

TÜRKİYE’DE İKTİSADİ GİRİŞİMCİLİK OLARAK ÖZEL SANAT GALERİLERİ VE MÜZAYEDELER¹

Bekir KABAKCI²

Fatih BAŞBUĞ³

Öz

Türkiye’de sanatın sunumu noktasında, çeşitli kuruluşlar bünyesinde devlet ve özel galeriler bulunmaktadır. Bu galerilerin dağılımı, banka galerileri, devlet resim ve heykel galerileri, özel galeriler, çeşitli sanayi firmaları bünyesinde faaliyet gösteren galeriler şeklindedir. Türk sanatına ve sanatçısına ekonomik anlamda ciddi bir getirisinin olması beklenen bu tarz kuruluşların sayısı, Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında yok denecek kadar azdır. Sanatçı-sanatsever arasındaki bağın güçlenmesine katkı sağlayan bu mekânların ekonomik anlamda sürdürülebilir olması ve desteklenmesi gereklidir. Şahısların veya özel kuruluşların destekleri altında faaliyet gösteren galerilerin durumu, sanatın gelişimine bağlı olarak büyük bir çıkmaz içindedir. Avrupa’nın önemli kültür ve sanat şehirlerinde faaliyet gösteren bu kurumların ziyaretçi sayıları dikkate alındığında Türkiye’deki örnekleri arasında ekonomik anlamda ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Bu bildiride Türkiye’deki özel sanat galerilerinin ve müzayedelerinin sanat piyasası içerisindeki ekonomik yeri irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Özel sanat galerisi, müzayede, Sanat, Türkiye.

ENTREPRENEURSHIP AS A SPECIAL ART GALLERY AND AUCTION IN TURKEY

Abstract

In the presentation of the point of the art in Turkey, there are various organizations within the public and private galleries. The distribution of these galleries are bank galleries, state painting and sculpture galleries, private galleries, galleries operating in various industries. The number of such organizations that are expected to have a serious economic impact on Turkish art and artists is small to be compared with European countries. These spaces, which contribute to the strengthening of the bond between artists and art lovers, must be sustainable and supported in economic terms. The situation of the galleries under the support of individuals or private organizations is in a stalemate due to the development of art. Considering the number of visitors of these institutions operating in major European cities of culture and art, there are serious differences between the samples in Turkey in economic terms. In this report, the economic place in the art market of private art galleries and auctions in Turkey will be discussed.

Keywords: Special art gallery, auction, art, Turkey.

¹ Bu çalışma 9. Uluslararası Girişimcilik Kongresi’nde bildiri olarak sunulan metnin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

² Öğr. Gör. Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, kabakci42@gmail.com

³ Prof. Dr. Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Resim Bölümü, fbasbug@gmail.com

