde bulunduğumuz yüz yılda küreselleşme ile birlikte sanat, çok uluslu bir yapıya kavuşmuş; sermaye sahibi, küresel ve yerel aktörler tarafından yönlendirilmeye çalışılmıştır. Bu durumun, sanatsal anlamda kendisini geliştirmeye çalışan öğrenciler ya da genç yetenekler

üzerinde çeşitli şekillerde yansımaları da bulunmuştur. Araştırma sonuçlarında görüldüğü gibi katılımcıların konu üzerindeki görüşleri, günümüz sanat eğitiminin öğrencileri ya da genç yetenekleri, okul dışı, sanat pazarı ortamı hakkında yeterli düzeyde bilgilendirmediği şeklinde olmuştur. Sanatın popüler etkilerle, öğrenci veya genç yetenek üzerindeki yansımaları, araştırma sonuçlarından da anlaşılabileceği üzere, genç yetenekler üzerinde birtakım olumsuzluklar getirmiştir. Bu olumsuzlukların nitelikli bir sanat eğitimiyle giderilebileceği araştırmaya katılan katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Konu üzerinde nitelikli bir sanat eğitiminden kastedilen, sanat eğitiminin, kişilerin öz güven duygusunu geliştirerek onların sanatsal yaratıcılıklarını engelleyecek faktörlere karşı kendi kişiliklerine her daim saygı duymaları yönünde bir bakış açısı içerisinde olması gerektiğidir. Konuyla doğru orantılı olarak Erinç (2006, s. 58), sanat eğitiminin kişilik kazanımı ile doğrudan ilişkili olduğunu belirtmiş, gelecek “kişilikli toplum” anlayışı üzerinde de bu durumun etkili olduğunu vurgulamıştır. Erinç’in ifadesinden de anladığımız üzere günümüz sanat eğitimi, kişinin kendisine olan güvenini arttırmalı, sanatsal yollarla kendi kişiliğini en özgün şekilde ifade edebilme becerisi kazandırmalıdır.

Gökay (2011, s. 43)’ın belirttiği gibi “sanat olgusunun ortaya çıkmasında iki özneye gereksinim olduğuna göre; görsel sanatlar eğitimi, hem sanatçı hem de alıcı (yani izleyici) yetiştirmek durumundadır”. Özellikle içerisinde bulunduğumuz yüzyılda sanatın ekonomi disipliniyle olan ilişkisinin güçlenmesi, bu iki özne üzerindeki sorumluluğu arttırmıştır. Bu sebepten dolayı, sanat kavramını doğru okuyan bireylerin yetişimi için nitelikli bir görsel sanatlar eğitimi programına ve nitelikli sanat eğitimcilerine gereksinim duyulmaktadır. Sanat gibi uygulamalı bir alanın ya da deneyim kavramının önemli olduğu bu alanda, deneyimli eğitimcilerin öneminin gün geçtikçe arttığı görülmektedir. Burada karşımıza çıkan sanatçı kimliğine sahip eğitimciler ya da alanında sanatsal çalışmalarla kendisini geliştirmeye çalışan bireylerin genç yetenekler üzerindeki etkisi, sanat pazarının mevcut durumunu ve günümüz sermaye güçlerinin sanat üzerindeki etkilerini anlama konusunda rol model olabileceği görülmüştür.

5.3. Öneriler

Bulgular ve sonuçlar ekseninde aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir.

1. Araştırmaya katılan katılımcılardan bir kısmı, sanat eğitimi sürecinde, sanat pazarı ve güncel sanat pazarı içerisindeki pazarlama taktikleriyle ilgili seçmeli derslerin

verilmesinin, öğrencilerin konu üzerinde fikir sahibi olmasına yardımcı olabileceğini belirtmişlerdir. Aynı zamanda katılımcılar bu tarz bir dersle, öğrencinin sanat ve sanatsal olaylara eleştirel bir bakış ile yaklaşabileceğini, çevresini ve kendisini sorgulamasında da etkili olabileceğini vurgulamışlardır. Katılımcıların bu görüşü doğrultusunda, bu içerikteki bir dersin kapsamı ve yönteminin belirlenmesi, bu konu üzerinde yapılacak araştırmalarla desteklenmesi gerekir.

2. Sanat pazarı içerisinde sanatın özerkliğinin korunabilmesi için devlet desteğine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu destekler öncelikli olarak, sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, müzayede gibi pazar birimlerinin yasalar yolu ile denetiminin yapılması sağlanmalıdır. Sanatın özerkliğini sağlayabilmek için, sanata ve sanatçının özgür ifadelerine ket vuracak olumsuz etkilerin bu yasalar ile koruma altına alınması gerekir.

