

**KÜRATÖRLÜK ÖZELİNDE SANAT DÜNYASINDA
RIZANIN İMALATI**

HALİL YILDIRIR

**SANATTA YETERLİK TEZİ
RESİM ANASANAT DALI**

**DANIŞMAN
PROF. DR. FERHAT ÖZGÜR**

DÜZCE, 2024

**KÜRATÖRLÜK ÖZELİNDE SANAT DÜNYASINDA
RIZANIN İMALATI**

HALİL YILDIRIR

**SANATTA YETERLİK TEZİ
RESİM ANASANAT DALI**

**DANIŞMAN
PROF. DR. FERHAT ÖZGÜR**

DÜZCE, 2024

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KÜRATÖRLÜK ÖZELİNDE SANAT DÜNYASINDA RIZANIN
İMALATI

Halil YILDIRIR tarafından hazırlanan tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Resim** Anasanat Dalı'nda **DOKTORA TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ferhat ÖZGÜR
Düzce Üniversitesi

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Ferhat Özgür
Düzce Üniversitesi

Prof. Dr.
Ferhat Satıcı
Düzce Üniversitesi

Doç. Dr.
Lütfi Özden
Düzce Üniversitesi

Doç. Dr.
Ebru Nalan Sülün
Marmara Üniversitesi

Dr.
Duygu Nazlı Akova
İstanbul Kültür Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 11/01/2024

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını beyan ederim.

Tarih: 11.01.2024

Halil YILDIRIR

TEŞEKKÜR

Doktora öğrenimim ve bu tez sürecinde bana gösterdiği her türlü destek ve yardımdan dolayı çok değerli tez danışmanım Prof. Dr. Ferhat Özgür'e, en içten dileklerimle teşekkür ederim.

Tez çalışmam boyunca izleme komitelerinde değerli katkılarını ve yardımlarını esirgemeyen çok değerli hocalarım Doç. Dr. Lütfi Özden ve Prof. Dr. Ferhat Satıcı'ya şükranlarımı sunarım.

Doktora öğrenimim ve bu çalışma boyunca bana olan desteklerini bir an olsun esirgemeyen ve bana olan inançlarını kaybetmedikleri için sevgili aileme en içten teşekkürlerimi sunarım.

11 Ocak 2024

Halil YILDIRIR

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

GÖRSEL LİSTESİ	ix
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR	xiii
ÖZET	xiv
ABSTRACT	xv
1. GİRİŞ.....	1
2. RIZANIN İMALATI KAVRAMI, TARİHİ GELİŞİMİ, KULLANIMI VE İLİŞKİLİ OLDUĞU DİSİPLİNLER	8
2.1. RIZANIN İMALATI KAVRAMI VE FARKLI YAKLAŞIMLAR	8
• Walter Lippmann.....	8
• Edward Bernays.....	9
• Edward S. Herman & Noam Chomsky	10
• Antonio Gramsci	13
2.2. RIZANIN İMALATI VE İKTİDAR İLİŞKİSİ	14
2.3. RIZA ÜRETİMİ VE PSİKOLOJİ ARASINDAKİ İLİŞKİ	18
2.4. STEREOTİPLER, GÖRÜNTÜLER DÜNYASI VE İNSANIN ÇEVREYLE İLİŞKİSİ	26
2.5. RIZANIN İMALATI, KİTLE İLETİŞİMİ VE SOSYAL MEDYA	31
2.6. İLİŞKİLER KURMA SANATI VE KÜLTÜR MÜHENDİSLİĞİ.....	46
3. KÜRESELLEŞME, SANATIN DOLAŞIM AĞI VE KÜRATÖRLÜK	55
3.1. KÜRESELLEŞME VE İNTERNET	55
3.2. GERÇEK ÖTESİ (POST-TRUTH) VE RIZANIN İMALATI.....	61
3.3. SANATIN KURUMSALLAŞMASI	66
3.3.1. Akademiler	68
3.3.2. Müzayedeler ve Müzayede Evleri	70
3.3.3. Müzeler	73
3.3.4. Sanat Galerileri.....	77
3.3.5. Bienaller.....	80

3.3.6. Sanat Fuarları	81
3.4. KÜRSELLEŞMİŞ SANAT KURUMLARININ, SANAT DÜNYASINDA NETWORK OLUŞTURMA, İLİŞKİLER KURMA VE RIZA İMALATI ÜZERİNE ETKİLERİ	86
3.5. SANAT DÜNYASINDAKİ İKTİDAR İLİŞKİLERİ VE İLİŞKİLER AĞI.....	95
3.6. KÜRATÖRLÜK, 2000'Lİ YILLAR VE KÜRATÖRLÜK KAVRAMININ POPÜLERLEŞMESİ	105
3.7. KÜRATÖRLÜ SERGİLER VE KÜRATÖR ÖZELİNDE RIZANIN İMATALI	113
4. KİŞİSEL SANAT ÇALIŞMALARI BAĞLAMINDA RIZANIN ÜRETİMİ OLGUSUNUN GÖRSELLEŞTİRİLMESİ	124
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	142
6. KAYNAKLAR	146
7. EKLER.....	169
7.1. EK-1: ARAŞTIRMA BAZLI, DİL VE METİN ÜZERİNE ÇALIŞAN SANATÇILARA ÖRNEKLER.....	169
EXTENDED ABSTRACT	182
ÖZGEÇMİŞ	185

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1. Ada Jones, Opera Sanatçısı Mors Alfabetini Kullanırken, 1915, Library of Congress Archive.....	55
Görsel 2. İlk Sosyal Medya Platformu Six Degrees’in Giriş Sayfası, 2023.....	57
Görsel 3. Küresel Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri, 2023.....	58
Görsel 4. Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı İstatistiklerinin Karşılaştırılması, 2023.....	58
Görsel 5. Sosyal Medya Platformlarının Aylık Aktif Kullanıcı Sayısı, 2023.....	59
Görsel 6. Sosyal Medya Kullanımının Farklı Yaş Kategorilerindeki Ana Nedenini Gösteren İstatistik, 2023.....	62
Görsel 7. Dünya Geneline Favori Sosyal Medya Platformlarını Gösteren İstatistik, 2023.....	63
Görsel 8. Dünya Geneline Favori Sosyal Medya Platformlarını Gösteren İstatistik, 2023.....	66
Görsel 9. Dünyanın Her Yerindeki Ülkeler Küreselleşme İle Birbirlerine Bağlanıyor	76
Görsel 10. Pall Mall No. 120/121 Gravürü (R. Sandeman’dan sonra G.C. Lighton....	98
Görsel 11. Jason Hoelscher, Dinamik Bienal Diyaloji/Kronotopik Ağ Şeması, (2012) 6x6 inç. Biennials: Four Fundamentals.....	106
Görsel 12. Elif Öner, Hysteria Çalışması Dolayısıyla Dava Edilmesi Üzerine Yaptığı Yazılı Açıklama, 2012.....	122
Görsel 13. Burak Arıkan, beraber sergi yapmış sanatçılar ağı: ARTER “ikinci sergi” edisyonu, özel yazılım, dijital baskı, 150 x 220 cm, 2010.....	123
Görsel 14. Burak Arıkan, beraber sergi yapmış sanatçılar ağı: ARTER “ikinci sergi” edisyonu, özel yazılım (detay), dijital baskı, 150 x 220 cm, 2010.....	124
Görsel 15. Burak Arıkan, sanatçı koleksiyoner ağı, özel yazılım, dijital baskı, özel dokunmatik projeksiyon, çeşitli boyutlarda, dokunmatik ekran, 2011.....	125
Görsel 16. Burak Arıkan, sanatçı koleksiyoner ağı, özel yazılım (detay), dijital baskı, özel dokunmatik projeksiyon, çeşitli boyutlarda, dokunmatik ekran, 2011.....	125
Görsel 17. Burak Arıkan, Antakya bienali sanatçı ağı, özel yazılım, dijital baskı, 220 x 110 cm, 2010.....	126
Görsel 18. Burak Arıkan, Antakya bienali sanatçı ağı (detay), özel yazılım, dijital baskı, 220 x 110 cm, 2010.....	126
Görsel 19. Documenta 5 sergisinin mekânı Museum Fridericianum ve girişin üzerindeki “Sanat Lüzumsuzdur” yazısı 1972.....	140
Görsel 20. Robert Morris’in Flash Art’ın Haziran 1972 sayısında yayınlanan Harald Szeemann’a mektubu.....	142

Görsel 21. Halil Yıldırım, Sözlük, dijital tasarım, 13.5 x 13.5 cm, 2023.....	148
Görsel 22. Halil Yıldırım, Sözlük, kağıt üzeri dijital baskı, 29 x 16 x 3 cm, 2023 (Sergiden görünüm).....	148
Görsel 23. Halil Yıldırım, Not Defteri, dijital tasarım, 21 x 29.7 cm, 2023.....	149
Görsel 24. Halil Yıldırım, Not Defteri, 200 gr A4 kağıda baskı, 21 x 29.7 cm, 2023 (Sergiden görünüm).....	150
Görsel 25. Halil Yıldırım, Rıza İmalatı Anıtı, atık kartonlar ve küratöryal metinler, mekana özgü çalışma, değişken boyutlar, 2023.....	151
Görsel 26. Halil Yıldırım, Rıza İmalatı Anıtı, atık kartonlar ve küratöryal metinler, mekana özgü çalışma, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm).....	151
Görsel 27. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine karışık teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm).....	152
Görsel 28. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine karışık teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm).....	153
Görsel 29. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine karışık teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm).....	153
Görsel 30. Halil Yıldırım, You're Curated Since, dijital sayaç, değişken boyutlar, 2023.....	154
Görsel 31. Halil Yıldırım, The Artful Deception, 4K AI animasyon film, 1:30 dakika, 2023.....	155
Görsel 32. Halil Yıldırım, This is How We Do, kağıt üzeri keçeli kalem, 10.5 x 29.7 cm, 2023.....	156
Görsel 33. Halil Yıldırım, This is How We Do, kağıt üzeri keçeli kalem, 10.5 x 29.7 cm, 2023 (sergiden görünüm).....	156
Görsel 34. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz. Sadece Bir Süreliğine!, kağıt üzerine dijital baskı, 5.8 x 21.1 cm, 2023.....	157
Görsel 35. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz. Sadece Bir Süreliğine!, kağıt üzerine dijital baskı, 5.8 x 21.1 cm, 2023 (sergiden görünüm).....	157
Görsel 36. Halil Yıldırım, Özgünlük Şiiri, canson kağıt üzerine el yazısı, 35 x 50 cm, 2023.....	158
Görsel 37. Halil Yıldırım, Özgünlük Şiiri, canson kağıt üzerine el yazısı, 35 x 50 cm, 2023 (sergiden görünüm).....	159
Görsel 38. Halil Yıldırım, Araştırma Masası, enstalasyon, 180 x 70 x 80 cm, 2023 (sergiden görünüm).....	159
Görsel 39. Halil Yıldırım, Araştırma Masası, enstalasyon, 180 x 70 x 80 cm, 2023 (detay) (sergiden görünüm).....	159
Görsel 40. Halil Yıldırım, Curate Me Like One of Your French Girls, dijital iş internet sitesi, 2023.....	160
Görsel 41. Halil Yıldırım, You Are Curated Art World, şarkı sözü (ing), 2023.....	161
Görsel 42. Halil Yıldırım, Küratörlendin Sanat Dünyası, şarkı sözü (tr), 2023.....	162

Görsel 43. Halil Yıldırım, Küratörlendin! sergisi sergiden genel görseller, 2023.....	163
Görsel 44. Halil Yıldırım, Küratörlendin! sergisi sergiden genel görseller, 2023.....	163
Görsel 45. Halil Yıldırım, Küratörlendin! sergisi sergiden genel görseller, 2023.....	163



ÇİZELGE LİSTESİ

Çizelge 3.1 NPL, CYCLADES ve Ethernet ağlarının temel özellikleri ve katkıları.....	80
---	----



KISALTMALAR

ABD	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
ARPA	İLERİ ARAŞTIRMA PROJELERİ AJANSI
ARPANET	İLERİ ARAŞTIRMA PROJELERİ AJANS AĞI
BBS	BÜLTEN TAHTASI SİSTEMİ
CBBS	BİLGİSAYARLI BÜLTEN TAHTASI SİSTEMİ
CERN	AVRUPA NÜKLEER ARAŞTIRMA MERKEZİ
COVID-19	YENİ KORONAVİRÜS HASTALIĞI - 2019
NFS	ULUSAL BİLİM VAKFI
NFSNET	ULUSAL BİLİM VAKFI AĞI
TDK	TÜRK DİL KURUMU
IRC	İNTERNET AKTARMALI SOHBET
MÖ	MİLATTAN ÖNCE
MS	MİLATTAN SONRA
FIAC	ULUSLARARI ÇAĞDAŞ SANAT FUARI
GSYİH	GAYRİ SAFİ YURT İÇİ HASILA
ICI	ULUSLARARASI BAĞIMSIZ KÜRATÖRLER
ICOM	ULUSLARARASI MÜZELER KONSEYİ
IKSV	İSTANBUL KÜLTÜR VE SANAT VAKFI
LAN	YEREL ALAN AĞLARI
NPL	ULUSAL FİZİK LABORATUARI
TCP/IP	İNTERNET PROTOKOL PAKETİ
TÜYAP	FUARCILIK VE ORGANİZASYON ANONİM ŞİRKETİ
UNESCO	BİRLEŞMİŞ MİLLETLER EĞİTİM, BİLİM VE KÜLTÜR KURUMU
UPSD	ULUSLARARASI SANAT DERNEĞİ
WWW	WORLD WIBE WEB

ÖZET

KÜRATÖRLÜK ÖZELİNDE SANAT DÜNYASINDA RIZANIN İMALATI

Halil YILDIRIR

Düzce Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Resim Anasanat Dalı
Doktora Tezi
Danışman: Prof. Dr. Ferhat ÖZGÜR
Ocak 2024, 184 sayfa

Bu tez çalışması, küratörlük özelinde sanat dünyasında rızanın imalatını, küratörün sanatçıları ve sanat eserlerini seçme, sergileme ve yorumlama yoluyla kamuoyunu ve sanat piyasasını nasıl şekillendirdiklerini araştırmıştır. İletişim, sosyoloji, psikoloji, siyaset, iktidar, medya çalışmaları, halkla ilişkiler uygulamaları, dil, kültür kuram ve pratikleriyle sanat tarihinden elde edilen bilgilerden yola çıkarak, küreselleşme, internet ve sosyal medyanın sanat söylemi, sanatın ve küratörlüğün alımlanması üzerindeki etkileri, çok disiplinli bir yaklaşım benimsenerek analiz edilmektedir. Bu tezin temel bulguları, sanat dünyasında rıza imalatının çeşitli aktörleri, etkenleri ve stratejileri içeren karmaşık ve dinamik bir olgu olduğudur. Küratörlük bu olguda kilit bir faktör ve aktördür. Bu tez çalışması, rıza imalatı kavramına ve bu kavramın sanat dünyasındaki yansımalarına kapsamlı ve eleştirel bir bakış sunmaktadır. Ayrıca, küratörlüğün sanat dünyasında rıza üretimindeki rolünü analiz etmek için yeni bir çerçeve önermektedir. Bu çalışma, geleneksel sanat kavramlarına meydan okuyan ve sanat dünyasında rıza üretiminin süreç ve sonuçlarını örnekleyen bir sergi olan Documenta 5'in ayrıntılı bir vaka çalışmasını da içermektedir. Tezin, bulguların genellenebilirliğini ve karşılaştırılabilirliğini sağlayabilecek birincil ve ikincil kaynaklardan sanat dünyasında yaşanmış örnekler ve sanatçı Burak Arıkan'ın ağ diyagramları çalışmalarından örneklerle desteklenmiştir. Bu çalışmanın küratörlük kavramının popülerleşmeye başladığı ve küratörün sanat dünyasındaki gücün doruğa ulaştığı yıllar olan 2000'li yılları baz alması gibi bazı sınırlılıkları vardır. Ancak bu yılları oluşturan etmenler detaylıca incelenmiştir. Son olarak, tez esas olarak betimleyici ve yorumlayıcı bir yaklaşım benimsemektedir; bu da sanat dünyasında rızanın imalatının nedensel mekanizmalarını ve etkilerini tam olarak yakalayamayabilir. Bu konuda gelecekte yapılacak çalışmalar için temel öneriler, sanat dünyasında rıza üretiminin etik ve sosyal sonuçlarını araştırmak, dijital çağda sanat dünyasında rıza üretiminin değişen dinamiklerini ve zorluklarını incelemek ve sanat dünyasındaki aktörler arasında daha fazla diyalog ve işbirliğini teşvik eden, daha yenilikçi ve katılımcı küratörlük modelleri ve yöntemleri geliştirmek ve uygulamaktır.

Anahtar Sözcükler: İlişkiler ve iletişim ağı, Küratörlük, Rızanın imalatı, Sanat dünyası, Sanat yönetimi

ABSTRACT

MANUFACTURING CONSENT IN THE ART WORLD WITHIN THE SCOPE OF CURATING

Halil YILDIRIR

Duzce University

Institute of Social Sciences, Department of Painting

Doctoral Thesis

Supervisor: Prof. Dr. Ferhat ÖZGÜR

January 2024, 184 pages

This thesis investigates the manufacturing of consent in the art world within the scope of curating and how curators shape public opinion and the art market through the selection, exhibition and interpretation of artists and artworks. Drawing on theories and practices of communication, sociology, psychology, politics, power, media studies, public relations, language, culture and art history, the effects of globalisation, the internet and social media on art discourse and the reception of art and curatorship are analysed by adopting a multidisciplinary approach. The main findings of this thesis are that the manufacturing of consent in the art world is a complex and dynamic phenomenon involving various actors, factors and strategies. Curating is a key factor and actor in this phenomenon. This thesis provides a comprehensive and critical overview of the concept of consent manufacturing and its reflections in the art world. It also proposes a new framework for analysing the role of curating in the manufacturing of consent in the art world. The study includes a detailed case study of Documenta 5, an exhibition that challenges traditional notions of art and exemplifies the processes and consequences of consent manufacturing in the art world. The thesis is supported by examples from primary and secondary sources that can ensure the generalisability and comparability of the findings, examples from the art world, and examples from artist Burak Arıkan's network diagrams. This study has some limitations such as the fact that it is based on the 2000s, the years when the concept of curatorship started to be popularised and the power of the curator in the art world reached its peak. However, the factors that constitute these years have been analysed in detail. Finally, the thesis adopts a mainly descriptive and interpretive approach, which may not fully capture the causal mechanisms and effects of the manufacturing of consent in the art world. The main recommendations for future work on this topic are to explore the ethical and social implications of consent manufacturing in the art world, to examine the changing dynamics and challenges of consent manufacturing in the art world in the digital age, and to develop and implement more innovative and participatory curatorial models and methods that encourage greater dialogue and collaboration between actors in the art world.

Keywords: Art management, Art world, Curating, Manufacturing consent, Relationship and communication network

1. GİRİŞ

Küratörlük Özelinde Sanat Dünyasında Rızanın İmalatı başlıklı tez çalışmasında, günümüzde daha çok propaganda, iletişim ve siyaset ile özdeşleştirilen “Rızanın İmalatı” kavramının sanat dünyasındaki izlerinin, küratöryel seçimler özelinde ve sanat dünyasındaki ilişkiler ağının etkileriyle birlikte ele alınması amaçlanmaktadır. “Rızanın İmalatı” terimi ilk olarak Amerikan yazar, gazeteci ve siyaset bilgini olan Walter Lippmann tarafından 1922 yılında yayımlanan *Public Opinion*¹ adlı kitabında kullanılmıştır. Lippmann bu eserinde, kamuoyunun oluşmasını ve rızanın üretimini açıklarken ‘dışımızdaki dünya’, ‘kafamızdaki görseller’, ‘sahte çevre’ ve ‘şaşkın sürü’ şeklinde bazı kavramlardan faydalanmıştır. Lippmann, halkı şaşkın sürü olarak tanımlar ve kitle iletişim araçlarının, halkın kafasındaki görsellerin inşasında ve kamuoyu oluşturulmasında baskın bir rolü olduğunu savunur. Kamuoyu oluşturmak için demokrasi sanatındaki yeni devrim olarak gördüğü “rızanın imalatı” kavramıyla, demokrasiyle yönetilen toplumlarda halkın bilgilendirilmesini, eğitilmesini ve rızasının edinilmesini demokrasinin önemli bir unsuru saymaktadır. Başlarda insanların rasyonalitesine güvenen Lippmann, sonraları halkın yeteri kadar bilgili olmadığı, yetersiz ve rasyonaliteden yoksun olduğu kanısına varmıştır. Bu nedenle yönetimin elit ve uzman kişilerde olması gerektiğini dile getirmiş ve kamuoyunun inşa edilmesinin daha doğru olacağını belirtmiştir. Bu doğrultuda kavram için net bir tanım verirse,

“rızanın üretilmesi, demokrasi içerisindeki geniş toplum kesimlerinin onayını almak için, zor ve şiddete başvurmada, gerekirse gerçekleri profesyonelce çarpıtarak, çeşitli iletişim kanallarıyla ikna etme süreci olarak tanımlanabilir (Ayhan, 2007: 51-52).”

¹Demokrasi teorisi ve demokraside vatandaşların rolü üzerine derinlemesine bir çalışma olan, iki kez Pulitzer Ödülü sahibi bir yazarın bu klasiği, medyanın halkın algısını şekillendirmedeki işlevine dair ileri görüşlü bir bakış açısı sunuyor. Bir bilimsel disiplin olarak siyaset biliminin doğasını değiştirmiş ve siyaset teorisini etkilemeye devam eden kavramları tanıtmıştır.

İktidar olgusunun vücut bulduğu ve iktidar ilişkilerinin yaşandığı her yerde rızanın üretimi, meşruiyetin sağlanması ve iktidar alanının güçlendirilmesi konuları önemlidir. Kamuoyu oluşturma, kitle iletişim gibi durumlar ise iktidar kavramını siyasal açıdan ele almamızı gerektirir. İktidar kavramına siyasal açıdan bakıldığında güç, otorite, kontrol, manipülasyon, ikna, rıza gibi kavramlarla birlikte düşünüldüğünü görmekteyiz. (Friedman, 1990). Yönetim düzeyi ne olursa olsun siyaset, iktidar ilişkilerini düzenleyen kurallar ve işlevleri betimlemektedir. Yani siyaseti, ‘iktidar ilişkileri’ olarak görmemiz mümkündür. İktidarın meşruiyetini sağlama konusunda toplumsal kabule ihtiyaç duyması, yönetimin olduğu her yerde bir nevi siyasetin de var olması, iktidar ilişkilerinin yönetilmesini gerekli kılmıştır. Kitle iletişim araçları bu noktada en büyük rol sahibi olmaktadır. Rızanın imalatı kavramının sadece kamuoyu oluşturmak ve manipüle etmek amacının ötesinde, Edward Bernays konuyu, “bir ilişkinin inşa edilmesi sanatı” olarak ele alıp, kavramı “rızanın mühendisliği” şeklinde tanımlamıştır. 1928 yılında yayımlanan *Propaganda*² adlı kitabında kamuoyu oluşturmak için bilimsel manipülasyon tekniklerinin önemine değinir. Amcası Sigmund Freud’un psikoloji çözümlemelerini, ikna yoluyla toplumda bir taban oluşturmak için kullanmıştır. Kitle psikolojisini kullanarak, toplumsal şartlanmalarla (genel görüş/istek) insanları razı etmenin önemini belirtmiş, kendi yaptığı halkla ilişkiler uygulamalarıyla insanların ikna edilerek irrasyonel davranışlara yönlendirilebileceğini göstermiştir. İhtiyaç kültüründen arzu kültürüne geçişi sağlayarak, insan psikolojisinde tetiklediği değerli hissetme, özgürlüğe kavuşma gibi yanılsamalarla malların ya da seçimlerin sembolik değerinin ne kadar önem teşkil ettiğini ortaya koymuştur.

