

## TÜRKİYE'DE ÇAĞDAŞ SANATTA KURUMSAL ELEŞTİRİNİN SORUNLARI

### PROBLEMS OF INSTITUTIONAL CRITIQUE IN CONTEMPORARY ART IN TURKEY

Osman ODABAŞ<sup>1</sup>

#### ÖZET

Türkiye'de özellikle son on yılda sanatta kurumsal eleştiri pratiklerinden sıkça söz edilmeye başlanmıştır. Bu pratikler aynı zamanda güncel/çağdaş sanat dinamiklerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Neoliberalizmin kültür politikalarında görünürde sanat hem özerk hem de politiktir. Sanatçının muhalefetini ve eleştirel yaklaşımını özgürce icra edebileceği neredeyse sınırsız kurumsal ve finansal destek vardır ve bu da oldukça çekicidir. Buradaki sorun ise eleştiri üretiminin, eleştirinin hedefindeki bizzat karşı olduğu sistem tarafından desteklenmesidir. Kurum altında ve sponsorluğunda kurumsal eleştiri, simgesel sermayenin himayesinde burjuvazi eleştirisi gibi günümüz sanat ortamında kabullenilmiş durumlar söz konusudur. Politik referanslara sahip olan, toplumsal meselelere eğilen çağdaş sanatın bu şekilde şirketler ve kurumları tarafından sahiplenilmesi ise tesadüf değildir. Bu tarz bir kültür ve sanat anlayışı şirketler için kamuya karşı bir imaj düzeltme aracı olmasının yanı sıra büyük bir metadır da. Çalışmanın amacı bu bulgulardan hareketle Türkiye'de çağdaş sanatta kurumsal eleştirinin sorunlarını ortaya koymaktır.

**Anahtar kelimeler:** Kurumsallaşma, kurumsal eleştiri, çağdaş sanat.

#### ABSTRACT

Especially in the last ten years institutional critique art practices in Turkey, began to be frequently mentioned. These practices constitute an important part of the dynamics of contemporary art at the same time. Seemingly autonomous art and culture as well as the policies of neo-liberalism is political. Opposition and critical approach to the artist can freely exercised virtually unlimited corporate and financial support is quite interesting. The problem here is the production of criticism, that criticism against the target system to support himself. Under the sponsorship of the Agency and institutional critique, critique of the bourgeoisie under the auspices of the symbolic capital, there are situations, such as acceptance in today's art scene. With political references, focusing on social issues and institutions of contemporary art owned by the companies in this way is not a coincidence. This kind of understanding of culture and the art is an image correction tool for companies as well as a great commodity to the public. Aim of this study is to reveal the Problems of institutional critique in contemporary art in Turkey with these findings.

**Key words:** Institutionalisation, institutional critique, contemporary art.

---

<sup>1</sup> Öğr. Gör., Kocaeli Üniversitesi, GSF Resim Bölümü, e-posta: osman.odabas@gmail.com

## 1. GİRİŞ

Eva Cockcroft'ın "Abstract Expressionism: Weapon of the Cold War" (Soyut Dışavurumculuk: Soğuk Savaşın Silahı) adlı makalesi, CIA'in Modern Sanat Müzesi'yle bağlantılarını ortaya çıkarması dolayısıyla müzeye yönelik kurum eleştirisi açısından bir dönüm noktası sayılır. Makalenin giriş cümlesinde Cockcroft "Belli tarihsel koşullar altında belli bir sanat hareketinin neden başarılı olduğunu anlamak, himaye sisteminin özelliklerini ve iktidar sahiplerinin ideolojik gereksinimlerini incelemeyi gerektirir" demektedir (Guilbaut, 2009:18; Cockcroft, 1992:82). Bu tespit o dönem CIA'in Soyut Dışavurumculuk sergilerini gizlice finanse ederek Soğuk Savaş yıllarında kültürel egemenlik kurma girişimleri üzerine yapılmış olsa da o yıllardan önce ve sonra sanat tarihinin neredeyse her dönemi için geçerli olmuştur ve günümüzde de olmaktadır. Bugünün güncel-çağdaş sanat ortamına bakıldığında da Cockcroft'ın tespitiyle kesişen birçok bulguya ulaşmak mümkündür. Kuruma veya onun yarattığı sistemlere karşı olarak gözüken eleştirel sanat pratikleri, bizzat kurumun veya ona bağlı yapıların teşvikiyle himaye altında üretilmekte, kurumsal eleştiri kavramını da oldukça sorunlu bir yapı üzerine oturtmaktadır. Bu kavramları ve pratikleri sanatta kurumsal eleştiri üzerinden inceleyerek ilişkilerindeki sorunları tespit etmek ve bulguları Türkiye üzerinden değerlendirmek bu makalenin başlıca amacını oluşturmaktadır.

Amerika ve Avrupa'da 60'larda başlayıp uzun bir süre bağımsız hareket ederek 80 sonrası şirketlerin sanata müdahalesiyle kendisi de kurumsallaşan sanatta kurumsal eleştirinin Türkiye'deki farkı "kurumsal eleştirinin" kendisini sahiplenecek ve sponsor olacak kurum ve şirketlerin "sanat kurumu" açmalarının Türkiye'de sanatta kurumsal eleştirinin yaygınlaşmasıyla aynı döneme denk gelmesidir. "Batı'da 1950'li ve 1960'lı yıllarda yaygın olarak, 1980'lerde sürekli ilerleme fikrine odaklanmış ve sanatın kendi sorunları, kendi kendisi ile ilgili olmasını öngören Kantçı modernist söylemin yerini, geçmişle bağlarını koparamamış, şimdiki ön plana alan ve çoğulculuğa, farklılığa vurgu yapan postmodernizme bıraktığı görülür" (Düben-Yıldız, 2008:13). Türkiye'de postmodernizmin sanattaki yansımalarının ise ancak 1980'li yıllarda belirgin biçimde görüldüğünü söyleyebiliriz. İngiltere'de Thatcher, Amerika'da Reagan'ın muhafazakâr politikalarının hâkim olduğu, ulusal, dini ve manevi değerlerin öne çıktığı bu yıllarda aynı zamanda kültür özelleştirmesinin ve özel şirketlerin sanata müdahalesi ciddi anlamda başlamıştır. Seksenlerde ACT-UP, Art

Workers Coalition gibi politik işleriyle öne çıkan sanat grupları ve Krzysztof Wodiczko, Hans Haacke gibi sanatçılar 70'lerdeki tavırlarını devam ettirerek çalışmalarıyla ve eylemleriyle tutucu, baskıcı ortama karşı seslerini duyurmaya çalışmışlardır. Modernizmin ilerlemeci, ütopyacı anlayışının iflasiyla beraber sanatçı, aydın rolü daha karamsar bir tutumdaydı artık. Geçmişin güç odaklarının ideoloji dayatmaları, beyin yıkama ve depolitizasyon girişimleri çözülmeye başlayıp eski yöntemleri artık geçersiz kalmış, sanatta eleştirelilik yeni kuramlarla beraber yeni biçimleri de beraberinde getirirken; iktidar, sermaye veya güç odakları da bu yeni duruma uyum sağlamak için farklı yollar izlemeye başlamışlardır. Kurumsal eleştiri kavramının 1960'ların sonunda Hans Haacke, Daniel Buren, Michael Asher'in öncülüğünde başladığı kabul edilir. Başlangıçta sanatın kendi iç sorunlarından olan galeriler, müzeler ve sanat kurumlarının çalışma prensiplerini ve işleyişleri eleştirilmiştir. 1990'larda ise sermaye, iktidar, küreselleşme ve bunun gibi kavramları yani "sistem"i, kurumların arkasındaki esas güçleri hedef alan işler üretilmiş ve bu evre kurumsal eleştiride 2. Dalga olarak adlandırılmıştır. Son olarak daha önce de bahsettiğimiz gibi şimdilerde içinde bulunduğumuz süreçte devam ettiği için fazla telaffuz edilmese de Avrupa (başta İngiltere olmak üzere) ve Amerika'da 1980 sonrası şirketlerin sanata müdahalesi neticesinde artık kültürel bir endüstri haline gelmiş olan, kendisi de kurumsallaşan kurumsal eleştiri 3. Dalga olarak adlandırılmaktadır.