Giriş

Sanat galerileri, sanatçıların eserlerinin alıcı ve sanatseverler ile buluşmasını sağlayan sanat piyasasında aracı görevi gören işletmelerdir. Bu piyasada sanatçılar piyasanın arz tarafını oluştururken, talep cephesinde ise alıcı ve koleksiyonerler yer almaktadır. Sanat galerilerinin satış ürünleri sanat eserlerini konu alıyor olsa da galeriler kar amacı güden ticari işletmelerdir. Bu sebeple tipik bir işletme gibi piyasada ayakta kalmayı başarmak bunun için de kar elde etmek ve yeni yatırımlar için sermaye biriktirmek zorundadır. Yanı sıra sanat galerileri sanata katkı sunmak, sanatı geliştirmek ve ürün çeşitliliğini de bu doğrultuda belirlemek durumundadır. Aksi halde piyasanın gerektirdiği kurallara göre oynamayan her işletme gibi sanat galerileri de “görünmez el” vasıtasıyla piyasadan silinecektir. Sanatçıların hayatlarını idame ettirebilmeleri için, ürettikleri sanat eserlerini satabilmeleri gerekmektedir. Bu aşamada sanat galerileri, sanatçıların eserlerinin bulunabilirliği ve satılabilirliğinin herkes tarafından bilindiği mekanlar haline gelmektedir. Sanatçı üretirken, sanat galeri ise alıcı ve koleksiyonerlere ulaşma görevi görmekte, sergiler düzenlemektedir. Sanatçının, sanatseverlere ulaşması görevini üstlenerek sanat piyasası içinde kurulmuş bir işbölümü ile sanatın daha verimli bir şekilde işlemesine katkı sunmaktadır. Sanat galerilerinin ayakta kalabilmesi ve sayısının artması toplumların kültür düzeyinin artmasında da önem taşımaktadır. Bu sebeple sanat galerileri sanatın devamlılığı için hayati bir öneme sahiptir. Gelişmiş ülke yaşam standartları içinde, kültür ve sanat eserlerine gösterilen ilgi, gelişmemiş veya gelişmekte olan ülkelerdeki sosyal olaylar bazında incelendiğinde, iki farklı kültürün ve yaşam biçiminin yansıması şeklindedir. Irak ve Suriye’de gelişen siyasal olaylar, tüm insanlık tarihini etkileyecek bir duruma dönüşmüştür. Sivillerin ölümü bir tarafa dursun, yıkılan, yakılan, yağmalanan antik şehirlerde, heykelleri parçalayan terör örgütleri, aynı zamanda tüm insanlığa zarar vermektedirler. Sanatçılar, yaşadıkları dönemi gözlemleyerek irdeler, çözümler ve bir varlık temelinde yeniden biçimlendirerek insanlığa sunar. O eserler, yansıttıkları çağın kültür özellikleri, belgeleridir. İşte bu ve benzer terör grupları, kültürel nesneleri hedefleyerek, aslında doğmamış insanların da belleklerini ortadan kaldırmaktadırlar. Bu nesneler, sanatçının ilham aldığı dönemin yansıması ve geleceğe bıraktıkları mirasken, bir anda toza ve toprağa dönüşerek, hiç yaşanmamış bir tarih karanlığı ortaya çıkarmaktadır. Cehaletten beslenen bu kültür vampirleri, insanlığı karanlıkla yüz yüze bırakmaktadır. Sanat eserleri, toplumların ışıkları aydınlıklarıdır. Bu çalışma, sanat eserlerinin halkla kaynaşma, bütünleşme mekanları olan özel sektör sanat girişimcilerinin araştırıldığı konuları içermektedir. Bu kapsamda konuyla ilgili geniş bir literatür taraması yapılmıştır.

1. Yöntem

Çalışma kapsamında, başta İstanbul, Ankara, İzmir olmak üzere Türkiye’nin büyük şehirlerinde bulunan çok sayıda galeri yöneticisi ile görüşme yapılmış, müzayede evleri ziyaret edilmiş, müzayedeler takip edilmiştir. Böylece sanatçı, sanat eseri, alıcı arasındaki bağın ekonomik olarak tasviri yapılmaya çalışılmıştır.

2. Türkiye’de İktisadi Girişimcilik Olarak Özel Sanat Galerileri ve Müzayedeler

İnsanın bir toplum üyesi olarak varlık kazanması, ancak bir kültürü benimsemesi ve özümsemesi ile mümkündür. Kültür; toplumun ve insanın öğrendiği, edindiği; bilgi, sanat, gelenek, görenek, yetenek, beceri ve alışkanlıkları içine

alan ve toplumsal değerler içeren bir olgudur. Toplumların genel özellikleri kültürleri ile oluşur. Kültürün geleceği ise topluma bağlıdır (Altıntaş ve Eliri, 2012: 63). Kültürün yapı taşlarından biri olan insan, yaşam içinde kendi keyfinin üst limitini farklı biçimlerde zorlamıştır. Bu zorlama, çeşitli biçimlerde kendini göstermektedir. Spor müsabakaları, tiyatrolar, sergiler, geziler vb. şekillerde tamamen maddi olanaklarla ilgili bu durumların direk olarak insan yaşamına etkisi vardır. Konu gereği, sergi alanlarından olan ve girişimcilerin kendi öz sermayeleriyle oluşturdukları, özel galerilerin incelenmesinde fayda vardır. Galeriler, sanatçıların eserlerinin sergilendiği sergi alanlarıdır.

18. yüzyıldan bu yana sergi alanları, biçim ve anlam bakımından büyük değişimler yaşamıştır. O yıllarda gerçekleşen birçok sanatsal aktivite ve sergiler “salon” adı verilen alanlarda yapılmıştır. 1950’li yıllarda modern avantgarde’la birlikte, mekânın sanatın çerçevesini oluşturmuştur. Sanatçılar galerileri eserlerinin tamamlayıcısı olarak görmüşlerdir. Bugün mekân sanatı, sanatçıyı ve izleyiciyi bütün gücüyle içine almaktadır. Küreselleşmenin yarattığı etkiyle, modern sanat, yerel ve evrensel mimariden, sosyal, kültürel ve politik mekânlardan izler taşımaya başlamıştır. Dünya anlayışının değişmesiyle sanatçılarda ki anlayışta buna paralel bir yön izlemiştir (Çalkuş, 2010: 65).

