

# ULUSLARARASI SOSYAL ARAŐTIRMALAR DERGİSİ THE JOURNAL OF INTERNATIONAL SOCIAL RESEARCH

Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research  
Cilt: 13 Sayı: 73 Ekim 2020 & Volume: 13 Issue: 73 October 2020  
www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

## “GİRİŞİMCİ SANATÇI” MODELİ: AHMET GÜNEŞTEKİN ÖRNEĞİ “ENTREPRENEURIAL ARTIST” MODEL: THE AHMET GÜNEŞTEKİN EXAMPLE

Mesut YAŞAR\*

### Öz

Sanata ve sanatçıya verilen değer, tarih boyunca hak ettiği yere ulaşamamıştır. Çoğu büyük sanatcının eserlerinin değeri ancak öldükten sonra anlaşılmıştır. Batı ülkelerinde ancak 1990'lı yıllardan itibaren, genç yaşlarda astronomik rakamlarla eserlerini satan sanatçıların sayıları artmaya başlamıştır. Ülkemizde 1966 yılında Batman'da doğan sanatçı Ahmet Güneştekin bunlardan birisidir. Güneştekin, ülkemizde yaşayan sanatçılar arasında, işine en yüksek fiyat verilen sanatçıdır. Bu çalışmada günümüzün sanat piyasasından hareketle, Ahmet Güneştekin'in başarısının nedenlerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Veriler literatür taraması ile elde edilmiş ve analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, 1980'li yıllarda kurulan yeni dünya düzeni ile birlikte, ticaret alanında dünyaya hakim olan uluslararası şirketler, sanatı da kısa sürede kontrolleri altına almıştır. Bu şirketler, sanat alanında da ekonomik örgütlenmeye eşdeğer bir örgütlenme modeli geliştirmişler, sanata birtakım yeni kriterler koymuşlardır. Ortaya çıkan yeni sanatçı modeli ise “girişimci sanatçı” modelidir. Araştırmanın sonuç bölümünde, Güneştekin'in sanatsal kariyeri boyunca, küresel şirketlerin kriterlerini yerine getirmek için mücadele eden bir “girişimci sanatçı” olduğu yargısına varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimci sanatçı modeli, Ahmet Güneştekin, Küreselleşme ve Sanat.

### Abstract

Throughout history, the value given to art and the artist has not reached the place it deserves. The value of the works of most great artists was realized only after their death. In Western countries, the number of artists who sold their works with very high prices started to increase only since the 1990s. Ahmet Güneştekin, a Turkish artist who was born in Batman in 1966 in Turkey, is one of them. Among the artists living in Turkey, Güneştekin's works are among those given the highest price. The present study aimed to reveal the reasons for the success of Ahmet Güneştekin with reference to today's art market. The data were obtained and analyzed by the literature review. According to the results, with the new world order established in the 1980s, international companies that dominated the world in the field of trade also took the art under control in a short period. These companies have developed an organizational model equivalent to the economic organization in the field of art and set some new criteria for art. The newly emerged artist model that is the "entrepreneurial artist" model. It was concluded that Güneştekin was an "entrepreneurial artist" who strived to fulfill the criteria of global companies throughout his artistic career.

**Keywords:** Entrepreneurial artist model, Ahmet Güneştekin, Globalization and Art.

\* Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi Resim Bölümü, ORCID: 0000-0003-2157-6888, mesut.yasar@inonu.edu.tr



## Giriş

Ülkemizde, özgün sanatsal tarzını oluşturmuş binlerce sanatçı bulunmakta, üniversitelerimizde sanat eğitimi veren yüze yakın fakülte her yıl yüzlerce öğrenci mezun etmektedir. Ancak sanat eserlerinin İstanbul ve Ankara gibi birkaç büyük şehirdeki merkezler dışında alıcı bulduğu söylenemez. Eserlerini satabilen sanatçıların sayısı çok azdır. Günümüzün uluslararası sanat piyasası incelendiğinde, yüksek fiyatlı satış başarısı elde eden birçok sanatçıya rastlamak mümkündür. Ahmet Güneştekin de bu sanatçılardan biridir. Güneştekin, akademik anlamda sanat ile ilgili hiçbir eğitim almamasına rağmen, uluslararası düzeyde 7 galeri ile çalışmakta ve 27 ülkede eserleri ile temsil edilmektedir. Sanatçının çalışmaları 20 bin dolar ile 2.5 milyon dolar arasında satılmaktadır (Özgen, 2015; Birer, 2016). Bu bağlamda Güneştekin'in başarısı, Türk sanat tarihi açısından bir ilki oluşturması açısından önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, günümüz dünyasının sanat piyasasından hareketle, sanatçı Ahmet Güneştekin'in eserlerinin satış başarısının altında yatan nedenlerini analiz etmektir. Akademik çalışmalarda, bir sanatçının başarısını ortaya koyabilmek için, sanatçının özgünlüğünü ve dünya sanatına katkısını "sanat eseri analizi" yöntemiyle açıklamaya çalışmak bir gelenektir. Ancak tek başına bu yöntem ile yapılacak çalışmanın bazı güçlüklerinin olacağı kaçınılmazdır. Bu güçlüklerden *birincisi*; Güneştekin'in son on yılda en çok konuşulan sanatçı olmasına rağmen, sanatsal başarısı hakkında yeteri sayıda akademik çalışmanın olmaması, varolan çalışmaların da sanatsal yönünden çok övgü ya da reklam düzeyinde olmasıdır. Bir bakıma bu yöntem, satış başarısı ile sanatsal başarıyı eş tutma anlamına da gelebilir ki, bu da satış yapamayan birçok sanatçı açısından haksızlık yaratacaktır. *İkincisi*; temelleri 1970'li yıllarda atılan ve 2000'li yıllarda bütün dünyaya yayılan "yeni dünya düzeni"nin sanata yaklaşımıdır. Bu yaklaşım mevcut hali ile zaten akademik bakış açısını dışlamaktadır. Uluslararası sanat piyasası da, küresel sermayenin kontrolündedir. Güneştekin'in de akademik eğitimden vazgeçip, işletme eğitimi almaya karar verdiği andan itibaren bir tercih yaptığına ve "yolunu" sanat piyasasının kriterlerine uygun olarak çizdiği yargısına varılabilir. Bu nedenlerle, kaynak taramalarından yola çıkılarak, Neo-Liberalizm ve Küreselleşme bağlamında, uluslararası sermayenin sanat piyasasında oynadığı rolün incelendiği bu çalışmanın, Güneştekin'in başarısının altında yatan gerekçeler hakkında fikir vereceği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın sonunda, Güneştekin'in sanat hayatının başından itibaren, sanatsal başarısının yanı sıra, uluslararası sanat piyasasının temel kriteri olan "girişimci-sanatçı" ve "marka" olma gibi birçok kriteri yerine getirmek için sistematik olarak çalıştığı ve bunu da başardığını ortaya koymak amaçlanmıştır.