Örneğin kadınların sigara kullanımına yönelik yapmış olduğu reklam kampanyalarıyla, erkek egemenliğinde olan sigara kullanımını, kadınların da sigara içerek erkekler kadar

² Edward L. Bernays tarafından 1928’de yazılan *Propaganda*, sosyal bilimler ve psikolojik manipülasyon literatürünü kamusal iletişim tekniklerinin incelenmesine dahil etmiştir. Bernays bu kitabı, Kamuoyunun Kristalleştirilmesi (1923) ve Halkla İlişkiler Danışmanı (1927) gibi daha önceki bazı çalışmalarının başarısına yanıt olarak yazmıştır. *Propaganda*, kitleleri manipüle etmenin ardındaki psikolojiyi ve siyaseti etkilemek, sosyal değişimi etkilemek, cinsiyet ve ırk eşitliği için lobi yapmak ile sembolik eylem ve propaganda kullanma becerisini araştırmıştır. Walter Lippman, Bernays’in tanınmayan Amerikalı akıl hocasıdır ve *The Phantom Public* adlı çalışması, bir yıl sonra *Propaganda*’da ifade edilen fikirleri büyük ölçüde etkilemiştir. Bu çalışma Bernays’i, medya tarihçilerinin onu “halkla ilişkilerin babası” olarak görmesini sağlamıştır.

özgür olduğu şeklinde göstermiş ve özgürlük kavramındaki iktidar ilişkisine kadınları da belli bir tüketim ürünü üzerinden ortak etmiştir.

Tezin ikinci bölümünde rızanın imalatı kavramının ortaya çıkışı, ilk kullanıldığı tarihsel süreci de kapsayacak şekilde ilgili yazarların kavramı nasıl ele aldıkları ve gerçekleştirmiş oldukları ikna pratikleri açıklanacaktır. Kavramın geniş bir tabanda ele alınması ve açıklanmasında sosyolojik, bilişsel ve psikolojik yaklaşımlarla hareket eden Lippman ve Bernays'ın görüşleri önemlidir. Yazarlar psikoloji ve sosyal psikoloji alanlarında etkili çalışmaları bulunan Sigmund Freud ve Gustave LeBon'un görüşlerinden etkilenmişlerdir. Bunlar da çalışmanın ikinci bölümünde ele alınacaktır.

Rıza imalatına hegemonya kavramı üzerinden yaklaşan Antonio Gramsci'nin bakış açısı, *Hapishane Defterleri*³ adlı yapıtı üzerinden incelenecektir. Rızanın üretiminde kitle iletişim araçlarının oynadığı büyük rolü daha ön plana çıkararak, medya aracılığıyla toplumun zihninin yönlendirilmesi ve iktidar veya egemen gruplar adına medyanın propaganda yaptığını öne süren Amerikalı dilbilimci ve filozof Noam Chomsky ile Edward S. Herman, 1988 yılında yayımladıkları *Manufacturing Consent The Political Economy of the Mass Media*⁴ adlı kitaplarında rızanın imalatı kavramını medya ideolojisi üzerinden ele almaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde detaylıca ele alınacağı üzere, medyanın kitle üzerindeki etkisinin önemi, dünya savaşları sonrasında malların, fikirlerin, kültürlerin ve dünya görüşlerinin alışverişinden doğan uluslararası bütünleşme süreciyle, yani küreselleşme ya da diğer adıyla globalleşmeyle desteklenebilir. Dünyanın küreselleşmesi ilk olarak

³ Hapishane Defterleri, Gramsci'nin en önemli eserlerinden biridir. Gramsci, 1926 yılında İtalya'da faşist rejim tarafından tutuklanmış ve 11 yıl hapis yatmıştır. Hapishane Defterleri, Gramsci'nin hapishanede yazdığı notlardan oluşur ve toplumsal değişim ile devrim konularını ele alır. Kitap, Gramsci'nin hegemonya kavramını geliştirdiği ve politik toplum ile sivil toplum ayrımını yaptığı önemli bir kaynaktır. Hapishane Defterleri, sosyal bilimler alanında önemli bir referans kaynağı olarak kabul edilir.

⁴ Edward S. Herman ve Noam Chomsky'nin 1988 tarihli kitabıdır. Propagandayı kullanarak, ABD'nin kitle iletişim medyasının "piyasa güçlerine, içselleştirilmiş varsayımlara ve otosansüre güvenerek ve açık baskı olmaksızın sistemi destekleyen bir propaganda iletişim modeli ve işlevi yürüten etkili ve güçlü ideolojik kurumlar" olduğunu savunmaktadır. Başlık, yönetilenlerin rızasına gönderme yapar ve Walter Lippmann'ın Kamuoyu'nda kullandığı "rıza üretimi" ifadesinden gelir. Kitap, Orwell Ödülü'ne layık görülmüştür.

sanayileşme ve teknolojik gelişmelerle ilişkilendirilir. Örnek olaylar olarak Johannes Gutenberg'in 1456'da matbaayı keşfi, 1896'da ilk modern olimpiik oyunların gerçekleştirilmesi ve 1965 yılında günümüz internetinin yapıtaşı olan ilk geniş alanlı bilgisayar şebekesinin Amerika Birleşik Devletleri'nde kurulması, gösterilebilir. Küreselleşme kavramının önemli özelliklerinden biri, çok sayıda ve çeşitte etkilere sahip olduğu izlenimi yaratmasıdır. Yani küreselleşme, yalın toplumsal gerçekleri oldukça aşan spekülasyonlar, varsayımlar, güçlü toplumsal imgeler ve metaforlar üretme kapasitesiyle olağanüstü doğurgan bir kavramdır. Küreselleşme gibi çok cepheli bir kavram ile halklar üzerinde rıza üretimi için en önemli kollardan olan kitle iletişim araçları ve yakın tarihimiz itibariyle sosyal medya, yani çatı ismiyle medya, daha da etkili bir role bürünmüştür.

İnternetin kökeni, 1960'lı yıllarda ABD hükûmeti tarafından hataya dayanıklı, sağlam ve özel bir bilgisayar ağı oluşturma çabasıyla yürütülen araştırmaların yanısıra, yakın dönemlerde İngiltere ve Fransa'da gerçekleştirilen araştırmalara kadar uzanmaktadır. Ulusal Bilim Vakfı (NFS), 1980'lerde yeni bir ABD omurga ağını finanse etmek için özel fonlar toplamıştır. Bu da küresel katılıma ve birçok özel ağı birleşmesine yol açmıştır. 1990'larda bu ağlardan uluslararası bir ağı yaygınlaşmasıyla birlikte internet, çağdaş insan hayatının vazgeçilmez iletişim ve eğlence kanallarından biri olmuştur. İnternetin yaygınlaşması ve küresel anlamda evlerde kullanımının artmasıyla rızanın üretiminde de çeşitli değişiklikler meydana gelmiştir. Sırp Amerikan oyun yazarı Steve Tesich tarafından 1992 yılında yayımlanan *Government of Lies* makalesinde “post truth” (hakikat sonrası/gerçek ötesi) kavramı ortaya çıkmıştır. Tesich bu makalesinde, Amerikan halkının önemli bir kısmının Nixon ve Reagan hükümetleri tarafından yapılan siyasi propagandaları sorgulamadan gerçekmiş gibi kabul ettiğini dile getirir. Tesich, artık insanların hakikati aramak yerine önüne gelen ham bilgi yığınlarını sorgulamadan kabul ettiğini yazarak eleştirmiştir.

Post truth kavramı,

“nesnel olan bir gerçeklik karşısında halk kitlelerinin kişisel duygular ve çeşitli çıkarların ağırlık kazanması ile nesnel gerçekliğin silikleştirilmesi ve kamuoyunu etkilemesi olarak tanımlanır (Özkaya, 2020).”

Rıza üretimi, kavramsal olarak tanımlandığından beri uzun sürelerdir küresel çapta örnekleriyle süregelen bir olgudur. Küreselleşme ve internetin yaygınlaşmasıyla kitleler üzerindeki rıza üretimi de yaygınlaşmış ve geniş çevrelere yayılmıştır.

Sanat dünyasında da küreselleşmenin etkileriyle, 1980 ve 1990'lı yıllarda küresel ölçekte ve geniş çaplı yapılan sanat etkinliklerinin sayıları hızla artmıştır. Bu sergilerle birlikte küratörlük kurumunun daha da görünür olması ve sanat yönetimi uygulamalarının artması, sanat dünyasındaki ilişkiler ağını ve iktidar ilişkilerini de ön plana atmıştır. Sanatın kurumsallaşması ve bu uzun süreçte sanat dünyasında değişen iktidar ilişkileri, bu alanda da rıza imalatının varlığının araştırılması konusunda büyük bir merak ve motivasyon kaynağı olmuştur. Çünkü küreselleşme ile birlikte ve geniş çapta yapılan sanat etkinlikleri bienal ve sanat fuarlarıyla, daha fazla sanatçı ve sanat eseri, daha fazla küresel koleksiyon ağına dahil olmaya başlamıştır. Sanat yönetimi kavramıyla birlikte sanatçının kariyer gelişimi de profesyonel olarak ele alınmaya başlanmıştır.

Küratörlük kavramının 20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başından yani 2000'li yıllardan itibaren popülaritesinin artması, küratörlerin sergilerdeki belirledikleri temalar ekseninde sanatçı ve eser seçimleri, sanatçıların kariyer gelişimlerinde olan önemini daha da arttırmaya başlamıştır. 21. yüzyılın başında İngiliz sanat eleştirmeni David Sylvester, sanat dünyasındaki en önemli kişilerin sanatçılar değil, küratörler, “sanat dünyasının gerçek aracıları” olduğunu öne sürmüştür (Millard, 2001: 118). Kurumsal bürokrasi, piyasa güçleri, sanatsal temsil ve kamusal beğeni arasındaki arabuluculuğun artan önemi nedeniyle küratörler çağdaş sanat dünyasında öne çıkmıştır. Özellikle, çağdaş sanatta küratöryal pratiğin can alıcı noktası, sergi aracılığıyla sanatsal anlamın inşasıdır. Bu da bizi, tez çalışması ekseninde değinmek istediğimiz “küratörlük özelinde sanat dünyasında rızanın imalatı” olgusuna getirmektedir. İsviçreli küratör, sanat eleştirmeni ve sanat tarihçisi olan Hans Ulrich Obrist'in *A Brief History of Curating*⁵ adlı kitabından yola çıkılarak küratörlük kavramı ve etkileri de detaylıca incelenecektir.

⁵ A Brief History of Curating adlı kitap, küratörlük alanındaki efsanevi küratörlerin mirasını ve öncü fikirlerini belgelemeyi amaçlamaktadır. Kitap, 11 röportaj içermektedir ve bu röportajlar, Anne d'Harnoncourt, Werner Hofmann, Jean Leering, Franz Meyer, Seth Siegelaub, Walter Zanini, Johannes Cladders, Lucy Lippard, Walter Hopps, Pontus Hultén ve Harald Szeemann gibi küratörleri bir araya getirmektedir. Bu röportajlar, 1960'ların ve 1970'lerin bağımsız küratörlüğünden başlayarak Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde bu dönemde geliştirilen deneysel kurumsal programları, Documenta'yı

Sanat kurumlarıyla sanatçılar arasında adeta bir köprü görevi de gören küratörlük kavramı ve sanat dünyasındaki ilişkiler ağı Pascal Gielen'in *The Art Institution in a Globalizing World* adlı makalesi ve *Sanatsal Çokluğun Mırıltısı Küresel Sanat, Siyaset ve Post-Fordizm* adlı kitabı ile Bruno Latour'un *Toplumsal Yeniden Toplama: Aktör-Ağ Teorisine Bir Giriş* kitabından yola çıkılarak incelenecektir. Sanat dünyasındaki ilişkiler ağının güncel yansıması sanatçı Burak Arıkan'ın *Graph Commons* adlı etkileşimli dijital çalışmalarıyla desteklenecektir. Yine 2000'li yıllarda sayıları ve görünürlükleri artan uluslararası büyük ölçekli sanat etkinlikleri bienaller ve sanat fuarları sanatçının kariyer gelişiminde önemli rol oynamaktadır. Küratörün yaptığı sanatçı ve eser seçimleri, sanat tarihi yazımını da şekillendirmekte ve durumun göz ardı edilemeyecek kadar cephelendiğini göstermektedir.

Sanat dünyasındaki iktidar ilişkilerinin tarihsel skalasına baktığımızda din, saray, akademi, müzeler, burjuva, müzayede evleri ve galeriler sanatın akışını ve içeriğini yönlendirme konusunda sanatçılar üzerinde ve sanat piyasasında etkili olmuşlardır. Hatta öyle ki 1879 Fransız İhtilali'nden sonra ortaya çıkan burjuva sınıfının, sanat dünyasında burjuva estetiği olarak da bilinen bir etkisi olmuştur. Bu durumun kendisi de sanat içeriği ve estetiği üzerinde bilinçli ya da bilinçsiz oluşturulmuş bir rıza inşasıdır. 2000'li yıllar ve küratörlüğün popülerleşmesiyle sanat dünyasında bir küratör estetiğinden söz etmek bile mümkün olabilir. Çünkü rıza üretimi için kamuoyu oluşturma gerekliliklerine baktığımız zaman; internetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla artan sanat izleyicisi (kitle), uzman ve elit bir görüş (küratör), kitle iletişim araçları (basılı ve çevrim içi yayınlar ile sosyal medya), ilk ağızdan iletişim ve etkileşim için sanat dünyasındaki ilişkiler ağı ve bunun merkezinde yer alan küratörlük kurumu, gibi birçok etkeni sanat dünyasının barındırdığı görülebilmektedir. Yani sanat dünyasında rıza üretimi oluşturmak için gerekli her şey vardır.

Küratöryel pratiğin artan önemi ve gücü özelinde, çalışmanın ikinci bölümünde rızanın imalatı kavramı, yazarlar Walter Lippmann, Edward Bernays, Noam Chomsky ve Edward S. Herman'ın görüşleriyle incelenecektir. Üçüncü bölümde küreselleşme ve

ve bienal gelişimini haritalamaktadır. Bu yayın, unutulmayı protesto etmek amacıyla tasarlanmıştır ve öğrenciler ve profesyoneller için bir kaynak kitap olarak kabul edilmiştir.

internetin yaygınlaşması, sanatın kurumsallaşması, sanat yönetimi, küratörlük ve sanat dünyasındaki ilişkiler ağıyla kavramın sanat dünyasındaki yansımaları araştırılacaktır. Kavramın sanat dünyasına olan yansımaları, bu alandaki ilişkiler ağı ile sanatçıların kariyer gelişimleriyle olan bağı göstermesi açısından önemli görülmektedir. Bu gibi durumlar da konuya ilişkin güncel durumu öğrenme motivasyonumuzu artırmıştır.

Dördüncü bölüm, yani sonuç bölümünde ise bu tez çalışmasının zamansal sınırlılığını da oluşturan 2000’li yıllar, sanat dünyasında küratör özelinde rıza imalatına yönelik etkin bir görüş sunularak, sonuç metninin oluşturulması amaçlanmaktadır.

Bu tezin literatüre katkısı, Türkiye’de sanat alanında bu konuda yapılmış akademik bir çalışmanın olmayışının eksikliğini gidermektir. Tezin, sanat dünyasındaki rıza imalatı varlığına yönelik ilk defa yapılan bir çalışma olma özelliği gösterecek olması; sanat alanında önemli gördüğümüz bir eksikliğı gidermek adına olumlu bir adım olarak görülmekte, çağdaş sanat dünyamızın ve sanatçılarımızın durumunun ortaya çıkarılabilmesi açısından da sonraki çalışmalar için güzel bir başlangıç olabileceğı düşünülmektedir. Bu tezin hedeflenen amaçlarına ulaşabilmesi derinlemesine teorik ve literatür taramasının yapılması kararlaştırılmıştır. Böylelikle güncel duruma yönelik daha doğru tespitler bulunulabilecektir. Ek bölümünde ise araştırma bazlı, dil ve metin üzerine çalışan sanatçılara ve çalışmalarına yer verilmiştir.

2. RIZANIN İMALATI KAVRAMI, TARİHİ GELİŞİMİ, KULLANIMI VE İLİŞKİLİ OLDUĞU DİSİPLİNLER

2.1. RIZANIN İMALATI KAVRAMI VE FARKLI YAKLAŞIMLAR

- **Walter Lippmann**

“Rızanın İmalatı” terimi ilk olarak Amerikan yazar, gazeteci ve siyaset bilgini olan Walter Lippmann tarafından 1922 yılında yayımlanan *Public Opinion* adlı kitabında kullanılmıştır. Lippmann, bu eserinde kamuoyunun yönetilmesi gerektiğini ve bunun demokrasinin gelişimi için gerekli olduğunu belirtmiştir. Lippman’a göre, halkın çoğu zaman, hükümet politikalarını kısmi bir aktarımla sunan kitle iletişim araçlarının etkisi altında olduğunu ve alternatif görüşlere erişiminin engellendiği bir ortamda hükümet politikalarını kabul ettiğini savunmuştur. Bu doğrultuda Lippman, kamuoyunun irrasyonel bir güç olduğunu düşünmüş ve demokrasinin gelişmesi için kamuoyunun yönetilmesinin gerekliliğine inanmıştır. Lippman, kamuoyunun yönetilmesi kavramını “consent (onay/rıza)” kelimesiyle ilişkilendirmiş ve “Rızanın İmalatı” kavramını da kitabında şu şekilde tanımlamıştır:

“Rızanın imalatı, demokrasi sanatındaki yeni devrimdir. Bu devrim, toplumun çoğunluğunun, kendilerini ilgilendiren olaylara ilişkin gerçekleri bilmeleri ve anlamaları gerektiği varsayımını reddeder. Bunun yerine, bu olayları yorumlayan ve değerlendiren bir uzman sınıfının varlığını kabul eder. Bu uzmanlar, kamuoyunu yönlendirmek ve etkilemek için çeşitli araçlar kullanır. Bu araçlar arasında medya, eğitim, propaganda, sansür ve halkla ilişkiler sayılabilir. Rızanın imalatı, toplumun çoğunluğunun gerçekleri değil, onlara sunulan gerçeklik algısını kabul etmelerini sağlar. (Lippmann, 1922: 248)”

Lippmann bu kitabında, kamuoyunun oluşmasını ve rızanın üretimini açıklarken ‘dışımızdaki dünya’, ‘kafamızdaki görseller’, ‘sahte çevre’ ve ‘şaşkın sürü’ şeklinde bazı kavramlardan faydalanmıştır. Lippmann, halkı şaşkın sürü olarak tanımlar ve kitle iletişim araçlarının, halkın kafasındaki görsellerin inşasında ve kamuoyu

oluşturulmasında baskın bir rolü olduğunu savunur. Kamuoyu oluşturmak için demokrasi sanatındaki yeni devrim olarak gördüğü “rızanın imalatı” kavramıyla, demokrasiyle yönetilen toplumlarda halkın bilgilendirilmesini, eğitilmesini ve rızasının edinilmesini demokrasinin önemli bir unsuru saymaktadır. Başlarda insanların rasyonalitesine güvenen Lippmann, sonraları halkın yeteri kadar bilgili olmadığı, yetersiz ve rasyonaliteden yoksun olduğu kanısına varmıştır. Bu nedenle yönetimin elit ve uzman kişilerde olması gerektiğini dile getirmiş ve kamuoyunun inşa edilmesinin daha doğru olacağını belirtmiştir. Bu doğrultuda kavram için net bir tanım verirse,

“rızanın üretilmesi, demokrasi içerisindeki geniş toplum kesimlerinin onayını almak için, zor ve şiddete başvurmada, gerekirse gerçekleri profesyonelce çarpıtarak, çeşitli iletişim kanallarıyla ikna etme süreci olarak tanımlanabilir (Ayhan, 2007: 51-52).”

- **Edward Bernays**

Rızanın İmalatı kavramına yalnızca kamuoyu oluşturmak ve manipüle etmek amaçlarına ek olarak, psikoloji ve sosyoloji bilgilerini kamuoyunu ve davranışları etkilemek için kullanan, halkla ilişkiler ve propaganda alanında öncü bir isim olan Edward Bernays, konuyu, “bir ilişkinin inşa edilmesi sanatı” olarak ele alıp, kavramı “rızanın mühendisliği” şeklinde tanımlamıştır. 1928 yılında yayımlanan *Propaganda* adlı kitabında kamuoyu oluşturmak için bilimsel manipülasyon tekniklerinin önemine değinir. Amcası Sigmund Freud’un psikoloji çözümlemelerini, ikna yoluyla toplumda bir taban oluşturmak için kullanmıştır. Kitle psikolojisini kullanarak, toplumsal şartlanmalarla (genel görüş/istek) insanları razı etmenin önemini belirtmiş, kendi yaptığı halkla ilişkiler uygulamalarıyla insanların ikna edilerek irrasyonel davranışlara yönlendirilebileceğini göstermiştir. Psikoloji ve sosyoloji bilgisini, insanların rasyonel ve mantıksal ihtiyaçlarından ziyade bilinçaltı ve duygusal ihtiyaçlarına hitap eden kampanyalar yaratmak için kullanmıştır. İhtiyaç kültüründen arzu kültürüne geçişi sağlayarak, insan psikolojisinde tetiklediği değerli hissetme, özgürlüğe kavuşma gibi yanılsamalarla malların ya da seçimlerin sembolik değerinin ne kadar önem teşkil ettiğini ortaya koymuştur. Ayrıca mesajlarını yaymak ve müşterileri için olumlu bir imaj yaratmak için gazete, dergi, radyo, film ve televizyon gibi çeşitli medya ve kitle iletişim araçlarını kullanmıştır.

Modern halkla ilişkilerin kurucularından ve kitle iletişim tarihinin en etkili isimlerinden biri olarak kabul edilen Bernays, birçok büyük şirket, devlet kurumu, politikacı ve kâr amacı gütmeyen kuruluş için çalışarak halkın algı ve tercihlerini şekillendirmeyi amaçlayan kampanyalar oluşturmuştur. Kadınların sigara içmesini teşvik etmek, pastırma ve yumurta satışlarını artırmak ve Guatemala hükümetinin devrilmesini desteklemek gibi bazı tartışmalı ve etkili projelerde yer almıştır.

