

SANAT PİYASASI VE SANATÇI

Seniha ÜNAY SELÇUK¹, Evren SELÇUK²

ÖZ

Bu çalışmada; çağdaş sanat piyasası ile bu piyasa içerisindeki sanatçının konumu, üretimi ve mücadelesinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, sanat piyasasının işleyişi hakkındaki görüşlere ve çağdaş sanat piyasasına yön veren sanatçı, sanat yapıtı, galerici, müzayede evi, koleksiyoner, sponsor gibi etkenlere değinilmiştir. Birinci başlıkta, sanat piyasasının nasıl işlediğine odaklanılmış ve piyasanın işleyişinde, sanat hamilerince öne çıkarılan çağdaş sanat örnekleri ile izleyici arasında bir uçurum olduğu sonucuna varılmıştır. Bu uçurumun nedenleri üzerinde durulduğunda; piyasanın yarattığı yeni beğeni düzenine karşı izleyicinin hazırlıksız olması ve bu sebeple de çağdaş sanat yapıtlarına paranoya ile yaklaşması temel nedenler olarak öne çıkmıştır. İkinci başlıkta ise, sanat piyasasına yön vermede etkin rol oynayan koleksiyonerler odağa alınmıştır. Bu kapsamda en çok tanınan isimlerden biri olan koleksiyoner Charles Saatchi ile onun çağdaş sanat piyasasına taşıdığı Angus Fairhurst, Sandro Chia ve Damien Hirst gibi sanatçıların piyasa ile ilgili olan hikayeleri temel örnekler olarak ele alınmıştır. Böylelikle bir koleksiyonerle ilişkisi üzerinden, sanatçının varlık mücadelesi üzerinde durulmuştur. Sanat piyasasında “markalaşma” ve “sansasyon yaratma”nın anahtar kelimeler olduğu görülmüştür. Günümüz dünyasında piyasa ve sanatın birbirinden bağımsız olamayacağı, sanatçının piyasa şartlarında var olma mücadelesinde “doğru” ve “sanat” olanı üretmede, sanat için emek vermede ve yaratıcı olmada ısrarcı olması gerektiği sonuçlarına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Piyasa, Sanatçı, Koleksiyoner

Ünay Selçuk, Seniha. Selçuk, Evren. "Sanat Piyasası ve Sanatçı". *idil* 6.36 (2017): 2233-2244.

Ünay Selçuk, S. Selçuk, E. (2017). Sanat Piyasası ve Sanatçı. *idil*, 6 (36), s.2233-2244.

¹ Yrd. Doç. Düzce Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Resim Bölümü, senihaunay(at)duzce.edu.tr

² Öğr. Gör. Düzce Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Heykel Bölümü, evrenselcuk(at)duzce.edu.tr

ART MARKET AND ARTIST

ABSTRACT

This study aims to investigate the contemporary art market and the conditions, creative production and struggle of artists within this market. To this end, it mentions the views on how the art market functions and actors that dominate the contemporary art market such as artists, art works, art dealers, auction houses and collectors. Under the first heading, the study focuses on the workings of the art market and concludes that there is an enormous abyss between the examples of contemporary art offered as prominent objects by the patrons of art and the viewers in the field. A closer look into the source of this serious gap leads us to the basic reasons emerging as the unready condition of the viewers in the face of this new taste contexture created by the market and their paranoid approach, arising from this market conditions, towards the works of contemporary art. The study focuses, under the second heading, on the collectors who play an effective role in the orientation of the market. In this context, it handles, as fundamental examples, the market stories of Charles Saatchi, one of the most prominent persons and collectors in this field, and those of artists he introduced to the art market such as Angus Fairhurst, Sandro Chia and Damien Hirst. Thus, it looks into the existence struggle of artists on the basis of their relationship with a collector. It is seen that "branding" and "causing a sensation" have become key words in the art market. The study concludes that nowadays market and art are two notions one closely interwoven in the other and that artists should insist on creating works of "right" and "artistic" value in an effort to strive and be creative for the sake of art in their struggle to further exist in the conditions that dominate the market.

