

**Patronlar, Küratörler, Koleksiyonerler:
BU BİR SANAT ESERİ DEĞİLDİR!**

Halil DURANAY

20. Yüzyıl'ın ikinci yarısı itibariyle (metalaşmış) sanatta bir kırılma noktası olarak 'koleksiyonculuk' ile karşılaşılıyor. Grasskamp'a göre: Yeni Őeyler üretmekten vazgeçip, koleksiyonculuğa başvurmak, her iki örnekte de bu krizi atlatmak için başvurulan bir areydi bu ve nesneye yönelik ilginin tazelenmesini sağladı (1). Aslında koleksiyonculuk bir bakıma sanat eserinin kendi kendini tüketmesinin açık bir işareti olarak da okunmalı. 1950'lerde Auto-destructive sanatın kurucularından Gustav Metzger, sanat eseri için 'kendi kendini yıkan sanat eseri' kavramını ortaya atmıştı. Metzger 1959 tarihli manifestosunda kendi kendini yıkan sanatı Şöyle tanımlıyor:

Öncelikle kendi-kendini yıkan sanat, endüstriyel toplumlar için kamusal bir sanat biçimidir.

...

Kendi-kendini yıkan, doğal etmenlerle, geleneksel sanat teknikleriyle ve teknolojik tekniklerle yaratılabilir.

...

Kendi-kendini yıkan sanat, mekanik bir üretim ya da fabrikasyon bir montaj olabilir.

Kendi-kendini yıkan resim, heykel ve yapılar bir kaç dakikadan yirmi yıla kadar değişen bir ömre sahip olmalıdırlar. Dezintegratif bozulma süreci tamamlandığında eser mekandan kaldırılmalı ve hurdaya atılmalıdır (2).

KoleksiyonculuĐun revaçta olduğu bir dönemde, Metzger'in kendi-kendini yıkan sanat kavramını gündeme getirmesi, Grasskamp'ın bahsettiği kültürel anlamını iyice harcamış bir sanat anlayışının açık göstergelerinden bir tanesi ki yine Grasskamp'ı anacak olursak:

Üretmekten vazgeçiş demek olan koleksiyonculuk bir tükenişin göstergesiydi ve şöyle bir fikre götürüyordu: Sanat eseri bu kumarda kültürel anlamını öylesine harcamıştı ki, insanın "gerçek hayatta" tesadüfen karşılaşılabileceği nesnelere oluşan herhangi bir koleksiyon bile onu aşabilirdi. Ne de olsa, simge üretmekten vazgeçişin kendisi de, simgesel bir edim olarak anlaşılabilir (3).

Kültürel anlamın harcanması ve nesnelere bir eser niteliğiyle sanat alanını işgal etmeleri bir bakıma sanat eseri ve sanat piyasası gibi birbirinden ayrılmaya başlamış iki durumu keskinleştirdi hatta keskinleştirmekle kalmayıp, bu iki olgu arasında büyük bir uçurum açtı.

Bir yandan ideal olan ile sanat piyasası gerçekliği arasındaki, öte yandan piyasanın yeniliğe atfettiği aşırı önem ile neredeyse üretildiği anda eskijen eserlerin hüznü hali arasındaki uçurum 1960'larda o kadar büyüdü ki, böyle bir uçurumun var olduğu konusunda artan bilincin üretilen eserlere yansımaları kaçınılmaz bir hal aldı (4).

Öyle ki Sanat tacirleri çağdaş sanat piyasasını hızla talan edip, paylarını alacak sonra geri çekilebilirlerdi ki böyle bir noktada Grasskamp, sanatçılara ciddi bir iş düştüğünün altını çiziyor ve ekliyor; sanatçıların tekrar, toplumun sanata rağbet etmesini ve itibar göstermesini sağlayacak eserler üretmeleri gerekiyor.