Bernays, halkla ilişkiler ve propaganda üzerine *Crystallizing Public Opinion* (1923), *Propaganda* (1928), *Public Relations* (1945) ve *The Engineering of Consent* (1955) gibi çeşitli kitaplar yazmıştır. Bu kitaplarda, kitlelerin irrasyonel olduğunu ve onları kontrol etmek için kitle psikolojisi ve psikanalizi kullanabilen yetenekli kişiler tarafından manipüle edilmeye açık olduklarını savunmuştur. Bernays, *The Engineering of Consent* (*Rıza Mühendisliği*) adlı eserinde kamuoyunu ve davranışlarını etkilemek için bilimsel ilke ve tekniklerin nasıl kullanılacağını açıklamıştır. Kitabında ise rıza üretimi ya da rıza mühendisliği kavramını da şu şekilde tanımlanmıştır:

“Rıza mühendisliği, demokratik sürecin özü ve ikna etme ile önerme özgürlüğüdür. Rıza mühendisliği genellikle eğitim sürecini tamamlar. Siyasi, sosyal ve ekonomik alanları etkiler. Kamuoyunu ve davranışlarını etkilemeye yönelik bir tekniktir (Bernays, 1955: 9).”

Bernays da Lippmann gibi kitlelerin irrasyonel olduğunu ve onların duygularını ve arzularını manipüle edebilecek uzmanlardan oluşan bir elit grup tarafından yönlendirilmeleri gerektiğini savunmuştur. Ayrıca bunun demokrasinin işleyişi için gerekli olduğunu, zira halkın kendi başına bilinçli kararlar verme yetisine sahip olmadığını da iddia etmiştir.

- **Edward S. Herman & Noam Chomsky**

Konuya farklı bir yaklaşım da Edward S. Herman ve Noam Chomsky tarafından, 1988 yılında yayımlanan *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* isimli kitaplarında getirilmiştir. Yazarlar, ‘Rıza İmalatının’ kitle iletişim araçlarının, kamuoyu algısının oluşturulmasında ve yönlendirilmesinde sistematik ve yapısal bir

işlevinin ana hatlarını belirtmekte ve bu işlevi “propaganda modeli” olarak isimlendirmektedirler. Bağımsız ve eleştirci olması beklenen medya kuruluşlarının gerçekte statükonun lehine nasıl ve neden hizmet ettiğini açıklamaktadır. Herman ve Chomsky, medya kuruluşlarının giderek merkezileştiğini ve daha fazla yayın organının daha az sayıda elde toplandığını savunmaktadır. Bu çeşitlilik eksikliği, muhalefeti bastıran ve ne eleştirel ne de muhalif bir haber akışıyla sonuçlanan yukarıdan aşağıya bir kontrol sistemi yaratmaktadır. Yazarlar bu oto-sansürün bir dizi filtre aracılığıyla işlediğini iddia etmekte ve bunları yoğunlaşmış mülkiyet, reklam, kaynak bulma, flak ve antikomünist bir ideoloji olarak sıralamaktadır.

Sahiplik: Medyanın, büyük sermaye gruplarına ait olması, medyanın, sahiplerinin çıkarlarına uygun haberler yapmasını ve sahiplerinin çıkarlarına aykırı haberlerden kaçınmasını etkilemektedir.

Reklam: Medyanın, reklamlardan gelir elde etmesi, medyanın, reklam verenlerin çıkarlarına uygun haberler yapmasını ve reklam verenlerin çıkarlarına aykırı haberlerden kaçınmasını etkilemektedir.

Kaynaklar: Medyanın, haber kaynakları olarak, devlet, kurum, uzman gibi resmi ve güçlü aktörleri tercih etmesi, medyanın, bu aktörlerin çıkarlarına uygun haberler yapmasını ve bu aktörlerin çıkarlarına aykırı haberlerden kaçınmasını etkilemektedir.

Eleştiri: Medyanın, haberleri yaparken, muhalif, alternatif, radikal gibi farklı görüşleri eleştirmesi, medyanın, bu görüşlerin çıkarlarına aykırı haberler yapmasını ve bu görüşlerin çıkarlarına uygun haberlerden kaçınmasını etkilemektedir.

İdeoloji: Medyanın, haberleri yaparken, anti-komünizm, milliyetçilik, liberalizm gibi baskın ideolojileri benimsemesi, medyanın, bu ideolojilerin çıkarlarına uygun haberler yapmasını ve bu ideolojilerin çıkarlarına aykırı haberlerden kaçınmasını etkilemektedir.

Chomsky ve Herman, bu filtrelerin, medyanın, gerçek olaylardan, olgulardan, kanıtlardan uzaklaşan, çarpıtan, sansürleyen, seçici, yönlendirici, ikna edici bir propaganda yapmasına neden olduğunu savunmaktadır. Bu filtrelerden biri ya da birkaçı iş başında olduğunda, sonuç olarak ortaya kamu yararına hizmet etmeyen, ama güvenli ve sterilize edilmiş bir ürün çıkmaktadır. Chomsky bu durumu şöyle açıklar:

“Medyanın işleyiş biçimi, halkla ilişkiler endüstrisinin işleyiş biçimi, kamuyu ve demokratik toplumu marjinalleştirmenin ve kontrol etmenin yollarını bulmanın gerekliliği hakkında uzun bir süredir devam eden kapsamlı düşünce ama özellikle de kitle medyasının, yani ulusal basını ve televizyonu kastediyorum, gündem belirleyen medyanın işleyiş biçimi hakkında biriken kanıtlara bakmak lazım. Bu medyanın hangi tür görüşlerin ortaya çıkacağını, hangi tür bilgilerin hangi kaynaklardan geleceğini, onları nasıl şekillendirdiği ve kontrol ettiğine bakacak olursak, demokratik sistemle ilgili çok şaşırtıcı şeylerle karşılaşacağımızı düşünüyorum.”⁶ (Chomsky, 1992)”

Bir zamanlar halkın huysuz sesi olan ve üretim maliyetleri arttıkça kapitalizmin taleplerine yavaş yavaş boyun eğen kitle iletişim araçlarının rıza oluşturmadaki hedefleri doğrultusunda da Chomsky şunları dile getirmektedir.

“Rızanın imalatında etki altına alınmak istenen iki grup var. Birincisi eğitim almış, kendini yetiştirmiş kitleler. Bunların karar verme mekanizmasında olması beklenir, yönetici olarak, yazar olarak, öğretmen ya da kültür yöneticileri olarak. Oy kullanmaları beklenir. Etki altına alınmak istenen ikinci grup ise halkın geriye kalan %80’lik kısmını oluşturur ve bu grup kuralları takip eden, hiçbir şeye dikkatini vermeyen ve fazla düşünmeyen kimselerdir. Bunlar sadece maddiyata, fiyata önem verirler. Ana medya kanalları ise genel olarak, halka neyin sunulup sunulmayacağını genel çerçevesini hazırlarlar ve yerel medya da az veya çok onların hazırladığı yapıya uygun hareket eder.... Bu belli bir demokrasi anlayışıdır ve elitler için bir oyundur; marjinalleştirilmesi, yönlendirilmesi ve elbette kendi iyilikleri için; kontrol edilmesi gereken cahil kitleler için değil. (Chomsky, 1992)”

Chomsky’e göre, ahlakçı ve ilahiyatçı Reinhold Niebuhr, çağdaş politika yapımcılar üzerinde çok etkili olmuştur. Ona göre rasyonellik soğukkanlı gözlemciye aittir; ancak ortalama insanın irrasyonelliği nedeniyle akli değil inancı takip eder. Bu naif inanç, sıradan insanı rotasında tutmak için mit yaratıcısı tarafından sağlanan gerekli illüzyona ve duygusal olarak güçlü, aşırı basitleştirmelere ihtiyaç duymaktadır. Chomsky ve Herman da geliştirdikleri bu propaganda modelinin, insanların, kendi iradeleriyle karar verdiklerini ve eylemlerinin sorumluluğunu taşıdıklarını düşündüklerini, ancak aslında kendi iradelerinin, medyanın yönlendirdiği gizli hükümet tarafından belirlendiğini ve

⁶“Rızanın İmalatı: Noam Chomsky ve Medya (1992). Directed by Mark Achbar, Peter Wintonick” adlı bu belgeselde dilbilimci ve liberal siyasi aktivist Noam Chomsky, kitle iletişim araçlarının demokrasinin çıkarlarına karşı nasıl çalıştığına dair düşüncelerini sunar. Çoğu insanın haber aldığı kanalları kontrol eden şirketler ve yatırımcıların, okurlar ve izleyiciler için en iyi olandan ziyade, kişisel gündemler ve gücü elde tutmakla ilgili nedenlerden dolayı neleri ele alacaklarını seçici bir şekilde seçtiklerini ileri sürmektedir. Örnekleri tartıştıktan sonra Chomsky, nasıl bilgili bir vatandaş olunabileceğine dair önerilerde bulunur. <https://archive.org/details/ManufacturingConsentChomsky> 23 Eylül 2023 tarihinde erişildi.

eylemlerinin sonuçlarının da bu gizli hükümetin çıkarlarına hizmet ettiğini savunmaktadır.

- **Antonio Gramsci**

Rızanın üretimine farklı bir bakış açısı da İtalyan marksist teorisyen ve siyaset adamı olan Antonio Gramsci tarafından, 1926-1937 yılları arasında İtalya'daki faşist rejim döneminde hapsedildiğinde kaleme aldığı notlardan oluşan *Hapishane Defterleri* isimli kitabında getirilmiştir. İlk kez 1948 yılında yayımlanan bu eserinde Gramsci, 'Rızanın İmalatı' ile 'Hegemonya' konusunda ilişki kurmuştur.

Gramsci'ye göre hegemonya, bağımlı sınıfların duygu ve zihin dünyasındaki denetimi sağlamak amacıyla, çeşitli araçlarla yürütülen aktif mücadeleyi ifade eden bir kavramdır. Yani hegemonya, egemen sınıflar ile bağımlı sınıflar arasında hiç bitmeyen bir mücadeledir. Hegemonyanın temsilcileri bilinçli ve düşünce üreten kimselerdir. Böylelikle hegemonya, toplumsal öznelerden ve onların etkinliğinden bağımsız bir kavram olmayıp, gerçek kişiler tarafından oluşturulur, muhafaza edilir ve yeniden üretilir. Bu doğrultuda Gramsci, hegemonyanın yalnızca zor kullanarak değil, rıza üretilerek de kurulduğunu belirtmiştir. Rıza, bireylerin kendi istekleriyle onay verdikleri, kabul ettikleri bir tahakküm şeklidir ve hegemonyanın meşru kılınmasında önemli bir role sahip olduğunu savunur. Sivil toplumun kurumları aracılığıyla rıza üretildiğini ve bu rızanın, egemen sınıfın çıkarlarına hizmet ettiğini dile getirmiştir. Böylece, hegemonyanın sürdürülebilmesi için egemen sınıfın sivil toplum kurumları üzerinde kontrol sahibi olması gerekmektedir. Bu kurumlar aracılığıyla, egemen sınıfın değerleri, normları ve dünya görüşü topluma yayılır ve toplumun büyük çoğunluğu bu değerleri benimser. Bu sayede, egemen sınıfın çıkarları toplumun genel çıkarları olarak algılanır ve hegemonya meşrulaştırılmış olur.

Gramsci, Marksist teoriden⁷ etkilenmiş, bu doğrultuda altyapı ve üstyapı kavramlarını toplumsal yapıyı tanımlamak ve açıklamak için kullanmıştır. Altyapıyı, toplumsal üretim

⁷ Marksist teori, Karl Marx'ın ekonomik, sosyal ve siyasal yapıyı açıklamak için geliştirdiği bir teoridir. Bu teori, toplumsal yapıyı belirleyen temel faktörün ekonomik yapı olduğunu savunur ve bu yapıyı

sürecinde kullanılan araçlar, üretim ilişkileri ve ardından ortaya çıkan ekonomik etkileşim olarak ifade eder. Toplamların siyasi, kültürel ve hukuki tarafları ise üstyapı şeklinde temsil edilir. Yani altyapı toplamlardaki kültürel, hukuki ve siyasi ilişkileri belirlerken, üstyapı da toplumun ekonomik ve sosyal ilişkilerini belirleyen diğeryapıdır. Bu bağlamlar arasında etkileşime yönelik bir bağlantı vardır: Gramsci'ye göre, altyapı üstyapıyı şekillendirmekte ve üstyapı da altyapıyı etkilemektedir. Gramsci, altyapı ve üstyapı arasındaki bu etkileşimden, hegemonyanın doğduğunu ifade eder. Altyapı ve üstyapı da toplumsal yapıyı meydana getirmektedir. Bu bağlamda Gramsci, toplumsal yapıyı, altyapı-üstyapı-hegemonya sarmalı şeklinde tanımlamaya çalışmıştır. Hegemonya, toplumdaki egemen sınıfın, sivil toplum kuruluşları aracılığıyla halkın çoğunluğunun dünya görüşlerini kendi çıkarlarına hizmet etmek için değerlerine ve alışkanlıklarına müdahale etmesi olarak açıklanmaktadır. Hegemonya, altyapıda gerçekleşen ekonomik ve sosyal ilişkilerin, üstyapıda yer alan kültürel, siyasal ve hukuki kurumlar aracılığıyla meşrulaştırılması olarak tanımlanır.

Gramsci, meşrulaştırma kavramını rıza-baskı diyalektiğiyle ilişkilendirmiştir. Kısaca Gramsci, bir sınıf veya sosyal grubun, kitlenin "rızasını" aldığı sürece toplumda hakimiyet kurabileceğini ve egemen konuma gelebileceğini belirtmektedir. Bunun sağlanması için egemen sınıfın, genellikle belirli fırsat ve şartlardan yoksun bırakılmış olan çoğunluğa yönelik, belirli hak ve sorumluluklar vermesi gerektiği belirtilmektedir. Çoğunluğun içinden kişilerin kurumsal yapının belirlediği hukusal çerçevedeki farklı faaliyetlerine aktif katılım yüzdesi arttıkça, kitlenin rızası ve meşruiyeti de artar. Böylelikle egemen sınıfın, etki çapı artan otoritesine, toplumun çoğunluğu tarafından meşruiyet gösterilerek pekiştirilmiş olur.

2.2. RIZANIN İMALATI VE İKTİDAR İLİŞKİSİ

Kitle üzerinde kontrol uygulama pratikleri, günümüz toplumlarında ve siyasi sistemlerinde farklılık ve çeşitlilik göstermektedir. Baskı ve zorlamaya dayanan

belirleyen temel unsurların üretim araçları ve üretim ilişkileri olduğunu ileri sürer. Marksist teori, toplumsal değişimin temelinde sınıf mücadelesinin yer aldığını ve bu mücadelenin sonucunda toplumsal yapıda değişimlerin meydana geldiğini savunur.

uygulamalarıyla totaliter rejimlerin aksine, çağdaş kapitalist demokratik hükümetler geleneksel yaklaşımlardan farklı tutumlar sergileyerek, çeşitli şekillerde güç ve egemenlik kurma yöntemleri benimsemişlerdir. Böylelikle, iktidardaki geleneksel baskıcı yöntem ve tutumlar azalmış, yerini meşruiyet onayını baz alan bir otoriteye devretmiştir. Yönetim olgusunun ortaya çıktığı ve iktidar ilişkilerinin yaşandığı her yerde, rızanın ve toplumsal meşruiyetin nasıl kazanılacağı, hegemonyanın nasıl sağlanacağı, iktidar alanının nasıl genişletileceği şeklindeki faktörler temel bir sorundur. İktidarın devamlılığı için rıza ve oydaşma temelinde kabulünü, meşruiyetini sağlaması gerekmektedir. Bu sebeple, iktidarın hegemonyasının genişletilmesi için ideolojik araçlar kullanılır ve toplumsal rızanın her seferinde yeniden üretimi sağlanır. Egemen sınıfın ve görüşlerinin varlığı ile iktidarın sürekliliği, ancak bu şekilde mümkündür.

Güç ve meşruiyet arasındaki ilişki, özellikle demokratik yönetim bağlamında günümüzde daha da önem kazanmıştır. Bu nedenle, iktidarını zorlama ve baskı yoluyla kurmayan demokratik yönetimler, daha rasyonel ve kabul edilebilir meşruiyet dayanaklarına ihtiyaç duymaya başlamış ve meşruiyetlerini sağlayacak uygulamaları hayata geçirmeye odaklanmışlardır. Siyasi perspektiften bakıldığında meşruiyet konusu, dengeli bir yaklaşımı zorunlu kılmaktadır. Meşruiyet, iktidarın rızasını ve kabulünü ifade eder. Türk Dil Kurumu'nun (TDK) Güncel Türkçe Sözlüğü'nde meşruiyet kavramı, "Yasaya, dine veya kamu vicdanına uygun olan" ifadesiyle tanımlanır. "Uygun" olma durumu, tanımlamalarda sürekli karşılaşılan bir ölçüt sabitidir. Kamusal iktidar, eylem ve kararlarında meşru olmak için, toplum nezdinde ortak paylaşılan bir dizi değerlere "uygun" olmalıdır. Bu bağlamda meşruiyet, idari iktidarın dayanaklarını değerlendirmenin bir aracı olarak ortaya çıkmıştır, denilebilir. Dolayısıyla meşruiyet sorununu "siyasal iktidarın ve eylemlerinin toplum tarafından kabul edilebilir kılınması" açısından ele almak ve bunu siyasi bir sorun olarak görmek, mümkündür.

Güce dayalı iktidar biçimlerinin aksine, geniş sivil alanlara sahip çoğulcu demokratik sistemlerde yetkililer nadiren zorlayıcı güce dayanır ve yaptırım tehdidi iktidarın tesis edilmesinde yalnızca ikincil bir rol oynar (Duverger, 2011: 124). Totaliter rejimlerde iktidarın kurulması ve sürdürülmesi baskı, şiddet ve zor kullanma yoluyla gerçekleştirilirken, demokratik toplumlarda ise propaganda faaliyetleri ya da ideolojik araçların medya yoluyla kullanılması gibi farklı yollarla gerçekleştirilir. Bu araçlar,

devletin ideolojik aygıtları, medya, eğitim sistemi, kültür-sanat faaliyetleri, din, spor, moda, reklam, popüler kültür gibi birçok alanda kullanılmaktadır. Örneğin, medya aracılığıyla topluma belirli bir bakış açısı sunulur ve bu bakış açısında ısrar edilirse, toplumda kabul görmeye başlar. Eğitim sistemi ise toplumun geleceği olan gençlerin ideolojik olarak eğitilmesinde önemli bir rol oynar. Kültür-sanat faaliyetleri, din, spor, moda, reklam, popüler kültür gibi alanlar ise toplumun değerlerini, inançlarını, beklentilerini ve hayat tarzlarını egemen iktidarın istekleri doğrultusunda şekillendirir. Sanat da demokratik toplumlarda rıza imalatı için kullanılan ideolojik araçlardan biridir. Sanat, toplumun değerlerini, inançlarını, beklentilerini ve hayat tarzlarını şekillendirmede, sanatçı da bunları yansıtmada önemli bir rol oynar. Sanat eserleri, toplumda belirli bir bakış açısının benimsenmesine ve kabul görmesine yardımcı olur. Örneğin, bir film veya dizi, belirli bir toplumsal sorunu ele alarak, toplumda o sorunun nasıl ele alınması gerektiği konusunda bir fikir oluşturabilir. Dizinin ya da filmin oyuncularını bireyler tarafından rol model olarak alınabilir. Benzer şekilde, bir resim veya heykel, toplumun belirli bir değerini veya inancını yansıtarak, o değer ve inancın toplumda daha da güçlenmesine katkıda bulunabilir.

Sanat dünyasında da aktörler ve kurumlar arasında iktidar ilişkileri bulunmaktadır. Sanat dünyasında belirli bir grup veya kişinin diğerlerine göre daha fazla güce sahip olduğu ve bu gücü kullanarak belirli bir bakış açısının benimsenmesini sağladığı durumlar görülebilir. Örneğin, Contemporary Istanbul yönetim kurulu başkanı Ali Güreli'nin 14. edisyonu 12–15 Eylül 2019 tarihlerinde gerçekleşen Contemporary Istanbul Uluslararası Çağdaş Sanat Fuarı kapılarını kapattıktan bir süre sonra, fuarın kurumsal mail listesinden yabancı basın mensupları ve kültür profesyonellerine Türkiye'nin, Suriye'nin kuzeyine yapmış olduğu Barış Pınarı Harekatı'yla ilgili yabancı basında çıkan haberlere karşın bir bilgilendirme mektubu göndermesi ele alınabilir. Halil Yıldırım'ın konuyla ilgili o dönem gerçekleştirdiği *Politika-Sanat: Sancılı Bir Cephe* başlıklı söyleşi haberinde durum, yabancı kaynaklara dayandırılarak şöyle aktarılmıştır:

“The Art Newspaper’den Anny Shaw’ın haberinde, mektupta yazılanların iktidarın ‘Barış Pınarı Harekatı’na dair söylemleriye örtüştüğü belirtildi. Gazeteci ve eleştirmen Oliver Basciano ise Contemporary Istanbul’un böyle bir mektup yollamasını Twitter’da ‘delilik’ olarak nitelendirerek, ‘Bu konuda yorum yapma ihtiyacı hissetmeleri şaşırtıcı, gelecek yıl uluslararası galeri bulmak konusunda iyi şanslar!’ yazdı. The Art Newspaper’a bu konudaki düşüncelerini ileten Basciano, ‘Amacı sadece sanat eseri satmak olan bir

etkinliğin, bundan tamamen alakasız bir konuda bu kadar güçlü bir dille yazılmış bir mektup yollaması çok saçma. Mektubun bu derece göze batan bir Türk milliyetçiliği içeriyor olması da bence korkunç” dedi (Yıldırım, 2020).”

Yaşanan bu örnekten yola çıkarak sanat dünyasındaki aktörlerden birinin, doğrudur yanlışdır tartışmasına girmeden iktidarın eylemlerini onun diliyle anlatmaya kalkışması, muhattap olduğu kitle üzerinde bir rıza imalatı oluşturma isteğini göstermektedir. Bu örnekte yazarın bizzat yaşadığı bir olay da söyleşiye katılan yabancı isimlerin, sorulara verdiği İngilizce yanıtlarının söyleşinin yayınlanacağı platformun editörü tarafından “yumuşatılarak” Türkçe’ye çevrilmesidir. Yazar bu durum karşısında editörle tartışmış ve haberi o platformdan çekmiştir. Sonrasında çeviri işlemlerini kendisi gerçekleştirmiş ve haberi kendi blogunda yayımlamıştır. Burada tanık olduğumuz olgu, özellikle Chomksy özelinde medyanın yaptığı rıza imalatına örnek teşkil etmektedir. Editör, haberin ve yabancı isimlerin cevaplarına çeviri yoluyla direkt müdahalede bulunmuş ve platformun okuyucu kitlesi üzerinde bir rıza imalatı oluşturmaya çalışmıştır.