Dünyada soğuk savaşın bitmesi ve Türkiye'de 1980 darbesinin kültürel programının kurumsallaşması birbiriyle kesişir. 1980 sonrasında hız kazanan küreselleşme politikalarına Türkiye, Özal hükümeti ile başlayan dışa açılma girişimleriyle eklenir. Küreselleşmenin aşındırdığı ulus-devletlerin yerine bölgesel metropollerin yükselmesi de aynı yıllarda başlamıştır. Aynı yıllarda 12 Eylül darbesi sonrası, neoliberal politikaların göbeğinde Özal'cı serbest piyasa ekonomisinin getirdiği tüketim toplumuyla beraber oluşmaya başlamış bir yapıdan bahsetmek mümkündür. Soğuk savaşın sona ermesiyle biten iki kutuplu dünya düzeni, Doğu-Batı kültürel çelişkisinin sembolü olan Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla birlikte yeni bir dünya düzeninin başlangıcına da işaret eder (Çalikoğlu, 2008:8). Ronald Reagan ve Margret Thatcher'ın dünya geneline yaydığı neoliberal politikalar sonrasında oluşan yeni dünya düzeni beraberinde yeni çatışmaları da getirmiş, ancak bu yeni düzene uyum sağlayanlar ve karşı gelenler arasında uzlaşmayı sağlayacak bir ortamın oluşması mümkün

olmamıştır. Önceleri her ne kadar postmodern söylem bu uzlaşmayı sağlayabilecek bir aracı gibi görülse de aynı zamanda farklı kimliklerin sesinin çıkmasına olanak sağladığı için toplumsal bölünmeyi de meydana getirmiştir. Türkiye’de 1980’li yılların bu siyasi ve kültürel atmosferinde ortaya çıkan imaj ve imge bolluğu ise Gürbilek’e göre bir yanılsamayı işaret etmektedir. “Türkiye’de 1980’lerin kültürel iklimini tanımlayacak ilk kavram “sözün bastırılması”ysa, ikincisi mutlaka “söz patlaması” olmalı. Çünkü 80’lerin ortasında Türkiye’de, neredeyse baskı döneminden çıkıldığı yanılsamasını doğuracak yaygınlıkta bir söz, imge ve görüntü patlaması yaşandı” (Gürbilek, 2009:21). Baskı ve denetim dönemi bitmemiş sadece biçim değiştirmiştir. Bu yeni iktidar biçimi yok etmektense kuşatıyor, eski rejimlerin somut baskı yöntemlerinin aksine üreterek denetliyordu. Bu iktidar yapılanmalarının kültürü egemenlikleri altına alması ve yönlendirmesi anlamına geliyordu. Bu sebeple Türkiye sınırları içerisinde üretimde bulunan sanatçıların toplum, gelenek, yerellik, otorite gibi değerlere karşı biçimsel ve içeriksel yenilik anlayışını ve anarşist bir niyetle gerçek anlamda bir reddediş ilişkisini, 1980’li yılların sonunda belirgin bir şekilde yapmaya başlaması şaşırtıcı değildir (Çalıköğü,2008:7).

Toplumunu depolitizasyon girişimleriyle oluşturulan ortamda, 1970’lerin siyaset algısı yerini başka bir duruma bırakmıştır. Toplum bir yandan kimlikler üzerinden bölünerek yeni bir politik yapılanma sürecine girerken bir yandan da neoliberal politikaların oluşturduğu ortak paydada birleşiyordu: tüketim toplumu. 12 Eylül darbesi sonrasında 1981’de siyasal konuların açıkça tartışılmasının yasaklanması, kişi hak ve özgürlüklerinin sınırlandırılması sonucunda her türlü siyasal/toplumsal risk ve sorumluluktan uzak duran, tüketim ve iletişimi yeni bir ufuk, bir nefes alma alanı olarak gören bir genç kuşak yetişmiştir (Madra, 2005)<sup>2</sup>. Bu yeni kuşak sonradan Özal kuşağı olarak adlandırılacaktı. Aynı anda hem metropollerdeki laik burjuvaziye hem de Anadolu’daki dindar iş adamlarına hitap etmeyi başararak 1980’lerin ortalarında iktidara gelen Turgut Özal, Türkiye’de özelleştirme, çokuluslu şirketlerin piyasaya hakimiyeti, serbest pazar ve yabancı malların girişinin de önünü açan siyasetçi olmuştur. Tüketim pazarına yeni ürünler sunan yeni şirketlerin yoğunluğu, özel televizyonların

---

<sup>2</sup> Bknz. [http://www.tiyatrodao.com/dao/index.php?option=com\\_content&view=article&id=51:80li-yillarda-tuerkyede-sanat-ueretmberal-madra-&catid=34](http://www.tiyatrodao.com/dao/index.php?option=com_content&view=article&id=51:80li-yillarda-tuerkyede-sanat-ueretmberal-madra-&catid=34) (8.10.2012).

açılmasıyla kaynak bolluğu bulan reklam sektörünün geçirdiği evrim ve o zamana dek Türkiye’de bulunamayan veya görülemeyen birçok şeyin sıradan hâle gelmesiyle Türk ekonomisinde bir patlama yaşanmıştır (Yaşın,2003:231). Askeri yönetimin üç yıllık sıkıyönetim sonrasında gelen Özal hükümeti ve ekonomisi, sıkıyönetim ardından gelen ilk sivil hükümettir. Başarısının yeniden en büyük değer olarak ortaya sürüldüğü, çok para kazanmanın takdir edilir olduğu bu dönemde neoliberal politikalarla tanışan ülkede yeni bir sınıfa da oluşturacak olan genç kentli profesyonellerin ortaya çıkmasıyla birlikte kamusal yaşam büyük dönüşüme uğramıştır (Yaşın, 2003:231). Bu yeni dönüşüm ve depolitizasyon girişimleri eğitim kültürünü de köklü bir değişime uğratarak öğrencilerin finansal ağırlıklı olarak işletme, ekonomi veya pazarlama okumayı tercih ettikleri yeni bir dönem ve ekonomik toplumsal kültürü de beraberinde getirmiştir.

Dışarıya açılma ve küresel sermayeye entegre olma politikalarını izleyen Türkiye’de oluşan yeni pazarlar sayesinde bazı kesimler çok büyük servet sahibi olurken bir diğer kesim ise daha fazla yoksullaşmıştır. Neoliberal politikalar çok küçük bir kesimin beklentilerine cevap verip refah ortamlarını daha da yükseltirken, bazıları için bu durum yeni dünya düzeni içerisinde iyice yok olmaları anlamına gelmiştir. Devletin sanayiye özelleştirmeye ve zaten zayıf olan sosyal güvenlik ağını parçalamaya başlaması, gittikçe artan enflasyon, kırsal alandan kente yeni bir göç dalgasının yaşanmasıyla işsizliğin artması bu yılların belirleyici toplumsal ve ekonomik öğeleri olurken, Türkiye'nin finansal ve kültürel merkezi İstanbul'da yeni zenginler iyice görünür olmuşlardır (Kandiyoti-Saktanber, 2003:206). Bu ekonomik ve kültürel ortam toplumsal-sınıfsal ayrımın daha da artmasına neden olmuştur. Toplumdaki sınıf farkı arasındaki uçurumun gittikçe büyümesi bireysel politikaların dışında kalmış, sosyal ve ekonomik değişim kimlikler üzerinden yeni bir tüketim kültürünü pazarlarken, aynı zamanda orta sınıfın da tanımının ve yapısının değişmesine yol açmıştır. Yeni orta sınıfın kendini toplumun diğer sınıflarından ayıracak kültürel bir dil arayışı içine girmesi sonucunda, piyasanın kültürel metaları da buna göre şekillenmiş, bu yeni orta sınıfın tüketimine yönelik bir yapılanma ve hizmet sektörü oluşmuştur. Bu yüzden 90'lı yıllar iktisattan çok kültürün ön plana çıktığı bir dönemdir.