Keywords: Art, Artist, Market, Collector

Giriş

Çağdaş sanat piyasası; küratörler, koleksiyoncular, sponsorlar ve sanatçılardan oluşan kapitalist bir düzenin, birbirine bağlı halkaları gibidir. Piyasanın çağdaş sanat ortamındaki etkin rolü, “kaç?” ile başlayan soruları beraberinde getirmiştir. Rakamsal bir otorite algısı, adeta adet kavramını tahta oturtmuştur. Sanatçının kaç yapıtının satıldığı ya da satılmış olan yapıtına ne kadar ödendiği, sanatçının kaç koleksiyonerde yapıtının olduğu cevabı verilmesi gereken en önemli sorular haline gelmiştir.

Bu çalışma, sanatla ilgili sorulacak “kaç?” ile başlayan sorular yerine; sanat piyasasının işleyişinde, sanatçıların konumunu, üretimlerini ve mücadelesini odağa almayı amaçlamaktadır. Çalışmada, çağdaş sanat piyasasına yön veren halkalar arasında rakamsal otoritenin en önemli etkenlerinden olan koleksiyonerler üzerinde durulur. Koleksiyonerler içerisinde sanat piyasasının en çok tanınan isimlerinden biri olan ve istediği sanatçı için piyasaya istediği şekilde yön verebildiği örnekler üzerinden de okunabilen koleksiyoner Charles Saatchi’ye yer verilir. Saatchi ile birlikte 1990’lı yıllarda eserlerini alarak çağdaş sanat piyasasına taşıdığı Young British Artist (YBA) grubundan bazı sanatçıların hikayelerine değinilir. Piyasa şartlarının yarattığı bunalımla hayatına son veren Angus Fairhurst, Saatchi ile anlaşmazlık yaşadığı için yapıtlarının fiyatı düşürülen Sandro Chia ve bu grup içerisinde en çok tanınan ve marka bir isim haline gelen Damien Hirst temel örnekler olarak ele alınır.

Bu örnekler bizi, sanatçıların sanat piyasasının sarmalayıcı gücünden kaçamayacağı, bu yüzden sanatçıların bu piyasada nasıl duracaklarını ürettikleriyle önceden belirlemeleri gerektiği ve tüm sistem içerisinde kendilerince “doğru” ve “sanat” olanı üretmeleri gerektiği sonucuna götürür. Ayrıca sanatçıların, sanat için emek vermede ve yaratıcı olmada ısrarcı olması gerektiği sonuçlarına varılır.

1. Sanat Piyasası

Sanat piyasası, sanat yapıtlarının alıcılarıyla buluştuğu bir pazar olarak tanımlanabilir. Başka bir deyişle sanat piyasası; çok büyük paralarla şekillenen, alıcılarının ve satıcılarının uzman olduğu, profesyonel çağdaş sanat örneklerini, sanat tacirlerini, sponsorları, koleksiyonerleri, müzayede evlerini kapsayan bir pazardır da denilebilir.

Ali Artun (2015) “Sanat Piyasası ve Sanatın Özerkliği” yazısında, sanat piyasasının doğuşunu sanatın kurumsallaşmasına bağlar. 17. yüzyılda Avrupa, Hollanda’da ticaretin gelişmesiyle piyasanın gücünün himayenin gücünden daha etkili

olduğunun ilk kez farkına varır. Ressamların çoğu artık bu piyasa için üretirler ve böylece sarayın ve kilisenin denetiminden, aristokratik himaye sisteminden, sipariş üzerine çalışma düzeninden kurtulurlar. Ancak o dönemki sanat kurumları halen monarşilerin yönetimindedir ve kapitalist piyasa henüz hayata nüfuz etmemiştir. Sanat kurumlarının kamuya mal olması ise 19. yüzyılı bulmuştur.

Sanatın piyasa ile, para ile ilişkisi geçmişten günümüze hep sıkı bir ilişki içerisindeydi. Rönesans'tan beri sanat için emek veren sanatçılar, sipariş üzerine resimler yaparlardı, hayatlarını daim ettirecek geliri buradan sağlamaya çalışırlardı. Günümüzde ise, bu durum nüfusun fazlalığı ve sanat mezunu insanların sayısıyla orantılı olarak; piyasa şartlarında öne çıkan, dikkat çeken, görünür hale gelen sanatçılar kadar, piyasada yer edinememiş sanatçıları da içerir. Sanat piyasasında yer almanın emeklerinin sadece emek vermek değil; ünlü olmak, bazen sansasyonel işler yapmak ama en çok da sanat hamileriyle ilişki içinde olmaktan geçtiği söylenebilir. Sanat hamilerince henüz desteklenmeyen sanat için emek veren kişilerin ise görmezden gelindiği günümüzün başka bir gerçeğidir. Bu anlamda piyasa için iki sanatçı profili ortaya çıkıyor; satanlar / desteklenenler ve satamayanlar / desteklenmeyenler...