3. Genç yeteneklerin karşılaştığı sanatsal çalışmaları doğru okuyabilmeleri için görsel kültür eğitimine önem verilmelidir. Görsel kültür eğitimi ile genç yeteneklerin, kitsch gibi tüketim kültürüne hitap eden çalışmalar üzerindeki farkındalıkları geliştirilmelidir. Yükseköğretim kurumlarında görsel kültür eğitimi yardımı ile sanat formasyonu yönünden nitelikli sanat eğitimcileri yetiştirilmelidir.

4. Günümüz sanat eğitim sistemi genç yetenekleri ileride karşılaşacakları sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırlamadığı, araştırmanın sonuçlarından biridir. Bu bağlamda günümüz sanat eğitim sistemi, gelecekteki sanat pazarı koşullarına cevap verecek şekilde planlanmalıdır. Aynı zamanda sanat pazarı içerisindeki koşullar hakkında öğrencilerin bilgi edinmelerine yönelik sergi, bienal, fuar gibi etkinliklere katılması sağlanmalıdır.

5. Araştırma kapsamında katılımcılar, kültür endüstrisi karşısında dirençli durabilmek için okuma alışkanlığının önemi üzerinde durmuşlardır. Ek olarak öğrencilerin okuma alışkanlığı ile kazandıkları kültürel ve eleştirel bakış açıları, onların sanatsal yaratıcılıklarına etki edeceğini ifade etmişlerdir. Bu sebepten dolayı sanat eğitimi sürecinde öğrencilerin daha fazla okumalarına imkan verecek fırsatlar sunulmalıdır.

6. Sanatın kültür endüstrisi ile olan ilişkileri üzerinde olumlu katkılar sağlamak için sanatı sermaye yolu ile destekleyen kişilere ve sanat galerileri yöneticilerine, estetik beğeniyi geliştirici yönde kuramsal sanat eğitimi verilmelidir.

7. Sanat eğitimi içerisinde yer alan sanat tarihi dersi ile genç yeteneklere, sanatsal başarı ölçütünün ne olduğu açıklanmalıdır. Bugün medyanın pop olarak ifade ettiği, tüketim

kültürü içerisindeki uçucu sanatsal niteliklere yönelik öğrencilerin farkındalığı sağlanmalıdır. Bu kazanım doğrultusunda genç yeteneklerin sanatsal gelişimini ve çalışmalarında aldıkları övgüleri/dlleri değerlendirirken sanatsal başarı ölçütünü belirleyebilmelidir.

KAYNAKÇA

Adorno, T. W. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken. *Cogito Dergisi*, Yaz-200.

28 Ekim 2014 tarihinde

<http://zaferyalcinpinar.com/kulturendustrisiyenidenadorno.pdf> sayfasından erişilmiştir.

Adorno, T. W. (2012). *Kültür endüstrisi kültür yönetimi*. (E. Gen., N. Ülner., ve M. Tüzel, ev.). İstanbul: İletişim.

Ahmetoğlu, ., & Denli, S. (2013). Soyut dışavurumculuğun ortaya ıkısı ve Türk resim sanatına yansımaları. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3(8), 173-188. 1 Ekim 2014 tarihinde

<http://www.gstfdergi.com/article/viewFile/1027000087/1027000082> sayfasından erişilmiştir.

Aksoy, ř. (2002, Mayıs). *ğretmen yetiştirmede anasanat atölye derslerinin*

ağdaşlaştırılmasının gerekliliği ve ağdaş eğitim modeli üzerinde neriler. Gazi niversitesi'nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Alakuş, A. O., & Mercin, L. (Ed.). (2011). *Sanat eğitimi ve görsel sanatlar ğretimi*.

Ankara: Pegem Akademi.

Aldinç, B. (2011). Ressamım, lüks içinde yaşıyorum. *Sabah Gazetesi*. 13.08.2015 tarihinde

http://www.sabah.com.tr/ekonomi/2011/02/20/ressamim_luks_icinde_yasiyorum sayfasından erişilmiştir.

Altuğ, T. (2012). *Son bakışta sanat*. İstanbul: Yapı Kredi.