Ancak Grasskamp'ın sanatçı için böyle bir işlevden bahsettiği 1960'lardan verilecek iki radikal örnek ise karşımıza garip bir çelişki çıkartıyor. İlki bir bakıma Duchampçı hazır nesnelere kullanıldığı karşı-sanat hareketinin bir uzantısı olan Pop-art'ın yaratıcısı Warhol'un Campbell'in çorba konserveleri üzerine yaptığı 32 çeşitlemesi. Campbell'in çorba konserveleri çeşitlemeleri Warhol'un ticari sanatı ya da sanatı bir endüstri sahası olarak görmesinin en nitelikli örneklerinden biridir. Warhol kendini ve sanatla olan bağını şöyle tanımlıyor: Ben bir 'Sanat İşadamı' ya da 'İş Sanatçısı' olmak istiyorum. *İş dünyasında iyi olmak en büyüleyici sanat türü. Hippi çağında insanlar iş düşüncesine sanat kıvırdılar- "Para kötüdür", "Çalışmak kötüdür" diyorlardı ama para kazanmak sanattır, çalışmak sanattır* (5). Warhol'un büyük atölyesine Fabrika (Factory) adını vermesi de Warhol'un sanat ve sanat üretimini bir endüstri olarak görmesinin başka bir açık örneği olarak görülebilir. 1960'lardan verilecek diğer bir örnekte, dönemin en büyük gerçek-üstücü temsilcilerinden Salvador Dalí'nin 1969'da İspanyol lollipop markası Chupa Chups'un logosunu tasarlamasıydı. Bu durumda da karşımıza şu sonuç çıkıyor; bir Dali eserini marketten bir lollipop fiyatına satın almamız artık olanaklı hale gelmişti.

Pop-art ve avangardın ticarileşmiş örnekleriyle 20. Yüzyılın ikinci yarısı itibariyle artık iyice endüstri vasfını kazanmış bir sanattan bahsetmemiz mümkün. Başta Amerika olmak üzere batıda, sanatın sponsorlaşması, sanat sergiciliğinin ve müzeciliğinin büyük holdingler ve özellikle bankalar eliyle sürdürülmesi yeni bir patronaj biçimini ortaya çıkartıyor. Türkiye'de ise özellikle son yirmi yıldır banka ve holdinglerin yayıncılık, sergicilik, sanat müzeciliği, sanat festivalleri gibi alanlara ciddi bir yatırımı söz konusu.

Galericilik ağı ise sanat alanı içinde başka bir sipariş-üretim ağını yönlendirmekte. Yine batı merkezli çağdaş sanat endüstrisi içinde, sanatçıların markalaştırılması ve koleksiyonlar için hangi sanat eserinin revaçta olacağı bu yeni kültür yönlendirme ağının tekelinde. Peki buradaki temel sorun ne? Klasizmle batıda sona erdiği düşünülen patronaj sanatının, başka aktörler üzerinden yeniden uyanarak sanatın biçimini, eserin içeriğini hatta estetik algının limitlerini reçeteler bağlayıp, kısıtlı bir sanat üretimini ortaya çıkartması. Sanatçının eseri ve eserin izleyiciye sunulması sürecinde ise yeni belirleyici aktör olarak karşımıza Küratör mefhumu çıkıyor.

İnsanların, sanatçılar da dahil olmak üzere tarihin bazı dönemlerinde "artık sanat mümkün mü" gibisinden sorular sordukları olur. Derken, bütün bu soruların bir "sinirsel çöküşün" etkilerinden ibaret olduğunu gösterecek şekilde, sanat, Rönesans'ta olduğu gibi, Barok'ta olduğu gibi, Modern sanat konusunda olduğu gibi yeniden o tuhaf parlayışlarından birini gerçekleştirmekte gecikmez (6).

Baker'in bahsettiği bu parlayışın son yirmi yıldır yeni bir yüzü olduğu kesinlikle yadsınamaz. İnternet'in de iletişimin merkezine oturmasıyla, imajın niteliğinin ve temsil ettiği anlamların gücü bugün ciddi bir yaygınlık gösteriyor. Kültür karıştırıcılığından Mim Savaşları'na, gerilla sanatçılardan sokak sanatına yeniden bağımsızlaşmaya başlayan ve kendini çağdaş sanata alternatif olarak konumlandıran (hatta çoğu zaman çağdaş sanatın töresini yıkmak adına yola çıkan) yeni bir sanat-iletişim alanı kuruldu. Ancak bu yeni imaj üreticisi sanat, çağdaş sanatın içine saplantığı yapısal hatta bitmek bilmeyen modernist batağa daha kurgulanışı itibariyle saplanmış durumda. Yine Baker'e dönecek olursak:

Reklamcılığın felsefesi"nden bahsedenler var; Japon modeli bir uluslararası korporatist şirketin bir "ruha" sahip olduğuna inanmamızı isteyenler var (özellikle orada çalışanlara marş filan söylenirken); sorun bir sanatçının bir

gazetede "sayfa düzenleyicisi" olarak ya da bir şirkette reklamcı olarak çalışmak zorunda kalışı değildir burada. Daha çok "reklamcılığın" kendini sanatın son ve nihai biçimi olarak olumlamak isteği, Benetton'un "görüntü şefi" ve "sanat yönetmeni" gibi tuhaf unvanlara sahip adamı Oliveira Toscagni gibilerinin yalnızca bir "sanat destekleyicisi", bir "sponsor" olarak değil, "konseptin sahipleri" gibi ortaya çıkmalarıdır. Bu tür durumlarla karşılaşıldığında "kıllanma" yeteneğimizin de dümura uğratılmış olduğu söylenebilir (7).