Başka bir örnek, bir sanat galerisi sahibi ya da küratör belirli bir sanatçının veya sanatçıların eserlerini sergileyerek, o sanatçının/sanatçıların alanda ve toplumda daha fazla tanınmasını ve kabul görmesini sağlayabilir. Bu da aynı zamanda sanat dünyasındaki hegemonyaya örnek oluşturur ve bu şekilde, belirli bir sanatçı ya da sanatçıların veya sanat akımının toplumda hegemonik olarak öne çıkması sağlanabilir.

Günümüzün ideolojik aygıtlarında, teknolojinin yeri ayrı önem taşımaktadır. Toplumda rıza üretimi oluşturacak kişinin özellikle sosyal medyada fazla takipçisinin olması etkileşimde bulunduğu ve etki altına alabileceği kitlenin büyüklüğünü göstermesi açısından önemlidir. Örneğin Snapchat firması, ünlü kişi Kylie Jenner’ın eleştirisi sonucu fazlaca kullanıcı ve değer kaybetmiştir. Jenner, 2018 yılında Snapchat’in yeni tasarımını beğenmediğini ve uygulamayı artık kullanmadığını Twitter’da paylaşmıştır. (Jenner, 2018). Bu paylaşım, Snapchat’in hisselerinin %6 oranında düşmesine ve 1,3 milyar dolar değer kaybetmesine neden olmuştur. (BBC News, & Leasca, 2018). Ayrıca Snapchat’in günlük aktif kullanıcı sayısı da 2018 yılında 191 milyondan 188 milyona gerilemiştir. (Arneson, 2018). Snapchat, kullanıcı kaybını önlemek için tasarımını yeniden değiştirmiş ve ünlülerle iş birliği yapmıştır. Demokratik toplumlarda rıza üretiminde yukarıdaki

örnekte gördüğümüz gibi herhangi bir zor kullanma olmaksızın, kitle kendi rızasıyla bir aksiyon almıştır. Bu ve benzeri birçok olay da yaşanmaya devam etmektedir.

2.3. RIZA ÜRETİMİ VE PSİKOLOJİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Rıza imalatı ve psikoloji arasındaki ilişkiyi incelemeye çalıştığımız bu başlıktaki amacımız, bu ilişkiyi daha iyi anlamak için Walter Lippmann, Edward Bernays ve Noam Chomsky'nin eserlerinde psikoloji ve rıza üretimi arasındaki ilişkiye bakış açılarını ortaya koymaktır. Bu üç düşünür, rıza üretimi kavramını farklı şekillerde tanımlamış ve psikolojinin rıza üretimindeki rolünü farklı şekillerde değerlendirmişlerdir.

Rıza üretimi önceki başlıklarda da detaylı olarak değindimiz üzere, genel olarak toplumun çoğunluğunun, egemen sınıfın çıkarlarına uygun olarak, belli bir ideolojiyi, siyaseti veya eylemi desteklemesini sağlamak için kullanılan bir kavramdır. (Herman ve Chomsky, 1988). Rıza üretimi, bireylerin bilinçli bir şekilde rıza göstermesi değil, bilinçdışı bir şekilde etkilenmesi anlamına gelir. (Gramsci, 1971). Bunun sağlanması için de kitle iletişim araçları, özellikle de medya, toplumun algısını, düşüncesini ve davranışını yönlendirmek için kullanılır. (Herman ve Chomsky, 1988).

Rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişki, psikolojinin rıza üretiminde nasıl bir rol oynadığı ve rıza üretiminin psikoloji üzerinde nasıl bir etki yaptığı şeklinde incelenebilir. Psikolojinin rıza üretimindeki rolü, insanların nasıl ikna edildiği, nasıl motive edildiği, nasıl manipüle edildiği, nasıl özdeşleştirildiği, nasıl aidiyet duygusu yaratıldığı, nasıl korkutulduğu, nasıl suçlandığı, nasıl ödüllendirildiği gibi konuları kapsar. Psikolojinin rıza üretiminde kullandığı temel kavramlar, tutum, algı, önyargı, stereotip, sosyal kimlik, sosyal etki, sosyal uyum, sosyal baskı, sosyal öğrenme, sosyal bellek, sosyal duygu, sosyal davranış gibi kavramlardır.

Rızanın imalatı kavramını ve kamuoyunu açıklamada sosyolojik, bilişsel ve psikolojik yaklaşımlarla hareket eden Lippmann ve Bernays, psikoloji ve sosyal psikoloji alanlarında önemli çalışmaları olan Sigmund Freud ve Gustave LeBon'un fikirlerinden etkilenmişlerdir. Freud'un eserlerinin Amerika'da yayınlanması gazeteciler ve aydınlar

üzerinde önemli bir etki yaratmıştır. Etkilenenler arasında Freud'un yeğeni Bernays ve dönemin önde gelen entelektüel gazetecilerinden Lippmann da vardır. Freud'un yayınlanmış eserlerinde, insanın doğası gereği rasyonel olmadığı ve bu nedenle rasyonel kararlar vermekte zorlanabileceği öne sürülmektedir. Ayrıca, yalnızca içgüdüleriyle yaşayan bireylerin kontrol edilmesi gerektiği fikrini de tartışmaya açmaktadır. Freud, her insanın zihninin derinliklerinde ilkel cinsel ve saldırgan güçlere sahip olduğunu ve bu güçlerin kontrol edilmediği takdirde hem bireyler hem de toplum için yıkıma ve kaosa yol açabileceğini ileri sürmektedir. Kitleler demokrasi çağında, iktidardakilerin potansiyel olarak tehlikeli kalabalıkları kontrol altına alma sorumluluğunu üstlenmeleri gerektiğini belirtmiştir. LeBon ise kalabalıkların psikolojisini incelemiş, kalabalıkların bireylerden farklı bir zihin yapısına sahip olduklarını iddia etmiştir. LeBon, kalabalıkları yönetmenin yollarına da değinmiş, kalabalıkların liderlere, otoriteye, sembolere, sloganlara ve basit fikirlere ihtiyaç duyduğunu dile getirmiştir.

Lippmann bu düşüncelerden etkilenerek, eğer insanlar irrasyonelse ve bilinçdışı güçlerin etkisinde kalıyorsa demokrasinin ilkelerini yeniden gözden geçirmek gerekebilir, diye düşünmüştür. Lippmann, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini ve kamuoyunun oluşumunu analiz etmiş, "rızanın imalatı" kavramını ortaya atmıştır. "Şaşkın güruh" olarak adlandırdığı kalabalığın yönetilmesinden yeni bir elit grubun sorumlu olması gerektiğini öne sürmüştür. Lippmann, kitlelerin bilinçdışı duygularını kontrol etmek için psikolojik teknikleri kullanmanın önemini vurgulamış, onun döneminde psikoloji çalışmalarına, özellikle de kitle zihninin işleyiş mekanizmalarını etkilemek için sosyal kontrol stratejilerinin nasıl uygulanabileceğinin anlaşılmasına artan bir ilgi olduğunu ifade etmiştir. (Lippmann, 1993: 139-140). Lippmann, 1912'de Freud'un "*Rüyaların Yorumu*" adlı eserine aşina olduğunu ifade etmiş ve siyaset bilimi ve sosyolojiye psikolojik bir bakış açısı uygulamaya çalıştığı ilk kitabı "*Politikaya Bir Önsöz*"de (1913) Freud'dan etkilendiğini belirtmiştir. Lippmann, Freud'un rüyalar üzerine yaptığı çalışmanın "sahte çevre" kavramını formüle etmesine yardımcı olduğunu açıklamakta, ancak 1922'de Freud'a atfedilen bireysel psikolojinin ötesine geçtiğini söylemektedir (Lippmann, 1998: 15). Bireyci Gordon Allport'un "kişilik" ve "önyargı" kavramları ise Lippmann'ı morfojenik bir yaklaşımı benimsemeye yönlendirmiştir (Gürel, 2011: 130).

Lippmann, *Kamuoyu* isimli kitabında sosyolojik, psikolojik ve bilişsel yaklaşımları bir araya getirerek medyanın, toplumun gerçekliği algılamasını nasıl şekillendirdiğini ve toplumun rıza üretimine nasıl katıldığını anlatmıştır. (Kiye, 2022: 370-387). Lippmann, kamuoyunun medya ve propaganda teknikleri kullanılarak manipüle edilebileceğini ortaya koymuş; kitlelerin, gücü elinde bulunduranlar tarafından yayılan ikna edici mesajlarla kolayca yönlendirilebileceğini savunmuştur. Lippmann, toplumun, gerçekliği doğrudan değil, medyanın sunduğu “stereotipler” aracılığıyla algıladığını ileri sürmektedir. Bu doğrultuda “dışımızdaki dünya”, “kafamızdaki resimler/stereotipler”, “sahte çevre”, “şaşkın sürü” gibi kavramlar kullanarak rıza imalatının psikolojik boyutunu ortaya koymaya çalışmış ve stereotip terimini modern psikolojideki anlamıyla da ilk kez kullanan kişi olmuştur. Lippmann rıza üretimi ile psikoloji arasındaki ilişkiyi şöyle detaylandırmıştır: İnsanların gerçekliği algılamak için kullandıkları "stereotipler"i anlamlandırırken, kendi deneyimleri, kültürleri, eğitimleri, duyguları, önyargıları ve beklentileri gibi psikolojik faktörlerden etkilendiklerini ve bu faktörlerin de medya tarafından nasıl manipüle edildiğini göstermiştir. Lippmann, insanların, “sahte çevre” adını verdiği, medyanın yarattığı gerçeklik algısına göre davrandıklarını ve bu algının, gerçek çevreden farklı olabileceğini belirtmiştir. Lippmann, insanların, “sahte gerçek” adını verdiği, medyanın sunduğu haberlere, yorumlara, görüşlere göre düşündüklerini ve bu haberlerin, yorumların, görüşlerin, gerçek olaylardan, olgulardan, kanıtlardan uzaklaşabileceğini vurgulamıştır. Lippmann’a göre rızanın imalatı, “demokrasi sanatındaki yeni devrim”dir:

“Rızanın yaratılması yeni bir sanat değildir. Demokrasi görünümüyle öldüğü varsayılmakla birlikte çok eskidir. Ama ölmedi. Aslında, teknik olarak muazzam derecede gelişmiştir, çünkü şimdi temel kuraldan ziyade analize dayanmaktadır. Ve böylece, psikolojik araştırmalar sonucunda modern iletişim araçlarıyla birleşince, demokrasi uygulaması bir köşeye döndü. Ekonomik gücün kaymasından çok daha önemli olan bir devrim gerçekleşiyor. Şu anda işleri kontrol eden neslin ömrü boyunca ikna, kendine güvenen bir sanat ve popüler hükümetin düzenli bir organı haline geldi. Hiçbirimiz sonuçlarını anlamaya başlayamaz, ancak rıza yaratmanın nasıl yapıldığı bilgisinin her siyasi hesaplamayı değiştireceğini ve her siyasi önceliği değiştireceğini söylemek cüretkâr bir kehanet değildir. Propagandanın etkisi altında, yalnızca sözcüğün kötü anlamıyla değil, eski sabit düşüncelerimiz değişken haline gelmiştir (Lippmann, 1998: 248).”

Lippmann, rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişkiyi şu sebeplerle gerekçelendirmiştir: İnsanların, gerçekliği algılamak için yeterli zaman, bilgi, ilgi, yetenek, araç, kaynak gibi

imkanlara sahip olmadıklarını ve bu nedenle medyanın sunduğu kolay, basit, hazır, çekici, ikna edici stereotiplere başvurdıklarını iddia etmiştir. Lippmann, insanların, gerçekliği algılamak için kullandıkları stereotiplerin, kendi psikolojik ihtiyaçlarını, isteklerini, değerlerini, inançlarını karşıladığını ve bu nedenle medyanın sunduğu stereotiplere bağlı kaldıklarını ileri sürmüştür. Lippmann, insanların, gerçekliği algılamak için kullandıkları stereotiplerin, kendi psikolojik savunma mekanizmalarını, özgüvenlerini, kimliklerini, aidiyetlerini güçlendirdiğini ve bu nedenle medyanın sunduğu stereotiplere rıza gösterdiklerini savunmuştur. Lippmann, medyanın, toplumun kamuoyunu, egemen sınıfın çıkarlarına uygun olarak yönlendirdiğini ve toplumun da bu yönlendirmeye rıza gösterdiğini savunmaktadır. I. Dünya Savaşı sırasında Lippmann, hükümetlerin kamuoyu algısını şekillendirmek ve savaş çabalarına destek toplamak için propagandayı nasıl kullandıklarını gözlemlemiştir.

Edward Bernays, *Propaganda* isimli kitabında, halkla ilişkilerin, rıza üretimi için kullanılan bir propaganda yöntemi olduğunu ve insanların nasıl bilinçdışı bir şekilde etkilendiğini göstermiş ve rıza üretimi ile psikoloji arasında şöyle bir ilişki kurmuştur: Bernays, insanların, rasyonel değil, duygusal ve içgüdüsel olarak hareket ettiklerini ve bu nedenle kolayca manipüle edilebildiklerini iddia etmiştir. Bernays, halkla ilişkilerin, insanların ihtiyaçlarını, isteklerini, tutumlarını ve davranışlarını değiştirmek için psikolojik teknikler kullandığını örneklerle açıklamıştır. Bernays, rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişkiyi şöyle ifade etmiştir:

“Kitle psikolojisinin sistematik olarak incelenmesi, öğrencilere grup içindeki insanları harekete geçiren güdülerin manipülasyonu yoluyla toplumun görünmez yönetiminin potansiyellerini ortaya çıkarmıştır. Konuya bilimsel bir şekilde yaklaşan Wilfred Trotter ve Gustave Le Bon ile grup zihnini araştırmaya devam eden Graham Wallas, Walter Lippmann ve diğerleri, grubun bireyinkinden farklı zihinsel özelliklere sahip olduğunu ve bireysel psikoloji hakkında bildiklerimize dayanarak açıklanamayacak dürtüler ve duygularla motive olduğunu ortaya koymuşlardır. Böylece doğal olarak şu soru ortaya çıkar: Eğer grup zihninin mekanizmasını ve güdülerini anlarsak, kitleleri onların haberi olmadan kendi isteğimize göre kontrol etmek ve düzenlemek mümkün değil midir? (Bernays, 1928: 47).”

Bernays, insanların, kendi çıkarlarına uygun olmayan politik, ekonomik, sosyal, kültürel, dini ve estetik gibi pek çok alanda, halkla ilişkiler uzmanları tarafından yaratılan ve medya aracılığıyla yayılan "imajlar"ı, gerçeklik olarak kabul ettiklerini ve bu imajlara göre davrandıklarını anlatmıştır. Bernays, kitleleri etkilemek için amcası Freud'un yanı

sıra Gustave LeBon, Wilfred Trotter, Walter Lippmann ve John Dewey gibi düşünürlerin fikirlerinden etkilenmiş ve kitle psikolojisi üzerine ise şu fikirleri dile getirmiştir:

“Yakın zamandaki propaganda uygulamaları, en azından belli bir noktaya kadar ve belli sınırlar içinde bunun mümkün olduğunu kanıtlamıştır. Kitle psikolojisi henüz kesin bir bilim olmaktan uzaktır ve insan motivasyonunun gizemleri hiçbir şekilde tam olarak açığa çıkarılmamıştır. Ancak en azından teori ve pratik, belirli durumlarda, tıpkı bir sürücünün benzin akışını manipüle ederek arabasının hızını ayarlayabilmesi gibi, belirli bir mekanizmayı çalıştırarak kamuoyunda adil bir doğruluk derecesiyle bazı değişiklikler yapabileceğimizi bilmemize izin verecek kadar başarılı bir şekilde bir araya gelmiştir. Propaganda laboratuvar anlamında bir bilim değildir, ancak kitle psikolojisi çalışmalarının ortaya çıkmasından önce olduğu gibi artık tamamen ampirik bir mesele de değildir. Artık, faaliyetlerini grup zihninin doğrudan gözlemlenmesinden elde edilen kesin bilgilere, tutarlı ve nispeten sabit olduğu kanıtlanmış ilkelerin uygulanmasına dayandırmaya çalışması anlamında bilimseldir (Bernays, 1928: 47-48).”

Bernays’a göre Trotter ve LeBon, bir grubun kolektif bilincinin rasyonel düşünmeden yoksun olduğunu ileri sürmüşlerdir. Entelektüel müzakereye katılmak yerine, ilkel dürtüler, kökleşmiş kalıplar ve içten duygular tarafından yönlendirilirler. Dikkat çekici bir şekilde, onların ilk içgüdüleri sıklıkla, kitle psikolojisinin paha biçilmez bir ilkesi olan saygı duyulan bir figürü taklit etmektir. Bu stratejik yaklaşım, lüks bir inzivanın önemini arttırabilecek veya azaltabilecek, bir finans kurumunun çöküşünü yönetebilecek, piyasa çalkantılarını kışkırtabilecek veya bir edebi şaheseri veya sinematik bir zaferi benzersiz bir başarı alanına itebilecek muazzam bir güce sahiptir.

Bernays, halkla ilişkiler uzmanlarının kullandığı psikolojik tekniklerden bazılarını şöyle sıralamıştır: Liderlik ilkesi, kalabalık psikolojisi, özdeşleşme, öyküleştirme, sembolleştirme, duygu sömürüsü, korkutma, suçlama, ödüllendirme, tekrarlama, basitleştirme, abartma, yalan, sansür, seçici bilgi verme, çarpıtma, yorumlama, yönlendirme, ikna etme, eğitme, eğlendirme, vb. O rıza üretimini sadece manipüle etmek amacının ötesinde, “bir ilişkinin inşa edilmesi sanatı” şeklinde ele alarak bu kavramı “rıza mühendisliği” olarak da nitelendirmiştir. Bernays, reklam, halkla ilişkiler ve tüketim kültürünün bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemede hayati bir rol oynadığını savunmuştur. 1920’lerde kadınlar arasında sigara içmeyi feminizm ve bağımsızlıkla ilişkilendirdiği kampanyası bu konuda kayda değer örneklerden biridir.

Bernays, rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişkiyi ise şu sebeplerle gerekçelendirmiştir: İnsanların, demokratik toplumlarda, kendi iradeleriyle karar verdiklerini ve eylemlerinin

sorumluluğunu taşıdıklarını düşündüklerini, ancak aslında kendi iradelerinin, halkla ilişkiler uzmanlarının yönlendirdiği “görünmez hükümet” tarafından belirlendiğini ve eylemlerinin sonuçlarının da bu "görünmez hükümet"in çıkarlarına hizmet ettiğini savunmuştur (Bernays, 1928: 9).

Noam Chomsky ve Edward Herman, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (1988) isimli kitaplarında, medyanın, egemen sınıfın çıkarlarına uygun olarak, toplumun gündemini, bilgisini ve tutumunu nasıl belirlediğini ve toplumun rıza üretimine nasıl dahil edildiğini ortaya koymuştur. İkili kitaplarında, rıza üretimi ve psikoloji arasında şöyle bir ilişki kurmuştur: Medyanın, egemen sınıfın çıkarlarına uygun olarak ve iktidarın ideolojik aygıtı olduğunu belirterek, toplumun gündemini, bilgisini ve tutumunu nasıl belirlediğini ve toplumun rıza üretimine nasıl dahil edildiğini göstermiştir. Chomsky ve Herman, medyanın, bir “propaganda modeli” işlettiğini ve bu modelin, beş filtre aracılığıyla, medyanın haber seçimini, sunumunu ve yorumunu nasıl etkilediğini analiz etmiştir. Bu filtreler, sahiplik, reklam, kaynaklar, eleştiri ve ideolojidir. Chomsky, kitabında psikolojik yollarla rıza üretiminin bir eleştirisini de sunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının propagandayı sürdürdüğünü ve kamuoyunu iktidardakilerin çıkarlarına göre şekillendirerek sosyal kontrol araçları olarak hizmet ettiğini savunmaktadır. Chomsky'ye göre bu manipülasyon gerçek demokratik katılımı engellemektedir.

Chomsky ve Herman, rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişkiyi şöyle detaylandırmıştır: İnsanların, medyanın sunduğu haberlere, yorumlara, görüşlere göre düşündüklerini ve davrandıklarını, ancak bu haberlerin, yorumların, görüşlerin, gerçek olaylardan, olgulardan, kanıtlardan uzaklaştığını, çarpıtıldığını, sansürlendiğini, seçildiğini ve yönlendirildiğini göstermiştir. Chomsky ve Herman, insanların, medyanın kullandığı propaganda tekniklerinden bazılarını şöyle sıralamıştır: Gündem belirleme, çerçeveleme, başlık atma, vurgulama, yoksayma, karalama, özdeşleştirme, öyküleştirme, sembolleştirme, duygu sömürsü, korkutma, suçlama, ödüllendirme, tekrarlama, basitleştirme, abartma, yalan, sansür, seçici bilgi verme, çarpıtma, yorumlama, yönlendirme, ikna etme, eğitme, eğlendirme vb. olgular şeklindedir.

Chomsky ve Herman'ın rıza üretimi ile psikoloji arasındaki ilişkiyi gerekçelendirmesi, Edward Bernays'ın gerekçelendirmesine benzer şekildedir: Bernays, medyanın, halkla ilişkiler uzmanlarının kullandığı bir propaganda aracı olduğunu öne sürerek halkla ilişkileri ön plana çıkarırken, Chomsky ve Herman ise medyanın, egemen sınıfın

çıkarlarına uygun olarak işlediği bir propaganda modeli olduğunu ileri sürerek medyayı ön plana çıkarır. İki perspektif de insanların medya tarafından nasıl etkilendiğini ve yönlendirildiğini anlatmaktadır. Ancak, Chomsky ve Herman'ın gerekçelendirmesi, Edward Bernays'ın gerekçelendirmesinden farklılıklar barındırır; çünkü ikisi de medyanın işlevini ve amacını farklı şekillerde değerlendirmektedir.

Rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişki, psikolojinin rıza üretiminde nasıl bir rol oynadığı ve rıza üretiminin psikoloji üzerinde nasıl bir etki yaptığı, tez çerçevesinde ele alınan akademisyenler ekseninde incelenmiştir. Psikoloji, insanların zihinsel süreçleri, duyguları, davranışları, kişilikleri, motivasyonları, tutumları, öğrenmeleri, bellekleri, sosyal ilişkileri ve grup dinamikleri gibi konularla ilgilenip, bu olguları anlamaya çalışır. Dolayısıyla psikolojinin rıza üretimindeki rolü, insanların nasıl ikna edildiği, nasıl motive edildiği, nasıl manipüle edildiği, nasıl özdeşleştirildiği, nasıl aidiyet duygusu yaratıldığı, nasıl korkutulduğu, nasıl suçlandığı ve nasıl ödüllendirildiği gibi konuları kapsamaktadır. Psikolojinin rıza üretiminde kullandığı temel kavramlar, tutum, algı, önyargı, stereotip, sosyal kimlik, sosyal etki, sosyal uyum, sosyal baskı, sosyal öğrenme, sosyal bellek, sosyal duygu ve sosyal davranış gibi kavramlardır.