- Antmen, A. (2000). A'dan Z'ye 20. yüzyıl sözlüğü. *P Dergisi*, 16, 8-76.
- Antmen, A. (2013). *20. yüzyıl batı sanatında akımlar*. İstanbul: Sel.
- Artun, A. (2012). *Çağdaş sanatın örgütlenmesi estetik modernizmin tasfiyesi*. İstanbul: İletişim.
- Artun, A. (2014). Sanatın müzayedeleşmesi. *E-Skop Sanat Tarihi Ve Eleştirisi Dergisi*. 21 Şubat 2015 tarihinde <http://www.e-skop.com/skopbulten/sanatin-muzayedelesmesi/1996> sayfasından erişilmiştir.
- Artut, K. (2009). *Sanat eğitimi*. Ankara. Anı.
- Atan, A. (2006). *Resimli Resim Sözlüğü*. Ankara: Asil.
- Ataseven, S. Y. (2011). *Çağdaş figüratif resimde geleneğe dönüş ve "yeni-eski ustalar"*. Sanatta Yeterlilik Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Avcı, S. (2013). John Coustable: Yenilikte gelecek. *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*. 12, 82-107. 22 Şubat 2015 tarihinde <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sduarte/article/viewFile/1018004106/1018003436> sayfasından erişilmiştir.
- Ayaydın, A. (2013). Güzel sanatlar eğitimi resim-iş öğretmenliği anabilim dallarının sorunları ve çözüm önerileri. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 30, 31-45. 6 Şubat 2015 tarihinde http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Federgi.marmara.edu.tr%2Fmaruaeab%2Farticle%2Fdownload%2F1012001088%2F1012000930&ei=5XnUVPiDAcH_aIGjgUA&usg=AFQjCNFoZqjTsLECuMCYOtG2YppHJLDVPw&bvm=bv.85464276,d.d2s sayfasından erişilmiştir.
- Bakbaşı, C. (2011). İstanbul'un festivalleri. Serhan Ada (Ed.), *İstanbul'daki sanat Fuarları içinde* (s. 115-129). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Bal, M. (2011). Geleneksel estetik anlayışının bir eleştirisi olarak Adorno'nun estetik

- teorisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3 (1) , 71-76. 25 Ağustos 2015 tarihinde http://www.sobiad.org/ejournals/dergi_SBD/arsiv/2011_1/07metin_bal.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Balamir, B. (2002). *Öğretmen yetiştirmede atölye eğitimi*. Gazi Üniversitesi'nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Balcı, B. Y. (2005). *Estetik*. Ankara: Gündüz.
- Barrett, T. (2015). *Neden bu sanat? Çağdaş sanatta estetik ve eleştir* (E. Ermert, Çev.). İstanbul: Hayalperest.
- Baudrillard, J. (2014). *Simülakrlar ve simülasyon* (O. Adanır, Çev.). Ankara: Doğu Batı.
- Baudrillard, J. (2013). *Tüketim Toplumu* (H. Deliceçaylı ve F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı.
- Bayrak, B. (2013). Çağdaş sanatın ticarileşmesine küreselleşmenin etkisi. Beykent Üniversitesi *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1) , 123-137. 22 Ağustos 2015 tarihinde <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/bujss/article/view/5000107661/5000100445> sayfasından erişilmiştir.
- Becerman, M. (2009). Nietzsche ve Adorno'da sanat ve hakikat ilişkisi üzerine bir inceleme. *Kaygı: Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, 13, 29-40. 25 Ağustos 2015 tarihinde <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423907357.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Benzer, F. (2013). Çağdaş sanat piyasasına bir bakış. *Rh+ Art Magazin Dergisi*, 101, 71-73.
- Beykal, F. (2002, Mayıs). *Günümüz koşullarında sanat (resim-iş) eğitimcilerinin özellikleri nelerdir ve hangi niteliklere sahip olmalıdır*. Gazi Üniversitesi'nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bozkurt, N. (2013). *Sanat ve estetik kuramları*. Ankara: Sentez.
- Bozkuş, Ş. B. (2014). Hayalden gerçeğe: 1980 sonrası çağdaş Türk sanatı'nda gelenekçi

yaklaşım. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 16-28. 5 Ekim 2014 tarihinde http://www.asosjournal.com/Makaleler/490136593_147%20SEYDA%20BARLAS.pdf sayfasından erişilmiştir.

Bölükoğlu, İ. H. (2002). Bilgi çağında eğitim fakültelerinde resim-iş eğitiminin genel bir değerlendirmesi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(3), 247-259.6 Şubat 2015 tarihinde http://scholar.google.com.tr/scholar_url?url=http%3A%2F%2Fdergipark.ulakbim.gov.tr%2Fgefad%2Farticle%2Fdownload%2F5000078885%2F5000073102&hl=tr&sa=T&oi=gga&ct=gga&cd=0&ei=_XfUVLzpLNGw0QGW94GwCw&scisig=AA GBfm3Xc7UsagDn78LCo2NvNKpAg7MbA&nossl=1&ws=1366x667 sayfasından erişilmiştir.