### 1-Yeni dünya Düzeni:

Yeni dünya düzeni, 70'li yıllarda gelişmiş ülkelerin yaşadıkları ekonomik krizden çıkma arayışı sonucu, 80'li yıllarda kapitalist ekonominin tüm dünyaya egemen olması, buna bağlı olarak da ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel yapının dönüşümünü ifade eden çok yönlü bir süreçtir. Dünya bankası, Dünya Ticaret Örgütü, IMF, OECD gibi örgütler ve bunlarla ilişkili olan çok uluslu şirketler kapitalist ekonominin tüm dünyaya yayılmasına öncülük etmişlerdir (Doğan ve Yılmaz, 2013, 17).

Kapitalizmin uluslararasılaştığı yeni dünya düzeni yaygın olarak küreselleşme olarak bilinse de, dönemin üç önemli sacayağı "neo-liberalizm", "küreselleşme" ve "esnekleşme"dir. Bu kavramlar konusunda bilim adamları tarafından kabul gören tek bir ortak tanım bulunmamaktadır. Bunun nedeni Yavuz ve Sivrikaya'ya göre (2013, 1218,1219), küreselleşmenin etkisinin her ülkeye göre farklılıklar göstermesidir. Onlara göre, küreselleşme, gelişmiş ülkelere büyük kazançlar sağlarken, gelişmekte olan ülkelere sefalet getirmektedir. Bu nedenle, tanımlar da kimden yana olduğuna bağlı olarak değişmektedir. Yeni dünya düzeni hakkında ve bu çalışmanın konusu bakımından Sapançalı (2001, 115-123)'nin "neo-liberalizm", "küreselleşme" ve "esnekleşme" kavramlarına yaklaşımı önemlidir. Sapançalı bu kavramları şöyle açıklamaktadır:

**Neo-liberalizm**, toplumsal ve ekonomik ilişkilerin düzenlenmesinde devleti ve siyasi iktidarı devre dışı bırakıp, bu rolün serbest piyasa ilişkilerine, bireysel inisiyatife, özel girişimciye verilmesidir. Neo-liberal yaklaşıma göre devletin başlıca işlevi, özgürlükleri, adaleti ve iç düzeni korumak, rekabetçi piyasayı güçlendirmektir. Neo-liberal politikaların uygulanmasında en temel araç özelleştirme, **Küreselleşme**, Yeni dünya düzeninin en önemli dinamiği ve 21. yy'ın ekonomik ve politik sistemidir. Günümüzün hızla gelişen teknolojilerinin sağladığı imkanlar, kitle iletişim araçlarının gelişmesini sağlamıştır. Buna bağlı olarak da küreselleşme dünya çapında ekonomik, sosyal ve siyasal ilişkilerin yaygınlaşması sonucu ortaya çıkmıştır. Küreselleşme, "İletişim, ulaşım, bilgi akışı ve tüketim alışkanlıkları bakımından dünyanın birbirine yaklaşması, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, maddi ve manevi değerlerin ve bu



değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması gibi farklı görünen fakat birbiriyle bağlantılı olayları içeren bir süreç olarak tanımlanabilir” (2001: 119). **Esnekleşme** ise, üretim sistemindeki yapısal değişimi ifade etmektedir. Amaç, işletmelerin piyasa koşullarına ve hızla değişen tüketicilerin tercihlerine adapte olacak esnekliğe sahip olmalarını sağlamaktır. Esnekliğin çalışma hayatına yansıyan bazı özellikleri, taşeron uygulamaları, geçici işçi çalıştırma, ücretlerin kısıtlanması ve ödemelerin ertelenmesi şeklinde sıralanabilir. Sonuçta esnekleşme, sermayeye büyük avantajlar sunarken, çalışanların kazanılmış haklarının yitirilmesi anlamına gelmektedir. Sapançalı’ya göre küreselleşmenin hızla bütün dünyaya yayılması üç temel güce bağlanmaktadır. **Birincisi**, SSCB dağılmasıyla dünyanın tek kutuplu hale gelmesi, ABD’nin askeri ve teknolojik açıdan hakimiyet kurduğu ideolojik gelişmeler. **İkincisi**, özellikle mikro elektronik alanındaki ve buna bağlı olarak da iletişim alanındaki büyük teknolojik gelişmeler. Bu durum, bilgi teknolojisinin küreselleşmesi anlamına gelmekte olup sınır ötesi ilişkileri yoğunlaştırmakta, bütün insanları ulusal, dinsel, kültürel gruplar olarak ve tek tek insanları etkilemekte ve dünyanın tek kutuplu hale gelmesine önemli etkiler yapmaktadır. **Üçüncü** olarak da, uluslararası düzeyde artan ticaret, karşılıklı bağımlılık, küresel kaynakların küresel ölçekte dağılımı, dünya çapındaki sermaye hareketliliği ve ulus ötesi şirketlerin artan önemi ile şekillenen ekonomik gelişmelerdir. Buna bağlı olarak da, ürünlerin ve üretim faktörlerinin uluslararası düzeyde serbest dolaşımı; uluslararası piyasalarda faaliyette bulunulmasını engelleyecek bütün engellerin ortadan kaldırılmasıdır.

## 2-Küreselleşmenin Sanata Etkileri:

Bütün dünyaya 1980’li yıllardan başlayarak önce ekonomi alanında yayılan küreselleşme, sanatı da kısa sürede etkisi altına almıştır. Stallabrass (2016, 22-27), ABD ve birçok ülkede, kamusal alandan özel alana kayma eğiliminin sanata da yansıdığını ve bütün dünyada ticaret engellerinin kaldırılmasına paralel olarak kültür engellerinin kaldırılmasının da planlandığını belirtmektedir. Fusco ise, “Küreselleşme, sanat dünyasını, ırksal ve kültürel farklılığın yönetimine paralel olarak şirket enternasyonalizmi modelini benimseyecek şekilde dönüştürülmüştür,” (Fusco’dan aktaran, Stallabrass, 2016, 67) demektedir.

Yeni dünya düzeninin sanatı “Çağdaş-Güncel-Sanat” (Contemporary Art) adı altında dönüştürerek bütün dünyaya yayması konusunda birçok makale ve kitap yayınlanmıştır, bunların bazıları da Türkçeye çevrilmiştir. Bu çalışmanın konusu açısından kimi düşünürlerin küreselleşme bağlamında “çağdaş sanat” a yaklaşımlarına yer vermek yararlı olacaktır. Ancak burada bir konuya açıklık getirmek gerekmektedir. Bu düşünürlerin ortak yanı, çağdaş sanatın niteliğine karşı bir eleştiri olmayıp, yeni dünya düzeninin sanata koyduğu kurallara ve düzenle bütünleşen “sanat” a yönelik eleştiridir. Stallabrass da bütün eleştirilerinde bu konuyu özellikle belirtmektedir (2016, 34).

Esanu (2017, 95-122)’ya göre, çağdaş sanat Doğu Avrupa ülkelerine, gelişmiş ülkelerin finanse ettiği bir takım kurumlar tarafından empoze edilmiştir. Bu kurumların başında Soroz Çağdaş Sanat Merkezi (SCCA) şebekesi gelmektedir. Bu merkezler 1990’larda, Doğu Avrupa ve Orta Asya’daki 18 ülkede, toplamda 20 şube açmış, kısa sürede de tüm dünyaya yayılmıştır. Bir ofis modeli olan bu merkezlerde, kendini kanıtlamış sanatçıların, akademisyenlerin hiçbir söz hakkı bulunmamaktadır. Seçici kurullar, yerel liberal sanat eleştirmenleri, tarihçiler ve kurumların seçtiği küratörlerden oluşmaktadır. Bu kurumlar düzenledikleri etkinliklerde, “Sanatta Yönetmelik Devrim” adı altında bir dizi değişim yapmışlardır. Bunlardan birisi “Sanat Ödeneği” dir. Esanu bu ödeneğin sanatçıya destekmiş gibi görünse de, belirli **kriterleri** yerine getiren çok az kişiye ama çok yüksek miktarlarda yapıldığını belirtmektedir. Bunun anlamının, “kültür alanının **özel sermaye** tarafından işgal edilmesi” olduğunu, paraya ihtiyaç duyan sanatçının da, onların sunduğu kriterler doğrultusunda sanatsal çalışmalar yapmak zorunda kaldığını vurgulamaktadır. SCCA’nın bazı kriterleri şunlardır (Bu kriterler aynı zamanda “çağdaş sanat” ın neoliberal tanımı anlamına da gelebilir): Desteklenen sanatçıların sanat eğitimi almış olmaları gerekmez; önemli olan yetenek değil “proje” dir. Resim, heykel, grafik vs. yerine, “açık sanat” (disiplinlerarasılık) önerilir. “Dışlanmış”, “itilmiş”, “karşı kültür” (muhalif) çevrelerdeki sanatçılar desteklenir. Benzer bir tanım yapan Artun’a göre ise (2018, 126, 127), eserlerde stil, özgünlük, sahilik gerekmez. Sanatçının her bienalde benzer üslup göstermesi beklenmez; her seferinde farklı marifet göstermesi teşvik edilir (güncellik önemli), ustalık, sicil de önemli olmadığı için bienallerde gençler çoğunluktadır. Önemli olan, farklı gösteri, tema, drama, rollere, yöntemlere uyum göstermektir.