Bütün bu dönüşümlerle beraber Türkiye’de sanat ortamında da belirgin değişimler yaşanmıştır. Artık “aydın” rolünden sıyrılan sanatçılar modern sanat anlayışının elitist ve

sınıfsal ayrımında yeşeren sanat tarzları karşısında yeni ifade olanakları aramış; toplum, kimlik, cinsiyet politikaları, yerellik, gelenek, iktidar gibi olgulara karşı yeni bir karşı çıkış aracı olarak sanatı kullanmışlardır. “Bir tavır ve karşı çıkış estetiği olarak sanat bu dönemin sanatçıları tarafından bir özgüven ve varoluş sorunsalı olarak masaya yatırılmıştır”(Çalikoğlu, 2008:8). Türkiye’de özellikle son 20 yılda eleştirel ve politik sanatın ciddi anlamda yükseldiğini ve her geçen yıl daha da “popüler” hâle gelmesiyle şirket ve kurumların “güncel/çağdaş sanat” a olan ilgisi de aynı oranda artmış durumdadır. Batı’da ortaya çıkmış olan bu eleştirel anlayışın Türkiye’de nispeten kısa bir sürede benimsenmesinin nedenlerinden biri de “kurumsal eleştiri”ye sponsor olan “kurum”ların büyük sermayeye ve dolayısıyla büyük bir reklam alanına sahip olmalarıdır. Eleştirel sanatın Türkiye’de son 20 yılda yeni orta sınıfın dikkatini çekmesiyle şirketlerin sanat kurumlarını buna yönlendirmeleri arasındaki bağlantı göz ardı edilemeyecek başka bir bulgudur.

## **2. SANATTA KURUMSALLAŞMA**

Modernizm ve avangardın 2. Dünya Savaşı sonrasında Amerikan liberalizminin sembollerine dönüşmesiyle beraber Amerika’nın dünya sanatı üzerindeki hegemonyası da başlar. Daha doğrusu Modernizm ve avangard bu kültürel hegemonyanın oluşmasına yardımcı olmuştur. Şirket ve büyük sermayelerin kültür özelleştirmelerinin hızlandığı ve arttığı yıllar sayılan 1980’lere gelindiğindeyse sanat çok uluslu şirketlerin küresel sermayelerinin ve oluşturdukları özel kültür politikalarının denetimi altına girmiştir. Müzeler, bienaller ve sanatın temsil edildiği diğer mecralar, sanatın yeni hamilerinin armalarıyla donanır. Kamu bu mecralar üzerindeki denetimini yitirir, dolayısıyla büyük ölçüde medyaya havale edilen eleştiri cılızlaşır. Neyin ifade edileceği dahil bütün yönetimin, iktidarın, sponsor kurumlar adına davranan küratörlere devrildiği bienal gibi gösterilerde sanatın özerkliğinden söz açmak oldukça zordur. Sanatın yüzyıllardır, inşa etmeye çalıştığı özerklik ve eleştirel düşüncenin bağımsızlığı tehdit altına girmektedir (Artun, 2006:73-90). Bu kurumlar altında sergilenen veya üretilen sanat yapıtlarının veya sergi konseptlerinin ise eleştirel ve muhalif bir dile sahip olması şaşırtıcı değildir. Bu durumun nedenleri incelendiğinde ortaya çıkan bulgular, bu kurumsal pratikleri ve olumsuz yönlerini daha açıklayıcı hale getirecektir.

Kültür endüstrisi ve sanat arasındaki bu uzlaşma yapay eleştirel ve muhalif tanımla yani kurumsal yapılar tarafından öne sürülen politik sanatla kendisini gösterir. Bu durum Adorno'nun kitle iletişim araçlarının toplumsal gerçekleri yansıtarak kendi sonlarını getireceği yanılışı tespitiyle benzerlikler taşır. "Piyasa ekonomisi savunusunun büyük hızla Doğu'yu istila etmesiyle birlikte, kapitalizm karşısında hiçbir alternatifin kalmadığı noktasındaki mutabakat da genişlemiştir. Kitle iletişim araçları toplumsal çatışmaları yansıtması, ama bunların çoğu cinsiyetçilik ve ırkçılık karşıtı iddiaları temsil eder ve bu ikisi, yasal kişileri temel alan piyasanın eşitlikçi mantığı çerçevesinde zaten daima kabul edilemez ve geriletici olmuştur" (Adorno, 2007:37). Çünkü bunları göstermekle, bunların oluşumunu sağlayan kurumları göstermek birbirinden çok farklıdır. İlki üretilmiş olan bir kodu tekrarlamak ve eleştirel bir yanılışı ortaya çıkarmak, ikincisi ise hakikati söylemek, yani parrhesia'yı kullanmaktır. Süreyya Evren bu durumu krala çıplak demekle krala "sen çıplaksın" demek arasındaki fark olarak tanımlar (Evren, 2007:10).

Patriyarka, ırkçılık, cinsiyetçilik, aşırı tüketim vb. kavramlar her alanda yapısal olarak var bulunur ve bu kavramlar öncelikle kitle iletişim araçları gibi çeşitli kültür kurumları vasıtasıyla öğrenilmektedir (Foster, 2008:136). Bu tür kurumlar da bunların dikte edildiği, bizleri hâlâ otoriter pratiklerin bulunduğu bir toplumsal yapıya maruz bırakır. Dolayısıyla bu kavramların kendisinden önce bu kavramların üreticisi olan kurumlara direnilmesi gerçeği ortaya çıkmaktadır. Çünkü Althusser'e göre kapitalist ya da kültürel olsun ya da olmasın her hangi bir üretim tarzında üretimin esas koşulu, üretim koşullarının yeniden üretilmesidir (Foster, 2008:136; Althusser, 1971:127). Dolayısıyla bu kurumlar altında üretilen bu kültürel kodlar bizim tarafımızdan tüketildikçe sistemi de yeniden üretmiş oluruz (Foster, 2008:136; Levin ve Baudrillard 1981:5). Batı'da 1950'lerin sonuna gelindiğinde bilincin homojenleştirilmesinin sermayenin büyümesi açısından verimli olmadığı anlaşılmasıyla yeni metalar için yeni ihtiyaçların yaratılması gerekmiştir. Bunun için, daha önce ortadan kaldırılan negatif unsurların asgari düzeyde yeniden kabul edilmiş ve bu sayede üretim koşulları yeniden sağlanmıştır (Adorno, 2007:37). Tıpkı bugün kurumlar altında, cinsiyet politikaları, toplumsal sorunlar, 60-70'lerin politik söylemleri ve görsellerinin yeniden üretilmesi gibi. Buna bağlı olarak üretilecek tek yeni şey meta olurken, bu metanın dönüşümünü sağlayacak derecede alternatif önerilerin de sistem tarafından kışkırtılması ve

bunların toplumda “eleştirel” olarak algılanması kaçınılmaz olmaktadır. Oysa eleştirel teori bir üslup yadsıması değil, yadsımanın üslubudur (Debord, 2010:157). Bu şekilde sistem kendine karşı olan bu yapıyı kendi istediği biçimde öne sürerek kendisini hem garantiye alır hem de bu kodları her seferinde baştan üreterek oluşturduğu kültürel endüstriyi bir çeşit sarmal döngüye oturtarak sabitler. Bu nedenle zaten sistem tarafından üretilen kodları yeniden yorumlayarak ona karşı kullanmaya çalışmak, sanat için bir çıkış noktası olamamaktadır.