Bulut, F. (2011). 68 Kuşağı gençlik olaylarının uluslararası boyutu ve Türkiye’de 68 kuşağına göre Atatürk ve Atatürkçülük anlayışı. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırma Dergisi*, 11(23), 123-149. 6 Ekim 2014 tarihinde http://web.deu.edu.tr/ataturkilkeleri/ai/uploaded_files/file/dergi_23_en_son/06_.pdf sayfasından erişilmiştir.

Bulut, Ü. (2001). Resim-iş öğretmenliği programlarında atölye çalışmalarının işlevi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 23, 79-86. 6 Şubat 2015 tarihinde <http://dspace.marmara.edu.tr/bitstream/handle/11424/3324/1635-2942-1-SM.pdf?sequence=1> sayfasından erişilmiştir.

Çağan, K. (2003). *Popüler kültür ve sanat*. Ankara: Altınküre.

Çakırkaya, S. (2010). *Çağdaş sanatta kuramsal eleştiri ve Türkiye’deki tartışmaları*.

Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çalıkoglu, L. (2008). *Çağdaş sanat konuşmalar- 3 90’lı yıllarda Türkiye’de çağdaş sanat*. İstanbul: Yapı Kredi.

Çelik, Ş. A. (2012). *Kültür endüstrisi: üç yanlış bir doğru*. İstanbul: Literatür.

Çetin, T. (2002, Mayıs). *Sanat eğitiminin gerekliliği üzerine*. Gazi Üniversitesi’nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu’nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.

- Demir, F.G.İ. (2009). *Kiç ve plastik sanatlar üzerine*. Ankara: Ütopya.
- Doğan, P. (2002, Mayıs). *Türkiye’de sanat eğitiminde öğretmen yetiştirme*. Gazi Üniversitesi’nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu’nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Duben, İ., & Yıldız, E (Eds). (2008). *Seksenlerde Türkiye’de çağdaş sanat: Yeni açılımlar*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Emrali, R. (2002, Mayıs). *Güncel sanatın kavranmasında sanat eğitiminin rolü*. Gazi Üniversitesi’nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu’nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Eraslan, E. (2013). Bir yatırım aracı olarak sanat. *Artam Global Art & Design Dergisi*, 24, 42-49.
- Erbay, M. (2000). *Plastik sanatlar eğitimi’nin gelişimi*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- Erden, O. (2012). *Çağdaş sanat hakkında bilmediğiniz herşey*. İstanbul: Tempo.
- Erden, O. (2012). Peki bugün güncel sanat?. *Genç Sanat Dergisi*, 201, 30-39.
- Erinç, S. M. (2004). *Kültür sanat sanat kültür*. Ankara: Ütopya.
- Erinç, S. M. (2006). *Sanat eğitiminde sanat biliminin rolü*. Ankara: Naturel.
- Erinç, S. M. (2008). *Sanat sosyolojisine giriş*. Ankara: Ütopya.
- Eroğlu, Ö.(2013). *Plastik Sanatlar Sözlüğü*. İstanbul: Tekhne.
- Ersoy, A. (1998). *Günümüz Türk Resim Sanatı (1950 ‘den 2000’e)*. İstanbul: Bilim Sanat Galerisi.
- Etike, S. (1995). *Sanat eğitimi yazıları*. Ankara: İlke.
- Gençaydın, Z. (2002). *Sanat eğitimi yetiştirme G.E.E. resim-iş bölümünün yeri ve bugünkü durumu üstüne*. Gazi Üniversitesi’nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu’nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Germaner, S. (2000). *1968 Kuşağı sanatçıları*. Cumhuriyetin Yetmiş Beş Yılında Kültür ve Sanat-Sempozyum Bildirileri 18-19 Mart 1999, Sanat Tarihi Derneği Yayınları, İstanbul.

Germaner, S. (2000). 1968 Kuşığı sanatçıları. *Sanat Tarihi Derneği Yayınları*, 5, 87-96. 6

Ekim 2014 tarihinde <http://www.gorselsanatlar.org/turk-sanati/1968-kusagi-sanatcilari/msg68693/#msg68693> sayfasından erişilmiştir.

Giderer, H. E. (2003). *Resmin Sonu*. Ankara: Ütopya.

Gökay, M. & Demir, A. (2006). Farklı eğitim seviyelerinde estetik beğeni. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 329-342. 13 Ocak 2016 tarihinde <http://ergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/download/531/511> sayfasından erişilmiştir.