Steyerl’e göre (2017, 83-87), çağdaş sanat, neoliberal dünyanın tam göbeğinde yer alır; çağdaş sanat düşüşe geçen ekonomileri canlandırmada kullanılan yöntemlerden biridir ve çağdaş sanat belirli bir ürünü olmayan “marka”, her şeye yapıştırılacak bir “etiket” gibidir. “Çağdaş sanat, kapitalizm nasıl daha güzel gösterilebilir?” sorusunun yanıtıdır. “Servetin yoksuldan alınıp zengine dağıtıldığı sürecin kırtısıyla



beslenir". Ona göre çağdaş sanat, (resim-heykelden daha çok) vurucu, etkileyici, şok edici, sansasyonel amaçlarla, hazır nesne, hazır gerçeklik gibi şeylerle uğraşır.

Küresel sermayenin desteklediği sanat etkinliklerinin başında bienaller, çağdaş sanat müzeleri ve müzayedeler gelmektedir. Hepsinin ortak yanı etkinliklere destek veren şirketlerin çıkarlarını korumaktır. Bienaller ve müzeler 1990'dan 2000'li yıllara kadar bütün dünyaya yayılmıştır. Bunun başlıca nedeni küresel rekabettir. Bunlar, akademik çevreleri dışlayarak toplumun gözünde "evrensel"i işaret eder, küreselleşmenin propogandasını yapar, her ülkenin önemli kültür ürünlerini (tıpkı ticaret fuarlarında olduğu gibi) küresel piyasaya sürer. Birçok bienalde aynı sanatçılar yer alır ama çok az sayıda da belirli başarılar elde etmiş yerel sanatçılara yer verilir. Burada küresel sanatın kendi değişim dinamiğini yakalamak ve sürdürülebilirliğini sağlamak için, dünyanın her yerindeki yerel kültürden yararlanma hesabı güdülür (melez sanat). Bunlar dolaylı da olsa, ulus devletlerin "homojenliğini yıkmak", "altını oymak" anlamına gelir (Stallabras, 2016, 41-47).

Müzayedeler ise, koleksiyoncuların ve şirketlerin ellerindeki eserlerin fiyatlarını sabitlemek veya artırmak, yani kar amaçlıdır (Stallabras, 2016, 115). Müzayedelerde satışların nasıl yapıldığıyla ilgili Artun (2018, 135-173) iki örneğe dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi, 2009 yılında İstanbul Swissotel'de Antik A.Ş.'nin düzenlediği müzayedede 2 milyon 200 bin liraya (yaklaşık 1,5 milyon dolar) satılan ünlü ressamımız Burhan Doğançay'ın "Mavi Senfoni" adlı tablosudur. Eseri Oktay Duran'dan Murat Ülger satın almıştır. Alıcı ve satıcı ortaktır ve Artun'a göre para bir cepten diğerine geçmiştir. Oktay Duran'da kırktan fazla Doğançay tablosu bulunmaktadır ve bunların değeri kat be kat artmıştır. Kısacası, bütün olay bir spekülasyon oyunudur. İkinci örnek ise, 2008 yılında Londra'da Sotheby's tarafından düzenlenen ve iki gece süren Damien Hirst müzayedesidir. Sotheby's müzayedenin promosyonu için 4 milyon dolar harcamıştır. Müzayedede 223 çalışma satışa çıkartılır ve 127 milyon dolarlık satış yapılmıştır. Sözde, Hirst aracı kullanmadan eserlerini doğrudan kendisi satışa çıkarmıştır ama gerçek tam tersidir. Hirst'ün anlaşmalı olduğu iki galeri, işlerini daha önceden satın almış olan koleksiyonerler, şirket ve müzeler Hirst'in eserlerinin satış değerini korumak amacıyla müzayedeye ile işbirliği yapmıştır. Eserlerin yarısını ve en pahalı iki eseri kendileri satın almıştır. Ayrıca, 100 milyon dolara satılan ve dünyada yaşayan sanatçının işine verilen en yüksek fiyat olan "Pırlantalı Kafatası"nı Hirst ve galerisinin satın aldığı ortaya çıkmıştır. Artun, bütün bunların spekülasyon olduğunu, Hirst için söylenebilecek tek sağlam verinin onun "girişimciliği" olduğunu belirtmektedir.

Sonuçta, neyin iyi-kötü, değerli, güzel olduğunu piyasa belirlemektedir. Piyasa neyi önemsiyorsa o öne çıkmaktadır. Bu durum sanat için de geçerlidir. Sanatın etkisi, sanatsal niteliklerinden çok onun fiyatıyla ilgilidir (Artun, 2018: 46, 47). Oya Eczacıbaşı'na göre, "sanat işletmesinin her hangi bir işletmeden farkı yok, tek fark ürün olarak sanat yapıtı var" (Eczacıbaşı'dan aktaran, Artun, 2018, 125).

Yeni dünya düzeninin ürün-fiyat, sanat eseri-fiyat ilişkisini gözler önüne serebilecek tipik bir örnek sosyal medyada ve gazetelerde haber konusu olmuştur. Bu habere göre, Anadolu'da kadınların uzun yıllardır yaygın olarak giydiği "basma elbise" (Şekil,1), İstanbul pazarlarında 15 liraya satılırken, aynı elbise dünyaca ünlü bir marka olan Yves Saint Laurent etiketiyle 14.200 liraya satılmaktadır (Barlas, 2017). Yani, elbisenin değeri 15 lira iken, markanın kattığı değer ise 14.185 liradır.