Günümüz sanat piyasası, birbirini yiyerek ayakta kalan, böylelikle doğal dengeyi sağlayan canlıların ekolojik sistemine benzetilebilir. Tıpkı bu sistemdeki gibi, sanat piyasası da sanatçının çevresini saran diğer canlı ve cansız varlıklarla oluşan bir denge sistemi olarak görülebilir. Sylvère Lotringer (2010: 16), Sanat Komposu için yazdığı "Sanat Korsanlığı" isimli sunuşunda, bu dengenin zincirindeki halkaları "sanat tacirleri, küratörler, eleştirmenler, koleksiyoncular, sponsorlar, spekülâtörler ve elbette sanatın artıklarıyla beslenen ne kadar sosyetik, züppe, beleşçi, sahtekar varsa hepsi..."olarak ifade eder. Bu zincirdeki halkalara piyasanın hamileri, büyükleri de denilebilir.

1.1. Ve Şöyledir Büyükler...

Büyükler rakamlara bayılırlar. Diyelim, yeni arkadaşınızdan söz ettiniz; asla işin özünü merak etmezler. Örneğin, "Ses tonu nasıl? Hangi oyunları seviyor? Kelebek koleksiyonu var mı?" diye sormazlar asla. Onun yerine, "Kaç yaşında? Kaç kardeşi var? Kaç kilo? Babası kaç para kazanıyor?" derler. Onu ancak bu şekilde tanıyacaklarını sanırlar. Büyüklere, "Kırmızı tuğlalı bir ev gördüm. Pencerelerinde sardunyalar, çatısında güvercinler vardı..." dersiniz eğer, bu evi bir türlü gözlerinin önüne getiremezler. Onlara denilmesi gereken şudur: "Milyonluk bir ev gördüm." İşte o zaman, "Ah ne kadar güzel derler size"(Saint-Exupéry, s:19).

Küçük Prens'in de bahsettiği gibi büyükler, "kaç" ile başlayan sorularla daha çok ilgilenirler. Onlar için "Kaç eseri satılmıştır?" "Kaç milyon dolara satılmıştır?" soruları da sorulabilecek en doğru sorulardandır. "Bu seramik heykele 5.6 milyon dolar verdim" dediğinizde, arkadaşlarınızın gözleri yerinden fırlayabilir. 'Bunu Sotheby's'den aldım', 'Bunu Gagosian'da buldum' ya da 'İşte yeni Jeff Koons'um' dediğinizde, kimse ilgisiz kalmaz" (Thomson, 2011:24). Burada bir yapıtla ilgili dikkati çeken husus; yapıtın yüksek fiyatı, ünlü bir müzayede evinden ya da galeriden alınmış olması, daha önce çok fazla satış yapmış bir sanatçının yapıtı olması gibi özelliklerdir. Bu konu üzerine düşüncelerini yazılı kaynaklardan okuyabileceğimiz sanat tarihçileri, eleştirmenler, sanatçılar, ekonomistlere göre yapıtla ilgili olarak bu piyasanın çetrefilleşmesinde en önemli faktörlerden biri çağdaş sanattır.

Lotringer (2005/2010: 16); "çağdaş sanatın düşman bir izleyiciyle kuşatıldığını" söyler. Bu izleyici kitlesini piyasa şartları karşısında çağdaş sanat paranoyayla yaklaşan bir izleyici kitlesi olarak açıklar. Hans Belting (2009) ise, müzayedeeye katılan ve kısıtlı bir çevreyi temsil edenler (sanat tacirleri, küratörler, spekülötörler, koleksiyoncular, sponsorlar) ile sanat deneyimi sergilere dayanan genel izlerkitle arasındaki uçurumun arttığını söyler. Julian Stallabras'a (2010: 15) göreysse, çağdaş sanat piyasaya bağlı bayağı ekonomik dertlerini izleyiciden uzak tutmak için anlaşılmaçılığı, sıkıcılığı erdeme dönüştürür ve hatta bunları kural haline getirir. Sanat tacirlerinin, küratörlerin, spekülötörlerin, koleksiyoncuların, sponsorların piyasa şartlarında oluşturdukları sanat düzeninin, aynı zamanda yeni bir kültür ve beğeni düzenine karşı hazırlıksız olan bir izleyici kitlesi oluşturduğıu söylenebilir.

