

Günümüz Sanatında Başarı, Ün ve Bağımsız Sanat

Geliş Tarihi/Received: 07.01.2020
Kabul Tarihi/Accepted: 14.02.2020

Arş. Gör. Dr. Deniz C. KOŞAR
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Bodrum GSF, Heykel Bölümü
denizckosar@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8180-1464

Prof. Mehmet YILMAZ
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
GSF, Resim Bölümü
mehmetyilmazmehmet@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6709-4628

ÖZ

Günümüz sanat ortamında başarı miti ünlü olmak mefhumu ile sarmallanmış bir konumdadır. Söz konusu bu sarmallanma neoliberal kapitalizmin doğasının yansımasıdır. Neoliberal kapitalizm, girişimci özgür bireyler olarak sanatçılar için giderek tüketimden bağımsızlaşan ve daha fazla üretme gerçekliğini dayatan piyasa koşulları altında, özellikle de rekabetçi ortamın da katkılarıyla başarı kavramının içeriğini, gen yapısını değiştirmiştir. Özellikle günümüz teknoloji ve sosyal medya ortamı düşünüldüğünde Andy Warhol'un 1960'larda sarf ettiği "Bir gün herkes 15 dakikalığına ünlü olacak" sözü karşılığını bulur niteliktedir. Paylaşım ağının genişlemesi, aynı anda yüzbinlerce insanın bir arada olabileme ihtimali/gerçekliği üretimin fazlalığı karşısında nitelik kavramını bir anda niceliğe çevirmiştir. Bu bağlamda, Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer'in Batı Kültürü ve Aydınlanma eleştirileri olarak kaleme aldıkları Kültür Endüstrisi ve Guy Debord'un Gösteri Toplumu gibi kavramsallaştırmaları günümüz kültürel koşullarının öncü okumaları olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Diğer taraftan günümüz sanat piyasası koşullarını belirleyen bu problematiklerin karşısında yer almak ve piyasanın dışında kalarak eleştirel bir tutumla ayrı bir stratejik konum ve yer edinmek ilk bakışta olası görünmekle beraber çelişik bir konumu da beraberinde getirmektedir. Bu çalışmada söz konusu bu yaklaşımlar ışığında başarı ve ona sarmallanmış ün mefhumlarına değinilecek, bu koşulları oluşturan etmenler günümüz sanatı bağlamında tartışılacak, bağımsız sanat/sanatçının neliği irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: sanat, başarı, ün, yiyasa, neoliberal kapitalizm, bağımsız sanat

Koşar, D. ve Yılmaz, M. (2020). Günümüz Sanatında Başarı, Ün ve Bağımsız Sanat. *ARTS: Artuklu Sanat ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3, ss. 25-39.

Success, Fame and Independent Art in Contemporary Art

ABSTRACT

In today's art environment, the myth of success is stranded by the concept of being famous. This stranding is a reflection of the nature of neoliberal capitalism. Neoliberal capitalism has changed the content and gene structure of the concept of success under market conditions, which, as entrepreneurial free individuals, are increasingly independent of consumption and imposing the reality of producing more, especially with the contribution of the competitive environment. Particularly, considering today's technology and social media environment, Andy Warhol's view that "One day everyone will be famous for 15 minutes" gains importance. The expansion of the sharing network and the possibility / reality of the fact that hundreds of thousands of people can be together at the same time virtually as well as the excess of production have suddenly turned the concept of quality into quantity. In this context, Theodor W. Adorno and Max Horkheimer's conceptualizations such as The Culture Industry and Guy Debord's Society of The Spectacle are the leading readings of today's cultural conditions. On the other hand, being against these problematics that determine today's art market conditions and having a separate strategic position and place with a critical attitude outside of the market seem possible at first sight, but also brings with it a contradictory position. In this study, in the light of these aforementioned approaches, the concepts of success and the fame stranded by it and the factors that constitute these conditions and the concept of independent art/artist will be discussed in the context of contemporary art.

Keywords: art, success, fame, market, neoliberal capitalism, independent art

GİRİŞ¹

Yeni olan şey, sanatın metalaşması değildir: bu yeniliğin ilgi çekici yönü, sanatın ne olduğunu günümüzde hevesle itiraf etmesi ve kendi özerkliğinden vazgeçip tüketim mallarının arasındaki yerini gururla almasıdır.

Theodor W. Adorno

Dayatılan mal imajı, resmi olarak var olan her şeyin bütünlüğünü kendi gösterisinde toplar ve genellikle totaliter bütünlüğünün garantisi olan tek bir insan üzerinde yoğunlaşır. Herkes bu mutlak ünlüyle ya olağanüstü bir şekilde özdeşleşmeli ya da yok olmalıdır. Çünkü bu ünlü, tüketmenin efendisidir ve aslında terörün hızlandırdığı ilkel birikim olan mutlak sömürüye makul bir anlam veren bir kahramanın imajıdır.