Şekil 1: Basma elbise.

### 3- Girişimcilik:



Girişimcilik, yeni dünya düzeninin en önemli faktörlerinin başında gelmektedir. Neo-liberalizmin ekonomik politikaları olan “özelleştirme” ve “serbest rekabet” bağlamında girişimcilik her zamankinden daha çok önem kazanmıştır. Çünkü küreselleşen dünyada işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edebilmeleri için girişimciliğin bir gereklilik olduğu söylenebilir. Bu gereklilik, sadece uluslararası işletmelerin küresel pazarlarda varlıklarını sürdürebilmeleri açısından değil küçük ve orta ölçekli işletmelerin de ulusal sınırların dışına açılabilmelerine ve bu piyasada yoğun rekabet altında ayakta kalabilmelerini sağlayabilmektedir.

Bir şeyi “üstlenmek” anlamına gelen ve “entreprendre” kavramından türetilmiş olan girişimci terimi, ilk defa 18. yüzyılda ekonomi biliminde İrlandalı bankacı Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon, girişimciyi “belirsizlik koşulları altında pazarın oluşumunda karar verici” olarak tanımlamıştır (Durak, İrmiş ve Özdemir, 2017: 7; Gündüz, 2010, 217). Cantillon’ın tanımının yetersizliğine değinen Schumpeter ise girişimcilik sürecini yenilik açısından detaylı olarak ele almıştır. Schumpeter’a göre girişimci; yeni ürünler (mal veya hizmet), yeni süreçler geliştirme, yeni ihracat pazarları bulma, yeni hammadde, yarı mamul arz kaynakları bulma ya da yeni bir organizasyon yapısı oluşturma gibi işletme için yeni kombinasyonlar oluşturarak var olan ekonomik düzeni değiştiren bir kişidir (Durak, İrmiş ve Özdemir, 2017, 7).

Küreselleşme ve teknolojiadaki değişme ve gelişmeler ile birlikte uluslararası girişimcilik kavramı ile karşılaşmaktadır. Uluslararası girişimcilik, 1990’lı yıllarda literatürdeki girişimcilik ve uluslararası işletmecilik disiplinlerinin birleşimi ile ortaya çıkmıştır. Uluslararası girişimcilik, uluslararası işletmecilik, girişimcilik, ekonomi, psikoloji, antropoloji, finans, pazarlama ve sosyoloji gibi farklı alanlardaki teorilerden çıkan çoklu yapıya sahip bir disiplindir (Lee ve Peterson, 2000, 401).

Uluslararası girişimcilik, “gelecekteki mal ve hizmetlerin yaratılması için - ulusal sınırların ötesinde - fırsatların keşfi, yürürlüğe konması, değerlendirilmesi ve kullanılması” dır (Dai, Maksimov, Gilbert ve Fernhaber, 2014). Uluslararası girişimcilik faaliyetleri ile işletmelerin girişimleri ulusal sınırların ötesine taşınarak yabancı pazarlarda yürütülmeye başlanmakta ve ileri teknolojilerin kullanımı önem kazanmaktadır. Başarılı girişimcilerin başlıca özellikleri ise, başarıya ihtiyaç duymak, risk almaya eğilimli olmak, belirsizliğe karşı toleranslı, içsel kontrol odaklı, öz güveni yüksek, amaçlarına ulaşmada kararlı, bağımsız hareket etmede istekli, yönetme ve yönlendirme eğilimi yüksek ve tutkulu olmaktır (Durak, İrmiş ve Özdemir, 2017, 19-26).

#### 4- Girişimci Sanatçı Modeli:

Yeni bir sanatçı türü 1990’larda SCCA ofislerinin yönlendirmesiyle ortaya çıkmıştır, “girişimci sanatçı”. Tıpkı ticari işlerde olduğu gibi “sanatçı” da girişimcilik mantığıyla, serbest rekabet ortamına katılmaktadır. Bu sanatçılar resim-heykel yapmak yerine, sergi açabilmek ve her tür masrafın ödeneğini alabilmek için, yapacağı sanatsal faaliyetleri, amaçlarını, faaliyeti nasıl gerçekleştireceği gibi her türden özelliklerini, ince ayrıntısına kadar teknik çizimlerini yaparak projelendirmek zorundadır (Esanu, 2017, 114, 122). Sonuçta herkes bir girişimci kültürüyle davranır (Artun, 2018, 123). İş dünyasında olduğu gibi, dünyanın dört bir yanında binlerce sanatçı yarışır, başarı ya çok hızlı gelir, ya da hiç gelmez (Stallabrass, 2016: 176).