Sanat hamilerince öne çıkarılan çağdaş sanat örneklerine karşı izleyicinin kafa karışıklığı ve paranoya yaşaması, izleyicinin piyasanın oluşturduğıu yeni beğeni sistemine karşı hazırlıksızlığı ve izleyici ile çağdaş sanat örnekleri arasında açılan uçurum; çağdaş sanat yapıtlarının neden çok fazla fiyatlara satıldığını da sorgulamamız için bir neden olabilir.

Don Thomson'un (2011:16-17) bu konudaki görüşü şöyledir:

Bir ekonomist ve çağdaş sanat koleksiyoncusu olarak, belli bir sanat eserini değerli kılan şeyin ne olduğunu ve hangi sihirli işlem sonucunda, sözgelimi 250.000 dolar yerine 12 milyon ya da 100 milyon dolar değerinde göründüğünü uzun süredir merak ediyorum. Eserler bazen makul görünen bir fiyatın yüz katına satılıyor, ama neden? Tacirler ve müzayede evi uzmanları, ilerde milyon dolarlık çağdaş sanat eseri olacak işleri saptamayı ya da tarif etmeyi becerdikleri iddaasında değiller. Başkalarının önünde yaptıkları açıklamalarda, bir eserin fiyatının ona ödenen paradan ibaret olduğunu söylüyorlar; özel konuşmalarında ise, en yüksek fiyatlarla eser almanın çoğunlukla süper

zenginlerin oynadığı, ödülü reklam ve temayüz (distinction) olan bir oyun olduğunu söylüyorlar.

Bir beğeni üzerine oluşturulmayan koleksiyonlar ise sadece iyi yapıtların alınıp satılmadığı gerçeğini de doğrulamaktadır.

Çağdaş sanat piyasasında ayakta kalabilmenin yolunun ünlü olmanın, hamilerle işbirliği içinde olmanın yanı sıra spekülasyon yaratmaktan da geçtiği söylenebilir. Sanat piyasası hakkında okumalarda da “spekülasyon” öne çıkan en iddialı kelimelerdendir. Piyasada sanatçı kişisel bir tavırla spekülasyon yaratabilir, yapıtın içeriği spekülasyon yaratabilir, yapıta ödenen para miktarı, müzayede evi, galerici hatta çok iddialı sanat taciri bir koleksiyoner spekülasyon yaratabilir. Spekülasyonun farklı yaratıcıları olsa da piyasaya yön vermede en etkin rollerden birinin spekülötör koleksiyonerlere ait olduğu söylenebilir.

“Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi” kitabında Ali Artun’un aktardığına göre (2012: 149), sanatçı, küratör ve sanat danışmanı olan Diego Corteze, günümüz koleksiyonerinin spekülasyon yaratmakla meşgul olduğunu düşünüyor. Bakmayacakları, birlikte yaşamayacakları, kendi öznelliklerinden hiçbir izi barındırmayacak eserleri sadece almakla ve yine kendileri gibi yapıtlara bakmayacak olanlara satmakla ilgileniyorlar. Bu işin en önemli kısmı ise spekülasyon yaratmak oluyor.

Hans Belting ise spekülasyon sürecini şu sözlerle açıklıyor:

Koleksiyoner isimleri müze izleyicileri için hiçbir anlam ifade etmeyebilir; fakat aynı isimler, değeri meçhul sanatçı adlarına nazaran çok daha önemli bir markalaşma imkânı sunuyor. Son zamanlarda, Sotheby’s ve Christie’s, sanat eserlerinin eski sahiplerinin önemine vurgu yapmaya başladılar. “Saygın bir koleksiyonerin mülkü” ya da “Önemli bir Avrupa koleksiyonunun envanterinde” gibi ifadeler okuyor olmamızın sebebi de bu. Şaşırtıcı olsa da, en çok dikkat çeken şey sanatçının değil, eserinin eski sahibinin uyruğu. Koleksiyonların tekrar satılma hızı, sanat koleksiyonculuğunun bir yatırım ve spekülasyon aracı haline geldiğinin kanıtı.