Türkiye’de sanat galerilerinin geçmişi; sergi geleneğinin başlangıcı olarak Osmanlı’ya dek uzanmakla birlikte, bu etkinliklerin belli bir sistematik çerçevesinde periyodik olarak izleyiciye sunulması, Cumhuriyet Dönemi’nde gerçekleşmiştir. Bu dönemde gerek kültürel etkinliklerin yaygınlaşması gerek ekonomik gelişmelerin hız kazanması gerekse söz konusu alanlardaki yeni gelişmeleri toplumla paylaşmak amacıyla sanatsal etkinlikler düzenlenmiş; bu yolla izleyicinin toplumsallaşma sürecinin başlayacağına, kültürel düzeyinin de yükseleceğine inanılmıştır. Güzel sanatlardan tarihe, el sanatlarından üretime dek oldukça geniş bir yelpazede gerçekleştirilen sanatsal etkinlikler, dönemin toplum yaşamında önemli yankılar uyandırmış, ilgiyle karşılanmıştır. Daha sonraki bu etkiyi ise artık kurumsallaşmış bir mekân olarak sanat galerileri üstlenmiştir (Okutur, 2011: 1). Sanat, doğası gereği evrensel bir olgu olmakla birlikte küreselleşme ile birlikte sanata erişimin kolaylaşması, sanat alanındaki rekabetin küresel boyuta ulaşmasına neden olmuştur. Günümüzde sanatın dağıtımı (sanatçıdan ilk tüketiciye) ve el değiştirmesi (tüketiciler arasında yeniden dağıtım) farklı biçimlerde gerçekleşmektedir. Dağıtım sistemlerinin genişlemesinde ve işleyişinin hızlanmasında katalizör işlevi gören önemli etkenlerden biri, sanatçıların sistem içinde kabul görme çabalarıyla internetin sağladığı olanakları kullanarak görünürlüklerini arttırmalarıdır (Bayrak, 2013: 125). Bu anlamda açılan hemen her galerinin izleyicisine ulaşma metodlarından biri de sanal galerilerdir. İnternet ortamında takip edilebilen bu yöntemle, izleyiciler, sanat galerileri, sanatçılar ve sanat eserleriyle ilgili bilgilere ulaşabilmektedirler.

Son yıllarda sanat galerileri artan bir şekilde ziyaretçilerini etkilemeye odaklanmıştır. Bu konudaki yeni olgu ise, ziyaretçiler ile ilişki ve etkileşim üzerine vurgu yapılmasıdır. Galeri yönetimi gelişen Pazar koşullarında ziyaretçilerinin beklentilerine karşılık vermek durumundadır. Bu doğrultuda galeri yöneticileri tarafından farklı hedef kitleleri cezbedecek yaratıcı yeni açılımlara gereksinim duyulmakta ve sunulan hizmetlerde düzenlemeler yapılması ortaya çıkmıştır (Argan, 2009: 2).

Sanatın bir ticari meta olarak kabul edilmesi ile başlayan süreçte, bu ticari metanın el değiştirmesi ile meydana gelen ekonomik değiş-tokuşun ve sonucunda oluşan iş potansiyelinin de yönetilmesi söz konusudur. Bu düşünsel mantık, sanat eserinin üretiminden, eserin izleyicisi ile buluşmasına dek yaşanan tüm aşamaları kapsamaktadır. Sanat işletmeciliği olarak adlandırılan bu süreç, yaşamın her alanda bulunması gereken profesyonelliğinin sanata yansması

şeklinde. Çünkü tüm bu aşamalarda, çeşitli biçim ve önemde bir karar alma süreci işlemektedir. Bu karar alma eylemi, bulunduğu nokta da yönetim becerisi gerektirir ki, bu da bu alandaki stratejik süreci tanımlamak için anlamlı bir sebeptir (Okutur, 2011: 65). Bu sebeple sanat galerileri, tüketici haklarını ve tüketiciye yönelik hizmetinin yanı sıra sanatçısını da koruyacak mekanizmayı işletmektedir.