Güteryüz, M. (2004). *Güldüğüme Bakma*. İstanbul: Türkiye İş Bankası.

Hasgüler, S. B. (2013). *Türkiye’de sanat üretimi 1975-2005*. İstanbul: Parşömen.

Hsieh, T., A, B., A, M., & A, M. (1994). The critical foundations of American neo-expressionism: 1980-1984. Doctor Of Philosophy, Texas Tech University, Texas. 10 Ekim 2014 tarihinde <https://repositories.tdl.org/ttuir/bitstream/handle/2346/17750/31295008782038.pdf?sequence=1> sayfasından erişilmiştir.

İslamoğlu, A. H. (2013). *Pazarlama yönetimi*. İstanbul: Beta.

Kahraman, H. B. (2013). *Türkiye’de görsel bilincin oluşumu Türkiye’de modern kültürün oluşumu-1*. İstanbul: Kapı.

Kahraman, H. B. (2013). *Türkiye’de çağdaş sanat*. İstanbul: Masa.

Kaya, F. (2013). *Sanat ve pazarlama: Türkiye’deki sanat galerilerinde pazar odaklılık ve performans ilişkisi*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.

Kazanç, Ü. (2013). Türk sanatına destek veren koleksiyonerler. *Artam Global Art & Design Dergisi*, 20, 56-83.

Kırıçoğlu, O. T. (2009). *Sanat kültür yaratıcılık görsel sanatlar ve kültür eğitimi-öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi.

Kulka, T. (2014). *Kitch ve sanat* (G. Gülbey Çev.). İstanbul: Altıkkırkbeş.

- Kuspit, D. (2010). *Sanatın sonu* (Y. Tezgin Çev.). İstanbul: Metis.
- Medina, C. (2013). *Çağdaş sanat nedir?*. Ali Artun & Nursu Örgü (Ed.), Çağdaş sanat: 11 tezi içinde (s. 7-18). İstanbul: İletişim.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel araştırma*. (ÇevEdt: Turan, S.). Ankara: Pegem Akademi.
- Morgan, R. C. (2000). Yükselen modernizmden postmodernizm ve ötesine çağdaş sanat. *P Dergisi*, 16, 186-197.
- Murray, C. (2012). *Yirminci yüzyılda sanatı okuyanlar* (S. Öncü, Çev.). İstanbul: Sel.
- Nerdrum, O. (2010). *Kitsch üzerine*. (A.F. Korur, Çev.). İstanbul: Mitos Boyut.
- Özbek, M. (Ed.). (2005). *Kamusal alan*. İstanbul: Hill.
- Özel, A. (2002). Sanat eğitiminde yeni fırsatlar ve eski dirençler. *Gazi Üniversitesi'nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Özel, S. E. (2007). *Plastik sanatlarda disiplinlerarası etkileşimler ve seramik sanatına yansımaları*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Özsoy, V. (2007). *Görsel sanatlar eğitimi resim-iş eğitiminin tarihsel ve düşünsel temelleri*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Patton, Q. M. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (ÇevEdt: Bütün, M., ve Demir, S. B.). Ankara: Pegem Akademi.
- Pekmezci, H. (2002, Mayıs). *Eğitim -sanat eğitimi- nitelikli insan eğitimi*. Gazi Üniversitesi'nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Pektaş, N. (2013). Kültürün özelleştirilmesi” adlı kitabın yayımlanmasının ardından Türkiye’de sanat ve sponsorluk ilişkisi hakkında bir değerlendirme. *Sanat-Tasarım Dergisi*, 1(4), 35-38. 28 Ağustos 2015 tarihinde <http://e-dergi.marmara.edu.tr/marustd/article/view/1012001785/1012001487> sayfasından erişilmiştir