Sanat piyasası, sanat taciri, spekülasyon yaratmak deyince, üzerinde durulması gereken en etkili örnek Charles Saatchi ve onun destekleriyle ün ve şöhrete kavuşmuş Genç İngiliz Sanatçılar olabilir.

2. Bir Koleksiyoner: Charles Saatchi

Charles Saatchi, Saatchi& Saatchi reklam ajansının sahibi ve koleksiyonerdir. “İştigal ettiği bin bir türlü faaliyet arasında koleksiyonerlik, sanat simsarlığı,

küratörlük, reklamcılık, kendini pazarlama (self-publicist), trend belirleyicilik ve kudret sınırlılığı var” (Wu: 2016). Saatchi, 1979’da Margaret Thatcher’ı Birleşik Krallık’ta iktidara getiren seçim kampanyasını yönetir. Bu sayede geliştirdiği diyalog ve kurduğu politik güçle birlikte kamu sanat kurumlarının içine sızır ve burada önünü açmak istediği sanatçıların sergilerini düzenler. Özellikle yeni mezun olmuş sanatçıları desteklemesiyle ünlenir. 1970’lerde başladığı koleksiyonunun tamamını 1990’larda satar. 1988 yılında Goldsmith mezunu bir grup sanatçının düzenlediği “Freezee” isimli sergiyle karşılaşır. Saatchi, Young British Artists (YBA) olarak tanımlanan bu genç sanatçıların işlerini destekleyerek, 1990’larda onların dünya çapında dikkat çekerek tanınmalarını sağlar. Böylelikle, bu sanatçıların bütün yaptıkları pazarlanabilir bir nitelik kazanır.

YBA grubu, 1990’lar İngiliz sanatını ve piyasasını şekillendiren, heyecanlandıran bir grup olarak görülür. Bu grupta şimdilerde de sansasyonel işleri, satışlarıyla sanat piyasasını şekillendiren Damien Hirst, Jack&Dino Chapman, Tracey Emin, Sarah Lucas, Chris Ofili, Sam Taylor-Wood, Tacita Dean, Jenny Saville, Liam Gillick, Angus Fairhurst, Gavin Turk, Fiona Rae, Michael Landy gibi sanatçılar yer alır. YBA grubunun üyelerinin her birinin ayrı ayrı hikayeleri olduğu söylenebilir. Ancak bu çalışma; sanatçının var olma mücadelesini, piyasa şartlarındaki konumunu koleksiyonerler üzerinden irdeleyebilmek için YBA grubundan olan bir kaç sanatçıyı odağa almaktadır.

2.1. Üç Sanatçı: Angus Fairhurst, Sandro Chia, Damien Hirst

YBA grubu sanatçılarından Angus Fairhurst, yeterince sanat piyasasına hakim olamadığı düşüncesiyle, 29 Mart 2008 yılında kendisini, bir İskoç kasabasına kendi yaptığı merdivenle asar. Onun ölümünün ardından aynı gruptan Sarah Lucas da, Angus’un piyasaya çok hükmedemediğini, işinden çok kazanç elde edemediğini ve bu yüzden bunalıma girip intihar ettiğini doğrular. Aslında Angus’un ölümünden sonra Sarah Lucas da rekabetten meşhur olmaktan ve paradan sıkılır. Ancak bu konudaki şüphelerini çok fazla ifade etmemeye çalışır. Çünkü bireysel olarak onun yanında bu değişikliğe yol açan insanlara bağlı kalması gerektiğini bilir. Sarah Lucas’ın bu durumdaki ilk kaygısı şüphesiz eserlerinin değerinin düşeceği, belki hiçbir galerinin artık onu temsil etmek istemeyeceği olabilir.



Görsel 1. Angus Fairhurst, Three Pages From a Magazine, Body and Text Removed, 2003, Kağıt Üzerine Çalışma.