##### 4-1. Girişimci Bir Sanatçı Olarak Ahmet Güneştekin

Ülkemizde girişimci sanatçı modeline verilebilecek en güzel örneğin Ahmet Güneştekin olduğu söylenebilir. Bu bölümde, yukarıda belirtilen “kriterler” ışığında Güneştekin’in girişimcilikteki başarısı aşama aşama açıklanmıştır. Aşağıda sıralanan maddeler günümüz sanat piyasasının kriterleri arasından seçilmiştir.

a) Sanat eğitimi almış olmak gerekmez: Güneştekin, 1986’da girdiği Güzel Sanatlar Fakültesini, “kendisine uygun olmadığı ve bir kalıba girmek istemediği” gerekçesiyle bırakıp, İşletme eğitimi almıştır. İşletme; iş dünyasında hizmet veren her türlü kurum ya da kuruluşların finans, muhasebe ve yönetim, pazarlama, üretim, insan kaynakları gibi konularda söz sahibi olabilecek yetkin elemanların yetiştirildiği üniversite bölümüdür. Yani Güneştekin, sanat mı ticaret mi ikileminde tercihini ticaretten yana kullanmış ve girişimcilikte uzmanlaşmıştır. Okulu bitirdikten sonra da bir süre uluslararası boyutta tekstil ticareti yapmış, ancak iflas ettikten sonra sanata yönelmiştir (Birer, 2016).

b) Yerelde başarılı olunmalı: küresel sanatın en önemli söylemlerinden biri “yerelden evrenselliğe” dir. Yerelde başarı, hem sanatçının kendi ülkesinde başarıyı elde etmesi, hem de yerel kültürün envanterlerini sanatına yansıtması anlamındadır. Güneştekin, resimlerine konu olarak “Anadolu efsanelerini, Mezopotamya mitlerini, Sümer tanrılarını, Mısır ve Yezidi inançlarını, halk söylencelerini,



rüyaları, masalları” seçmiştir (Birer, 2016). Kullandığı teknik ise, tuval yüzeyine daha önceden kurguladığı kompozisyona uygun olarak çeşitli renkleri sürmek; boya kuruduktan sonra, tekrar daha koyu renkleri şeritler halinde sürerek, boya henüz yaşken silikon uçlu fırçalarla şeritlerin içini taramaktır. Böylece fırça üstteki yaş boyayı çizgiler halinde silerek alttaki boyayı ortaya çıkartmaktadır (**Şekil:2,3**). Ortaya çıkan resim, Anadolu halı ve kilimlerinin dokusuna benzer bir görünüm kazanmaktadır. Güneştekin’in resimlerini özgün kılan en önemli özelliğın kullandığı bu teknik olduğu düşünülmektedir. Sonuçta, hem konu hem de teknik açıdan “yerel” kültürü sanatına yansıtmaktadır.



Şekil 2, 3: Silikon uçlu fırçanın kullanımı.

Yerelde başarının diğer bir boyutu olan **sanatçının kendi ülkesinde başarısı** ile **markalaşma** da birbiriyle ilişkilidir. Nitekim Yaşar Kemal’in Güneştekin’e önerdiği şey de, dünyada tanınmak istiyorsa, önce kendi ülkesinde tanınması gerekliliğidir. Güneştekin, 2005 yılında TRT’de yapımcı olan abisi Salih Güneştekin ile birlikte “Güneşin İzinde” adlı programa başlamış, 2008’de “Ustalarla Güneşin İzinde” başlığıyla 81 ilde 81 sergi açmıştır. En önemlisi de, her gittiği yere yanında ünlü bir sanatçımızı ve eserlerini de beraberinde götürmeyi başarmasıdır. Bu sergilerin TRT’de belgesel olarak gösterilmesiyle, bir yandan sanatçılarımızı tüm ülkeye tanıtırken, aynı zamanda da kendisini tanıtmıştır. Yaşar Kemal ile 2003 yılında tanıştıktan sonra, Yaşar Kemal, onu manevi oğlu olarak desteklemiştir. Bir yıl sonra (2004 yılında) yabancı koleksiyonerlerin eserlerini satın almaya başlamasıyla, yerli koleksiyonerler de satın almaya başlamıştır. Bu konuda en büyük desteği Yahşi Baraz’dan almıştır. 2013’de Marlborough Gallery sanatçıları arasına katılan Güneştekin, şu anda uluslararası alanda en çok tanınan ve 2013 yılından beri 50-60 profesyonel asistanı olan sanatçılardan biridir. Başta Ertuğrul Özkök ve İsmail Küçükkaya olmak üzere ulusal düzeyde tanınan birçok televizyoncu “gönüllü” olarak ona destek vermektedir.

Önemli bir diğer kriter de aslında **pazarlama** ile ilgili olan **gösteriş** ve **şöhrettir**. Sergilerin basında yankı uyandırması gerektirdiğini belirten Stallabrass, sanatçının şöhretinin önemini vurguluyor ve sponsorların teşvikinin, yüksek maliyetli, çarpıcı ve pahalı işlerin üretimine yol açacağını, bu gösterişli tüketimin hem sanatçıya hem müzayedeye hem de sponsora itibar kazandıracığını söylüyor (2016: 122). Güneştekin’in de son yıllarda çalışmalarının “tonajını” büyüttüğü bilinen bir gerçektir. Bu konuya verilebilecek en güzel örnek 2018 yılında İstanbul’da sergilenen “Ölümsüzlük Odası” isimli enstelasyon çalışması olabilir (**Şekil 4**). Bu çalışma için 35 ton alüminyum kullanılmıştır. Çalışma, 22 bin parça kurukafa ve boynuzdan oluşmaktadır. İşadamı Fettah Tamince tarafından finanse edilen çalışmanın maliyeti bir milyon dolar (yaklaşık olarak, 7 milyon 780 bin lira) civarındadır. Bir yıl süren çalışmada 130 asistan çalıştırılmıştır (Arman, 2018). Bu çalışmanın özgünlüğü ile ilgili tartışmalar (Sönmez, 2018) bir tarafa (zaten özgünlük önemli bir kriter değildir), ülkemizde sadece bir çalışma için sponsorlardan bir milyon dolar destek alabilecek ikinci bir sanatçı var mıdır? Ya da, bir ömür boyu yaptığı çalışmalarının toplamında bir milyon dolar kazanabilmiş kaç sanatçı vardır? Bu soruların cevabı, Güneştekin’in girişimcilik becerisinin kanıtıdır denilebilir.