Türkiye’de kurumsal eleştiri pratiklerinin, hatta batı temelli modern (belki de postmodern) eleştirel anlayışın oluşmaya başlaması 90’lı yılların sonuna doğru olduğu için kurumsal eleştirin ve yükselen yeni eleştirel kültürün özel sektöre ait sanat kurumlarıyla karşı karşıya kalması da kaçınılmaz olmuştur. 1990’lı yıllarda tam anlamıyla kurumsallaşmamış ve sermayeyle bağı tam olarak kurmamış olan Türk çağdaş sanatı, 2000’li yıllarla beraber artık ayırt edilebilir bir şekilde sermayeyle bağlarını kuvvetlendirmeye başlamıştır. “Şimdilerde mesleklerinde yol almış olan ve sanat sahnesine yeni çıkan genç kuşak sanatçılar simgesel sermayenin yükselme ortamında işe başladılar; haritalarını daha baştan bu çerçevede çizmek zorundalar. Kurumlarla ilişki kurabilenlerin önü açılıyor. Kurumlarla henüz ilişki kuramayanlar gruplaşarak/kolektifleşerek kentin heterojen dokusu içinde kendilerine yer açarak görünür olmaya çalışıyor” (Madra, 2006)<sup>3</sup>. Bu yeni kurumsal yapı ve iletişim içerisinde sanatçının sermaye ve güç odaklarıyla uzlaşması ve ortaklık yapmasından başka şansı kalmıyor veya kalmamış gibi görünüyor çünkü her geçen gün bu özel kurumların koleksiyonuna girmek veya bu sergilerde yer almak sanatta başarının en büyük kriteri olarak gösterilmektedir. Bizzat bu kurumların kendisinin özel teşvik ve reklamları sayesinde de bu amaca ulaşmakta hiç zorlanılmadığı tahmin edilebilir. Popüler sanat türleri bu tür işbirliklerini kaldırabilse de, kaynağı eleştiri ve irdelemeye dayanan bir sanat üretimi için aynı şeyi söylemek mümkün olmamaktadır. Sanat ve İktidar mekanizmaları arasındaki bu işbirliği uzun bir süre tarih boyunca devam etmiş olsa da, modernizmin başlamasıyla beraber burjuvaziyi, popüler kültürü ve beğeniyi aşağılayarak özerklik ilan eden sanat uzun bir süre belli ideoloji ve düşüncelerden kendini arındırmıştır. İdeolojilerin insan

<sup>3</sup> Bknz. <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=202711> (10.10.2012).



üzerindeki denetimlerinden bıkkın bir dönemde “sanat sanat içindir” argümanını öne sürmüştür. Ancak savaş sonrası çağdaş sanatı yönlendiren Amerika'nın bu durumu tamamen kendi tekeline alarak bir depolitizasyon hareketine dönüştürmesi de iktidar ve güç odaklarının sanattaki yönlendirmeleri açısından çok sağlam bir örnek olarak karşımıza çıkar. Savaş sırasında radikal solun Marksizm'den kopmasıyla başlayan süreç, seçenekler netleştğinde tam bir depolitizasyona dönüştürülmüştür. Yalnızca iki seçenek söz konusudur: Truman Amerika'sı ya da Sovyetler Birliği. Dwight McDonald, radikal solun umutsuz durumunu şu şekilde özetler: “Pratik yönetim bağlamında bize sürekli olarak olanaksız seçenekler sunan bir çağda yaşıyoruz. Artık bireyin dünya politikasıyla ilişki kurması olanaksız.. Artık insanın içgörüsü ne kadar keskinleşirse o kadar duyarsızlaşıyor” (Guilbaut, 2008:241). Yani Amerika'nın savaş sonrası çağdaş sanattaki hegemonyası ve bunu dünyaya empoze etme fikri güzel bir sunuşla süslenmiştir: Amerikan rüyası. Bu yeni modelde modernizmin sanatta özerklik anlayışından da yararlanarak iyice apolitik bir sanat anlayışı öne sürülmüş, Rothko ve Pollock gibi sanatçıların işleri yüceltilerek soyut dışavurumculuk desteklenmiştir.

Bu yöntem tarihin daha önceden çok iyi bildiği devlete ait resmi sanat ideolojileriyle örtüşmektedir. Alman Nasyonalizmi Dönemi sanatı ve Sovyet Toplumcu Gerçekçiliği gibi soyut ekspresyonizm ve benzeri sanat anlayışları da savaş sonrası Amerikan resmi sanat ideolojisi gibi görülebilir. Yalnızca bir farkla; buradaki ideoloji, ideolojisizliğin kendisidir. 1940'lı yıllarda apolitizmi ve ona bağlı bir sanat anlayışını destekleyenlerin bugün tam tersi bir durumu destekleyip sponsor olmaları da başka bir bulgudur.

1940'lı yıllarda olduğu gibi iktidar, sermaye ya da güç odaklarının resmî sanat akımları yaratarak eleştiriyi kontrol altına alması bilgi akışının saniyelerle ölçüldüğü günümüzde çok daha zordur. Bunun yerine sermayenin gücünü kullanarak eleştiriyi de kurumsallaştırarak yönlendirmesi çok daha başarılı sonuçlar vermektedir. Bu şekilde hem popülerleşen bir olguyu kullanarak imaj düzeltme ve reklam aracı olarak eleştirel sanatı kullanmakta hem de eleştirinin kendi varlıklarına karşı olan tehditlerini kısıtlayabilmektedirler. Hans Haacke'nin işleri bile bugün sermaye tarafından satın alınarak işlevsizleştirilmektedir. Burada yirmi sene önce yapılmış işlerin bugün özel sektör veya onlara ait sanat kurumları tarafından satın alınarak işlevsizleştirilmesinden bahsedilebilir. Türkiye'deki durumsa çok daha farklıdır.

Bugün politik sanat ve kurumsal eleştirinin çoğu direkt kurumun kendisi tarafından teşvik edilmekte ve kurum denetiminde üretilmektedir.

Özel sektöre ait sanat kurumlarının giderek artması şaşırtıcı değil, ama buna karşı yine de sanatçı inisiyatifleri ve bağımsız işler üretebilen gruplar da hâlâ var (Bütün bunların Amerika ve Avrupa'dakinin aksine çok kısa bir zaman dilimi içerisinde olması, hem küreselleşmenin hem de kültür özelleştirmelerinin bir sonucu olarak bakılabilir). Hans Haacke'nin Mobil Petrol şirketinin bir yandan ırkçı hükümetleri finanse ederken diğer yandan sanat kurumları altında sanatsever kimliğini öne sürmesindeki çelişkiyi; şirketin uluslararası faaliyetlerini gösteren belgeler ve kendi reklamlarıyla beraber kullanarak yaptığı iş dizisi "Mobil Observations"; Haacke'nin yıllarca topladığı dokümanlardan oluşmaktadır. Haacke'nin bu tür işleri bile kurumlar tarafından sahiplenilmekte ve içeriği boşaltılmaktadır. Şirket sözcülerinin ve politikacıların şirketlerin sanatsal etkinlikleri üzerine altı ayrı panelden yorumlarını içeren, sanat-siyaset-sermaye eleştirisine dayalı "On Social Grease" (Sosyal Cila) adlı işinin bugün büyük bir şirket tarafından satın alınarak şirketin koleksiyonuna dahil edilmesi örneği bile başlı başına bu sistemin ironisini göstermektedir. Şirketin Haacke'nin işine sahip olması yalnızca eserin eleştirel işlevini zayıflatmakla, hatta yok etmekle kalmaz, şirketleri ve sermayeyi eleştirmek amaçlı yapılan bu işin anlamını ve içeriğini yeniden tanımlayarak iş dünyasının sözde liberal ve aydınlanmış yüzünü temsil eden bir esere dönüştür (Wu, 2005:411). Bu tür bir sanat anlayışının bile sermaye ve özel sektöre ait kurumların denetimine girmesinin nedenlerinden biri de zaten tarzın kendisidir. Bu tür sanat-eylemlere karşı burjuvazi savunmaya geçmektense, onu kendi tekeline almanın hem kârlı hem de güvenli olduğunu fark etmesi çok uzun sürmemiştir.