Bir başka örneğe, İtalyan sanatçı Sandro Chia'dır. Charles Saatchi, kendisiyle 1985 yılında ters düşen Chia'nın yedi tane yapıtını çok ucuza satarak elden çıkartmıştır. Saatchi, bu satışı "...basına koleksiyonunda 'temizliğe gittiğini'" açıklayarak yapmıştır (Thomson: 2011:145). Bu olaydan sonra eserlerinin değerinin düşmesi ve hiçbir galerinin sanatçıyı temsil etmek istememesi söz konusu olmuştur. Yaşanılan bu durum, sanat piyasasının sanatçıyı, ekonomik açıdan baskı altına alabildiğini de göstermiştir. Tüm bunlara rağmen, Chia'nın sanatıyla gündemde olması, sanatçının sanatçı olarak var olma erkini kaybetmeyeceğini de bizlere kanıtlamaktadır. Sanatçı, ekonomik olarak desteklenmese de sanatçı olma statüsünü korumaktadır. Bu olay sanat tarihini okuyacak olan tüm genç sanatçıların karşısına, sanatçının mücadelesi açısından umut verici, Saatchi'nin davranışı açısından ise umut yok edici olarak çıkacaktır.



Görsel 2. Sandro Chia, Figures with a tree, 1994

Charles Saatchi ile ilişkili en sansasyonel ismin ise, Damien Hirst olduğu rahatlıkla söylenebilir. Özellikle ölü hayvanlarla yaptığı çalışmalarıyla çok fazla eleştirilen Hirst, sanat piyasasına neredeyse yön vermektedir. Bu yönü bir nevi Hirst'ün sanatını pazarlama ve fiyatını belirleme de oynadığı rolle Saatchi'nin çizdiği de söylenebilir. Örneğin; 1991 tarihli “Yaşayan Birinin Zihninde Ölümün Maddi İmkansızlığı” çalışması, formaldehitte dondurulmuş bir köpek balığı çalışmasıdır. Fakat çalışma yıllar sonra bozulur. Bozulan bu çalışmayı finanse eden ismin Saatchi olması, bozulmuş bir çalışmanın bile çok yüksek rakamlara farklı alıcılar bulmasına yetmiştir. Saatchi de bu durumu açıkça şu cümlelerle dile getirir: “Yatırımın hiçbir

kuralı yoktur. Köpekbalıkları iyi olabilir. Sanatçının dışkısı iyi olabilir. Tuval üzerine yağlıboya iyi olabilir. Bir sanatçının sanat olduğuna karar verdiği herhangi bir şeyin peşine düşebilecek bir alay küratör var” (Don Thompson, s:137).



Görsel 3: Damien Hirst, Yaşayan Birinin Zihninde Ölümün Maddi İmkansızlığı, 1991

3.Sonuç

Özellikle günümüzde piyasa ve sanatı birbirinden bağımsız görmek çok zor görünüyor. Stallabrass (2010: 16) bu konudan serbest ticaret ve özgür sanat olarak bahseder ve ikisini birbirine karşıt olarak değil ilkini hakim sistem, diğerini ise onun yaralarını saran bütünleyici bir parça olarak görür:

Bu bütünleyici, hiç de asli olmayan bir arzi unsur gibi görünebilir ama, (Jacques Derrida'nın ünlü analizinde olduğu gibi) bir kitabın sonsözü ya da bir

makalenin dipnotları gibi, sistemin tamamlanmasında rol oynar ve onun temel karakterini paylaşır. Bu şemaya göre, özgür sanat ile serbest ticaret arasında kabullenilmeyen bir akrabalık ilişkisi vardır; küçük, bütünleyici pratiğin etkinliği, büyük pratiğin işleme açısından elzemdir.

Sanat piyasasını belirleyen halkaların yarattığı sanat piyasası şüphesiz kapitalist sistemin bir sonucudur. Sanatçıyı ekonomik açıdan var edecek ya da yok edecek olan da bu sistemdir. Bu kapitalizmin ekonomi üzerinden sanatçıya baskısı olarak okunabilir. Bu sistemde sanatçıların emeğinin sömürüldüğü ya da tam tersinin –sanatçının piyasada kaba tabiriyle fazlaca şişirildiği- örnekler de vardır. Piyasa sanatçıdan ne bekler sorusunun cevabı ise en uç örnekler üzerinden verilecek olursa “markalaşma” ve “sansasyon yaratma” ilk akla gelenler oluyor. Piyasa sanatçıya ne verir sorusu ise “ün, şöhret” olarak cevaplanabilir. Bunu bir genelleme yapmak yanıltıcı olsa da bu makale de varılan en önemli sonuçlardan biri olarak bu ortaya çıkmaktadır.