Şekil 4: Ahmet Güneştekin, "Ölümsüzlük Odası", enstelasyon, 2018.

c) Dışlanmış, itilmiş, karşı kültür (muhalif) çevrelerdeki sanatçılar desteklenir: Bu konuda denilebilir ki, sanatçı doğası gereği muhaliftir. Muhaliflik sanatsal duruş ile ilgilidir ama burada kastedilen muhaliflik, vatandaş olunan ülkeye karşı bir muhalifliktir. Güneştekin'in de bu anlamda muhalif bir tutum içinde olmadığına inanılmaktadır. Ancak bu kriter için yaşanmış bir olayı aktarmak yararlı olacaktır:

İstanbul'da 2016 yılında bir AVM'nin girişinde Güneştekin'in üç boyutlu ve "Konstantiniyye" yazan bir çalışması (Şekil 4), açılıştan birkaç saat sonra bir grubun tepkisi üzerine kaldırılmıştır. Bu haber ülkemizde ve dünyada büyük yankı uyandırmış, birçok köşe yazarı da konuyla ilgili Güneştekin'i destekleyen yazılar yazmıştır. Bunlardan birisi de Ertuğrul Özkök'tür. Özkök çalışmaya yapılan haksızlığı eleştirirken, "kürdüm, mutluyum" diyen "kürt" arkadaşına (Güneştekin) haksızlık yapıldığını, ona linç girişiminde bulunduğunu ama devletin buna sessiz kaldığını belirtmiştir (Özkök, 2016). Güneştekin de bu olaya çok üzüldüğünü, bütün hevesinin kırıldığını birçok yerde dile getirmiştir. Konstantiniyye adlı çalışmaya gösterilen tepkinin gerekçesi Güneştekin'in etnik kökeni olmadığı halde, Özkök'ün yazısında ısrarla Güneştekin'in etnik kökenini gündeme getirmesinin profesyonelce yapılmış bir algı yönetimi olduğuna inanılmaktadır. Çünkü ortaya çıkan algı, "Türkiye'de dünya çapında ünlü bir kürt sanatçının işleri saldırıya uğramaktadır". Güneştekin'in eserlerinin pazarlanması ile ilgili bir soruya verdiği yanıt bu olayın bir algı yönetimi olduğunun ipuçlarını vermektedir. Güneştekin, Hirst gibi dünya sanatçıları nasıl yapıyorsa kendisinin de öyle yaptığını, önemli sanatçıların sanattan çok business kafayla çalıştıklarını, iyi planlamacı, iyi işletmeci olduklarını; kendisinin de hep profesyonellerle çalıştığını, kafasının iş kafasıyla da çalıştığını, iletişim gerekli ise iletişim, PR gerekiyorsa PR yaptığını belirtiyor (Özgen, 2015; Biber, 2016). PR (public relations), pazarlama stratejisi, halkın algısının başarılı bir şekilde iletişim kaynaklarıyla yönlendirilmesi anlamına gelmektedir (Milliyet Gazetesi, 2020). Batı ülkelerinin Kürt kökenli yurttaşlarımıza "özel" bir ilgi gösterdikleri gerçeğinden hareketle denilebilir ki, bu olay ister ustaca planlanmış bir algı yönetimi olsun, isterse kendiliğinden ortaya çıkan bir durum olsun; Güneştekin, "muhalif", aynı zamanda da kendi ülkesinde "mağdur" bir sanatçı olarak bütün dünyaya bir kez daha altın tepside sunulmuştur. Herhangi bir insanın milyonlar harcarsa da kendisiyle ilgili böyle bir reklam yapamayacağı halde, Güneştekin tek kuruş harcamadan bunu başarmıştır.



Şekil 4: Ahmet Güneştekin, "Konstantiniyye", enstelasyon, 2016.



## Sonuç

Gelişmiş ülkelerin 1970'li yıllarda ekonomik krizden kurtulma arayışları sonucu ortaya koydukları yeni dünya düzeni ekonomik, sosyal ve kültürel yapının dönüşümünü ifade eden çok yönlü bir süreçtir. Neo-liberalizm, küreselleşme ve esnekleşme bu düzenin temellerini oluşturmaktadır.

Uluslararası şirketlerin desteğiyle kurulan yeni dünya düzeni, SSCB'nin dağılması ve dünyanın tek kutuplu hale gelmesiyle birlikte, bütün dünyada ticaretin önündeki engellerin ortadan kaldırılmasını hedeflemiştir. Bu düzen, toplumsal ve ekonomik ilişkilerin düzenlenmesinde devleti ve siyasi iktidarı devre dışı bırakıp, bu rolün serbest piyasa ilişkilerine, bireysel inisiyatif, özel girişimciye verilmesidir.

Önce ekonomik alanda bütün dünyaya yayılan küreselleşme, sanatı da kısa sürede etkisi altına almıştır. Gelişmiş ülkelerin finanse ettiği küresel sanat merkezleri (Çağdaş Sanatlar Merkezleri) 90'lı yıllarda, bir takım kurumlar aracılığıyla, önce Doğu Avrupa ülkelerinde açılmış, ardından bütün dünyaya yayılmıştır.