Guy Debord

Başarı, sanat için belirsiz bir kavramdır, üzerine çok da tartışılmış değildir. Diğer taraftan tartışılması da sanatın göreceli doğasından kaynaklı karmaşık ve çetrefillidir. Bu tartışma başlı başına bir araştırma konusudur ve bu çalışmayı fazlasıyla aşmaktadır çünkü sosyolojik, iktisadi, psikolojik ve felsefi olarak birçok boyutu bir arada barındırmaktadır. Ancak, günümüzün nitelikten niceliğe kayan neoliberal kapitalist doğasında her ne kadar geniş ve muğlak olursa olsun değinilmeyi gerektirmektedir. Çünkü en önemli unsur sanatın olmazsa olmazlarından birisi olarak sanatçının "başarı"sıdır. Öncelikle sorulması gereken soru *başarının* kaynağı nedir? Çünkü sanat, birçok kez tartışıldığı gibi, bilimsel alana ait olmamakla beraber hesaplanabilir, belirlenebilir bir alan değildir ve elde edilen veri üzerinde anlaşmaya kolayca varılabilecek bir veri de değildir. Diğer taraftan, sanat piyasasının değişken koşulları altında bir sanatçının çok para kazanması da müspet bir gösterge değildir.

Örneğin, Ernst Bloch'a göre *başarı* büyük ölçüde rastlantısal olmuştur; sanat ve edebiyatta hoşla gitmek, kolay anlaşılır ve zamana uygun olmak gibi etmenler yapının yazgısında oldukça belirleyicidir (Kula, 2014: 632). Bu bağlamda, sanatta

¹ Bu çalışma 26 Haziran 2018 tarihinde Gazi Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Anasanat Dalı Sanatta Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiş olan "Bir Yalanın İç-Gerçekliği Olarak Sanat; Günümüz Sanatına Eleştirel Bir Bakış" başlıklı tez çalışmasından hazırlanmıştır.

başarının en temel anahtarı anlaşılabilir olmasında saklıdır; anlaşılamayan ya yok olmaya mahkûm olmuş ya da gölgede kalmıştır. Ancak asıl tuzaklardan birisi de yine *anlaşılabilirlik*dir. *Anlaşılabilir* yapıt ilkin oldukça kolay bir şekilde izleyicinin algı kanalına sızacak ve kendine yer edinecektir. Bu bağlamda, *anlaşılabilirliği* bir yapıtın kolay hazmedilebilir imgeleri barındırdığının ve bilinen bir yolda ilerlediğinin işareti olarak kabul etmek mümkündür. Dolayısıyla buradaki sanat yapıtı modern anlamda *yenilik* düşüncesini barındırdığı konusunda şüpheler uyandırması yanında modern sonrası süreç adına da alışlagelmiş bir imgeleştirme damgasını yiyebilir bir hale gelmektedir. Buradaki anlaşılabilirlik elbette ortak değerler ve paydalar üzerinden oluşmaktadır. Zaten *kültüralizm* ya da *kültürlerarasılık* düşüncesinin temeli de buna yaslanmaktadır. *Farklılıklar* yeni anlatım olanaklarına dair imkanlar sunmaktadır. Yani sadece teknik bir yenilik/farklılık değil farklı bir imgeleştirme farklı bir açı yaratabilmektedir ve sürekli olarak tüketmeye dayalı kapitalist kültürün yeni ilacı haline gelmektedir.

Bu araştırmada; önce modern sonrası süreç ve neoliberal kapitalizmin gelişimiyle birlikte farklılaşan başarı ve ün mefhumları sanat bağlamında *Kültür Endüstrisi* ve *Gösteri Toplumu* gibi tartışmalarla irdelenmekte, sonraki bölümde ise bağımsız sanatın/sanatçının neliği/kimliği değerlendirilmekte ve tartışılmaktadır.

Kültür Endüstrisi ve Gösteri Toplumu Bağlamında Başarı ve Ün

Guy Debord için endüstriyel kültür göstergeler kültürüdür ve ün ya da şöhret bu göstergenin odağında yükselmekte böylece özneleri taklitçi tüketime zorlamaktadır. Tüketim ve gösteri ilişkisine özellikle odaklanan Debord'a göre *gösteri*, modern toplumun temel bileşeni olarak, mevcut üretim tarzının hem nedeni hem de sonucudur. Çünkü gerçek dünyanın basit imajlara dönüştüğü yerde, basit imajlar gerçek varlıklar ve hipnotik bir davranışın etkili motivasyonları haline gelmektedirler. Doğrudan doğruya algılanamayan dünyayı uzmanlaşmış farklı dolayimlarla gösterme eğilimi olarak *gösteri*, görmeyi insanın ayrıcalıklı duygusu olarak kabul etmekte ve *gösteri* bağlamında görme de en soyut ve en aldanabilir duyu olarak güncel toplumun genelleştirilmiş soyutlamasına denk düşmektedir (Debord, 2006: 41). Diyaloğun karşıtı olarak *gösteri*, güdümündeki taklitçi tüketimi her türlü özgürleşme olanağının önüne engel olarak yerleştirmekte ve bunu kitle iletişim

araçlarıyla yapmaktadır. Debord, kitle iletişim araçlarının *gösteri toplumundaki* rolüne dair şu görüşleri belirtir:

Gösteri, yani dünyanın sahiplerinin yaptıkları şeyler hakkında yürütülen boş tartışmalar da böylece *bizzat gösteri tarafından* düzenlenmiş olur: Gösterinin sahip olduğu büyük olanakların yaygın kullanımı hakkında hiçbir şey söylememek için ısrarla bu olanaklar üzerinde durulur. Genellikle gösteri sözcüğünden ziyade medyatik sözcüğü tercih edilir. Ve bununla da basit bir araç kastedilmek istenir: Yeni kitle iletişimi (daha önceden alınmış, kararlara edilgen bir hayranlığın yaratıldığı, sonunda tek yanlı bir saflığa erişen iletişim) zenginliğini, *kitle iletişim araçları* sayesinde tarafsız bir “profesyonellik”le yönetecek olan bir tür kamu hizmeti. İletilen, *emirlerdir*; ve bu emirleri verenler, aynı zamanda bu emirler hakkında ne düşündüklerini de mükemmel bir uyum içinde bizlere söylerler. (Debord, 2006: 177)

Kültür endüstrisi bir eğlence kurumudur ve “eğlence geç-kapitalizm koşullarında çalışmanın uzatılmasıdır ve mekanikleştirilmiş çalışma süreciyle yeniden başa çıkmak için bu süreçten kaçmak isteyenlerce aranmaktadır” (Horkheimer & Adorno, 1996: 27). Adorno'ya göre eğlence, toplumun savunmasından başka bir şey değildir. Hemfikir olmak olarak eğlenmek, ancak kendini toplumsal sürecin bütününden soyutlayıp aptallaştırılmasıyla mümkündür. Çünkü eğlenmek, her zaman bir şey düşünmemek, gösterildiği yerde bile acıyı unutmak demektir ve bunun da temelinde yatan şey güçsüzlüktür, bir tür kaçıştır. Ancak bayağı gerçeklikten kaçış değil, gerçekliğin insana bıraktığı direnişe ilişkin son düşünceden kaçıştır. Bu bağlamda “eğlencenin vaat ettiği özgürleşme, yadsıma gibi, düşünceden de kurtulmaktır” (Adorno, 2008: 79). Bu vasfını yerine getirebilmek için endüstri tarafından *yıldız* kültü yaratılmakta, böylece, salt üretimler değil yıldızların isimleri de satılmaktadır. Bu bağlamda, eğlenceye ve dinlenceye dönük taleplerle birlikte *amaçsallık, amaçsızlık* alemini tüketmektedir (Adorno, 2008: 96).

Adorno ve Horkheimer, sistemin içerisinde *yıldızlara* ihtiyaç duyulduğunu ve bu yıldızlar aracılığıyla meşrulaştırma politikasının yürütüldüğünü belirtmişlerdir. Dolayısıyla sistem içerisinde meta haline gelen kültürel ürünler, standartlaşmış üretime doğru evrilmekte ve bu standartlaşma sonucunda birbirlerine benzemeye başlamaktadırlar. Bu nedenle sinema ve radyonun kendisini sanat olarak sunmalarının gereği bile yoktur çünkü kendilerinin ticaretten başka bir şey olmadıklarının farkındadırlar (Horkheimer & Adorno, 1996: 8). Söz konusu bu sistem içerisinde endüstrinin diğer kollarına büyük oranda bağımlı olan *kültür endüstrisinde*

herkes için bir şeyler bulunmaktadır ve farklılıklar yok sayılarak, her şey birbirine uyumlu hale getirilmiştir. Üretim-tüketim zinciri olarak *kültür endüstrisi* izleyicisini de belli kodlar vererek sınıflandırmakta böylece kategorize edilmiş izleyici kendisine uygun görülmüş içerikleri/üretimleri tüketmeye zorlanmaktadır. Aralarındaki farkların önemsiz olduğu metalaşmış ürünler sanki çok farklı şeylermiş gibi sunulmaktadırlar. Bu bağlamda bir sinema şirketi ile otomobil şirketi arasındaki fark hiçleşmiştir. *Kültür endüstrisinin* içerisinde yer alan hemen her alanda (sinema, müzik vb.) önceden üretimin doğasından kaynaklı olarak belirlenmişlik esastır. Yani bir filmin nasıl biteceği, şarkının nasıl devam edeceği önceden belirlenmiştir. Endüstrinin bu doğası izleyici için sarsıcı olmaktan çok avutucu bir tüketimi işaret etmektedir (Horkheimer & Adorno, 1996: 12-13).