Rıza üretiminin psikoloji üzerindeki etkisi ise insanların psikolojik durumunu, sağlığını, mutluluğunu, özgürlüğünü, yaratıcılığını, eleştireliliğini, bireyselliğini ve toplumsallığını nasıl etkilediği şeklinde değerlendirilebilir. Rıza üretimi, insanların psikolojik ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılan bir araç olabileceği gibi, insanların psikolojik ihtiyaçlarını bastırmak için kullanılan bir araç da olabilir. Rıza üretimi, insanların psikolojik olarak uyumlu, istikrarlı, tatmin olmuş, güvenli, bağlı, sadık ve mutlu olmalarını sağlayabilir. Ancak, rıza üretimi, insanların psikolojik olarak uyumsuz, kararsız, tatminsiz, güvensiz, bağımlı, itaatkar ve mutsuz olmalarına da neden olabilir.

Rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişkinin bir örneği, yeşil aklama (greenwashing) olarak adlandırılan bir olgudur. Yeşil aklama, çevrecilik bilincinin ve korkusunun, kimi politik ve ekonomik aktörler tarafından, kendi çıkarlarına uygun olarak, halkla ilişkiler propagandalarında kullanılmasıdır (United Nations). Yani yeşil aklama, kamuoyunu bir şirketin veya başka bir kuruluşun, çevreyi korumak amacıyla daha fazla çaba gösterdiğine inandırarak, onları yanıltmaktadır. Böylelikle iklim krizine yönelik, dikkatleri somut ve inandırıcı eylemlerden uzaklaştırarak, süreci geciktiren yanlış çözümleri teşvik etmektedir. Yeşil aklama kendisini çeşitli şekillerde gösterir; bazıları diğerlerinden daha

belirgindir. Yeşil aklama, insanların çevre sorunlarına duyarlı olmalarını, çevre dostu ürün ve hizmetleri tercih etmelerini, çevre koruma faaliyetlerine katılmalarını sağlamak için psikolojik teknikler kullanır. Ancak, yeşil aklama, gerçekte çevreye zarar veren, kaynakları tüketen, iklim değişikliğine katkıda bulunan politik ve ekonomik uygulamaları gizlemek, meşrulaştırmak ve rıza üretmek için de kullanılır. Yeşil aklamının, bir rıza mühendisliği örneği olarak, sosyal psikolojik süreçlerde nasıl işlediği ve nasıl etkiler yarattığı konusunda devam eden araştırmalar yapılmaktadır.

Rıza üretimi ve psikoloji arasındaki ilişkinin bir başka örneği, rıza kavramının pozitif psikoloji açısından incelenmesidir. Pozitif psikoloji, bireylerin iyi hissetmek için kendi içsel kaynaklarıyla güçlenmesine, sahip olduğu değerleri kullanmasına önem veren bir psikoloji dalıdır. Psikolojik iyi oluşu sağlamada, pozitif psikoloji ve inanç, ortak birçok değerden yararlanmaktadır. Bu bağlamda, rıza kavramı ve imalatı, psikolojik iyi oluş sağlama yönünden de önemlidir. Rıza kavramı ve imalatı, inançlı bireyler için, kabul etme, hayattan anlam bulma, tevekkül, hoşnut olma, şükretme ve gelişme gibi anlamlarıyla, psikolojik iyi oluş içeriğine uygun bir kavramdır.

Hem tez konusunda sınırlı görüşlerine başvuru alan teorisyenlerin hem de yukarıda sunulan örneklerden yola çıkılarak, her üç düşünürün de psikolojinin rıza üretmedeki rolünü kabul etmekle birlikte, bunun toplum üzerindeki etkilerine ilişkin bakış açılarının farklı olduğu söylenebilmektedir. Lippmann, manipülasyonu toplumsal karmaşıklık nedeniyle gerekli görürken; Bernays, olumlu değişim için kullanılabileceğine inanmakta; Chomsky ise demokrasiye potansiyel zararının altını çizmektedir.

Sonuç olarak, psikoloji ve rıza üretimi arasındaki ilişkiyi anlamak, inançlarımızın nasıl şekillendirildiği ve manipüle edildiğine ışık tuttuğundan günümüz toplumu için hayati önem taşımaktadır. Lippmann, Bernays ve Chomsky'nin görüşleri bu karmaşık olguya ilişkin değerli içgörüler sağlamaktadır. Bu düşünürler, psikolojinin hem rıza üretiminde bir araç hem de rıza üretimine karşı bir direnç olduğunu göstermişlerdir. Argümanlarını eleştirel bir gözle inceleyerek, kamuoyunun şekillendirilmesinde rol oynayan psikolojik mekanizmalar hakkında daha incelikli bir anlayış geliştirebilir ve yersiz etkiye direnebilecek daha bilinçli bir vatandaşlık geliştirilebilir.

2.4. STEREOTİPLER, GÖRÜNTÜLER DÜNYASI VE İNSANIN ÇEVREYLE İLİŞKİSİ

Stereotipler, insanların kendileriyle ilgili olmayan, karmaşık ve değişken olan şeyleri basitleştirmek, sınıflandırmak ve yargılamak için kullandıkları kalıplaşmış fikirlerdir. Stereotipler, insanların önyargılarını, tutumlarını ve davranışlarını etkiler ve insanların gerçekliği algılamalarını engeller. Walter Lippmann, Kamuoyu adlı kitabında ‘stereotip’ terimini modern psikolojideki anlamıyla ilk kez kullanan kişidir. Bu bağlamda Lippmann, kamuoyunun meydana gelmesini ve rızanın imalatını anlatırken ‘dışımızdaki dünya’, ‘kafamızdaki resimler’, ‘sahte çevre’ ve ‘şaşkın sürü’ ve benzeri kavramları tanımlamış ve kullanmıştır. Kitle iletişim araçları, Lippmann’ın şaşkın sürü olarak nitelendirdiği halkın kafasındaki resimlerin inşasında ve kamuoyu oluşturulmasında baskın bir rol oynamaktadır. Lippmann başlangıçta insanın rasyonelitesine güvenmiş, demokratik bir toplumda halkın bilgilendirilmesini, eğitilmesini, rızasının alınmasını demokrasinin bir unsuru olarak görmüştür. Fakat sonraki süreçte halkın yeteri kadar bilgili olmadığı, yetersiz ve gerçeklikten yoksun halde olduğu düşüncesiyle, idarenin elit ve uzman kişilerde olması gerektiğini savunmuş ve bu şekilde kamuoyunun oluşturulmasının daha doğru olacağını ileri sürmüştür. Lippmann, insanların dünyayı doğrudan değil, ancak kafalarının içinde bir resim olarak bildiklerini; bunun sonucunda da siyasi muhakemelerde bulunurken bir sahte ortama karşılık verdiklerini savunmuştur. Stereotipler, görüntüler dünyası gibi kavramları da Lippmann, insanların dünyayı anlamak için kullandıkları kavramlar olarak tanımlamıştır.

Görüntüler dünyası da insanların, gerçek dünyayı değil, kafalarında oluşturdukları, medya, eğitim, kültür, ideoloji, propaganda gibi araçlarla şekillenen, gerçeklikten uzaklaşan bir dünyayı yaşadıkları varsayımdır. Görüntüler dünyası, insanların gerçekliği yansıtmayan, yanlış veya eksik bilgilere dayanan bir dünya görüşüne sahip olmalarına neden olmaktadır. Lippmann, rıza imalatıyla halkın seçenekleri ve tutumlarını, onlara söylenilen biçimde oluşturabileceğini ve ancak bu şekilde gerçek demokrasiye sahip olunabileceği görüşünü savunmaktadır (Lippman, 1998: 248).

Lippmann, kamuoyunun nasıl oluştuğu konusunda ortaya koyduğu kavramlardan biri olan pseudo environment (sahte çevre) hakkında önemli açıklamalarda bulunmuştur:

“...özellikle ortak bir faktöre dikkat etmeliyiz. Bu sahte bir çevreyle insan arasına sokulan ortamdır. Sahte çevreye onun davranışları bir cevaptır. Fakat bu davranış sonuçlar olduğu için, eğer onlar harekete geçerse, davranışın harekete geçirildiği sahte ortamda çalışmaz, ancak eylemin gerçekleştiği gerçek ortamda çalışır. Davranış pratik bir davranış değilse kabaca düşünce ve duygu olarak adlandırdığımız şey ise, kurgusal dünyanın dokusuna dikkate değer bir zorla giriş olmadan önce uzun sürebilir. Ancak sahte olgunun uyarıcısı şeylere veya diğer insanlara karşı eyleme geçtiğinde, kısa sürede çelişki ortaya çıkar. Sonra başını bir taş duvara yaslayarak, tecrübeyle öğrenerek ve Herbert Spencer’in “Acımasız Gerçeklerin Bir Çetesi Tarafından Güzel Bir Teorinin Öldürülmesi Trajedisi”ne tanıklık ederek, bir uyumsuzluğa yol açan rahatsızlık hissi gelir. Şüphesiz, toplumsal yaşam seviyesinde, insanın çevresine uyartılması, kurgusal ortamda gerçekleşir (Lippmann, 1998: 15).”

Lippmann'ın "kafamızdaki resimler" kavramı, dış dünyayı tam olarak yansıtmayabilecek zihinsel imgelerimize atıfta bulunur. Siyasi davranışlarımızı büyük ölçüde etkileyen bu kurgulanmış görseli tanımlamak için " sahte çevre" terimini kullanmıştır. Bu yaklaşım, sosyal gerçeklik anlayışımızın yalnızca içinde yaşadığımız sosyal bağlamdan türetilmek yerine, seçici ve çoğu zaman yaratıcı gözlemlerle şekillendiğini öne sürmektedir.

Lippmann'a göre, bireylerin sosyal dünya hakkındaki bilgileri işleme kapasiteleri sınırlıdır. Sonuç olarak, sunulan bilgiyi filtrelemeden ya da eleştirel bir analizden geçirmeden kabul etme eğilimindedirler ve bu da onun "önyargının normallliği" olarak adlandırdığı duruma yol açar. Başka bir deyişle, insanlar gerçek kanaatlerden ziyade önyargılara dayalı görüşler oluştururlar. Lippmann'a göre bu görüşler, öznel zihinsel yapılardan oluşan sözde bir çevre içerisinde oluşmaktadır. Bu nedenle, bireysel bakış açılarının nesnel gerçeklikle uyumlu olması gerekmediği söylenebilir.

Lippmann, bu yaklaşımını açıklamak için *Kamuoyu* adlı kitabında Plato’nun *The Republic* isimli kitabından alıntıyla başlar:

“Bakın! Ağzı ışığa doğru açık ve boydan boya uzanan bir tür yeraltı ininde yaşayan insanlar; çocukluklarından beri buradalar ve bacakları ve boyunları hareket edemeyecekleri ve sadece önlerini görebilecekleri şekilde zincirlenmiş; çünkü zincirler başlarını çevirmelerini engelleyecek şekilde düzenlenmiş. Üstlerinde ve arkalarında bir ateşin ışığı yanıyor ve ateşle mahkumlar arasında yükseltilmiş bir yol var; bakarsanız yol boyunca alçak bir duvar inşa edildiğini göreceksiniz, tıpkı kukla oynatıcılarının önlerinde kuklaları gösterdikleri perde gibi.

Ben hazırım, dedi.

Görüyor musun, dedim, duvarın üzerinden görünen kapları taşıyan adamlar geçiyor; ayrıca tahtadan, taştan ve çeşitli malzemelerden yapılmış insan ve hayvan figürleri; ve tahmin edeceğin gibi mahkumların bazıları konuşuyor, bazıları ise sessiz?

Bu tuhaf bir görüntü, dedi, bunlar da tuhaf mahkûmlar.

Bizim gibi, diye cevap verdim; ve onlar sadece kendi gölgelerini ya da ateşin mağaranın karşı duvarına düşürdüğü birbirlerinin gölgelerini mi görüyorlar?

Doğru, dedi; başlarını oynatmalarına izin verilmezse gölgelerden başka bir şeyi nasıl görebilirler ki?

Ve aynı şekilde taşınan nesnelerin de sadece gölgelerini mi görürler?

Evet, dedi.

Ve eğer birbirleriyle konuşabilselerdi, gerçekte önlerinde olan şeyi adlandırdıklarını düşünmezler miydi?" (Plato, The Republic of). (Lippmann, 1922)."

Plato'nun Mağara Alegorisi olarak da bilinen bu metaforik alıntıyla başlayan kitabın "Dışarıdaki Dünya ve Kafamızdaki Resimler" adlı birinci bölümünde Lippman, aşağıdaki hikayeyi anlatır:

"1914 yılında, uçsuz bucaksız okyanusun ortasında, İngiltere, Fransa ve Almanya'dan bireylerin bir arada yaşadığı bir ada vardı. Dış dünyayla bağlantısı kesilmiş olan adaya her altmış günde bir İngiliz posta gemisi geliyordu. Ancak Eylül ayında gemi gelmeyince ada sakinleri Madam Caillaux'nun Gaston Calmette'i vurmaktan yargılanacağı davasının yaklaştığını anlatan en yeni gazeteden bahsediyordu. Eylül ortası yaklaşırken tüm koloni rihtimda toplanmış, kaptandan davanın sonucuna ilişkin haber beklemekteydi. Altı hafta boyunca İngiliz ve Fransızlar, Alman meslektaşlarına karşı cesurca mücadele ettiler; motivasyonları, aziz taahhütlerini yerine getirme inancına sıkı sıkıya bağlıydı. Altı anormal hafta boyunca, davranışları, altta yatan düşmanlıklarını maskeleyen arkadaşlarınkine benziyordu. Bununla birlikte, içinde bulundukları koşullar Avrupa nüfusunun genelini yansıtıyordu. Yanlış algıları sadece altı hafta sürdü; bu süre kıtada altı gün ya da birkaç saat gibi kısa bir süre olabilirdi. Bu zamansal aralık, bireysel arayışlara dalmış, bağlantısız ve beraberindeki komplikasyonların yükünü taşıyan bir Avrupa'nın anlık görüntüsünü temsil ediyordu. Her bir kişi artık var olmayan bir ortamda kendi anını yaşıyordu. (Lippmann, 1998: 3-4)."

Lippmann (1998: 3-4) toplumsal algının nesnel gözlemden ziyade önyargılı zihinsel yapılardan etkilendiğini savunmakta ve bunu da şu sözleriyle dile getirmektedir: "Çoğunlukla önce görmüyoruz ve tanımlıyoruz, önce tanımlayıp sonra da görüyoruz". Kolektif arzular tarafından yönlendirilen nüfus, toplumun gerçek doğasını ve yönünü tam olarak kavrayacak bilişsel kapasiteden yoksundur. Bu nedenle, dünyayı kavramsallaştırmaları ampirik kanıtlara dayanmamakta, öznel zihinsel imgelem tarafından yönlendirilmektedir (Erdoğan, 200: 60). Dolayısıyla, kamuoyu nesnel gerçeklikten yoksundur. Lippmann, asıl sorunun insanların algısı ile gerçek arasındaki uyumsuzlukta yattığını iddia etmektedir. Bireyler gerçekliği olduğu gibi kavramak yerine, onu taklit ya da sahte bir çevre olarak algılama eğilimindedir. Bu çarpıtma

duygusal faktörlerden, ego ihtiyaçlarından ve bireylerin zihinsel imajları ile insan ve nesnelere ilişkin stereotiplerinden kaynaklanmaktadır.

Lippmann (1998: 16) kültürel seçimlerin genellikle "stereotipler" olarak algılandığını savunarak kamuoyunun değişkenliğini ve manipülasyona yatkınlığını vurgulamaktadır. Bu stereotiplerin etkisi kamuoyunun duygularını kolaylıkla yönlendirebilmektedir. Buna ek olarak, Lippmann (1998: 25), belirli bilgi ve görselleri kasıtlı olarak vurgularken diğerlerini göz ardı eden deneysel çalışmalarla desteklenen medya seçiminin önemli rolünü vurgulamaktadır. Sonuç olarak, kamu ve özel sektör arasındaki ayrımın eleştirel bir şekilde değerlendirilmesi elzem hale gelmektedir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlığı, kamu algısının şekillendirilmesi üzerindeki derin etkisini daha da güçlendirmektedir.

Lippmann, bireylerin birbirlerini daha büyük kategorilerin yansımaları olarak kategorize etme eğiliminde olduğunu savunmaktadır. Yani insanların birbirlerini kategorize ettiğini gözlemlemiştir. Bu bağlamda, yargıları, farklı sosyal gruplara mensup bireylere ilişkin algılarımızı kapsayan “zihinsel temsiller” olarak tanımlar (Ashmore & Del Boca, 1981). Bu zihinsel temsiller, farklı gruplara ilişkin inanç ve beklentilere dayalı yargıların oluşmasını sağlar. Dahası, stereotipler yalnızca gruplar arası duyguları birleştirmekle kalmaz, aynı zamanda meşrulaştırıcı bir işlev görerek sosyal sistemi meşrulaştıran tamamlayıcı niteliklere de sahiptir (Lippmann, 1998: 34). Yazar bu olgunun önemini vurgulamaktadır. Lippmann'ın (1998: 25) zekice gözlemlediği gibi çevrenin temsilleri, az ya da çok bireyler tarafından şekillendirilir. Ancak mitler ve semboller, bilişsel önyargılarımızı şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu semboller yalnızca mantıksal fikirlerin temsili olarak hizmet etmez, daha ziyade çeşitli kavramlar arasında uyumlu bir bağlantı işlevi görür. Bununla birlikte, mitin doğasında var olan kusurun farkına varmak önemlidir; çünkü mit, gerçek bilgilerle hatalı kavramlar arasında ayrım yapacak kritik yetenekten yoksundur. Sonuç olarak yalanlar yayıldığında ve önyargılar propaganda yoluyla kışkırtıldığında, bireylerin yargıları ve görüşleri uzmanlaşmaya ve rasyonelleşmeye açık hale gelir. Bu karmaşık çerçeve içerisinde kişilik, önyargı ve propaganda arasındaki etkileşim, kamuoyunun şekillenmesinde ve sonuçta kamuoyu kavramının kendisinin aydınlatılmasında büyük önem taşımaktadır (Bektaş, 2007: 144). Propagandanın stereotipleri ve önyargıları güçlendirerek kolektif bilincimiz üzerinde güçlü bir etki yarattığı yadsınamaz. Lippmann'ın yazılarından vardığı sonucun iyimser

olmadığı sonucu çıkarılabilir. Bu bulguya ek olarak Lippmann, “görünmez ortamın tamamının herkese, doğal olarak hükümetle ilgili iyi bilgilendirilmiş kamuoyu geliştirecek şekilde açık olması” ihtimalinin olmadığını ileri sürmektedir (Lippmann, 1998: 25).

Benzer şekilde Bernays (1947: 117), “kamuoyunun tutumlarının, varsayımlarının, fikirlerinin veya önyargılarının belirli etkilere kaynaklandığını” belirtmektedir. Lippmann, insanların dünya algısının iki kaynaktan etkilendiğini açıklamıştır. Birinci kaynak, günlük yaşamda karşılaştıkları uygulamalar ve olaylar, ikinci kaynak ise kitle iletişim araçları aracılığıyla aldıkları bilgilerdir. Kitle iletişim araçlarının insanların yargıları ve siyasi tutumları üzerindeki etkisi, Lippmann'ın sahte çevreye yaptığı vurguyu daha da desteklemektedir.

Bernays'a (1947: 114) göre, dünyanın hem küçüldüğü hem de büyüdüğü yönünde bir algı vardır. Bernays (1947: 114), modern dünyamızda iletişim teknolojilerindeki ilerlemenin daha geniş bir kitleye ulaşmayı kolaylaştırdığını, liderlerin iletişim uzmanlarının yardımıyla rıza mühendisliği olarak adlandırdığı şeyi kasıtlı ve bilimsel olarak kullanmalarına olanak sağladığını öne sürer. Ancak Bernays (1947: 117), kamuoyunu etkili bir şekilde şekillendirmek için rıza mühendislerinin, uğraştıkları çeşitli gruplar hakkında derinlemesine bir anlayışa sahip olmaları gerektiğini savunur. Demokratik toplumun aslında çok sayıda gevşek bağlantılı kurucu gruptan oluştuğuna inanmaktadır.

Bernays, LeBon ve Freud'un bakış açılarını halkla ilişkiler yaklaşımına dahil ederek onların kitleler ve gruplar hakkındaki görüşlerinden yararlanmıştır. Özellikle Freud, 1922'de yayınlanan etkili çalışması *Grup Psikolojisi ve Egonun Analizi*'nde LeBon'un “bireyin kalabalık içindeki hipnotik durumu”⁸ kavramını daha da genişletmiştir:

“Bir kitleye dahil olan bireyin durumu, uyuyan bir insana benzetilebilir. Eylemleri artık bilinçli değildir. Bu durumda onun bazı yetenekleri zayıflarken bazıları artar. Telkin gücü, bu kişinin bir göreve karşı konulmaz bir şevkle girişmesine neden olabilir.

⁸ Gustave LeBon, “bireyin kalabalık içindeki hipnotik durumu” kavramını en ünlü eseri olan *Kitleler Psikolojisi* adlı kitabında anlatmıştır. Bu kitapta LeBon, kitleleri örgütleyen, inançları yaratan ve liderliği üstlenen kişilerin kitle üzerinde nasıl bir etki yarattığını, kitlede bir düşünce akımı başlatarak hipnotik bir durum meydana getirdiğini savunmuştur. LeBon, bu görüşlerini “Kitle Psikolojisi” dediği bir bilim dalı kurulmasında kuramsal temeller olarak ortaya atmıştır.

Kalabalığın coşkusu, uyuyan bir insanın coşkusundan bile daha fazladır; çünkü paylaşılan telkin, tüm bireyler için aynı olduğundan birbirleri üzerindeki etkiyi güçlendirir (Le Bon, 2019).”

Bernays’a göre, bireylerin “kalplerini ve zihinlerini” elde etmenin yolu, onların duygusal tetiklenmelerini harekete geçirmektir. Lippmann da (1998: 19), işlerin devamlılığı ve yönetimi için gerekli olan bilginin “insanların kalplerinde durduk yere belirmediğini” söylemiştir.

“Eğer grupların bilincini oluşturan güdülerini anlayabilirsek, haberleri bile olmadan kitleleri arzumıza göre kontrol edebiliriz. Bu tip bir kontrolü uygulamak yalnızca bir seçim değil, bir görevdir. Açıktır ki, kamuoyunun gücü artmaktadır ve artmaya devam edecektir. Toplumun daha iyi yetiştirilmiş, daha çok şey öğrenmiş, uzman ve entelektüel üst tabakasının görevi açıktır. Onlar kamuoyuna ahlaki ve duygusal güdüler aşılamalıdır. Halkla ilişkiler uzmanları aldıkları özel eğitim yoluyla ve insan doğasına yönelik iç görüleriyle kendi ait olduğu grubun dışına çıkarak, tarafsız bir gözlemcinin bakışıyla özel sorunları irdeler ve bireylere ya da gruplara ilişkin bilgisini, onlara kendi müşterisinin bakış açısını yansıtmak için kullanır (aktaran Rampton ve Stauber, 2001: 40-45).”

Lipmann’a göre, insanlara çevre için daha geçerli bir resim sağlamak adına uzmanlara ihtiyaç bulunmaktadır (Lippmann, 1998: 28). Bu bağlamda küratörler de bir sergi için yaptıkları sanatçı ve eser seçimleriyle, çevre için belirlediği tema adına daha geçerli bir resim sağlamak için uzman rolünü üstlenmektedir.