Haacke'nin 1971 yılında Guggenheim Müzesinde gerçekleştirdiği; kenar mahallelerde oturan, halkın yoksul kesiminin mülklerinin sahibi olan şirketlerin sömürsünü belgelediği sergisi müze tarafından "siyasi" bularak iptal edilmiştir. Müze yöneticilerinin şirketlerle olan bağlarını da ortaya çıkararak belgeler halinde sunduğu sergiyle adı ilk defa anılan "kurum eleştirisi" bugün aynı tavrı bağımsız sanatçı inisiyatifleri ve benzeri oluşumlarla devam ettirse de, eleştiriye kurumun sahiplenmesi veya sanat kurumlarının yöneticilerinin şirketlerle bağlantıları, hatta sanat kurumu yöneticisinin bizzat şirketin de yöneticisi olması artık "normal" karşılanan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugün bu kurumlar için "siyasi"

olan, siyasi eleştiri bizzat kurumun kendisine yöneltilmiş olsa bile sadece bir meta ve imaj cilasından ibarettir. Kısaca sermaye kendisini eleştiren şeyden korkmak bir yana, onu sahiplenip evcilleştirmenin kârlı bir iş olduğunu anlayarak şimdiye kadar ortaya çıkan hemen her karşı-sanat hareketine yaptığıнын aynısını yapmaktadır. Haacke'nin kendisinin bile Beyaz Küp'e dönüşü bu duruma bir örnek olarak karşımıza çıkar.

Kurum ve şirketlerin bu tutumunun hedefi öncelikli olarak doğrudan finansal bir kazanç değil, kamu üzerindeki kurumsal imajın tazelenmesi ve düzeltilmesidir. Buna yönelik olarak da kültürün tüketicisi konumundaki en kalabalık sınıf olan yeni orta sınıf öncelikli olarak hedef kitle seçilmekte ve endüstri bu sınıfa yönelik oluşturulmaktadır. 19. yüzyıl sonunda sanatta gerçekçilik akımının çıkmasıyla birlikte, klasik akademizmin mitolojik konulu anıtsal sanat eserlerine olan ilgisini kaybeden ve sanat izleyicileri (alıcıları değil) arasında en kalabalık sınıfa dahil olan orta sınıfın günlük sıradan insan veya doğa manzaralarını, çalışan kesimi vb.. kavramları konu edinen eserlere ilgi duymaya başlaması kısaca o yıllarda avangard olan bu duruma yönelmelerine benzer bir durum bugün Türkiye'deki sanat ortamında da görülmektedir.

### **3. TÜRKİYE'DE KURUMSAL ELEŞTİRİNİN SORUNLARI**

1950'li yıllara kadar Türkiye'de sanat bir ulus inşası ve devlet ideolojisini yayma aracı olarak kullanılırken 1950 sonrası 80'li yılların ortalarına kadar ciddi bir destek kesintisine uğramıştır. 1990'lı yıllar ve sonrasında sermayenin hızlı bir şekilde kültürü yönlendirme girişimleri sayesinde kurumsal denetimle karşı karşıya kalmıştır. Devletin 50'li yıllar sonrasında sanattan elini çekmesi bu zaman dilimi arasında politik meselelerin ağır basması ve askeri müdahaleler gibi zorunlu kesintilere bağlanabilse de ülke insanının, en siyasi olayların yaşandığı dönemde plastik sanatlar aracılığıyla görselleştirilen "politika"dan uzaklaştırılması, darbe ve baskılarla sanatta toplumsal ve politik olana duyarsız bırakılmaya çalışılması batıdaki apolitizasyon örnekleriyle benzerlikler taşır. Buna karşın 1970'ler sonrasında ülkedeki baskı ortamının başlıca sebep olmasının yanı sıra toplum olarak yüksek veya popüler kültürümüzün görselliğe büyük ölçüde dayalı olmaması, görsel iletişime ve hatta propagandaya yüzyıllar önce başlamış olan Avrupa ve bu mirası iyi kullanan Amerika'dan farklı bir tablonun ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır. Devletin müze ve sanat

kurumlarına yönelik tavrı sadece ekonomik değil aynı zamanda ideolojiktir de. Tarihinin görselleştirilmesi ve arşivlenmesinden sürekli sakınan ve bunu bu topraklarda yüzyıllardır yapan siyasi iktidarlar tarafından toplumun bellek ve hafızası bilinçli olarak kesintiye uğratılmıştır. Kitapların toplatılıp yakıldığı tarihlerde ülkedeki mevcut politikayı, iktidarı veya güç odaklarını eleştirebilecek bir görsel sanat anlayışından bahsetmek mümkün değildir, olsa bile bu eserlerin arşivlenmeyeceği, özel veya devlete ait bir sanat kurumu tarafından sahiplenilmeyeceği veya üretilmeye teşvik edilmeyeceği açıktır.

Türkiye’de özellikle son yıllarda artan özel sermayeye ait sanat kurumları, kendilerini eleştirel ve politik sanat üzerinden konumlandırmaktadır. Şirketlerin kendi sanat kurumlarını açmalarının yanı sıra büyük ölçekli sanat organizasyonlarına da sponsor olmaları aynı süreçte görülmeye başlanmıştır. Güncel/çağdaş sanatın yenilikçi, radikal yapısı ve bir anlamda izleyicisinde oluşturduğu algı ve anlam biçimi şirketlerin sponsorluğu için birer fırsattır.

Aslında şirketleşmiş sermayenin, özellikle büyük sermaye gruplarının sponsorluktan beklediği, somut finansal bir kazançtan çok, kentin sembolik ekonomisi içindeki yerlerini pekiştirmektir. Modern paradigma içinde avangard sanatın yenilikle özdeşleştirilmesi, iş dünyasına, kendini sanata destek veren, liberal ve ilerici bir güç olarak temsil etme olanağını tanır. İş dünyası, "yenilik" kavramını kendine mal edip sermaye dili içinde yeniden tanımlayarak, sanata müdahalesinin önemli ve meşru bir dava olarak sunar (...) Bu anlamda sanat mekânları, kültürel sermayenin, siyasi ve ekonomik çıkarlarının hizmete sunulması simgesel sermayeye tahvil edildiği alanlardır (Yardımcı, 2005:102).

Şirket yöneticilerinin ve siyasetçilerin bir araya gelebildiği, siyaset dışı bir alan olarak değerlendirilen sanat mekânları bir anlamda politikacılar ve şirket sahiplerinin kamusal alanları gibidir.