Günümüzde müzayecilik, galeri işletmeciliği ile paralellik kurmuştur ve hatta önde gelen müzayede evleri kendi galerilerini de işletmektedirler. Eski tarihlerde, malikâne müzayedelerinin yapıldığı bilinmektedir. Zamanla müzayedelerin ve öncesinde eserlerin incelenmesi için düzenlenen sergiler malikânelerden, galerilerden ve müzayede evlerinden dışarı çıkmış, lüks otel salonlarına ve tarihi değeri olan geniş mekânlara taşınmıştır. Müzayede tanıtımları kataloglar ile gerçekleştirilmektedir ve bu nedenle katalogların ayrıca tarihi belge olarak değeri olduğu da düşünülmelidir. Günümüzde ise teknolojik gelişmeler paralelinde çok çeşitli mecralar tercih edilmektedir. Artık online (çevrimiçi) kataloglar aracılığı ile internet satışları da gerçekleştirilmektedir (Demirdöven ve Ödekan, 2008: 65).

29 yıldır müzayede düzenleyicilerinden olan Antik A.Ş. bir çok ulusal ve uluslararası satış rekoruna imza atan, Türkiye’deki en tanınmış şirketlerden biridir. Osman Hamdi Bey’in “Kaplumbağa Terbiyecisi” adlı yapıtı 5 trilyon TL’ye Antik A.Ş. müzayesinde satılarak Türk sanat tarihinin en pahalı sanat eseri unvanını almıştır. Burhan Doğançay’ın “Mavi Senfoni” adlı eseri 2.770.000 TL, Erol Akyavaş’ın “Kuşatma” çalışması 2.650.000 TL, Şevket Dağ’ın “Ayasofya” tablosu 2.150.000 TL ve Nazmi Ziya’nın “Langa Bostanında Sabah” çalışması 1.010.000 TL satış fiyatı ile rekor kırmıştır (Sağbaş, 2013: 58). Batılı ülkelerde düzenlenen satış fiyatlarıyla kıyaslandığında, uçurum olduğu düşünülse de Türkiye sanat piyasası açısından azımsanamayacak ölçüde fiyatlara alıcı bulan bu eserler, çeşitli müzelerde sergilenerek, izleyicilerin ilgisini çekmektedir. Bu rekor fiyatlar, beraberinde Türkiye’de koleksiyon kültürüne de ciddi katkı sağlamıştır.

2000’li yıllarda Türkiye’de özel kişiler tarafından yapılan resim koleksiyonculuğu özel müzelere dönüşmüştür. Eczacıbaşı ailesi, Can Elgiz, Sakıp Sabancı, Suna ve İnan Kırac kendi özel koleksiyonlarını sergilemek için; İstanbul Modern, Proje 4L Elgiz Çağdaş Sanat Müzesi ve Pera Müzesi’ni kurmuşlardır (Çolak, 2011: 6). Günümüzde bu müzeler, günde yüzlerce ziyaretçisine ev sahipliği yaparak, adeta bacasız fabrikalara dönüşerek ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. İstanbul’da kamu eliyle faaliyetlerini yürüten sanat galerisi sayısı 2018 yılı itibarıyla on dördür. Bu galerilerden on bir tanesi belediye galerisi, Kültür Bakanlığı’na bağlı bir ve diğer kamuya ait galeri sayısı da ikidir. Bu rakam, Londra’da doksan iki, Paris’te elli dokuzdur. Kültür başkenti temasıyla faaliyetlerini uluslararası arenada duyurmak isteyen mega kent İstanbul’un bu anlamda çalışmalarını ve değerlendirmelerini yeniden gözden geçirmesi gereklidir.

Devlet Resim ve Heykel Müzeleri hariç kamunun yönettiği herhangi bir plastik sanat eserleri müzesi bulunmamaktadır. Fransa’daki Louvre Müzesi, İngiltere’deki British Müzesi, Rusya’daki Hermitaj Müzesi, devlet eliyle koleksiyoner bağışlarıyla oluşturulmuş müzelerdir. Koleksiyonerler kendi müzeleri veya sanat galerilerinde bu eserleri sergilemekte ve bu nedenle sanat eserleri dağınık bir şekildedir. Bilinen büyük Türk ressamlarına ait eserlerin büyük bir kısmı, bugün sergilenmemektedir. Şahıs koleksiyonlarında belli kişilere hitap etmektedir. Halka açık bir ortamda bulunmamaktadır.