2.5. RIZANIN İMALATI, KİTLE İLETİŞİMİ VE SOSYAL MEDYA

Kitleler üzerinde rıza üretimi gerçekleştirmek için kullanılan en etkili araçlar, kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişim araçları, halkla ilişkiler ve propagandayı kullanarak, kamuoyu oluşturmaya ve biçimlendirmeye yönelik kitleler üzerinde manipülasyon uygulamaktadır. Böylece onları belirli bir şekilde düşünmeye ve hissetmeye ikna etmeye çalışmaktadır. Bu faaliyetler, hükümet uygulamaları için halkın rızasının alınmasını ve halkın kendileriyle aynı fikirde olmasını, düşüncelerinin kontrol edilmesini sağlamaktadır. Lippmann, iletişim teknolojilerinin dünya görüşümüzü ve kendi kendini

yönetme potansiyelimizi şekillendirerek “rıza imalatını” (Lippman, 1922: 158) kolaylaştırdığını savunmuştur.

Lippmann, basın tarafından açıklanmayan “hakikat” ile “haberler” arasında bir ayrım yapmaktadır. Ona göre, “gerçek kendiliğinden gelmez”. Kamuoyu, insanların kafasındaki resimlerle dış dünya arasındaki uyumsuzluktan kaynaklanır. Bu resimlerin sahte çevre olarak adlandırıldığını bir önceki başlıkta açıklamıştık. Sahte çevre, insanların davranışlarını etkiler; ancak sonuçlar gerçek çevrede belirir. Bu sebeple, insanlar gerçeği anlamak için haberlere ihtiyaç duyarlar. Haberler ise gerçekliğin bir yansıması değil, gazetecilerin seçicilik, standartlaştırma, rutin, yargı ve göz ardı etme gibi faktörlere bağlı olarak ürettikleri bir üründür. Kitle iletişim araçları, sahte çevre ile insanların kafasındaki resimlerin inşasında ve kamuoyunun oluşturulmasında baskın bir rol oynayarak, medyanın üretimlerinin geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Bireylerin mesajlarını kamuya özel olarak ilettikleri çeşitli yöntemler, propaganda kullanımı da dahil, insanların fikirlerini birbirleriyle paylaştığı tüm çağdaş araçları kapsamaktadır (Bernays, 1928: 150). Bernays,

“Aynı zamanda kasıtlı bir propaganda aracı da olamayacak hiçbir insani iletişim aracı yoktur, çünkü propaganda basitçe bir birey ile bir grup arasında karşılıklı anlayışın tesis edilmesidir (Bernays, 1928: 150).”

şeklinde belirtmektedir. Buradan hareketle günümüzün en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan sosyal medya platformlarını da çağdaş kitle iletişim araçları olarak kabul edebiliriz.

Günümüz dünyasında sosyal medyanın bir rıza üretim aracı olarak rolü karmaşık ve tartışmalı bir konudur. Bazı akademisyenler ve aktivistler sosyal medya platformlarının etkilerini ve tasarımlarını kamuoyunu manipüle etmek, kontrol etmek ve şekillendirmek için, genellikle güçlü çıkarlar ve gündemler lehine kullandıklarını savunmaktadır. Diğerleri ise sosyal medyanın aynı zamanda kullanıcıları egemen anlatılara meydan okumaları, alternatif bilgilere erişmeleri ve demokratik süreçlere katılmaları için güçlendirebileceğini iddia etmektedir. Ancak sosyal medya platformlarının, kullanıcılarından aldıkları mega izinler sayesinde onlar üzerinde bir rıza üretimi gerçekleştirdikleri Jonathan Obar tarafından *"The Clickwrap: A Political Economic*

Mechanism for Manufacturing Consent on Social Media" (2015) adlı makalesinde eleştirel bir tavırla incelenmiştir. Bütün verilerimiz, sosyal medya şirketlerinin sunucularında saklı haldedir ve biz sosyal medya hesaplarımızdan paylaştıklarımızı silsek dahi o veriler sunucularda kalmaya devam etmektedir. Sosyal medya şirketlerinin kitle üzerindeki rıza üretimi ve bu doğrultuda yapılan halkla ilişkiler çalışmaları, Bernays ve Lippmann döneminin çağdaş versiyonları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal meydanın çalışma şeklini anlamak için Edward S. Herman ve Noam Chomsky tarafından kitaplarında önerilen “rıza üretimi” çerçevesi kullanılabilir. Yazarlar, özellikle ABD’de kitle iletişim araçları ve medyanın, siyasi ve ekonomik elitlerin çıkarlarını korumak ve desteklemek amacıyla halka ulaşan haber ve bilgileri filtreleyen ve çarpıtan bir propaganda sistemi olarak hizmet ettiğini savunmaktadırlar. Önceki başlıklardan da hatırlanacağı üzere medya içeriğini şekillendiren beş filtre tanımlamaktadırlar: Sahiplik, reklam, kaynak, flak ve ideoloji.

Bu çerçeve sosyal medyaya uygulandığında bazı benzerlikler ve farklılıklar tespit edilebilir. Örneğin, çoğu sosyal medya platformu kendi gündemleri ve çıkarları olan büyük şirketlere ait olduğu için sahiplik hala önemli bir filtredir. Reklamlar da sosyal medya için önemli bir gelir kaynağıdır ve kullanıcıların gördüğü içeriği ve algoritmaları etkiler. Sosyal medya platformları içerik üretmek ve doğrulamak için ana akım medya kuruluşları, ünlüler, fenomenler veya uzmanlar gibi belirli bilgi kaynaklarına güvendiğinden, kaynak kullanımı başka bir filtredir. Flak, sosyal medya platformlarının ve kullanıcıların hükümetler, şirketler, aktivistler veya trolller gibi çeşitli kaynaklardan aldıkları, davranışları ve ifadeleri etkileyebilecek olumsuz geri bildirimler veya baskılardır. İdeoloji, sosyal medya platformlarının ve kullanıcılarının bağlı olduğu veya desteklediği milliyetçilik, liberalizm, muhafazakarlık veya feminizm gibi baskın dünya görüşü ya da inanç sistemidir.

Ancak sosyal medya, üretim rızası modelini zorlayan ya da karmaşıklaştıran bazı benzersiz özelliklere de sahiptir. Örneğin, sosyal medya platformları kullanıcıların içerik yaratmasına, paylaşmasına ve tüketmesine olanak tanıyarak onlara geleneksel medya tüketicilerinden daha fazla eylemlilik ve çeşitlilik sağlamaktadır. Sosyal medya platformları ayrıca kullanıcıların alternatif medya, bağımsız gazeteciler veya taban

hareketleri gibi ana akım anlatıları ifşa edebilecek veya bunlara meydan okuyabilecek farklı bilgi kaynaklarına erişmelerini ve bunlarla etkileşime girmelerini de sağlamaktadır. Sosyal medya platformları ayrıca kullanıcıların sosyal değişim için kolektif eylemi harekete geçirebilecek ve koordine edebilecek çevrim içi topluluklar, ağlar veya hareketler oluşturmalarını ve bunlara katılmalarını kolaylaştırır.

Dolayısıyla, sosyal medyanın bir rıza üretme aracı olarak rolü, geleneksel meydanınkinden farklı bir karaktere bürünse de daha da gelişmiş bir şekilde kendini göstermektedir. Sosyal medya platformlarının tasarımı ve politikaları, sahiplerinin ve reklam verenlerin çıkarları ve gündemleri, bilginin kaynakları ve kalitesi, paydaşlardan gelen geri bildirim ve baskı, kullanıcıların ideolojisi, değerleri ve iletişimin bağlamıyla amacı gibi çeşitli faktörlere bağlıdır. Sosyal medya kamuoyunu manipüle etmek, kontrol etmek ve şekillendirmek için kullanılabileceği gibi, kamuoyunu bilgilendirmek, güçlendirmek ve katılımını sağlamak için de kullanılabilir.

Sosyal medyanın etki gücü, “Arap Baharı”⁹ olarak da bilinen halk ayaklanmalarında bütün dünyaya kanıtlanmış halde görülebilmektedir. Türkiyede de “Gezi Protestoları”¹⁰ olarak bilinen halk direnişinde, sosyal medyanın önemli etkisi görülmektedir. Bu doğrultuda etkileri hala devam eden yukarıda verilen örnekler, bize her ne kadar tartışmalı da olsa günümüz özelinde sosyal medya ve ilgili istatistikleri incelenerek, sosyal medyanın kitleler üzerinde rıza imalatı oluşturmak için oldukça uygun bir rolde olduğunu göstermektedir.

⁹ Arap Baharı, 2010 ve 2011 yıllarında Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da meydana gelen ve bölgenin bazı yerleşik otoriter rejimlerine meydan okuyan demokrasi yanlısı protesto ve ayaklanma dalgası. Bu dalga Tunus ve Mısır'daki protestoların kısa sürede rejimleri devirmesiyle başladı ve diğer Arap ülkelerinde de benzer girişimlere ilham kaynağı oldu. Ancak her ülkede protesto hareketi başarılı olamadı ve siyasi ve ekonomik şikayetlerini dile getiren göstericiler genellikle ülkelerinin güvenlik güçleri tarafından şiddetli baskılarla karşılaştı. Arap Baharı'nın tek tek ülkelerdeki detaylı yansımaları için bakınız: Yasemin Devrimi (Tunus), 2011 Mısır Ayaklanması, 2011-12 Yemen Ayaklanması, 2011 Libya İsyanı ve Suriye İç Savaşı.

¹⁰ Türkiye'de 28 Mayıs 2013'te İstanbul Taksim Gezi Parkı için tasarlanan kentsel imar önerisine karşı bir dizi gösteri ve sivil ayaklanma başladı. Protestolar, planla ilgili endişelerini dile getirmek için oturma eylemine barışçıl bir şekilde katılan kişilerin zorla tahliye edilmesinden duyulan memnuniyetsizlikten kaynaklandı.

Merriam-Webster Sözlüğü sosyal medyayı şu şekilde tanımlamaktadır:

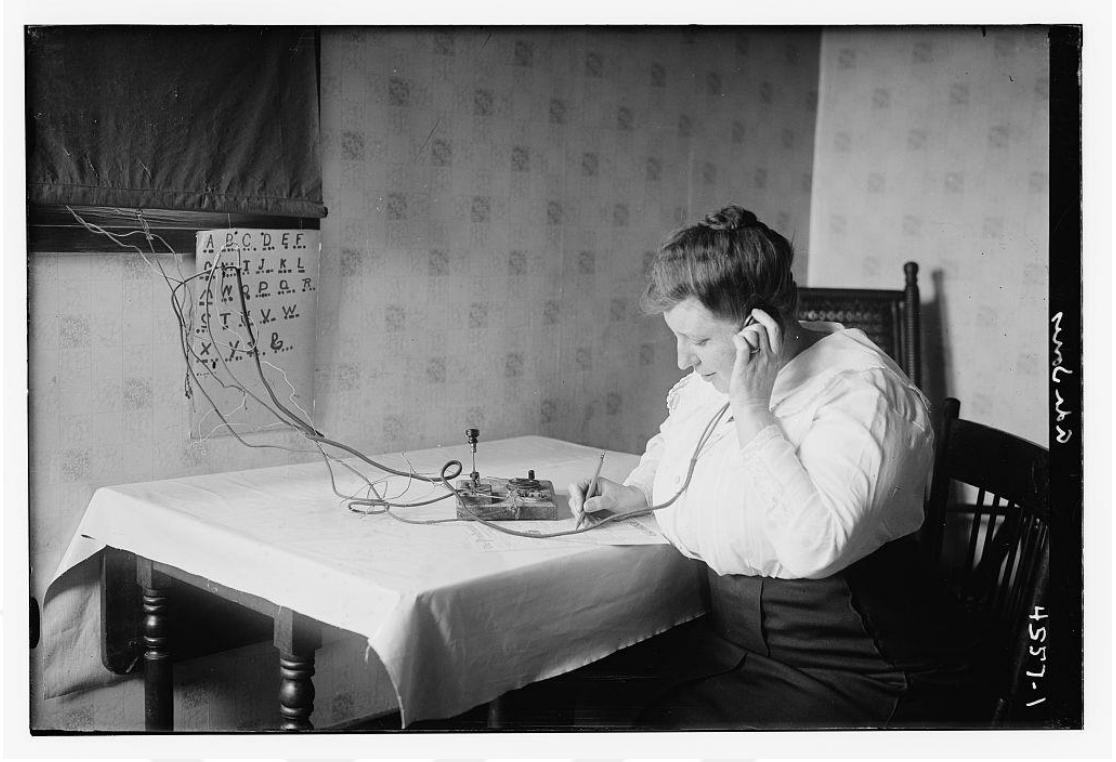
“Kullanıcıların bilgi, fikir, kişisel mesaj ve diğer içerikleri (videolar gibi) paylaşmak için çevrimiçi topluluklar oluşturdukları elektronik iletişim biçimleri (sosyal ağ ve mikroblog web siteleri gibi).”

Bu tanım bize iki önemli nokta sunmaktadır:

- Sosyal medyadaki iletişim çevrimiçi olmalıdır. Yani, sosyal medyanın tarihi, internetin icadından ve yaygın olarak benimsenmesinden önce başlayamaz.
- Sosyal medya, içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan platformlardır. Bu sebeple standart web siteleri ve bloglar, sosyal medya dünyasının parçaları değildir. Bu sitelere yalnızca belirlenmiş ve izni olan kimseler gönderi girebilir ve girilen içerik türleri üzerinde de önemli kısıtlamalar vardır.

Buradan yola çıkarak, sosyal medya platformlarının WhatsApp, Viber, Telegram gibi mesajlaşma uygulamaları, Facebook, LinkedIn, Instagram gibi profil tabanlı platformlar, YouTube ve Vimeo gibi video portalları ile G-mail ve Outlook gibi e-posta istemcileri şeklinde çok çeşitli bir tabanda var olduğunu belirtilebilir. Ancak, özellikle insanların global anlamda en çok kullandıkları sosyal medya platformları incelendiğinde, öne çıkanların daha çok sosyal ağ sitesi olduğu görülebilir.

Sosyal medyanın tarihsel gelişimi incelendiğinde, pek çok kişi ve kaynak sosyal medyanın köklerini iletişim teknolojisindeki gelişmelerle başlatmaktadır: 1844 yılında Samuel Morse’un Washington D.C. ile Baltimore arasında gönderdiği ilk telegrafı başlangıç noktası olarak kabul edilir.



Görsel 1. Ada Jones, Opera Sanatçısı Mors Alfabesini Kullanırken, 1915
(Library of Congress Archives, <https://rebrand.ly/u40mgjf> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

Ancak, kaynak alınan tanımın bize verdiği iki önemli noktadan yola çıkılırsa, bu tür bir iletişim sosyal medya iletişimi olarak nitelendirilememektedir. Çünkü ilk olarak iletişim, “çevrim içi” olarak gerçekleşmemiştir ve ikincisi ise telgraflar daha büyük bir topluluğa ya da kitleye katkıda bulunmamaktadır. Daha çok iki kişi arasında bireysel mesajlar iletmek için kullanılmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyanın başlangıç tarihi olarak 1969'da İleri Araştırma Projeleri Ajansı Ağı (ARPANET¹¹)'in icadına atfedilebileceği yaygın olarak kabul edilmektedir. ABD Savunma Bakanlığı tarafından oluşturulan bu ilk dijital ağ, iç içe geçmiş dört üniversitedeki akademisyenler arasında yazılım, donanım ve verilerin kesintisiz alışverişini kolaylaştırmıştır. ARPANET üzerinden 1971 yılında bilgisayar mühendisi Ray Tomlinson'un gönderdiği e-posta, sosyal medyanın ilk gönderisi olarak kabul edilmektedir.

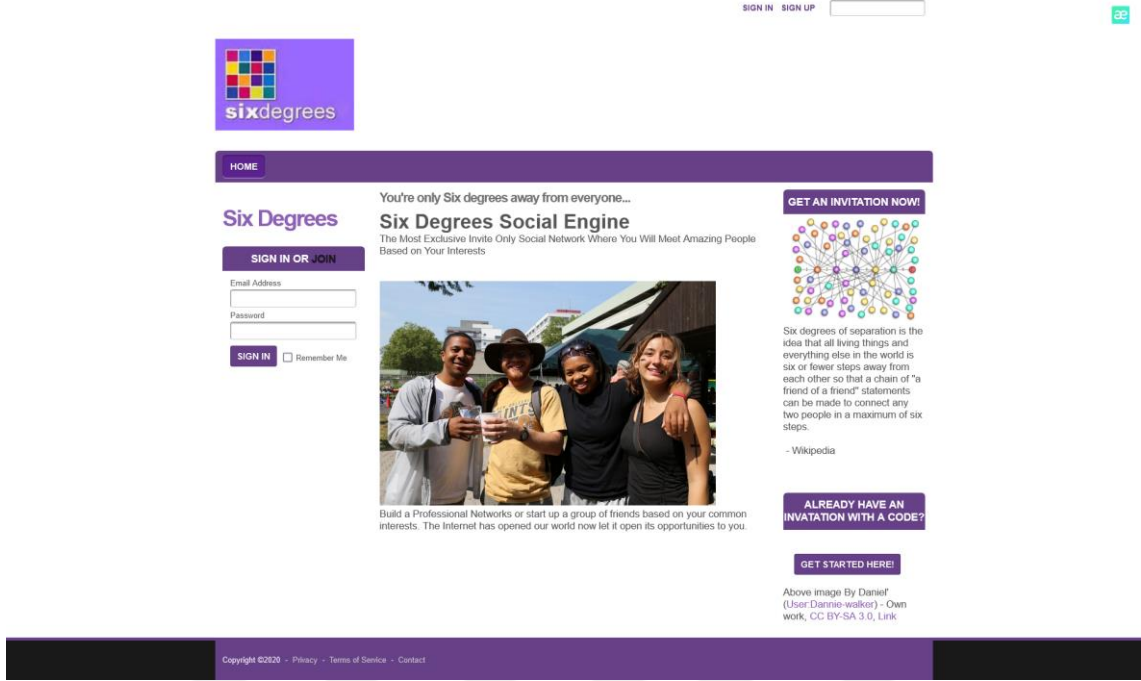
¹¹ ARPANET, internetin öncüsü olan deneysel bilgisayar ağıdır. ABD Savunma Bakanlığı'nın bir kolu olan İleri Araştırma Projeleri Ajansı (ARPA), 1960'ların sonunda İleri Araştırma Projeleri Ajansı Ağı'nın (ARPANET) geliştirilmesini finanse etmiştir. İlk amacı Pentagon tarafından finanse edilen araştırma kurumlarındaki bilgisayarları, telefon hatları üzerinden birbirine bağlamaktır.

Ward Christensen ve Randy Suess 1970'lerde Chicago'da Bilgisayarlı Bülten Tahtası Sistemi (CBBS) için bir yazılım geliştirmişlerdir. Bunu 1978 yılında Byte Magazine'de yayınlanan bir makalede açıklamışlardır. Bülten tahtası sistemleri (BBS'ler), bir bilgisayara kurulabilen ve diğer bilgisayarların birbirleriyle konuşmasına ve e-posta göndermesine, birbirleriyle sohbet etmesine, dosya paylaşmasına, indirmesine ve insanların internette yaygınlaşan diğer işlevleri yapmasına olanak tanıyan özel bilgisayar programlarıdır. BBS'nin kendine özel kültürü ve jargonu vardır. Siteyi yöneten sorumlu kişiye, sysop denir. Çevrim içi sohbet, BBS aracılığıyla yaygınlaşmış ve popüler hale gelmiştir. Mesajlaşırken kullanılan birçok sohbet kısaltması da buradaki yazışmalardan doğmuştur.

1980'li yıllarda, internetin ticari kullanımı artmaya başlamıştır. Bu dönemde, BBS benzeri Usenet ve İnternet Aktarmalı Sohbet (IRC) gibi çevrim içi iletişim platformları ortaya çıkmıştır. Bu platformlar, kullanıcıların mesaj, dosya, görüntü, ses ve video gibi içerikleri paylaşmasına, sohbet etmesine, tartışma gruplarına katılmasına olanak sağlamıştır. 1987 yılında, ABD NSF'nin ülke geneline yayılan dayanıklı ve geniş bir dijital ağ olan NSFNET¹²'i tanıtması ile günümüz internetinin dikkate değer bir öncülü şekillenmiştir. 1990'lı yıllarda, World Wide Web'in (www) icadı ile internet daha da yaygınlaşmıştır. WWW, internet üzerindeki bilgiye erişimi kolaylaştıran, metin, ses, görüntü, video gibi çoklu ortam öğelerini bir arada sunan, hipertext bağlantıları ile farklı kaynaklara yönlendiren bir sistemdir. WWW'in kurucusu Tim Berners-Lee, 1991 yılında ilk web sitesini yayınlamıştır. Bu dönemde, blog yazmanın ortaya çıkmasıyla birlikte sosyal medya çağı da ivmelenmiş ve 1997 yılında Six Degrees adlı ilk sosyal ağ sitesi kurulmuştur. Six Degrees, kullanıcıların profiller ve arkadaş listeleri oluşturmaya, diğer kullanıcılarla iletişim kurmasına imkan tanımıştır. 2000'li yılların başında, sosyal medya platformları daha da popülerleşmiş ve çeşitlenmiştir. 2002 yılında Friendster, 2003 yılında LinkedIn ve MySpace, 2004 yılında Facebook, 2005 yılında YouTube, 2006 yılında Twitter, 2010 yılında Instagram, 2011 yılında Snapchat, 2016 yılında TikTok gibi platformlar ortaya çıkmıştır. Bu platformlar, kullanıcıların farklı amaçlarla, farklı biçimlerde, farklı kitlelerle sosyal medyada yer almasını sağlamıştır. Sosyal medya

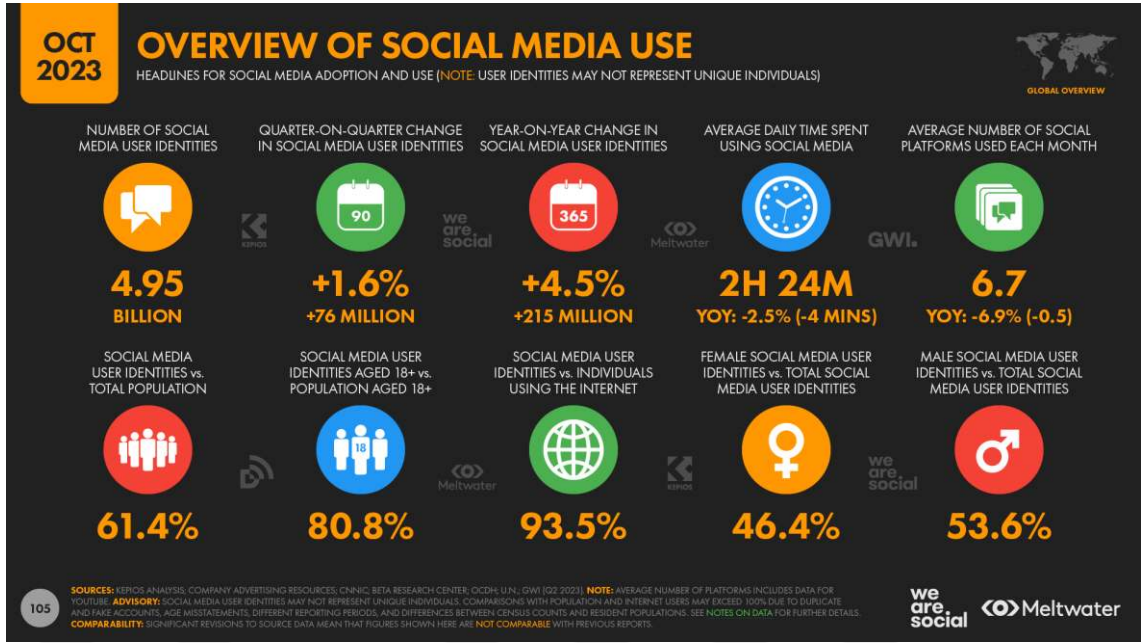
¹² Ulusal Bilim Vakfı Ağı (NSFNet), Amerika Birleşik Devletleri'nde ileri araştırma ve eğitim ağını teşvik etmek amacıyla 1985'ten 1995'e kadar Ulusal Bilim Vakfı tarafından desteklenen koordineli, gelişen projelerden oluşan bir programdır.

platformlarının sayısı, çeşitliliği, kullanıcı sayısı, kullanım süresi, etkileşim oranı, gelir potansiyeli gibi kriterler sürekli artmakta ve değişiklik göstermektedir.