Kültür endüstrisi, ABD'de yüzyıl başından itibaren hızla gelişirken, Avrupa'da gelişmesi için savaşların sona ermesi gerekmiştir. Galerilerle birlikte örgütlenen, himaye, sonrasında, lonca ve sipariş sisteminden kurtularak kurumsal anlamda özerkleşen sanat piyasanın gelişimini hızlandırmıştır. Sanat için ihtiyaç halindeki bu değişim sanatın Kantçı bağlamda yapısını değiştirmiş ve *yüce yaratım* düşüncesi piyasanın güdümünde farklı bir üretim modeline geçiş yapmıştır. Bu değişimin ve örgütlenmenin temel dayanak noktası *estetik modernizm* ve *avangardlardır*. Böylece sanat, *klasizm* ve *akademizmin* daraltıcı mekanizmalarını aşabilecek bir alan olarak galerileri kullanmış, kapitalizm ve toplumsal değişimlerin direnişini galerilerde ifade etmişlerdir. Giderek akademik alan ile piyasa sistemi arasında fark açılmış ve akademik problemler *klasizmle* uğraşırken, çağdaş sanat problemleri de galerilerde gelişme imkânı bulmuştur. Artık, galeriler sayesinde sanatçı, paraya bulaşmadan ve istemediği ilişkilere girmeden üretimlerini gerçekleştirebilecektir. Bourdieu'nün sözleriyle avangard galeriler "pazara karşı olanı pazarlar, satmamayı satar" hale gelirler (Artun: 2015). Ancak bu çikarsız gibi görünen ilişki piyasanın gelişimiyle beraber giderek değişir ve sanatçı edilgin bir konuma sürüklenir. Gelişen endüstri sanatçıyı ilk defa piyasaya uymak zorunda bırakmıştır. Adorno ve Horkmeimer'a göre Tocqueville'in 1800'lerin ortasında söylediği şu sözler doğru çıkmıştır: "Despotluk bedeni serbest bırakmakta ve doğrudan doğruya ruhu hedef almaktadır. Egemen artık, benim gibi düşünmelisin ya da ölmelisin, demiyor. Tersine şöyle diyor: Benim gibi düşünmemekte serbestsin, yaşamın, malın mülkün sana aittir, ama bugünden itibaren sen aramızda bir yabancısın" (Horkheimer & Adorno, 1996: 22). Buradaki

yabancılık dışlanmayı ve maddi-manevi güçsüz kalmayı işaret etmektedir. Böylece kitleler yönetenlerin isteklerini benimsemekte, köle haline gelmelerine neden olan ideolojiye inatla sarılmaktadırlar (Horkheimer & Adorno, 1996: 23). Bugün aldatılan kitleler *başarı* mitine, başarılı olanlardan daha fazla kendilerini kaptırmışlardır.

Eva Cockcroft'a göre, belli bir sanat hareketinin belli bir tarihsel koşullar dizisi çerçevesinde başarılı olmasının nedenini anlamak için o dönemdeki himaye şartlarının özelliklerini ve güçlülerin ideolojik ihtiyaçlarını incelemek gerekmektedir. Rönesans ve öncesi süreçte sanatı himaye edenler resmi iktidar ile el ele gidenlerdir. Sanatın ve sanatçının toplum yapısında açıkça tanımlanmış bir yeri bulunmaktadır ve toplumda belirli işlevlere hizmet etmişlerdir. Endüstri devriminden sonra akademilerin önemini yitirmesi, galeri sisteminin gelişmesi ve müzelerin yükselmesiyle sanatçının rolü eski belirginliğini yitirmiş ve sanat yapıtları modası giderek piyasa ekonomisindeki genel meta akışının bir parçası haline gelmiştir. Sanatın koruyucularıyla doğrudan temas kuramayan ve ilişkileri kesilen sanatçılar, yapıtlarının dağılımı üzerindeki tasarruf ve kontrollerini hemen hemen yitirmişler ya da tamamen kaybetmişlerdir. Burjuva toplumunun maddi değerlerini reddeden ve bohem bir yaşantı içinde egemen kültürün tümüyle dışında var olabilecekleri efsanesine kendilerini kaptıran avangard sanatçılar kültürel meta üreticisi olduklarını kabullenmeyi, tanımayı reddetmişlerdir (Cockcroft, 2000: 147).

Bu bağlamda *bağımsızlık* peşindeki sanatçı özgür bir şekilde üretimlerini gerçekleştirmek için hem *akademizme* hem de piyasanın dayatmacı tutumuna karşı yeni stratejiler geliştirmek üzere kendini konumlandırmıştır. Duchamp'ın şişelenmiş Paris havası, Manzoni'nin konservelenmiş dışkısı ya da Tinguely'nin kendini imha eden heykelleri buna öncel örneklerdendir. Ancak en öncül sanat yapıtı bile avangard doğasıyla birlikte kapitalist kültür tarafından *kendine mal edilmiş*, dönüştürücü bir güç olarak başka bir veçhe sunmuştur.

Sanat bireysel bir edimin ürünüdür ve sanatsal bilgi de bu bağlamda öznel bir yapı üzerinden gelişmektedir. Sanat ilerlemeci değildir; sanat bağlamında *gelişim* tanımı, salt bir tanım olarak sanatın evrilen ve genişleyen doğasını vurgulamaktadır ve kapsamı sadece ve sadece genişleyen bir alanı temsil etmektedir. Ancak ne olursa olsun bu genişleme ilerleme anlamında değildir. Sanat, felsefe gibi biriken bir bilgi formudur ancak, farklı olarak, her ne kadar bir önceki ya da diğer akım