Sanat eserlerine sadece sahip olmanın herhangi bir kültürel duyarlılık göstergesi olmayacağı bilincinde olan şirketler artık “bilinçli, aydın” bir şirket imajını oluşturmak için sanat danışmanlarına veya küratörlere ihtiyaç duymaktadırlar. Yeni nesil büyük şirketlerin üst düzey yöneticileri artık her ne kadar sanat alanında kendilerini geliştirip, eğitim görmüş olsalar bile bu derece kârlı bir yatırımı kendi sergilerinde küratörlük yapacak profesyonel danışmanlara bırakmayı tercih etmektedirler. Bunun yanı sıra eskiden kurum ve şirketler için sadece kültürel duyarlılık açısından bir görev üstlenen sanat, günümüzdeki koşulların değişmesiyle “sosyal duyarlılık” imajı için şirketlere yardımcı olabilmektedir. Güncel sanatın politik ve sosyal yönü dolayısıyla tercih edilmesi de bu nedenler arasında sayılabilir. Bir diğer

neden de politik, güncel sanatın günümüz koşullarında özellikle profesyonel sanat çevrelerinde gittikçe bir “prestij” malzemesi haline gelmesi olabilir. Bu profesyonel danışmanlardan faydalanan şirketler meşru görünme çabalarının sanat piyasasında “otorite” veya sözü geçen ya da küratörlerin onayını alarak sanat içerisinde meşrulaşıp kolayca kabul görebiliyorlar.”Sanatçıların özgeçmişlerinde şirket koleksiyonlarında yer alan eserlerine de mutlaka yer vermeleri bu meşruluğun kanıtı; öyle görünüyor ki, önemli bir şirketin koleksiyonuna girmek bir kamu sanat müzesinde sergilenmek kadar saygın bir iş” (Wu, 2005:400) hatta artık çok daha saygın olduğunu söyleyebiliriz.

Şirketlerin üst düzey yöneticileri ve büyük sermaye sahiplerinin, milyar dolarlarla oynayan bu korporasyonların sanatla bu derece ilgilenmeleri, ona yatırım yapmaları, eser toplamaları ilk başta şaşırtıcı gelebilir, ama bunu kapitalizm geliştikçe, yüksek kültürün toplumda nasıl işlev gördüğü bağlamında değerlendirirsek, hem bu yatırımın amacı hem de üst düzey bir yöneticinin kişisel anlamda da sanatla neden bu kadar ilgili olduğunu daha iyi anlarız. “Paul DiMaggio'nun tanımıyla "sınıf ile kültür arasındaki ittifak" kuşkusuz sürüyor; bu örtüşmede bir tek değişiklik var: Geride bıraktığımız yaklaşık yirmi-yirmi beş yılda, özellikle 1980'lerde, giderek iş çevreleri ile kültür arasında bir ittifak söz konusu olmaya başladı; bu süreçte şirketlerin harcama gücü, yüksek kültürün öncü hamileri olan üst sınıf mensuplarının servetinin yerini aldı” (Wu, 2005:377; Dimaggio, 1982:33-50). Bu genel müdürler ve yönetim kurulu başkanları, bireysel düzeyde şirketlerinin koleksiyonlarını yönetirlerken, sanata ciddi yatırımlar yapan bir şirketin başında olmanın getirdiği bir sosyal statü ve değer de kazanırlar yani, Pierre Bourdieu'nün "kültürel sermaye" olarak adlandırdığı şeydir. Distinction (Ayrım) adlı kitabında bu kavramı derinlemesine geliştiren Bourdieu'ye göre, kültürel sermaye ekonomik zenginlikle serbestçe değiştirilebilir; ayrıca kültürel sermaye birikimi, özellikle hâkim sınıfın konumunun yeniden üretilmesine ve güçlendirilmesine hizmet eder. Sanatla egemen bir ideoloji biçimi olarak ilgilenen Bourdieu, sanatın kuşaktan kuşağa iletilerek, hâkim sınıfın egemen konumunun korunmasından ve yeniden üretilmesine hizmet ettiğinden bahseder (Wu, 2005:23; Bourdieu, 1984:228). Aile kapitalizminin ve kurumsal kapitalizmin bir arada yaşadığı çağdaş himaye sisteminde konumlar böylelikle korunurken, sanat aynı zamanda bu alanda diğer rakiplere bir meydan okuma aracına da dönüşür. Günümüzde bütün büyük şirketlerin bu alanda nasıl birbirleriyle yarıştıkları ve kültür

endüstrisini paylaştıkları çok daha kolay biçimde izlenebilir durumdadır. “Bir şirketin sanat koleksiyonu ile şirket arasında, koleksiyon ile şirketin yönetim kurulu başkanı arasındaki paralel ilişki şunu gösterir: Şirket koleksiyonu oluşturmak, yönetim kurulu başkanının kişisel heveslerini tatmin etmesinin çok daha ötesine geçen bir etkinliktir, çünkü ortaya konan şey aynı zamanda sosyal bir iddia, kamu tarafından görülecek ve kamuoyunun önünde sergile-necek bir tavidir. Şirketteki konumlarının kendilerine sağladığı kültürel avantaj, bir şirketten diğerine geçen bu hareketli ve güçlü yöneticilerin, başına geçtikleri her şirkette sanat eseri toplamaya başlayacağı anlamına gelir” (Wu, 2005:377-380). Küresel sermaye sanatsal etkinlikleri öylesine güçlü bir biçimde yönlendirmekte ve öylesine etkin stratejiler uygulamaktadır ki; en gözde sanat kurumları bile bu manipülasyondan kaçamamaktadır. Bir zamanların asi, sıra dışı yaratıcıları, sisteme meydan okuyan sanatçıların yerini sponsorların güçlerini kendi ismiyle parlatmaya çalışan bir genç sanatçı kuşağı almıştır. “Kendine genç, yeniliğe açık, havalı bir imaj çizmek isteyen ve özgül bir pazar arayan şirketler açısından aykırı sanatı cazip kılan özelliği tam da yarattığı sansasyondur” (Şahiner, 2007). Sansasyonun reklam piyasası için çok önemli olduğunu düşündüğümüzde şirketlerin ve özel sektörün güncel sanat gibi riskli bir alana neden yatırım yaptıklarını daha kolay anlaşılabilir.

Günümüzde yapılan siyasi içerikleri ağır basan güncel sanat sergileri, başta ulusal ve uluslararası basın ve internette kendine büyük ölçüde yer edinmektedir. Bu sosyal ağlar veya medyalarda çıkan haber ve yazıların çoğunun eleştiri olması bile durumu değiştirmemektedir. Diğer bir neden de güncel sanatın sosyoloji, siyaset, politika, felsefe ve sanat gibi birden fazla referansa sahip olması ve ulaştığı kitlenin, tartışıldığı alanların çok daha fazla olmasıdır. Eskiden elitist bir tutum içinde olan “klasik” anlamdaki sanat sergilerinin tersine güncel sanatın halka ve kitlelere ulaşma çabası (sadece elit bir zümreye politik bir mesaj vermeye çalışmıyorsa) ve bunda başarılı olması da şirketlerin ve özel sektörün bu alana yatırım yapma çabalarını açıklamaktadır.

Büyük şirketlerin reklam ve pazarlama birimlerinin bunun bilincinde olmadığını düşünmek pek doğru olmayacaktır. “Sponsorluk, aynı zamanda, maliyetin açık bir nitelik göstergesi olduğu, çarpıcı ve pahalı işlerin üretimine de yol açar. Bu gösterişçi tüketim, aynı anda hem sanatçıya, hem müzeye hem de sponsora itibar kazandırır; büyük ölçekli enstalasyon, video ve diğer ileri teknoloji teşhirler için itici güç oluşturur” (Stallabrass,

2009:122). Şirketlerin uluslararası düzeyde kültürel temasa geçme hedefleri düşünüldüğünde ise bu çarpıcılık veya sansasyonelliğin sadece eserlerle kısıtlı kalmadığını, serginin kendisinin, küratörün ağzından çıkan kelimelerin, kavramsal çerçevenin, tartışmaların vb. birçok durumun buna yardımcı olduğu görülebilir. Bazı uluslararası bienallerin bildirileri ve manifesto niteliğindeki kavramsal çerçeveleri bile başlı başına bir sansasyon örneği olmakta ve tartışma alanını eskiden olduğu gibi sadece sanat çevrelerinde değil, aynı zamanda politika, sosyoloji, popüler kültür gibi çok geniş bir alana yaymakta ve daha fazla kişiye ulaşmaktadır.