Baker'in bahsettiği dümura uğramış kıllanma yeteneğimizi, gerilla sanatının başat isimlerinden Banksy'nin milyon dolarlık bir sanat eseri üreticisine dönüşmüş olması örneği ile geri kazanabiliriz. Banksy'nin 2006'da kamusal bir telefon kulübesini ortadan kesip, farklı bir formda yeniden kaynak yaparak yayınladığı London Phone Booth (Vandalised Phone Box) isimli eseri, bir açık arttırmada 605,000 dolara alıcı buldu. Banksy'nin Keep It Spotless eserinin 1,870,000 dolara, Simple Intelligence Testing eserinin 1,265,000 dolara ya da The Rude Lord eserinin 658,000 dolara (8) satıldığı düşünülürse, artık Banksy'nin bağımsız iş üreten, endüstrinin dışında kalmış bir gerilla sanatçısı olduğundan bahsetmek absürd olacaktır. Yine bir çağdaş sanat koleksiyoncusunun bahsettiği üzere; *bugün Banksy'siz bir çağdaş sanat koleksiyonu düşünülemez* (9).

Çağdaş sanat üzerinden konuşacaksak (küreselleşmenin de baskısıyla); bugün (sözde) sanat eserinin özgürleşmiş içeriği, talep edilen (moda olan) temanın yinelenmesi olarak hortladı. Bugün çağdaş sanat diye bize sergilenen, sipariş usulü üretilen, vesayete tabi sanat eserleri, eski kanondan çok daha ağır bir kriz içinde. Kuspit'in dediği gibi:

Bugün müze bir şirket gibi çalışma arzusunda ve kendisini şirket yönetmeyi bilen insanların yönetmesini istiyor; yani bu insanların sahip oldukları her şeyi yılmak istiyormuş gibi bir hali var. Sanat herhangi bir yatırım malından – kendine tesadüfen müze adını vermiş bir sanat şirketinin mal varlığından- başka birşey değil (10).

Bir son söze ihtiyaç varsa, bugün (minör denemeleri ve anaakımca arz-talebe uygun iş üretmedikleri için dışlanmış vasat üreticileri saymazsak) içişmiş eser ve hükümsüzleşmiş bir üretimle karşı karşıyayız – Baudrillard'ın işaret ettiği gibi "pazarlanabilen bir form kazanmış ve duygusal bir mal formu kazandığından dolayı hükümsüzleşmiş işlerin" dolaşımında

olduğu yeni bir patronaj sahası. Kendi içine kapanmış, az katılımlı ama tekelleşmiş bir eleştirilen kurumu ve küratör oymağı da bu pazarın ekonomi-politiğinin reçetesini hazırlıyor. Öte yandan bu oymağın pragmatizmi dışında kalmış tüm üretim biçimini görmezden gelerek, alanın dışında bırakan hiyerarşik yapıya bir sanatçı ne kadar direnerek hayatta kalabilir ya da iş üretebilir, ya da yapının dışında sanatı üretmenin olanağı nedir asıl sorulması ve odaklanması gereken durum bence bu.

Notlar

- (1). Grasskamp, W.(2005). *Sanatçılar ve Diğer Koleksiyoncular*. Sanatçı Müzeleri içinde. (Der). Ali Artun. İstanbul: İletişim.
- (2). Metzger, G. (2013). *Kendi Kendini Yıkan Sanat Manifestosu. Çağrılmayan Cemaat No:1 içinde*. Çev: Halil Duranay. İstanbul: Kült.
- (3). Grasskamp. age.
- (4). Grasskamp. age.
- (5). Warhol, A. (2010). *Andy Warhol Felsefesi*. Çev: Elif Gökteke. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- (6). Baker, U. *İnternet'te Sanat Mümkün mü? Körotonomedy* Ulus Baker Yazıları. <http://www.korotonomedy.net/kor/index.php?id=21,150,0,0,1,0>. (03.04.2016)
- (7). Baker. age.
- (8). Top 25 Most Expensive Banksy Works Ever. <http://arrestedmotion.com/2011/09/banksy-top-25-most-expensive-works-ever/> (21.05.2015)
- (9). *Exit Through the Gift Shop* belgeseli. (Yön: Banksy, 2010).
- (10). Kuspit, D. (2006). *Sanatın Sonu*. Çev: Yasemin Tezgiden. İstanbul: Metis.