ya da düşünceyi değiller gibi görünse de bir arada yaşayan geniş ve özgür bir doğaya sahiptir. Dolayısıyla sanat yapıtları söz konusu öznellikleriyle rasyonel bir şekilde karşılaştırılmaz doğaya sahiptir. Maleviç'in, "bir sanat yapıtına gerçekte değer biçilemez fakat kişinin bir sanat yapıtını (bir resmi) zamanın eğilimiyle (kültür, teknoloji ve ilerlemenin şimdiki haliyle) uyumlu olarak yorumlamaktan hoşnut olması koşuluyla; bu şekilde kurulan bir formül, yaratıcı kişilik (özne) ile teşvik edici olgu (nesne) arasındaki ilişkiyi değerlendirmede bir araç olarak görülebilirdi. Sanat yapıtı zamandan bağımsız olarak var olur çünkü sanat ilerlemez" sözü bu bağlamda önemlidir (Malevich, 2013: 42-43). Sanat yapıtı ya da fikrinin karşılaştırılmasında yapılabilecek olan sadece teknik açıdan bir karşılaştırmadır ve söz konusu bu teknik merkezli görüş ve tekniğin ötesinde karşılaştırma sanatın bizatihi esnek ve kendisine özel doğasının da inkâr anlamına gelmektedir. Tam da bu anlamda *sanat piyasası* sanata özgürlük veren bir alan değil sanatın doğasını inkâr eden, onu hiçleştiren bir hiçlik sahasıdır. Sanat yapıtının anlam alanından ziyade meta değerini önemseyen ve bu anlamda değer kazandıran piyasanın mezbaha benzeri yapısıyla eski usul sanat müzayedeleriyle, bugünün sanatın gösterisinden pay alarak yine onu pazarlayan sanat fuarlarıyla mübadele değeri yaratarak oradan bir kullanım değeri ortaya çıkarmaktadır. Çağdaş sanat sergileri de aynı zamanda bu alım-satım merkezli piyasa görüngüsünün mikro temsilleri, suretleridir. Bu bağlamda, çağdaş sanatın pazarlama alanları olarak sanat fuarları analogik olarak değil bir fiil alışveriş merkezleri (AVM) gibi kendini var etmektedir. Sanatsal başarının yolu yeni sayılabilecek bir yöntem olarak sanat fuarlarında boy göstermekten de geçmektedir. Örneğin ülkemizde bienallerin, fuarların, müzayedelerin düzenlendiği merkez olarak İstanbul bir sanatçının başarıyı yakalaması için gitmesi gereken bir yer olarak kendisini sunmaktadır.

Richard Sennett, Aristoteles'in tiyatro için vurguladığı 'inanmayışın gönüllü olarak askıya alınması'na gönderme yaparak tüketim alanının teatral olduğunu, çünkü, satıcının tıpkı bir oyun yazarı gibi tüketicinin satın alınması adına inanmayışı gönüllü olarak askıya alınmasını sağlaması gerektiğini belirtmektedir. Sennett'ye göre, satılan malların büyüklüğünün ve çokluğunun seyirci-tüketicinin eşyanın kendisine dair anlayışını değiştirmesi açısından bakıldığında Wal-Mart bile tiyatrodur. Çünkü günümüzde tüketme tutkusu dramatik bir güce sahiptir ve bu bağlamda, seyirci-tüketici için sahiplenici kullanım, henüz sahip olmadığı şeylere duyduğu arzu kadar tahrik edici değildir. Böylece potansiyelin abartılması, seyirci-tüketicinin tüm

özelliklerini kullanmayacağı şeyleri arzulamasına neden olmaktadır (Sennett, 2011: 101). Sanat, tüketim mefhumunun tüm veçhelerini barındırmaktadır ve paradoksal şekilde Sennett'nin vurguladığı 'inanmayışın gönüllü olarak askıya alınmasını' piyasaya devrederken kendisi de benzer bir saikle hareket ederek buradaki ilişkiyi kısır döngüye sokmaktadır. Yani sanat, hem bir yöntem olarak tüketime ilham vermekte hem de tüketimin ana damarını kendisi için kullanmaktadır. Bu bağlamda sanat ile tüketimin gösterge dünyası ve davetkarı reklam iç içe geçmiş bir görüntü sunmaktadır. Adorno'nun vurguladığı kültür endüstrisinin doğasındaki değiş tokuş yasasına bağlılık burada da geçerlidir. Reklam, kültür endüstrisinin yaşam iksiridir ve tekel koşullarında anlamsız bir görünüm aldıkça, kültür mutlak bir güç kazanmaktadır (Adorno, 2008: 101). Bu bağlamda, sanatçı kendisinin halkla ilişkiler uzmanı (PR ya da public relations) olarak hareket etmeli ve pazarlamasını sağlamalı, reklamını yapmalıdır. Aksi takdirde sanatçının kendi metası olarak sanat yapıtını arz-talep dengesinde yerini bulmasını sağlaması olanaksızdır ve bu bağlamda sanatçı varlığını ortaya koyamayandır; varlığı –piyasa nazarında- yok hükmündedir.