2010 yılında Meksika Körfezi'nde yol açtığı çevre felaketi yüzünden zedelenen imajını, toplumsal sorumluluk projeleri ve sanat organizasyonları üzerinden düzeltmeye çalışan BP (British Petrol)'nin yaptığına benzer şekilde Türkiye için geçerli örnekler de vardır. Trabzon, Solaklı'da HES (Hidro Elektrik Santrali) Projesi sahibi olarak, doğayı kirlettiği için büyük tepki alan ve protestolara maruz kalan Şekerbank'ın çevre duyarlılığı konulu sanat sergileri düzenlemesi BP ile oldukça benzerlikler taşımaktadır. Savunma sanayisi yatırımları yapan KOÇ Holding'in kavramsal çerçevesi barış ve silahsızlanma üzerine kurulu bienallere sponsor olması ya da kendi açtığı sanat platformlarında bu tür sergiler düzenlemesi benzer yüzlerce örnekten sadece birkaçı olarak karşımıza çıkar. Garanti Bankası'nın burjuvazi eleştirisi temalı sergileri ve bunun gibi birçok örnek Türkiye'de son 10 yılda şirketler ve sanat kurumları himayesinde icra edilmektedir.

Büyük korporasyonların, kurumların ve şirketlerin sanat üzerinden beklentisi çoğunlukla kısa vadede elde edilen finansal bir kazanç olmasa da bunun tersi örneklerine de ulaşmak mümkündür. Türkiye'de 2010 yılı sonrası bankaların birbirleriyle yarıştığı "private banking" (kişiyeye özel bankacılık) üzerinden yürütülen sanat hizmetleri bu kültür endüstrisinin iç yapısını daha iyi anlamamızı sağlar. KOÇ Holding'e ait olan Yapı Kredi Bankası 2010 yılında başlattığı bir reklam kampanyasında "sanatla iç içe bir bankacınız olsun istemez misiniz?" sloganıyla sanat danışmanlığı önererek "sanat eserleri kredisi"ni private banking müşterilerinin hizmetine sunmuş ve Türkiye'de yeni bir girişimi başlatmıştır. Her ne kadar Christie's ve Sotheby's gibi, yüksek değerli sanat eserlerinde dünya müzayede piyasasının %80'ine sahip dev müzayede şirketleri veya Charles Saatchi kadar markalaşmış büyük sanat taciri ve hamileri Türkiye'de henüz olmasa da sanat sponsorları ve hamilerinin

söylemleri bu müzayede gruplarının yöneticileriyle benzerlikler gösterir. Christie's çağdaş sanat bölümü başkan yardımcısı Brett Gorvy'nin "Biz ticaretle uğraşyoruz, sanat tarihiyle değil" (Thompson, 2008:161) sözüne karşı, İstanbul Modern Sanat Müzesi yönetim kurulu başkanı Oya Eczacıbaşı "Sanat işletmesinin herhangi bir işletmeden farkı yok aslında. Sadece ürün olarak sanat yapıtları var" (Yaman, 2012) demiştir.

Bu örnekler bize şunu göstermektedir; bu kurumlar altında veya himayesinde yapılan kurumsal eleştiri de hedefinden sapmakta ve eleştirdiği kurumun yararına olacak şekilde kullanılarak işlevsizleştirilmektedir. Türkiye'de sanat ortamında "kurumsal eleştiri" pratiğinden pek bahsedilmediğini görmemiz şaşırtıcı değildir. Sanat ortamını büyük oranda şirketlere ait "kurum"ların yönlendirdiği yeni düzende adının içinde kurum ve eleştiri sözcüklerinin geçtiği bu kavramın kurumlarca fazla telaffuz edilmemesi eleştirinin odağında kendilerinin olmasına bağlanabilir. Türkiye'de kurumsal eleştiri pratiklerinden ciddi anlamda 90'lı yıllarda bahsedilmeye başlanması ve kurumsal eleştirinin tamamen temsile yönelik hatta daha sonraları kurumsallaşmış olarak kendisinin de işlevsizleştirildiği yıllarda olması eleştirinin yöneltildiği kurumsal yapılanmalar için olumlu bir durum olarak gözükmektedir. Ciddi anlamda ilk defa "sanat kurumu"nu karşısına alarak ve radikal eleştiriler getirerek ortaya çıkan kurumsal eleştiri günümüzde Türkiye'de tamamen temsili eleştiriye yönelik olduğundan, ilk olarak hedef aldığı şey olan kurumun kendisinden uzaklaşır ve eğlence kültürüne eklenerek metaya indirgenir. Bu durumu Sibel Yardımcı şu şekilde örneklendirir;

Günümüz festivalleri, Ortaçağ şölenlerinden, iktidarın alaya alındığı fuar alanlarından çok farklıdır. Aslında temel fark, gündelik hayat içinde var olma biçiminin ve bu var olma biçimi ile iktidar arasındaki ilişkinin değişmiş olmasıdır. (...) Aslında karnavalın en önemli özelliği, iktidarı alt üst etmesi kadar, egemen yapıların sürmesinde de rol oynamasıdır. Bahtin'e göre, "insanın şenlikli doğası" tamamen yok edilemez; bu nedenle, kontrol altına alınması, feodal sistemi ve kilise otoritesini sarsmayacak, tehlikesiz bir hâle getirilmesi gerekir. Karnaval, insanın şenlikli doğasını egemenlik alanının dışında kurulan, fakat yine de yasal ve daha da önemlisi geçici olan bir alana hapsetmiş, onu burada soğurmuştur. Bu nedenle Pam Morris karnavalı, iktidarın arada bir gevşettiği bir "güvenlik sübabı"na benzetir (Yardımcı, 2005:148).

Eleştirel kültürün genel bir kültürel kod olduğu bugün, bienaller ve benzeri sergilerin bu karnaval ve festivalizm teorileriyle uyuşması da kaçınılmazdır. Feodal sistemi, kilise otoritesini sarsmadan düzenlenen karnaval, bugünün iktidar odakları ve sermayenin



otoritesini sarsmadan eleştiren, hatta bununla kalmayıp bu mekanizmaların bu durumdan beslendiği bir kültür endüstrisine dönüşür.

Siyaset ve sermaye tarafından araçsallaştırılan bir kültürün öne sürdüğü bienal ve benzeri sergiler toplumda ne kadar farkındalık yaratabildiği veya eleştirirken işaret ettiği kavram ve sorunlara karşı ne kadar çatışmacı bir tavır takındığı ise belirsizdir. İzleyiciler bu tür sergilemelerde sadece tüketici konumundadırlar. “Radikal bir tavır almaktan kaçınan (softcore) siyasi bir söylemle eğlencenin mükemmel bir karışımını sunan bu model, kafa yormayı, tefekkürü gerektirmez; izleyiciyi “ilgi çekici” gösterileri tüketmeye davet eder” (Yardımcı, 2005:14). Bu şekilde eleştiri işlevsizleştirilirken aynı zamanda kurum için bir sosyal imaj cilası haline de gelmekte ve toplumsal işlevinden sapmaktadır. Özelleşen bir kültürde eleştirinin gerçekte neye karşı olduğunu unutmamızı sağlayacak birçok yönlendirme söz konusudur. Bugün Türkiye’de özellikle özel şirketlere ait sanat kurumları bu boşluğu iyi kullanmışlardır, hatta kamuya yönelik tavırları ve kampanyaları sayesinde onların da birer “kurum” olduğu algılanamaz boyuta gelmiştir.