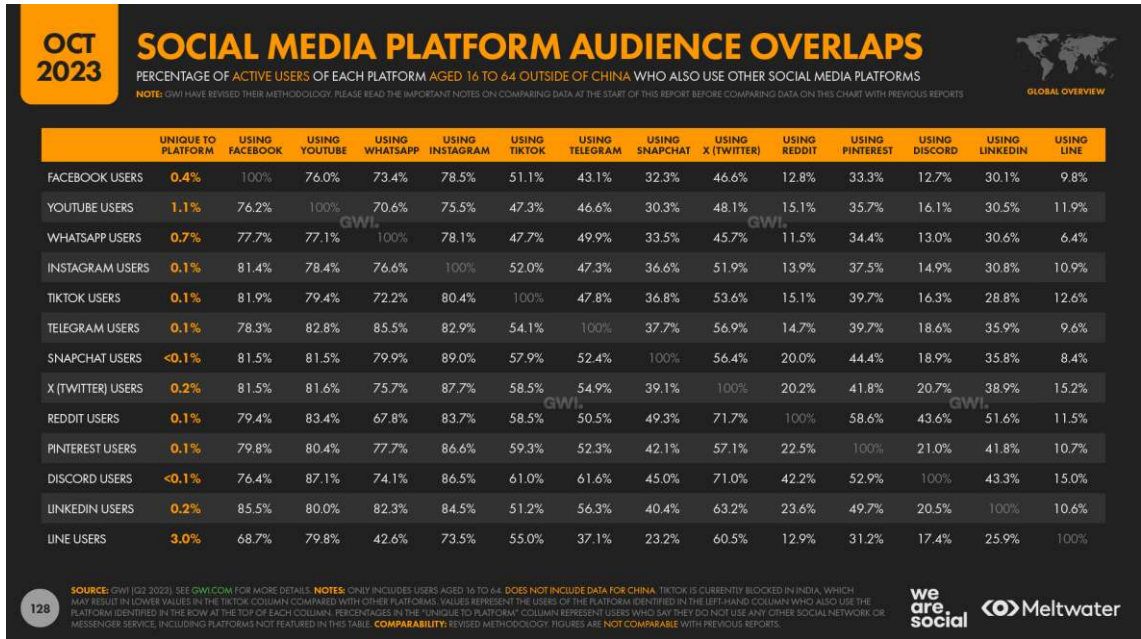
Görsel 2. İlk Sosyal Medya Platformu Six Degrees'in Giriş Sayfası, 2003
([Six Degrees](#), 13 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

Günümüzde sosyal medya, bireyler ve sevdikleri arasındaki bağların kolaylaştırılmasında hayati bir rol oynamaktadır. Kepios ekibinin yaptığı kapsamlı analize göre Ekim 2023'te dünya çapında yaklaşık 4,95 milyar sosyal medya kullanıcısının olduğu ve bunun toplam dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 61,4'ünü oluşturduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu rakamın 2027 yılına kadar yaklaşık 5,85 milyar kullanıcıya ulaşması öngörülmektedir.



Görsel 3. Küresel Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri, 2023
(<https://rebrand.ly/w4p40ci> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

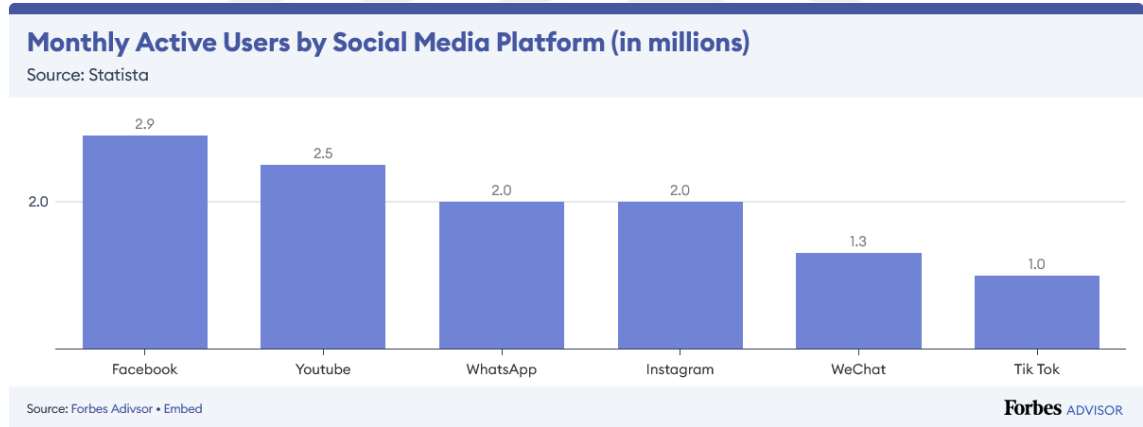
Bu kullanıcılar tek bir platformla da sınırlı değil: Ortalama olarak ayda yaklaşık altı ila yedi platform kullanmaktalar, bu da sosyal medya pazarlamasında çok platformlu bir strateji benimsemenin önemini vurgulamaktadır.



Görsel 4. Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı İstatistiklerinin Karşılaştırılması (2023)
(<https://rebrand.ly/sm1onsj> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

Sosyal medya uygulama pazarının değeri 2022 yılında 49,09 milyar dolar değere ulaşmıştır. Ancak, tahminler 2023'ten 2030'a kadar %26,2'lik bir bileşik yıllık büyüme oranına işaret etmektedir. Bu önemli artış, 5G teknolojisinin küresel çapta yaygınlaşması ve benimsenmesine bağlanabilmektedir. Bu hızlı büyüme oranını karşılayabilmek için sosyal medya platformlarının sürekli olarak gelişmesi gerekecek ve bu da pazarlamacıların stratejilerini buna göre ayarlamasını ve geliştirmesini gerektirecektir.

Genel olarak, bugünün pazarına Meta (Facebook), X (Twitter) ve Instagram gibi bir avuç şirket hakimdir, ancak giderek daha rekabetçi hale gelen bir pazarda yeni kullanıcı arayışları, şirketlerin sürekli yenilenmeye devam etmelerini sağlamıştır. Facebook, dünya çapında 2,9 milyon aylık aktif kullanıcıya sahiptir ve dünya çapında en yaygın kullanılan sosyal medya platformu olarak kabul edilmektedir. YouTube, aylık 2,5 milyon aktif kullanıcısıyla onu yakından takip etmektedir.



Görsel 5. Sosyal Medya Platformlarının Aylık Aktif Kullanıcı Sayısı (2023)
(<https://rebrand.ly/ndulnn9> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

Bu şaşırtıcı rakamlar yalnızca istatistik değil, aynı zamanda sosyal medya platformlarının yaygın etkisini ve potansiyelini vurgulamaya hizmet etmektedir. İşletmelerin yaklaşık %77'si müşterileriyle etkileşim kurma aracı olarak sosyal medyayı kullanmakta, kullanıcıların yaklaşık %90'ı da sosyal medyada en az bir markayı takip etmektedir. İşletmeler sıklıkla yeni teknolojiyi benimseme konusunda ön saflarda yer almakta; bu nedenle, sürekli gelişen dijital iş ortamında, küçük işletmelerin önemli bir çoğunluğunun (%77) müşterileriyle bağlantı kurmak için sosyal medyayı kullanmaktadır. Marka

bilinirliği oluşturmanın (%44) yanı sıra, k işletmelerin önemli bir kısmı (%41) sosyal medyayı gelir elde etme aracı olarak da kullanmaktadır.

Günümüzde sosyal medyanın yaygınlığı, sosyal medya kullanıcılarının %90'ının en az bir markayı takip etmesinden de anlaşılmaktadır. Bu, tüketicisi davranışında markalarla doğrudan ve etkileşimli bağlantılar aramaya yönelik önemli bir değişikliği göstermekte ve güçlü bir sosyal medya varlığının marka sadakati oluşturma ve sürdürmedeki kritik rolünü vurgulamaktadır. Ayrıca sosyal medya kullanıcılarının %76'sı, sosyal medyada gördüklerine göre alışveriş yapmaktadır. Satın alma yolu bireylere göre farklılık gösterebilmektedir. Bununla birlikte, bir markanın sosyal medya gnderisine dayanarak satın alma işlemi gerçekleştiren kullanıcıların %76'sının önemli bir kısmı, sosyal medyanın perakende sektörü üzerindeki dönüştürücü etkisini göstermiştir. Milenyum kuşağının %50'si sosyal medya fenomenlerinin ürün tavsiyelerine güvenmekte ve bu oran en sevdikleri ünlülere duydukları %38'lik güveni geride bırakmaktadır. Bu güvenin arkasındaki temel etken nedir? zgnlk: Milenyum kuşağının %88'i takip ettikleri fenomenlerde özgünlüğe değer verdiklerini söylemekte; bu da reklamcılarının takip etmesi gereken, ilişkilendirilebilirlik ve samimiyete dayanan net bir ereve ortaya koymaktadır.

2021 yılında Instagram'da 3,8 milyon gönderide "reklam" hashtag'i kullanılmıştır. Instagram 2021 yılında reklam içeriklerinde etkileyici bir artış yaşamış ve dünya çapında 3,8 milyon gönderi #ad etiketini (hashtag) kullanmıştır. Bu rakam, sosyal medya platformunun bir önceki yıl bildirdiği 3 milyon gönderiye kıyasla %27'lik önemli bir artışa işaret etmektedir ve dijital reklam dünyasında önemli bir oyuncu olarak geçirdiği evrimin açık bir göstergesidir.

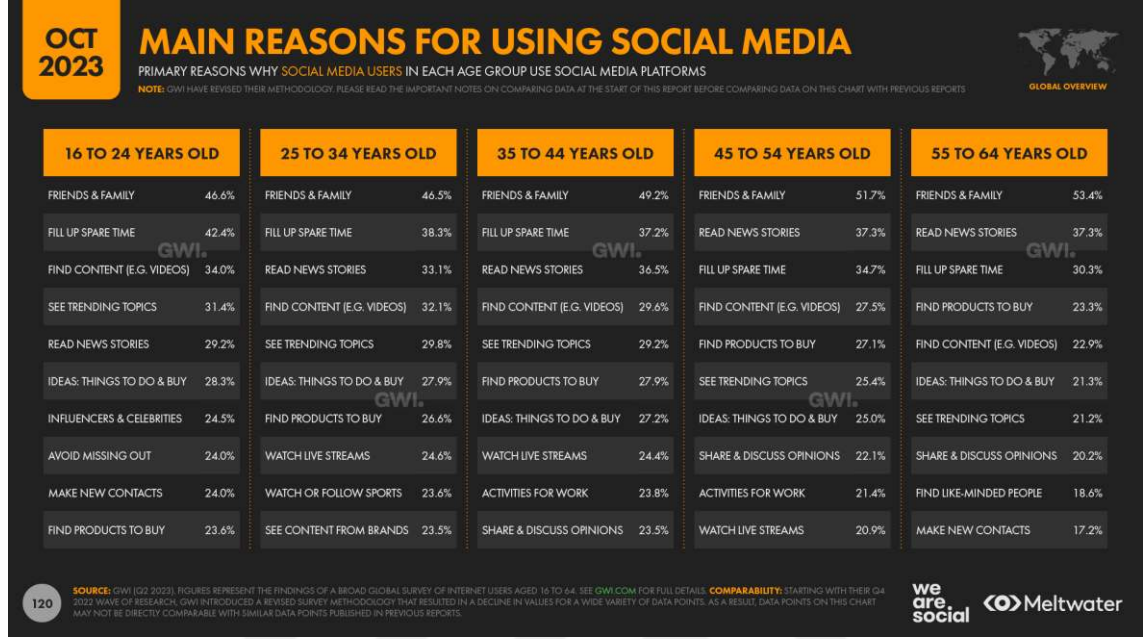
2022 yılında influencer pazarlamasında önemli bir ilerleme kaydedilmiştir ve bu alandaki harcamalar 4,14 milyar dolarlık şaşırtıcı bir rakama ulaşmıştır. Bu rakam gerçekten dikkat çekicidir ve bir önceki yılın verilerine göre yaklaşık bir milyar dolarlık bir büyümeyi işaret etmektedir. Bu eğilim göz önüne alındığında, etkili pazarlamanın geleceği oldukça açıktır. 1 milyon görüntülemeye sahip sponsorlu bir YouTube videosunun minimum ortalama masrafı 2.500 ABD dolarıdır. YouTube sponsorluk ortamında, 2022'de bir milyonun üzerinde görüntüleme alan videolar için ortalama minimum fiyatın 2.500 ABD doları olduğu gözlemlenmiştir. Görüntülenme sayısı 500.000 ila bir milyon arasında

değişen videoların ortalama maksimum fiyatı 16.234 ABD dolarından daha yüksek olmasına rağmen, bu miktar daha makul bir seviyede kalmıştır: 1.105\$ seviyesi. Benzer şekilde Instagram'da 1 milyon takipçisi olan bir gönderinin minimum ortalama masrafı 1.200 dolardır. Makro etkileyiciler için (takipçi sayıları 100.000 ila bir milyon arasında değişen), gönderi başına 185 ABD Doları tutarında daha düşük bir ortalama minimum maliyeti kabul etmeye hazırdırlar. Potansiyel maksimum maliyet ise 2.500 ABD Dolarına yükselebilir. Benzer şekilde, bir milyon takipçiye sahip bir TikTok gönderisinin minimum ortalama maliyeti 1.034 dolardır. Bir milyondan fazla etkileyici takipçiye sahip olan TikTok mega fenomenlerinin, video başına ortalama minimum 1.034 dolar kazandıkları görülmüştür. Öte yandan, platformdaki takipçi sayısı 100.000 ila bir milyon arasında değişen makro etkileyicilerin, gönderi başına ortalama minimum 151 dolar ile nispeten daha düşük bir ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. Ek olarak ortalama maksimum 793\$ kazanmaları muhtemeldir. Sosyal medya reklam pazarının 2027 yılına kadar %4,53 gibi dikkate değer bir yıllık büyüme oranı sergileyerek, 247,30 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

Verilen istatistiki verilerden de görülebileceği gibi sosyal medya, kitle iletişim araçları içinde rızanın imalatı için uygun bir rolde bulunmaktadır; çünkü insanların davranışlarını, tutumlarını ve inançlarını etkileyebilmektedir. Rızanın imalatı, devlet ya da şirketlerin normal şartlarda insanları ikna edemeyecekleri davranışlara olumlu bakmalarını veya tepkisiz kalmalarını sağlayan bir olgudur. Sosyal medya, insanların bilgiye kolayca erişmesini ve paylaşmasını sağlar, ancak bu bilginin doğruluğunu ve kaynağını sorgulamalarını zorlaştırır. Bu da yanlış, eksik veya yanıltıcı bilgilerin yayılmasına ve insanların gerçeklik algısının bozulmasına yol açabilir. Bu durum, kullanıcıları doğru bilgiler için bir “uzman” arayışına da itebilir.

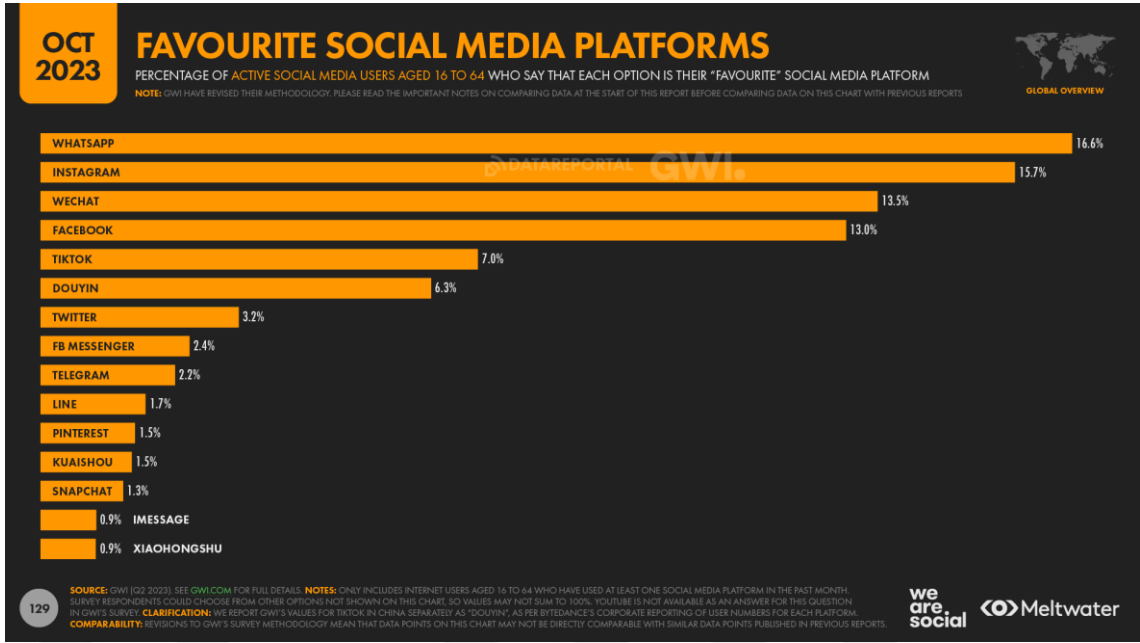
Sosyal medya, insanların kendilerini ifade etmelerine ve farklı görüşlere maruz kalmalarına olanak tanır, ancak aynı zamanda kutuplaşmaya da neden olabilir. İnsanlar, kendi görüşlerini destekleyen veya karşıt görüşleri eleştiren içeriklere daha fazla ilgi gösterir ve bunları beğenir, paylaşır veya yorumlar. Bu da, sosyal medyanın algoritmaları tarafından fark edilmekte ve insanlara daha fazla benzer içerik sunulmaktadır. İnsanların sosyal medya hesaplarında kendi paylaşımlarını her ne kadar özgür irade ile gerçekleştirdiği kabul edilse de bu paylaşımlar onların etkilenmesi sonucu vücut

bulabilir. Bu şekilde, insanlar kendi görüşlerini doğrulayan bir filtre balonu içinde yaşar ve diğer görüşlere karşı hoşgörüsüz veya saldırgan olabilirler.



Görsel 6. Sosyal Medya Kullanımının Farklı Yaş Kategorilerindeki Ana Nedenini Gösteren İstatistik (2023)
(<https://rebrand.ly/b2wzdek> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

Sosyal medya, insanların sosyal ağlarını genişletmesine ve çeşitlendirmesine yardımcı olur, ancak aynı zamanda sosyal baskı ve etki altında kalmalarına da sebep olur. İnsanlar, sosyal medyada beğenilmek, takip edilmek, onaylanmak veya kabul edilmek ister ve bunun için de çoğunluğa uymak, popüler olanı yapmak veya söylemek, ya da belli bir imaj yaratmak ister. Bu da, insanların kendi özgün kimliklerini veya değerlerini kaybetmelerine veya gizlemelerine yol açabilmektedir.



Görsel 7. Dünya Geneline FAVORİ Sosyal Medya Platformlarını Gösteren İstatistik (2023)
(<https://rebrand.ly/rzyekj6> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

Sosyal medya kullanımı sektörler için de oldukça önemli bir hal almıştır. Sanat dünyası da sosyal medyayı sık şekilde kullanmakta ve ona özgü tatikler geliştirmektedir. Artsy'nin bu duruma özel hazırladığı sosyal medya kitleri, buna bir örnek oluşturmaktadır.

Günümüz sanat dünyasında küratörler, etkili figürler arasında yer almaktadır. Çünkü sanat eserlerini seçmek, sergilemek, yorumlamak ve anlatmak gibi görevleriyle sanatın anlamını ve değerini belirlemekteler. Küratörler, sanat eserlerini belirli bir tema, konu, soru veya problem etrafında bir araya getirerek, sanatın toplumsal, siyasal, kültürel veya tarihsel bağlamlarını ortaya koyarlar. Küratörün sanatçı, sanat eseri, kavramsal tema gibi seçimleri, izleyicilerin sanat eserlerine bakışını ve yorumunu etkileyebilmektedir. Küratörler, sanat eserlerini belirli bir mekanda, düzende, ilişkide veya etkileşimde sunarak, sanatın algılanma şeklini ve deneyimlenme biçimini belirlerler. Bu şekilde sanat eserleri, küratörün belirlediği bir atmosferi veya duyguyu yaratmak için bir araç haline gelir. Küratörün atmosferi veya duygusu, izleyicilerin sanat eserlerine karşı tutumunu ve davranışını etkileyebilmektedir. Küratörün sosyal medya platformlarındaki takipçi sayısı, onun etki altına alabileceği ya da etkileşimde bulunabileceği kitleyi göstermesi açısından önemlidir. Küratörün yeni keşfettiği bir sanatçıyı veya eseri kendi profilinde paylaşması, sanatçının ya da eserin bilinirliğine katkıda bulunacak ve küratörün etki gücüne göre ona

alanında güzel bir kariyer açabilecektir. Bu bağlamda, sosyal medya ve küratörlük arasında bir ilişki kurmak mümkündür. Sosyal medya, sanatçıların sanat eserlerini daha geniş bir kitleye ulaştırmalarını, daha etkili bir şekilde tanıtılmalarını, daha yaratıcı bir şekilde sunmalarını ve daha interaktif bir şekilde paylaşmalarını sağlar.