Günümüzde sanatsal başarının ve ünlü olmanın günümüzdeki yegâne yolu dolaşımda olmaktadır. *Yıldız* kültüne dönüşmenin yollarından birisi de budur. Ancak buradaki dolaşım, bilindik anlamda sanatçıdan beklenen salt sergilerde yer alması değildir, hatta bu ikinci plandadır. Öncelikli olan sosyal (medya artık başta olmak üzere) ortamda ilişkiler ağını geliştirmekten geçmektedir. Yani yukarıda vurgulandığı gibi kendine sanat pazarlamacısı edinene kadar kendisinin bir fiil pazarlamacısı olmalı, ilişkilerini güçlendirmeli hemen her sanat ortamında boy göstermelidir. Bu boy gösterme sanatın doğasının dışındadır ancak kapitalizmin yarattığı yanılısma gibi kendini ezelden var gibi sunmaktadır ve böyle kabul edilmiş görünmektedir. Bu boy gösterme piyasanın doğasına içkindir ve onun kurallarının somutlaşmış halidir ve sanatçıya kendisini dayatır. Diğer taraftan sanat bu dayatmaya direndiği ölçüde varlık alanını tesis eder. İronik ve çelişkili bir şekilde her direniş ve muhalefet ise kapitalizmin dönüştürücü gücü karşısında kapitalizmin safında yer alma yazgisına tutulur. Nicolas Bourriaud'nun, sanatın statik ve somut olarak kabul edilmiş doğasının aksine salt mekân ve zamanla sınırlı olmayan, daha çok deneyimin paylaşılmasını esas aldığı ve sanatı bir ilişkiler bütünü olarak nitelendirdiği *ilişkisel estetiğinin*² sündürülmüş/çarpıtılmış, görünmeyen yüzü, ya da başka bir deyişle ilişkiselliğin başka bir yönü burada kendini gösterir. Yani, kısaca belirtmek gerekir ki, *başarı* ve ona

2 Bkz. Bourriaud, N. (2005). *İlişkisel Estetik*, (çev. Saadet Özen). İstanbul: Bağlam Yayınları.

sarmallanmış *ün* mefhumu meta fetişizminin ilişkisel doğasının bir sonucudur.

Bağımsız Sanatçı Olmak ya da Yok Olmayı Baştan Kabul Etmenin Dayanılmaz Hafifliği

Biyopolitik kapitalizm estetiği, sanatı soğurmuştur. Bağımsız üretim artık imkânsızdır.

Simge üretimi kapitalizmin temel amaçlarından biri haline gelmiş ve yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesiyle insanlar tamamen sermayenin buyruğu altına girmiştir.

Sadece tüketiciler değil, üreticiler de medya ve eğlence şirketlerinin yönettiği kültür endüstrisinin mahkûmlarıdır artık. Her birimiz kapitalist sistemin edilgen işlevleri haline geldik. (...)

Bu dönüşüm, sanat ve işin yeni konfigürasyonlarda var olduğu yeni toplumsal ilişkilerine yol açtı. Sanat pratiklerinin amacı, iş sürecinin dönüşümünün mümkün kıldığı bu yeni toplumsal ilişkilerin gelişmesini beslemek olmalıdır. Asıl görevleri yeni öznellikler üretmek ve yeni dünyalar tasarlamaktır. Bugün yapılması gereken, sanatsal müdahale alanlarının genişletilmesidir. Sanatçılar, kapitalizmin topyekûn toplumsal seferberlik programına karşı çıkmak amacıyla, geleneksel kurumların dışında, farklı toplumsal mekânlarda çalışmalı.

Chantal Mouffe

Tamamen bağımlı bir sistem olarak, kendi içinde, kendi kuralları kabul edildiği sürece özgür olabilmeyi mümkün kılan ve sanatçının tanınabilirliğini onayan, yapıtlarının dolaşımda olmasını sağlayan bir yapı olarak piyasanın kurallarına uymadan, bağımsız olarak sanat yapmaya çalışmayı akan bir nehre karşı yüzmedeki mücadeleye benzetmek mümkündür. *Romantik* olarak tanımlanabilecek bu duruş/tercih, sanat gibi kabul görmek üzerine dayalı bir etkinlik için son derece zor ve çelişkili bir durumun temsilidir. Bu bağlamda *bağımsız sanatçı* olmak sadece ekonomik ve politik bir dizgeyi işaret etmemekte iş yapma şekli, örgütlenme biçimi ve yapısal farklılıkları işaret ederek 'kurumsal yapı eleştirisi' içerisinde tanımlanmaktadır. Söz konusu bu 'kurumsal yapı eleştirisi', belirli dizgeleri kural benimseyerek varlığını oluşturmayı kabul etmeden, günümüz *özgürlük* yanılması içindeki sanatçının

konumuna dair bir mücadele vermesini temel almaktadır.

Günümüzde sanatçının kendisi de, ürettiği yapıtların ticari metaya dönüşmesi gibi, piyasada alınıp satılabilen -ve bu bağlamda dolaşımda olan- bir metaya dönüşmüştür. Metanın markalaşma özelliğini bünyesinde barındıran sanatçılar artık değer kazandıkça ulaşılması gereken bir noktayı temsil eden imgelere dönüşmüşlerdir. Başarının temel dayanak noktası nitelikten çok nicel tarafa kaymıştır ve ne kadar çok sattığı sanatçının başarısının temel göstergesi haline gelmiştir. Üretimine ve dolayısıyla kendine yabancılaşan sanatçı, piyasa özgürlüğü içerisinde kendisine tanınan ancak sınırları belirli yörüngenin etrafında gezinmektedir. Hızlı değişen piyasa koşullarına ayak uydurmak zorunda bırakılan sanatçı korkulu, belirsiz, yersiz yurtsuz ve güvencesiz bir yaşam sürdürmeye mecbur bırakılmaktadır. Piyasanın ezici koşullarına ayak uyduramayan sanatçı piyasanın gerçekliğinde yok olmak ile yüz yüze kalmaktadır.