#### **4. SONUÇ**

Şirketlerin özellikle son yıllarda politik ve eleştirel sanata olan ilgisi sadece bir popülariteden ibaret değil, aynı zamanda şirketlerin kamuya yönelik imajlarının düzeltilmesinde de etkin bir rol oynamaktadır. Bu yüzden özel sanat platformları, müzeler ve galeriler gibi benzeri sanat kurumlarının kurumsal eleştiriye yaklaşımı adeta bir lütuf gibi kamuya gösterilmektedir. Dolayısıyla kurumlar bu tür sergi tekliflerine açık ve gönüllü hâldedir. Çünkü kurumlar onlara karşı olan şeyle savaşıp dışlamaktansa onu kabullenip içselleştirerek işlevsiz hale getirmenin daha kazançlı olduğunu çok eskiden beri bilmekte ve her şeyin metalaştırılabileceğinin tecrübesine sahip durumdadırlar. Bu yüzden kaçınılmaz olarak kendilerine karşı üretilecek olan eleştiriye de denetimleri altında üretmeleri yani “eğer bir eleştiri getirilecekse onu da biz getiririz” yaklaşımı görülmektedir.

Eleştiri ama hangi sınırdadır? Bu soru bugün çağdaş sanatın yapıma amacının ne olduğuna kadar incelenebilir. Çağdaş/güncel sanatın rahatsız ederek bir şeyleri gösterdiğini, estetik tasvirlerle değil, ideolojik ve eleştirel yöntemlerle bir bilinçlendirme çabası içerisinde olduğunu görebiliyoruz. En azından bütün bu muhalif, politik eserlerin üretilme amacının bu

olduğuna inanmak istiyoruz. Çağdaş sanatın izleyicisini rahatsız ettiği ve düşünmeye ittiği bir gerçek olsa da muhalif ve politik işlerinin hedefindekiler, yani gerçekten rahatsız olması gerekenlerin tarafına bakıldığında durum öyle gözükmemektedir. Bugün, bu bulgular eşliğinde ortaya çıkan tablo bize şunu göstermektedir: İktidar, sermaye, burjuvazi, somut veya simgesel olarak güncel sanatın hedefindeki hemen her şey rahatsız olmak bir kenara, bu politik yanıt, muhalif, eleştirel tarzı bir meta ve kurumsal imaj cilası olarak memnuniyetle kabul etmektedirler. Oysa ki kolektif bir bilinçlenme için önce huzuru kaçması gereken şey, sistem ve kurumun kendisidir. Çünkü kolektif bilinçlenmenin önünü tıkayan mekanizmaların kendileri bunlardır. Haacke gibi kuruma doğrudan saldırarak merkezden uzak kalma, dışlanma korkusu olmadan kurumu eleştiren sanatçı sayısının günümüzde ne kadar az olduğu gözlemlenebilir. Bu durum sanatçının kendini bağımsız olarak ifade edecek alanların özellikle Türkiye'de az olması ve sanat kurumları, galeriler veya müzelerin dışında kalan sanatçıların görünmelerinin çok zor olduğu günümüzde, sanatçıyı en baştan kendi kendine bir denetim mekanizmasının içine sokarak radikal söylemlerden uzaklaştırmaktadır. Türkiye'de kamusal alan iktidar odaklarına, özel alanlar da şirketlere aitken sanatçının kendini denetlenmeden ifade edebileceği yer gittikçe kısıtlanmakta ve bağımsız grupların görünümü gittikçe kaybolmaktadır. Bu yüzden her geçen gün daha fazla sanatçı kurumlarla iş birliği yapma zorunluluğu hissetmektedir. Somut bir kurum baskısı olmadan sanatçının oto-denetim yapması, iktidarın baskıyla değil üretmekle işlemekte olduğunu göstermektedir.

## KAYNAKÇA

- ADORNO, T., (2007). **Kültür Endüstrisi-Kültür Yönetimi**, çev. Elçin Gen, İletişim, İstanbul.
- ALTHUSSER, L., (1971). "Ideology and Ideological Satta Apparatuses", **Lenin and Philosophy**, çev. Ben Brewster, Monthly Review Press, New York.
- ARTUN, A., (2006). "Sanat ve Eleştiri", **Modernliğin Sınırında Sanat- Eleştiri, Özerklik, Siyaset**, MÜGSF, İstanbul.
- BOURDIEU, P., ( 1984). **Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**, çev. Richard Nice, Routledge ve Kegan Paul, Londra ve Melbourne.
- COCKCROFT, E., (1992). **Art In Modern Culture - Abstract Expressionism Weapon of The Cold War**, The Open University, New York.
- ÇALIKOĞLU, L., (2008). **Çağdaş Sanat Konuşmaları 3 (90'lı Yıllarda Türkiye'de Çağdaş Sanat)**, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- DEBORD, G., (2010). **Gösteri Toplumu**, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- DIMAGGIO, P., (1982). **Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston, Media, Culture, And Society**, 4. Cilt, Sage Publications.
- DÜBEN, İ. ve YILDIZ, E., (2008). **Seksenlerde Türkiye'de Çağdaş Sanat: Yeni Açılımlar**, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- EVREN, S., (2007). **Aranan Kitap**, Art-ist yayıncılık, İstanbul.
- FOSTER, H., (2008). "Çağdaş Sanatta Siyasal Kavramı", **Sanat/Siyaset Kültür Çağında Sanat ve Kültürel Politika**, der.Ali Artun, İletişim, İstanbul.
- GUILBAUT, S., (2008). "Avangard'ın Amerika'daki Yeni Serüvenleri: Greenberg, Pollock veya Troçkizm'den 'Yaşam Merkezi'nin Yeni Liberalizmine", **Sanat/Siyaset: kültür çağında sanat ve kültürel politika**, der.Ali Artun, İletişim, İstanbul.
- GUILBAUT, S., (2009). **New York Modern Sanat Düşüncesini Nasıl Çaldı: Soyut Dışavurumculuk, Özgürlük ve Soğuk Savaş**, çev: Elif Göktepe, Sel Yayıncılık, İstanbul.
- GÜRBİLEK, N., (2009). **Vitrinde Yaşamak (1980'lerin Kültürel İklimi)**, Metis Yayıncılık, İstanbul.
- KANDİYOTİ, D. ve SAKTANBER, A., (2003). **Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat**, Metis Yayınları, İstanbul.

LEVIN, C. ve BAUDRILLARD J., (1981). "Introduction", **For a Critique of the Political Economy of the Sign**, Telos Press Publishing.

MADRA, B., (2005). **80'li Yıllarda Sanat Üretimi, Karşı Sanat Çalışmaları**, [http://www.tiyatrodao.com/dao/index.php?option=com\\_content&view=article&id=51:80li-yillarda-tuerkyede-sanat-ueretmberal-madra-&catid=34](http://www.tiyatrodao.com/dao/index.php?option=com_content&view=article&id=51:80li-yillarda-tuerkyede-sanat-ueretmberal-madra-&catid=34) (8.10.2012).

MADRA, B., (2006). **Sanatçının Sermayeye İmtihanı**, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=202711> (10.10.2012).

STALLABRASS, J., (2009). **Sanat A.Ş: Çağdaş Sanat ve Bienaller**, İletişim Yayınları, İstanbul.

ŞAHİNER, R., (2007). **Küresel Ekonomi ve Sanat**, <http://www.rifatsahiner.com/yazilar.html> (12.10.2012).

THOMPSON, D., (2008). **Sanat Mezat, 12 Milyon Dolarlık Köpekbalığı, Çağdaş Sanatın ve Müzayede Evlerinin Tuhaf Ekonomisi**, İletişim, İstanbul.

WU, C. T., (2005). **Kültürün özelleştirilmesi (1980'ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi)**, İletişim Yayınları, İstanbul.

YARDIMCI, S., (2005). **Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal**, İletişim Yayınları, İstanbul.

YAMAN, Ö., (2012). **Müzecinin Çantası**, <http://www.evrensel.net/news.php?id=23375> (02.01.2013).

YAŞIN, Y. N., (2003). "Kimlik Piyasası", **Kültür Fragmanları, Türkiye'de Gündelik Hayat**, Metis Yayınları, İstanbul.