3. Genel Değerlendirme ve Sonuç

Muasıır medeniyetler seviyesine ulaşmanın en dinamik yöntemlerinden biri de şüphesiz ki kültür erozyonunu önleyecek çalışmalar yapmaktır. Kültür erozyonunun başlıca temel sorunu, insanların algı ve estetik beğenisine hitap eden sanat eserlerinin yeterince izleyicisiyle buluşamama sıkıntısıdır. Bu sıkıntının aşılmasında özel sektör eliyle faaliyetlerini yürüten sanat galerilerinin ve paralelindeki müzayedecilik olgusunun geliştirilmesidir.

Sanat galerileri özellikle sanata ilginin fazla gelişmediği ülkelerde ayakta kalmakta zorlanmaktadır. Kamu sektörünün, topluma faydası ve katkısı olan sektörlerle yapacağı teşvikler bu işletmelerin ayakta kalmasını sağlayacaktır. Bu teşvikler vergi indirimi şeklinde olabileceği gibi sanat işletmelerinin piyasaya girişini kolaylaştıracak düzenlemeler şeklinde de olabilir. Çünkü bu işletmeler toplumsal gelişimin sağlanmasına ön ayak olmaktadır. Sanatla meşgul olmak, sanat eseri üretmek ve bundan gelir sağlayabilmek, sanatçının ve sanatla ilgilenen toplum kesimi açısından önemlidir.

Sanat ve kültüre devlet müdahalesinin en önemli sebebi pozitif dışsallıklar ve erdemli mallar tezidir. Bu tür ürünler, toplum talebi oluşmasa bile, sosyal refah için üretilmesi ve tüketiminin yaygınlaştırılması desteklenen ürünlerdir (Akdede, 2011: 4). Böylelikle kamu sektörü topluma faydalı sektörler için taşın altına elini sokacak seviyeye gelecektir.

Bununla beraber internet ortamında gerçekleşen sayısız sanat müzayedelerinin kontrolü devlet tarafından sağlanamamaktadır. Devlet bu şekilde gerçekleşen eser satışlarından çoğu kez vergi alamamakta, bu durum da diğer sanat eseri satıcıları için haksız rekabet oluşturmaktadır. Bu durumun da denetlenerek ortadan kaldırılması gerekmektedir.

Sanat piyasası, ekonomik daralma ve durgunluk dönemlerinden çabuk etkilenen, kırılgan piyasalardandır. Ekonomideki belirsizlik veya karamsar tablo alıcıyı lüks ve ihtiyaç dışı mallardan uzaklaştırır. Artan döviz kurları, galerilerin ve müzayedecilerin yüksek kira maliyetlerini katlamaktadır. Siyasal düzendeki gerilik, insan hakları ihlalleri ve terör, yabancı yatırımcıyı piyasadan uzaklaştırır. Tüm bu etkenlere doğrudan bağlı olan sanat piyasasının bu kırılgan yapısı göz önüne alındığında sanatın varlığı ancak bir hukuk devletinde ve sanata değer veren bunun için destekler sunan bir kamu düzeninde gelişebilir.

Kaynakça

- Akdede, S.H. (2011). Kültür ve Sanatın Politik Ekonomisi: Devlet Tiyatroları Örneği, Ankara: Efil Yayınevi.
- Argan, T., M. (2009). Sanat Galerilerinin Sergi Salonunda Algılanan Hizmet Kalitesi Boyutları. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 9, Sayı:1.
- Bayrak, B. (2013). Çağdaş Sanatın Ticarileşmesine Küreselleşmenin Etkileri. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1.
- Çalkuş, F. (2010). II. Dünya Savaşından Sonra İzmir'in Kentleşme ve Sürecine Sanat Galerilerinin Etkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çolak, B. (2011). Ondokuzuncu Yüzyıldan Günümüze Türkiye'de Değişen Sergileme. Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi, Cilt: 0, Sayı: 19.

- Demirdöven, J. B. ve Ödekan, A. (2008). Müzayedelerin Sanat Piyasalarındaki Rolü ve Türkiye'deki Yansımaları. *İTÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 1.
- Okutur, E. (2011). Türkiye'de Sanat Galerilerinin Gelişiminin Sanat Yönetimine Etkisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sağbaş, Ş. (2013). 2000 Sonrası İstanbul'da Sanat Piyasasını Yönlendiren Etmenler (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.