Piyasadaki dolaşım sanatçının tanınmasını ve beraberinde ilişkiler ağını kurmasını sağlayacak bağlantılar yaratmaktadır. Piyasadaki galeri sistemi sanatçıları temsil ederek sergiler oluşturmaya zorlamakta ve çalışmalarını tanıtarak, pazarlayarak hem sanatçının tanınırlığını arttırmakta ve bu tanınırlık üzerinden yapıtlarının fiyatını arttırmakta hem de yaratılan bu meta üzerinden kendi gelirini sağlamaktadır. Sanatçı ücretinin tartışmalı bir problem olduğu günümüzde sanatçının hemen hemen hiçbir hakkı “ünlü” bir sanatçı olana kadar bulunmamaktadır. Hatta, *ünlü bir sanatçı* olmak bile bu kapitalist yazgıya engel olamamakta, önceden çok düşük fiyatlara satılan bir yapıtın güncel fiyatının çok yüksek olması ve el değiştirmesinden bile sanatçı pay alamayabilmektedir. Bu konu hakkında dünya genelinde belli bir mücadele verilmesinerağmen belirgin bir çizgi, hukuki bir düzen belirlenememiştir. Günümüzdeki sistem ‘normalleştirilmiş aykırı sanatçı’ olmayı hedef göstermekte, sanatçı dosyasını hazırlarken bile anlaşılabilirlik ve pazarlanabilirlik adına özgünlüğü yok edecek bir yapıyı önermektedir. Çünkü piyasanın temel argümanı metalaştırılabilen yapıtlarla bir an önce satışın gerçekleştirilmesidir. Galeri sanatçının özgürce ifade olanaklarını aramasını değil tutulan, onaylanmış, kendince özgün çalışmalarının ışığında devam etmesini salık vermektedir. Dolayısıyla sanatçı belirli bir yönde angaje bir biçimde üretime mecbur bırakılmaktadır. Uzmanlaşmak modernitenin bir söylemi olmasına rağmen piyasanın stabilitesini korumak adına hala egemen kılınmakta, kurumsal yapıyla beraber stabil bir çizgi oluşturulmaktadır. Yapısı değişen, modernist sürecin

sureti steril beyaz küp algısının yerini grinin arada kalmış tarafsız çelişkili sureti çiğ betonun grisine bıraktığı mekânlarda, özgür bir şekilde sanatın ifade aracı olduğu gösterisi yapılmaktadır ancak hakikat öyle değildir.

Piyasa ve içerdiği kurumlar neoliberal ideolojinin uygulama alanları gibi hareket etmekte, bir temsil alanı oluşturmaktadır; özgür bir ifade alanı olarak kendini merkezi bir konuma yerleştirerek kendisine bir tür mecbur etme sürecine sokmakta ve sanatçının tanınabilirliğini kendi yörüngesinde esas kılmaktadır. Böylelikle heterojen ve deneysellik alanı olarak sanat görünmeyen sınırlar ile kapatılmışlıkla karşılaşmaktadır. Bu durumu piyasa koşullarına uyum sağlayan her kurumda izleyebilmek mümkündür; özellikle genç sanatçılar için düzenlenen etkinlikler (sergi, yarışma vb.) yetişen sanatçıları belirli bir yörüngeye alma etkinlikleri olarak kendilerini var etmekte, bir tür ehlileştirme ya da neoliberal bir görüşle onlara özgürlük alanları sunarak "sınırlarını yıkmaya" teşvik etmektedirler. Bu kurumlar biyoiktidar mekanizmaları olarak bağımsız kalabilecek düşünceyi sınırlar altına almaktadır.

Galeriler dışında sanatçının kendini gösterebileceği etkinlikler olarak yarışmalar önemli bir yer tutmaktadır ancak bu noktada nesnel kriterler olmadığı gibi ideolojik veya duygusal problemlerin gün yüzüne çıktığı alanlar olarak problemlili bir alanı temsil etmektedirler. Diğer taraftan biyopolitik açıdan normalleştirici mekanizma olarak hareket etmekte, oluşturulan jüri tarafından sanatın yönü diğer bir söyleyişle oluşturulan kurallar çerçevesinde yarışmaya katılan yapıtların başarısı tartışılmaktadır. Yarışmaların en büyük paradoksu ise kendine menkul anlamlar bütünü ve öznel üretimler olarak yapıtların birbirleriyle var olmayan nesnel kriterler üzerinden yarıştırılması düşüncesidir. Hiçbir yapıt için diğer bir yapıttan daha üstündür demek mümkün değil aksine sanatın doğasına aykırıdır ve bu çerçevede yarışmalar kendilerini imha ederek içe doğru infilak etmektedirler.

Piyasa içerisindeki önemli kurumların sergileme alanları yerine alternatif sergi alanları (örneğin, *lab*, *laboratuvar*, *project space*, *hub* vb.) açarak genç sanatçılara kendilerine deney yapmaları için izin verilen ancak alabildiğine güvensiz bir ortam yaratmakta, ötekileştirmektedirler.