- Plattner, S. (1998). A most ingenious paradox the market forcon temporary fine art. *American Anthropologist*. 100(2), 482-493. 12 Şubat 2015 tarihinde <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/aa.1998.100.2.482/pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Ringgs, L. (2013). Ka-Ching: Art Basel. *Genç Sanat Dergisi*, 119(1), 24-33.
- Saehrendt, C., & Kittl, S. T. (2012). *Bunu bende yaparım! Modern sanat kullanma Kılavuzu* (Z.A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Sırma, Y. (2010). *Türkiye’de çağdaş sanat piyasasında ‘alternatif’ oluşumlar: sanatçı inisiyatifleri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sözen, M. ve Tanyeli, U. (2012). *Sanat kavram ve terimleri sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Sözen, M., & Tanyeli, U. (2014). *Sanat kavram ve terimleri sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Steinert, H. (2003). *Culture Industry*. Malden: Polity Press.
- Sungur, N. (1997). *Yaratıcı düşünce*. İstanbul: Evrim.
- Sülün, E. N., & Candemir, T. (2006). Kültürel değişimler ve medyada sanatın yansıması: milliyet sanat dergisi örneği. *Hacettepe Üniversitesi. Güzel Sanatlar Fakültesi 8. Ulusal Sanat Sempozyumu, Ankara, Poster Bildirisi*, 185-200, 18 –20 Ekim. 27 Eylül 2014 tarihinde <http://www.tulincandemir.com/wp-content/uploads/K%C3%9CLT%C3%9CREL-DE%C4%9E%C4%B0%C5%9E%C4%B0MLER-VE-MEDYADA-SANATIN-YANSIMASI-M%C4%B0LL%C4%B0YET-SANAT-DERG%C4%B0S%C4%B0-%C3%96RNE%C4%9E%C4%B0-.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Sütçü, G. (2013). Özgür sanat ve finans. *Altüst Dergisi*, 10,66. 23 Şubat 2015 tarihinde <http://gozderobin.com/Public/content/yazi.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Tansoy, S. (2012). 2011’de ne oldu?. *Genç Sanat Aylık Güzel Sanatlar Dergisi*, 201, 54-59.

- Tansuğ, S. (2008). *Çağdaş Türk sanatı*. İstanbul: Remzi.
- Thompson, D. (2011). *Sanat mezar* (R. Akman, Çev.) İstanbul: İletişim.
- Turani, A. (2011). *Sanat terimleri sözlüğü*. İstanbul: Remzi.
- Türk Dil Kurumu. (2015). Güncel Türkçe Sözlük. 21 Mart 2015 tarihinde http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_yanlis&arama=kelime&guid=TDK.GTS.550d3cd8c46bb5.28550934 sayfasından erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu. (2011). *Türkçe Sözlük*. Ankara: TDK.
- Türkdogan, T. (2012). Sanatın ve pazarın güncel rotası. *Anadolu Jet Magazin*. 11 Şubat 2015 tarihinde <http://www.anadolujet.com/aj-tr/anadolujet-magazin/2012/nisan/makaleler/sanatin-ve-pazarinin-guncel-rotasi.aspx> sayfasından erişilmiştir.
- Türkdogan, T. (2014). *Sanat kültür politika moderniz sonrası tartışmalar*. Ankara: Nobel.
- Uğurlu, A. (2002, Mayıs). *Güzel sanatlar akademisi örneğinde sanat eğitimi ve gelişimi*. Gazi Üniversitesi'nin Eğitimde 75.Yılı Sanat Eğitimi Sempozyumu'nda sunulmuş bildiri, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Velthuis, O. (2005). *Talking prices*. Princeton :Princeton University Press.
- Whitham, G., & Pooke, G. (2013). *Çağdaş sanatı anlamak* (T. Göbekçin, Çev.). İstanbul: Optimist.
- Wu, C. (2005). *Kültürün özelleştirilmesi 1980'lerden sonra şirketlerin sanata müdahalesi* (E. Soğancılar, Çev.). İstanbul: İletişim.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yılmaz, M. (2009). *Sanatçıları okumak ya da postmodern söyleşiler*. Ankara: Ütopya.
- Yılmaz, M. (2013). *Modernden postmoderne sanat*. Ankara: Ütopya.

EKLER

Ek 1. Görüşme Formu-1

Araştırmanın Birinci Alt Amacı:

Çalışma grubunun, çağdaş Türk resim sanatının mevcut sanat pazarı ile olan ilişkilerine yönelik görüşlerini incelemektir.

Yer:

Tarih ve saat (başlangıç-bitiş):

Görüşmeci:

GİRİŞ

Merhaba, benim adım Uğur YILMAZ. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı'nda yüksek lisans çalışması yürütmekteyim. Bu çalışma ile kültür endüstrisinin, çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitime yansımalarını incelemeye çalışıyorum. Bu amaç doğrultusunda hedefim, sizlerin konu üzerindeki görüşlerinizi almaktır. Bu çalışmada sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, bienal, müzayede gibi birimlerle yakın ilişkiler kurduğuna inandığım, sanatçı-öğretim üyeleri ile görüşmeler yapıyorum. Katılımcılarda bu ölçütü aramamdaki sebebim, onların sanatçı kimlikleri sayesinde sanat pazarı hakkında, eğitimci kimlikleri sayesinde de kültür endüstrisinin, sanat eğitimi süreci ile olan ilişkileri bağlamında derin bilgilerinin olduğunu düşünmemdendir. Katılımınız için şimdiden teşekkür ediyorum.