Günümüzde sanatla uğraşan insan sayısının çok fazla olmasından dolayı, sanattan para kazanabilmek için sanatçıların büyük bir mücadele içine girmesi gerekmektedir. Sanatçının, atölyesine kapanıp sadece resim, heykel yapacağı dönemler bitmiştir. Sanatçı kendini başkalarına beğendirmek, kabul ettirmek, görünür olmak durumundadır. Mücadelesi hem bu piyasada ayakta kalmanın olanaklarını aramak, hem de “sanat olan” ya da “sanat olmayan”ı belirleyebilmek olmalıdır. Çünkü tüm sistem, her şeye rağmen sanatçının şekillendireceği “sanat olan” ya da “sanat olmayan” üzerinden işleyecektir.

Sanatçı, tüm bu sistem içerisinde nasıl duracağını ürettikleriyle önceden belirlemelidir. Kendince “doğru” ve “sanat” olanı üretmelidir. Necmi Sönmez’in (2013) de dediği gibi, “Sanat piyasasının baskısına, magazinleşmeye ve ‘ötekileştirme’ sürecine başkaldıracak olan ‘yaratıcı sanatçılar’a her zamankinden daha çok ihtiyacımız olduğu bir sürece girmiş bulunuyoruz”. Sanatçının iş üretme, emek verme, değer yaratma da ısrarcı olması bu sistemde ayakta kalmanın en iyi yöntemlerinden biri olarak görünüyor.

KAYNAKLAR

ARTUN, Ali. *Sunuş / Sanat Piyasası ve Sanatın Özerkliği* (2 Eylül 2015) skopdergi - Sayı 8 / 13 Mayıs 2017. (<http://www.e-skop.com>)

ARTUN, Ali. *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi, Estetik Modernizmin Tasfiyesi*. İstanbul: İletişim Yayınları, 2012

BAUDRİLLARD, Jean; *Sanat Komplosu*, Sylvère Lotringer- *Sanat Korsanlığı Sunuşu*. İstanbul: Çev. Elçin Gen-Işık Ergüden, İletişim Yayınları, 2010

BELTING, Hans. *Çağdaş Sanat-Müzayede*. (5 Mart 2017) Skopbülten. Çev. Ayşe Boren. 15 Mayıs 2017. (<http://www.e-skop.com>)

SAINT-EXUPÉRY; Antoine De; *Küçük Prens*. İstanbul: Çev. Sumru Ağırürüyen, Mavibulut Yayıncılık, 2010

SÖNMEZ, Necmi. *Sanatçının Konumu Ne Olmalı? Sanat Piyasasının Baskısı Altında Yaratıcı Sanatçının Konumu Üzerine*. (10 Şubat 2013) skopbülten 10 Haziran 2017. (<http://www.e-skop.com>)

STALLABRASS, Julian; *Sanat A. Ş. Çağdaş Sanat ve Bienalle*. İstanbul: Çev. Esin Soğancılar, İletişim Yayınları, 2010

THOMPSON, Don; *Sanat Mezat*, İstanbul: Çev. Renan Akman, İletişim Yayınları, 2011

WU, Chin-ao. *Küllerinden Doğan Koleksiyoner: Charles Saatchi*. Çeviri: Ayşe Boren skopbülten (7 Ağustos2016) 20 Mayıs 2017. (<http://www.e-skop.com>)

GÖRSEL KAYNAKÇA:

Görsel 1: Angus Fairhurst, Three Pages From a Magazine, Body and Text Removed, 2003, Kağıt Üzerine Çalışma. <http://www.burgercollection.org>

Görsel 2: Sandro Chia, Figures with a tree, 1994 <http://www.artnet.com>

Görsel 3: Damien Hirst, Yaşayan Birinin Zihninde Ölümün Maddi İmkansızlığı, 1991 <http://blog.milliyet.com.tr>