Avangardın akademizm ile olan savaşı günümüzde yapısını değiştirerek bağımsız sanatçının piyasanın kuşatıcılığına karşı bir savaşına dönüşmüştür. Ancak

ironik olan sanatçının bu sistemi içselleştirerek uyumlu olabilme çabasıdır. Yani sanatçı, onaylanmak ve piyasanın kuşatıcı koşulları içinde var olabilmek için itaat etmektedir. Jean Dubuffet sanatçının bu çelişmesine dair “sanatçıların hemen hemen hepsi de, aslında doğal bir iç dürtü nedeniyle değil, bir zincirleme etkileniş sonucu, bu sahtekârlığın suç ortağıdır” der ve ekler: “Bu sınıflamada yer kapamayan sanatçı ise halkın gözüne zavallı bir dışlanmış, bir beceriksiz olarak görünecektir. Bütün sanatçıların kültür kurumları tarafından anılmak ve onlardan diploma almak için telaş ve kaygıyla çaba harcamalarının nedeni budur, anahtarları bu kurumların elinde olan saygınlık ve promosyon aygıtlarıyla suç ortaklığının nedeni budur; onlarsız, kendileri ve sergileri için ancak kayıtsızlık ve küçümseme umabilirler” (Dubuffet, 2005, s. 48). Çünkü, Dubuffet'e göre, [gerçek] sanatçıların parayla işleri yoktur ve parayı umursamazlar, mevcut durumun baskısı olmadığı durumda, reklam ve promosyon değil, hele para hiç değil, sadece yapıtlarının beğenilip sevilmesinin peşinde koşacak olanlardır. Ancak, halihazırda yapıtlara biçilen yüksek fiyatlar aynı zamanda onlara prestij de sağladığı ve bu olmazsa yapıtlara kimse ilgi göstermediği için parayı da göz önüne almak zorunda kalmaktadırlar.

SONUÇ

Kapitalist sistemin neoliberal evresini yaşadığımız günümüzde *bağımlılık* ya da *bağımsızlık* gibi kavramları keskin bir çizgiyle ayırmak mümkün görünmemektedir. Çünkü sanatçının en bağımsız hali bile zorunlu olarak çeşitli bağımlılık süreçlerinden geçmektedir. En geniş anlamda sanat, tamamen bağımlılıktan çıkıp gelmektedir; dile, işaretlere, nesnelere bağımlılık varken sanatın anlam alanında bağımsız olmak çok da olanaklı değildir. Bu toplumsallığın getirisidir ve toplumsal olarak tamamen bağımsız olmak mümkün değildir. Çünkü toplumsallık birçok şeye bağlılık gerektirmektedir. Ancak her ne olursa olsun kapitalist süreç sanatın araçsallaştırılması bağlamında ele alındığı haliyle bir tür aldatmaca içerisinde bağımsız bir görünüm/yanılsama sunmaktadır; *serbest* piyasa ekonomisinde *bağımsız* bir girişimci olmanın getirdiği anlamsal paradoksu taşımaktadır. Dolayısıyla bağımsız ve özgür olması gereken sanatın *bağımlılığı* kendini, toplumun *hakiki* anlamda yararına değil gerçek anlamda yararına çalışır bir vaziyette konumlandırmaktadır. Marx'ın işçi sınıfı için vurguladığı yabancılaşmasından kurtularak sınıf bilincine kavuşması ve

onu aşması gerekliliği sanatçı adına da geçerlidir ve özgürlüğü, bağımsızlığı adına güvencesiz sınıfın içerisinde olduğunu fark etmesi gerekmektedir. Bu farkına varış sanatçıya doğrudan bir iktidar mekanizması olarak değil saf dünyayı anlamlandırılan bütünleştiren olarak güç verecektir. Bu anlamda sanatçının bağımsızlık adına yok olmayı göze alması gerekmektedir. Galeri sisteminin içerisinde bir nefer değil bir tür *hacker* olarak hareket etmeli, galerilerle çalışma isteği yerine kendi buldukları benzersiz ve tuhaf yollardan ilerlemeli, daha bilinmez alanlar ve tahmin edilemez sonuçlar adına sistemin bozuk çarklısı olarak varlığını sunmalıdır. Ünlü olmanın cazibesinden kendini kurtardığı gün sanatçının gerçek kurtuluşu olacaktır, bu da Beckett'in sessizliğinde buluşmayı gerektirmektedir.

KAYNAKÇA

Adorno, T. W. (2008). *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*. (Çev. N. Ülner, M. Tüzel, & E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Artun, A. (2015, Nisan 25). *Sanat-Para Simbiyozu*. Haziran 20, 2016 tarihinde e-skop.com: http://www.e-skop.com/skopbulten/sanat-para-simbiyozu/2432#_edn7 adresinden alındı.

Bourriaud, N. (2005). *İlişkisel Estetik*, (Çev. S. Özen). İstanbul: Bağlam Yayınları.

Cockcroft, E. (2000). *Abstract Expressionism, Weapon of the Cold War*. (F. Frascina Ed.) içinde, *Pollock and After: Critical Debate* (s. 147-154). London: Routledge.

Debord, G. (2006). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*. (Çev. A. Ekmekçi, & O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği-Felsefi Fragmanlar (II)*. (Çev. O. Özügöl). İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Kula, O. B. (2014). *Brecht, Lukacs, Bloch: Sanat ve Edebiyat*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Malevich, K. (2013). *Nesnesiz Dünya: Süprematizm Manifestosu*. (Çev. F. C. Tapan). İstanbul: Dedalus Kitap.

Sennett, R. (2011). Yeni Kapitalizmin Kültürü. (Çev. A. Onacak). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.