- Görüşmeye geçmeden önce, görüşmemizin gizli olduğunu belirtmek istiyorum. Bu görüşmede vermiş olduğunuz bilgileri araştırmacıların dışında herhangi bir kimsenin görmesi mümkün değildir. Ayrıca, araştırmaya desteklerini veren katılımcıların isimleri araştırma raporunda yer almayacaktır, bunun yerine kod veya takma isimler kullanılacaktır.
- Görüşme sonuçlarını sağlıklı değerlendirebilmek ve veri kaybı yaşamamak için görüşmeyi ses kayıt cihazı ile kaydetmek istiyorum izin verirsiniz.
- Görüşmemize başlamadan önce, söylediklerimle ilgili belirtmek istediğiniz bir düşünce ya da kafanıza takılan bir problem var mı?

- Bu görüşmenin yaklaşık olarak kırk dakika ile bir saat arasında süreceğini tahmin ediyorum izin verirsiniz görüşmemize başlayalım.

GÖRÜŞME SORULARI

- 1) Türkiye’deki oluşumu 1980’li yıllara denk gelen sanat pazarının, çağdaş Türk resim sanatına ne tür etkileri olduğunu düşünüyorsunuz?

Sonda: Sanatın ulusal gelişimi açısından?

Sanatın uluslararası gelişimi açısından?

Sanatçılar açısından?

İzleyici açısından?

Sanat eserinin ekonomik değer kazanımı açısından?

Diğer?

- 2) Çağdaş Türk resim sanatının şekillenmesi üzerinde galeri, fuar, müzayede gibi sanat pazarı birimlerinin rolünü nasıl değerlendirirsiniz?

Sonda: Örneklerle açıklar mısınız?

- 3) Geçmişten günümüze, sanat üzerindeki sermaye sahibi güçlerin varlığı hakkında düşünceleriniz nelerdir?

Sonda: Rönesans dönemindeki Medici Ailesi gibi?

- 4) Çağdaş Türk resim sanatının, sermaye sahibi güçler tarafından manipülasyona uğrayıp uğramadığı hakkında görüşleriniz nelerdir?

- 5) Çağdaş Türk resim sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, müzayede gibi birimlerin, sanatçıya kâr odaklı bir anlayış çerçevesinde yaklaşp yaklaşmadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?

Sonda: Satış kolay eserler tercihte öncelikli midir?

Alternatif: Bu birimlerin çalışma anlayışlarının temelinde ticari kaygıların yer alıp almadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?

- 6) Günümüzde resim sanatının, sanata yatırım yapan kişiler/mesenler/sanat hamileri tarafından bir yatırım aracı olarak algılanıp algılanmadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?

Sonda: Sanata yapılan yatırımlar, ticari temeller üzerine mi kuruludur?

Sanat yatırımcısına kar getirir mi?

Örneklerle açıklar mısınız?

- 7) Sizce, çağdaş Türk resim sanat pazarında, sanat eserlerinin değerinin belirlenmesi üzerinde, ne tür kıstaslar bulunmaktadır?

Sonda: Marka sanatçı olma?

Marka tacir olma?

Eserin sunulduğu kitle?

Reklam?

Diğer?

- 8) Çağdaş Türk resim sanat pazarında, satış rakamları ile sanatçı arasında nasıl bir ilişki olduğunu düşünüyorsunuz?

Sonda: Marka sanatçı olmanın satışa yansımaları nedir?

Marka öncelikli tercih midir?

- 9) Günümüz sanat pazarı içerisinde sanatçı, inisiyatifi doğrultusunda çalışmalar üretip üretmediğine yönelik düşünceleriniz nelerdir?

Alternatif : Sanat pazarı ve sanatçı inisiyatifi arasındaki ilişkiyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Ek 2.Görüşme Formu-2

Araştırmanın İkinci Alt Amacı:

Çalışma grubunun, kültür endüstrisinin öğrenciler üzerindeki etkisine yönelik görüşlerini incelemektir.