Bir ofis modeli olan bu merkezlerde, kendini kanıtlamış sanatçıların, akademisyenlerin hiçbir sözü hakkı bulunmamaktadır. Seçici kurullar, yerel liberal sanat eleştirmenleri, tarihçiler ve kurumların seçtiği küratörlerden oluşmaktadır. Bu kurumlar düzenledikleri etkinliklerde, "Sanatta Yönetmelik Devrim" adı altında bir dizi değişim yapmışlardır. Bunlardan birisi "Sanat Ödeneği"dir. Bu ödenek, belirli kriterleri yerine getiren çok az kişiye, yüksek miktarlarda yapılmaktadır.

SCCA ofislerinin yönlendirmesiyle 1990'larda, "girişimci sanatçı" türü ortaya çıkmıştır. Tıpkı ticari işlerde olduğu gibi sanatçı da girişimcilik mantığıyla, serbest rekabet ortamına katılmaktadır. Dünyanın dört bir yanında binlerce sanatçı birer girişimci mantığıyla yarışmaktadır.

Günesteğin'in sanat hayatının başından itibaren, sanatsal başarısının yanı sıra, küresel sanat piyasasının temel kriteri olan "girişimci-sanatçı" ve "marka" olma gibi birçok kriteri yerine getirmek için sistematik olarak çalıştığı ve bunu da başardığı sonucuna varılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Arman, Ayşe (2018, 16 Eylül). <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ayse-arman/buyurun-olumsuzluk-odasina-40957558> (Erişim Tarihi: 3.2.2020).
- Artun, Ali (2018). *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi Estetik Modernizmin Tasfiyesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Barlas, H. Ceylan (2017, 22 Şubat). <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/son-moda/14-bin-200-tlye-satilan-basma-elbise-konusunda-son-noktayi-koyuyoruz/> (Erişim Tarihi: 15.6.2019).
- Birer, B. Tuncer (2016, 22 Mart). <https://www.sabah.com.tr/egeli/2016/03/22/iflas-etmeseydim-ressam-olamazdim> (Erişim Tarihi: 3.1.2019).
- Dai, Li; Maksimov, Vladislav; Gilbert, Brett Anitra and Fernhaber, Stephanie A. (2014). *Entrepreneurial Orientation and International Scope: The Differential Roles of Innovativeness, Proactiveness, and Risk-Taking*. Scholarship and Professional Work – Business.
- Doğan, K. Caner ve Nihat Yılmaz (2013). Küresel Sermayeye Dayalı Yeni Ekonomik Düzendeki Ulus-Devlet'in Egemenlik Krizi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı 3, (s. 12-19). ISSN: 2147-415X.
- Esanu, Octavian (2017). Çağdaş Sanat Aslında neydi? Neoliberal dönemde Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi ve Soros Çağdaş Sanat Merkezleri. *Çağdaş Sanat Nedir?*, (Ed. Ali Artun ve Nursu Öрге). İstanbul: İletişim Yayınları, (s. 95-126).
- Gündüz, Şafak (2010). Kontrol Liderin Elinde mi? Girişimcilik Okulundan Cevap. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 11 (2), s. 212-222.
- İbrahim Durak, İ., İrmış, A., Özdemir, L. (2017). *Girişimcilik: Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*. 2. Baskı. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Milliyet Gazetesi (2020, 21 Nisan). <https://www.milliyet.com.tr/gundem/pr-nedir-pr-yapmak-ve-pr-calismalari-ne-anlama-gelir-6194293> (Erişim Tarihi: 11.8.2020).
- Özgen, A. Savun (2015). [http://www.tempomag.com.tr/detail/ahmet-gunestekin-oldukten-sonra-kesfedilme-zamani\\_coktan-gecti](http://www.tempomag.com.tr/detail/ahmet-gunestekin-oldukten-sonra-kesfedilme-zamani_coktan-gecti) (Erişim Tarihi: 3.1.2019).
- Özkök, Ertuğrul (2016, 25 Aralık). <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/ertugrul-ozkok/beni-hic-aldatmayan-bir-kadinin-hikayesi-40316627> (Erişim Tarihi: 10.8.2020).
- Sang, M., Lee, Suzanne, Peterson, J. (2000). *Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness*. *Journal of World Business*, 35 (4), 401-416.
- Sapançalı, Faruk (2001). Yeni Dünya Düzeni ve Küresel Yoksulluk. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 3, Sayı2, s.115-140.
- Sönmez, Ayşegül (2018, 23 Eylül). <http://www.sanatata.com/view/gunestekinin-intihal-yaptigi-iddia-edilen-iranli-sanatcidan-aciklama> (Erişim Tarihi: 10.8.2020).
- Stallabrass, Julian (2016). *Sanat A.Ş. Çağdaş Sanat ve Bienaller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Steyerl, Hito (2017). Sanatın Politikası: Çağdaş Sanat ve Post-Demokrasiye Geçiş. *Çağdaş Sanat Nedir?*, (Ed. Ali Artun ve Nursu Öрге), İletişim Yayınları, (s. 83-93) İstanbul.
- Yavuz, Cavit ve Deniz Sivrikaya (2013). *Küreselleşmenin Aktörlerinden Çokuluslu Şirketler ve Yönetişim*. [idc.sdu.edu.tr/tammetinler/yonetim/yonetim6.pdf](http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/yonetim/yonetim6.pdf), (Erişim Tarihi: 13.03.2019).