Yer:

Tarih ve saat (başlangıç-bitiş):

Görüşmecisi:

GİRİŞ

Merhaba, benim adım Uğur YILMAZ. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim-İş Öğretmenliği Bilim Dalı'nda yüksek lisans çalışması yürütmekteyim. Bu çalışma ile kültür endüstrisinin, çağdaş Türk resim sanatına ve sanat eğitimine yansımalarını incelemeye çalışıyorum. Bu amaç doğrultusunda hedefim, sizlerin konu üzerindeki görüşlerinizi almaktır. Bu çalışmada sanat pazarı içerisindeki galeri, fuar, bienal, müzayede gibi birimlerle yakın ilişkiler kurduğuna inandığım, sanatçı-öğretim üyeleri ile görüşmeler yapıyorum. Katılımcılarda bu ölçütü aramamdaki sebebim, onların sanatçı kimlikleri sayesinde sanat pazarı hakkında, eğitimci kimlikleri sayesinde de kültür endüstrisinin, sanat eğitimi süreci ile olan ilişkileri bağlamında derin bilgilerinin olduğunu düşünmemdendir. Katılımınız için şimdiden teşekkür ediyorum.

- Görüşmeye geçmeden önce, görüşmemizin gizli olduğunu belirtmek istiyorum. Bu görüşmede vermiş olduğunuz bilgileri araştırmacıların dışında herhangi bir kimsenin görmesi mümkün değildir. Ayrıca, araştırmaya desteklerini veren katılımcıların isimleri araştırma raporunda yer almayacaktır, bunun yerine kod veya takma isimler kullanılacaktır.
- Görüşme sonuçlarını sağlıklı değerlendirebilmek ve veri kaybı yaşamamak için görüşmeyi ses kayıt cihazı ile kaydetmek istiyorum izin verirseniz.
- Görüşmemize başlamadan önce, söylediklerimle ilgili belirtmek istediğiniz bir düşünce ya da kafanıza takılan bir problem var mı?

- Bu görüşmenin yaklaşık olarak kırk dakika ile bir saat arasında süreceğini tahmin ediyorum izin verirsiniz görüşmemize başlayalım.

GÖRÜŞME SORULARI

1. Öğrencilerin sanatsal gelişimleri üzerinde günümüz sanat eğitiminin rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?
2. Günümüz sanat eğitimi sistemi, umut uyandıran genç yeteneklerin ileride karşılaşacakları sanat pazarı içerisindeki koşullara hazırlayıp hazırlamadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?
3. Sizce sanat eğitiminin, sanat pazarı içerisindeki ticari anlayıştan, sanatçı adaylarını koruyabilmesinin ön koşulları nelerdir?

Sonda: Sanat pazarı ve pazarlamayla ilişkili seçmeli derslerin verilmesi bunun ön koşullarından biri olabilir mi?

Bu derslerin içeriğinde neler yer almalıdır?

4. Anasanat resim (atölye) derslerinde öğrencilerin üslup oluşturmaya yönelik girişimlerinin sanat pazarı içerisindeki kültür endüstrisi varlığından etkilenip etkilenmediğine yönelik düşünceleriniz nelerdir?

Sonda: Sizce, öğrenciler, sanat pazarının özendiriciliğinden etkileniyorlar mı?

5. Son zamanlarda, özellikle yarışmalı sergilerde, genç sanatçı adaylarının seri üretim gibi tekrara dayalı çalışmalar üreterek sergilerde yer alma çabalarını, sanatın kültür endüstrisiyle olan ilişkileri bağlamında, nasıl değerlendirirsiniz?

Sonda: Bu üretimler, pazar içerisinde tanınma çabasıyla mı oluşturulmuştur?

6. Sanatın metalaştığı dünyada, ticari kaygılarla çalışmalar üretme düşüncesinden, öğrenci uygulamalarının etkilenip etkilenmediğine yönelik neler düşünüyorsunuz?

Sonda: Kitsch veya seri şekilde üretimler gibi?

Alternatif: Öğrencilerin çalışmalarında, beğenilme kaygısı seziyor musunuz?

7. Sergiler, fuarlar, bienaller gibi çağdaş sanat etkinliklerinin, öğrencilerin yaratıcılıklarına yol gösterici nitelikler sunup sunmadığına yönelik düşünceleriniz nelerdir?

Sonda: Sanatsal üretim açısından?

Sanatsal gelişim açısından?

Alternatif: Sanat eğitiminde, estetik beğenin oluşturulması üzerinde çağdaş sanat etkinliklerinin rolünü nasıl değerlendiriyorsunuz?

Alternatif: “Zanaatçılık anlayışına karşılık” yaratıcılığın ön plana çıkarılabilmesi için, sanat eğitiminin bu konu üzerindeki rolünü nasıl değerlendirirsiniz?

8. Öğrencilerin sanatsal uygulamaları üzerinde, kültür endüstrisinin etkisine ilişkin, sanat eğitiminde ne tür çalışmaların yapılması gerektiğini düşünüyorsunuz?

Sonda: Bu konu üzerindeki önerileriniz nelerdir?



GAZİ GELECEKTİR..