Sosyal medya ve sanat istatistiklerine göre 2021 yılında, sanatçıların %87'si sosyal medyayı eserlerini tanıtmak için kullandıklarını, %72'si sosyal medyayı eserlerini satmak için kullandıklarını ve %69'u ise sosyal medyayı eserlerini geliştirmek için kullandıklarını belirtmiştir. 2021 yılında, sanatseverlerin %81'i sosyal medyayı sanat eserlerini izlemek için, %67'si sosyal medyayı sanat eserlerini yorumlamak için kullandıklarını ve %54'ü sosyal medyayı sanat eserlerini satın almak için kullandıklarını belirtmiştir. 2021 yılında, sanat öğrencilerinin %88'i sosyal medyayı sanatla ilgili kaynaklara erişmek için, %76'sı sosyal medyayı sanatla ilgili kurslara katılmak için kullandıklarını ve %68'i sosyal medyayı sanatla ilgili projelere katkıda bulunmak için kullandıklarını belirtmiştir.

Sosyal medyanın sanat dünyasına hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunabilir. Küratörlerin de seçimleri doğrultusunda rızanın imalatına katkıda bulunmalarına, izleyicilerin sanat eserlerine karşı eleştirel olmalarını engellemelerine, sanatın özgünlüğünü ve çeşitliliğini azaltmalarına ve sanatın ticarileşmesine ve popülerleşmesine yol açmalarına da neden olabilir. Aynı zamanda sosyal medya, sanatın toplumsal, siyasal, kültürel ve tarihsel bağlamlarını da ortaya çıkarır. Sosyal medya platformları, sanat eserlerinin arkasındaki hikayeleri, mesajları, anlamları ve değerleri anlamak için iyi birer araçtır. Ayrıca, sanat eserleri, sosyal medya platformlarında toplumsal, siyasal, kültürel ve tarihsel sorunlara dikkat çekmek, farkındalık yaratmak ve değişim sağlamak için de kullanılabilirler. Bunlara ek olarak sosyal medya kendi estetik algısını da oluşturmuş olabilir ve bu da etkileşim uğruna sanatçıları “sosyal medya estetiği”ne uygun üretimler yapmaya zorlayabilir.

2.6. İLİŞKİLER KURMA SANATI VE KÜLTÜR MÜHENDİSLİĞİ

Modern halkla ilişkiler mesleğinin kurucusu olarak kabul edilen Edward Bernays, halkla ilişkilerin sadece bir ürün ya da hizmeti tanıtmak değil, aynı zamanda toplumun düşüncelerini ve davranışlarını da yönlendirmek için kullanılabileceğini savunmuştur. Bernays, halkla ilişkileri; fiile, sebebe, kuruma veya harekete kamuoyunun desteğini sağlamak amacı güderek bilgi aktarımı yoluyla gerçekleştirilen ikna ve girişim etkinliği olarak tanımlamıştır.

Bernays, halkla ilişkiler çalışmalarında psikoloji, sosyoloji, antropoloji gibi sosyal bilimlerden yararlanmıştır. Özellikle, amcası olan ünlü psikanalist Sigmund Freud'un teorilerinden etkilenen dönemin entelektüellerinden birisi olarak, Freud'un insan davranışlarının bilinçaltı dürtüler tarafından yönlendirildiği, fikrini benimsemiştir. Bernays da Walter Lippmann gibi insanların rasyonel değil, irrasyonel olduklarını ve kitlelerin kolayca manipüle edilebileceklerini düşünmüştür.

Bernays, halkla ilişkiler çalışmalarında, 1928 yılında yayımlanan ünlü eserine de ismini verdiği propaganda kavramını kullanmıştır. Yazara göre propaganda, demokratik bir toplumda gerekli ve meşru bir araçtır. Bernays, propaganda sayesinde, görünmez hükümetlerin, liderlerin veya uzmanların, kitleleri doğru kararları vermeye veya istenen davranışları sergilemeye ikna edebileceklerini iddia etmiştir (Bernays, 1928: 10-20). Sosyal etkisi ne olursa olsun, günümüzde politikada, finansta, üretimde, tarımda, yardımlaşmada, eğitimde ya da diğer alanlarda yapılan her şeyin propaganda yardımıyla yapıldığını belirtmekte ve propagandanın, “görünmez hükümetin yönetici kolu” olduğunu söylemektedir (Bernays, 1928: 20).

Rızanın imalatı kavramı için “ilişkiler kurma sanatı” şeklinde tanımlamada bulunmuş ve durumu rıza mühendisliği şeklinde adlandırmıştır. Kendisi halkla ilişkiler çalışmalarında kültür mühendisliği yapmıştır. Kültür mühendisliği, kültürel değerleri, normları, inançları, alışkanlıkları ve zevkleri değiştirmek veya yaratmak için yapılan planlı ve sistematik faaliyetlere verilen tanımlamadır. Bernays, kültür mühendisliği yaparak, toplumun tüketim alışkanlıklarını, siyasi tercihlerini, sosyal tutumlarını ve estetik

beğenilerini etkilemiştir. Bernays'ın halkla ilişkiler çalışmalarının bazı örnekleri şunlardır:

- 1920'lerde Bernays, American Tobacco Company'de çalışmaktadır ve burada kadınların sigara içme alışkanlıklarını teşvik etmeyi amaçlayan bir kampanya yürütmüştür. Sigarayı başarılı bir şekilde, kadınların özgürleşmesinin ve güçlenmesinin bir temsili olarak konumlandırmıştır. 1929 yılında yapılan ve Paskalya yürüyüşü olarak bilinen önemli bir etkinlik sırasında, Bernays'ın kadın modellerden oluşan ekibi, sigaralarından "özgürlük meşalesi" olarak bahsetmiş ve bu mesajı medyayla paylaşmıştır. Bu durum, kadınların sigara içme alışkanlığının toplumda normalleşmesine yardımcı olmakla kalmamış, aynı zamanda sigara satışlarında da kayda değer bir artışa neden olmuştur.



Görsel 8. Özgürlük Meşaleleri Yürüyüşünden Bir Görsel, New York (1929)
(<https://rebrand.ly/dehnhe9> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi)

- 1954 yılında Bernays, United Fruit Company'de çalışmıştır. O dönemde Guatemala'nın demokratik olarak seçilmiş olan başkanı Jacobo Arbenz, United Fruit Company şirketinin topraklarına el koyacağını bildirmiştir. Buna yanıt olarak Bernays, Arbenz'i komünist bir diktatör olarak göstermeyi amaçlayan bir kampanyaya öncülük etmiştir. Amerikan basınına ve kamuoyuna Guatemala'nın Amerikan çıkarlarına tehdit oluşturan bir komünist devrim yaşadığını bildirmiştir. Sonuç olarak, bu kampanya Amerikan hükümetini Arbenz'i iktidardan uzaklaştırmak için CIA destekli bir darbe düzenleme konusunda harekete geçirmiştir.
- Bernays, 1960'lı yıllarda Procter & Gamble firmasında çalışmıştır ve burada şirketin yeni ürünü olan deterjanın tanıtımını yapmak için bir kampanya yürütmüştür. Deterjana "All" ismi verilmiştir ve Bernays, deterjanın her türlü lekeyi etkili bir şekilde ortadan kaldırma yeteneğini ileri sürmüştür. Bu iddiayı kanıtlamak için deterjanla yıkanmış renkli kumaşlardan oluşan soyut resimler sergileri düzenlemiş ve bunları Amerika'nın dört bir yanındaki sanat galerilerinde sergilemiştir. Bu sanatsal gösteriler medyanın büyük ilgisini çekmiş ve ardından deterjanın çekiciliğini artırmıştır.

Bernays'ın ilişkiler kurma sanatına, Pascal Gielen'in *The Art Institution in a Globalizing World* adlı makalesinde sanat dünyasındaki ilişkileri gösterdiği araştırması dahil edilebilir. Gielen, kültür mühendisliği konusunda araştırmalar yapan Belçikalı bir sosyolog ve akademisyendir. Gielen, kültür mühendisliğinin, kültürel üretim ve tüketim biçimlerini değiştirmek için kullanılan bir yöntem olduğunu belirtmekte: "ortak bir fayda üretmek amacıyla insanlar, nesneler ve fikirler arasında ilişki kurma sanatı" olarak tanımlamaktadır (Gielen, 2018: 11). Gielen, kültür mühendisliğinin, kültürel kurumlar, kültürel politikalar, kültürel endüstriler ve kültürel aktivistler tarafından yapılabilen bir faaliyet olduğunu söylemiştir. Ayrıca iki tür kültür mühendisliği arasında ayrım yapmaktadır: Yukarıdan aşağıya, merkezi ve otoriter olan ve aşağıdan yukarıya, merkezi olmayan ve demokratik olan şeklinde ayırmıştır. Kültürde daha fazla çeşitliliği, katılımı ve yeniliği teşvik edebileceğine inandığı için ikincisini savunmaktadır. Bunun yanı sıra kültür mühendisliğinin, toplumsal değişim için bir araç olduğunu savunmuştur: Toplumun değerlerini, normlarını, inançlarını, alışkanlıklarını ve zevklerini etkileyerek,

toplumun davranışlarını, tutumlarını, ilişkilerini ve kimliklerini değiştirebileceğini iddia etmiştir.

Gielen'e göre kültür mühendisliği, hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabilir. Gielen, kültür mühendisliği, toplumu daha demokratik, eşitlikçi, çoğulcu ve yaratıcı hale getirebileceğini, ancak aynı zamanda toplumu daha totaliter, baskıcı, homojen ve tüketimci bir hale getirebileceğini de ifade etmektedir. Bunun yanı sıra Gielen, kültür mühendisliğinin, sanatın rolü ve işlevi üzerinde de etkili olduğunu vurgular. Kültür mühendisliğinin, sanatın toplumsal, siyasal, kültürel ve tarihsel bağlamlarını belirlediğini, sanatın değerini ve anlamını şekillendirdiğini, sanatın kalitesini ve özgünlüğünü etkilediğini ve sanatın telif haklarını ve etik kurallarını ihlal ettiğini dile getirmiştir.

Gielen'in kültür mühendisliği yaklaşımı ile Edward Bernays'ın halkla ilişkiler yaklaşımı arasında bazı benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Benzerliklerden bazıları şunlardır:

- Her iki yaklaşım da kültürün toplumsal değişim için bir araç olduğunu kabul eder ve kültürün toplumun düşüncelerini ve davranışlarını etkileyebileceğini savunurlar.
- Her iki yaklaşım da kültür mühendisliğinin hem olumlu hem de olumsuz sonuçlar doğurabileceğini kabul eder. Onlara göre, kültür mühendisliğinin toplumu daha demokratik veya daha totaliter, daha çeşitli veya daha homojen, daha yaratıcı veya daha tüketimci hale getirebilir.
- Her iki yaklaşım da kültür mühendisliğinin, sanatın rolü ve işlevi üzerinde etkili olduğunu vurgular. Kültür mühendisliğinin sanatın bağlamlarını, değerini, anlamını, kalitesini, özgünlüğünü, telif haklarını ve etik kurallarını etkilediğini söylerler.

Farklılıklardan bazıları ise şunlardır:

- Gielen, kültür mühendisliğinin, kültürel üretim ve tüketim biçimlerini değiştirmek için kullanılan bir yöntem olduğunu söyler. Bernays, halkla ilişkilerin, fiile, sebebe, kuruma veya harekete kamuoyunun desteğini sağlamak amacı güderek bilgi aktarımı yoluyla gerçekleştirilen ikna ve girişim etkinliği olduğunu söyler.

- Gielen, kültür mühendisliğinin, kültürel kurumlar, kültürel politikalar, kültürel endüstriler ve kültürel aktivistler tarafından yapılabilen bir faaliyet olduğunu belirtir. Bernays, halkla ilişkilerin, liderlerin veya uzmanların, kitleleri doğru kararları vermeye veya istenen davranışları sergilemeye ikna etmek için kullandıkları bir araç olduğunu iddia eder.
- Gielen, kültür mühendisliğinin, toplumu daha demokratik, eşitlikçi, çeşitli ve yaratıcı hale getirmek için kullanılabileceğini savunur. Bernays, halkla ilişkilerin, toplumu daha totaliter, baskıcı, homojen ve tüketimci hale getirmek için kullanılabileceğini söyler.

Sanat dünyasında rızanın üretimi, sanatçılar, küratörler, eleştirmenler, izleyiciler, medya ve kurumlar gibi çeşitli aktörlerin etkileşimini içeren karmaşık ve çok yönlü bir olgudur. Bu bağlamda rıza, sanat dünyası tarafından aktarılan değerlerin, normların, anlamların ve mesajların kamuoyu tarafından kabul edilmesi, onaylanması veya mutabık kalınması anlamına gelir. Rıza, sanat ve onun toplumdaki rolüne ilişkin kamuoyu görüş ve davranışlarını şekillendiren bir sosyal etki, ikna veya manipülasyon biçimi olarak görülebilir.

Sanat dünyasında rıza üretimi, halkın kültürel üretim ve tüketim kalıplarına kasıtlı ve sistematik bir şekilde müdahale edilmesi anlamına gelen kültür mühendisliğiyle gerçekleştirilebilir. Kültür mühendisliği, halkın kültürel değerlerini, normlarını, inançlarını, alışkanlıklarını ve zevklerini sanat dünyası aktörlerinin çıkarları ve hedefleriyle uyumlu hale getirmek için değiştirmeyi veya yaratmayı amaçlar. Kültür mühendisliği, sanatın toplumsal, siyasi, kültürel ve tarihsel sonuçlarının kamuoyu tarafından algılanmasını ve takdir edilmesini etkileyen bir toplumsal kontrol, tahakküm veya dönüşüm biçimi olarak görülebilir.

Sanat dünyasında rıza üretiminin ana yönlerinden bir diğeri, sanat dünyasındaki farklı aktörler arasındaki bağlantıları ve iletişimi kurma, sürdürme ve geliştirme becerisi olan ilişki kurma sanatıdır. İlişkiler kurma sanatı, sanat dünyası aktörleri arasında bilgi, fikir, geri bildirim ve destek alışverişini mümkün kıldığından, sanat dünyasının başarısı ve meşruiyeti için elzemdir. İlişkiler kurma sanatı aynı zamanda sanat dünyası aktörlerinin gücünü ve etkisini artıracak ağların, grupların ve koalisyonların oluşturulmasını da kolaylaştırır.

İlişkiler kurma sanatı ve kültür mühendisliği, sanat dünyası aktörleri tarafından sanat dünyasında rıza üretmek için kullanılabilecek birbiriyle yakından ilişkili ve birbirine bağlı süreçlerdir. İlişkiler kurma sanatı, kültürel mühendislik stratejilerinin uygulanması ve yaygınlaştırılması için gerekli kanalları ve platformları sağlarken, kültürel mühendislik de ilişkiler kurma sanatının geliştirilmesi ve pekiştirilmesi için gerekli içerik ve araçları sağlar. İlişkiler kurma sanatı ve kültür mühendisliği, sanat dünyası aktörlerinin sanata ve sanatın toplumdaki rolüne ilişkin kamuoyu görüşünü ve davranışını şekillendirmesini sağlayan tamamlayıcı ve karşılıklı olarak birbirini güçlendiren mekanizmalar olarak görülebilir.

İlişkiler kurma sanatı ve kültür mühendisliği, kitle iletişim araçlarının ve kitle kültürünün ortaya çıkışının sanat dünyası için yeni zorluklar ve fırsatlar yarattığı 20. yüzyılın başlarına kadar geri götürülebilir. Sanat dünyasında ilişkiler kurma sanatının ve kültür mühendisliğinin gelişmesine ve uygulanmasına katkıda bulunan iki etkili isim Walter Lippmann ve Edward Bernays'tır.

Lippmann ve Bernays, halkın irrasyonel, cahil ve kitle iletişim araçları ve seçkinler tarafından kolayca manipüle edilebilir olduğu konusunda benzer bir görüşü paylaşmaktadır. Her ikisi de kamuoyunu belirli bir davayı, eylemi, kurumu veya hareketi kabul etmeye ya da desteklemeye ikna edebilecek liderler veya uzmanlar tarafından kamuoyunun yönetilmesi olarak tanımladıkları propagandanın kullanılmasını savunmuşlardır. Her ikisi de propaganda mesajlarını yaymak ve güçlendirmek için medya, kamuoyu ve etkili gruplarla ilişki kurmanın önemini farkında olmuştur. Her ikisi de propaganda tekniklerini siyaset, iş dünyası, savaş ve sanat gibi çeşitli alanlara ve konulara uygulamıştır. Lippmann ve Bernays'ın sanat dünyası ve kültür mühendisliği konusunda farklı yaklaşımları ve hedefleri olmuştur. Lippmann daha çok sanat dünyasının eleştirisi, analizi ve halk üzerindeki etkisiyle ilgilenirken, Bernays sanat dünyasının tanıtımı, manipülasyonu ve halk üzerindeki etkisiyle ilgilenmiştir. Lippmann daha çok sanatın kalitesi ve özgünlüğü ile ilgilenirken, Bernays sanatın popülerliği ve kârlılığı ile ilgilenmiştir. Lippmann kültürel mühendisliğin olasılığı ve arzu edilebilirliği konusunda daha şüpheli ve karamsarken, Bernays kültürel mühendisliğin olasılığı ve arzu edilebilirliği konusunda daha iyimser ve heveslidir.

Lippmann ve Bernays'ın sanat dünyası ve kültür mühendisliği üzerinde farklı etkileri ve mirasları olmuştur. Lippmann, sanat dünyasının propaganda ve manipülasyonunu ve

toplumdaki rolünü ifşa etme ve bunlara meydan okuma konusunda onu örnek alan pek çok entelektüel ve eleştirmeni etkilemiştir. Lippmann ayrıca, sanatın bir sosyal eleştirisi, iletişim ve eğitim biçimi olduğuna dair fikirlerini benimseyen pek çok sanatçı ve küratörü de etkilemiştir. Bernays, sanat dünyasını ve onun toplumdaki rolünü kullanma ve sömürme konusunda onu örnek alan pek çok iş adamını ve halkla ilişkiler uygulayıcısını etkilemiştir. Bernays ayrıca, sanatın bir sosyal etki, ikna ve manipülasyon biçimi olduğuna dair fikirlerini benimseyen birçok sanatçı ve küratörü etkilemiştir.

Gielen, kültür mühendisliğinin sanatın sosyal, politik, kültürel ve tarihsel bağlamlarını belirlediği, sanatın değerini ve anlamını şekillendirdiği, sanatın kalitesini ve özgünlüğünü etkilediği, telif haklarını ve sanatın etik kurallarını ihlal ettiği için sanatın rolü ve işlevi üzerinde etkisi olduğunu vurgulamaktadır. Gielen'in sanat dünyasındaki kültür mühendisliğine yaklaşımı, Lippmann ve Bernays'in görüşlerini birleştirip uzlaştırırken, kültür mühendisliğinin potansiyelini ve risklerini kabul etmekte, sanatın ve kamunun özerkliğine ve çeşitliliğine saygı duyan eleştirel ve yaratıcı bir kültür mühendisliği kullanımını savunmaktadır. Gielen ayrıca, ilişkiler kurma sanatı ve kültür mühendisliğinin, sanat dünyasının aktörleri tarafından sanat dünyasında rıza üretmek ya da sanat dünyasına ve onun toplumdaki rolüne meydan okumak ve dönüştürmek için kullanılabilecek, birbiriyle ilişkili ve birbirine bağlı süreçler olduğunu belirtmektedir.

Konuyla ilgili çalışmalar yapmış bir diğer isim ise Fransız filozof ve antropolojist Bruno Latour'dur. Rıza üretimi, Latour'un Antonio Gramsci'nin siyaset teorisinden ödünç aldığı bir kavramdır ve Gramsci bu kavramı, egemen sınıfın, inançlarını, değerlerini ve normlarını etkileyerek tabi sınıflar üzerindeki hegemonyasını nasıl sürdürdüğünü açıklamak için kullanmıştır. Latour bu kavramı bilim ve teknolojik eserlerin sosyal ve maddi inşasına ilişkin analizine uygular ve bilimsel gerçeklerin ve teknolojik eserlerin doğa tarafından verilmediğini, insan ve insan olmayan aktörler tarafından ilişki ağları aracılığıyla inşa edildiğini savunmaktadır. Latour, bilim ve teknolojinin nesnel ve evrensel olduğu ve insani ve toplumsal etkilerden bağımsız olgular ve eserler ürettiği yönündeki pozitivist görüşe karşı çıkar. Bilim ve teknolojide rıza üretiminin bir zorlama ya da manipülasyon meselesi değil, ittifaklar kurmayı, müttefikler edinmeyi, kaynakları harekete geçirmeyi ve ihtilafları çözmeyi içeren bir ikna ve müzakere meselesi olduğunu iddia etmiştir. Latour, *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society* (1987) adlı kitabında konuyla ilgili şunu ifade etmiştir:

“Rıza üretimi bir ideoloji, beyin yıkama, insanları başka türlü inanmayacakları bir şeye inanmaya ikna etme meselesi değildir. Mesele, bilimin şehirdeki tek oyun, istasyondan kalkan tek tren, yelken açan tek gemi olduğunu göstererek onları bilimin kervanına bağlamaktır. (Latour, 1987: 131).”

Bu, Latour'un rıza üretimini zorlama veya manipülasyondan ziyade nasıl bir ikna ve müzakere süreci olarak gördüğünü göstermektedir. Latour, ayrıca, gerçekler ve değerler arasındaki ayrıma meydan okumakta, bilimsel ve teknolojik tartışmaların yalnızca gerçekle değil, aynı zamanda ortak yararlar da ilgili olduğunu öne sürmektedir. (Latour, 1987, & 2004). Latour ayrıca bilimsel gerçeklerin ve teknolojik eserlerin müttefikler edinerek ve aletler, deneyler, yayınlar ve patentler gibi kaynakları harekete geçirerek nasıl inşa edildiğini de göstermektedir.

Latour'un kültür mühendisliği perspektifi, dünyanın melez ve karmaşık gerçekliğini gizleyen yanlış ve tehlikeli bir ikilik olarak gördüğü doğa ve kültür arasındaki modernist ayrıma yönelik eleştirisine dayanmaktadır. Doğa ve kültürü saflaştırma ve iki ayrı alana ayırma yönündeki modernist projenin, bilimsel gerçekler, teknolojik eserler veya sosyal kurumlar gibi doğal ve kültürel unsurları birleştiren varlıklar olan “yarı-nesneler” veya “melezler” olarak adlandırdığı şeylerin yaratılmasına yol açtığını savunmaktadır. Bu melezler kültürel mühendisliğin ürünleridir, ancak aynı zamanda dünyayı ve onlarla etkileşime giren insanları şekillendirip dönüştürdükleri için kültürel mühendisliğin de araçlarıdır. Latour, modernist paradigmayı, doğa ve kültürün birlikte üretimini ve birlikte evrimini ve kültür mühendisliğine dahil olan aktörlerin ve ağların çokluğunu ve çeşitliliğini tanıyan “modern olmayan” veya “simetrik” bir paradigma ile değiştirmeyi önermektedir. Daha dikkatli, refleksif ve demokratik olan ve melezleri kontrol etmeye ya da onlara hükmetmeye çalışmak yerine onların eylemliliğine ve özerkliğine saygı duyan yeni bir kültürel mühendislik tarzını savunmaktadır. (Latour, 1993, & 1999).

Latour'un ilişki kurma sanatına bakış açısı, aktörleri takip etme ve kültürel olguları şekillendiren ağların izini sürme şeklindeki metodolojik ve etik ilkesine dayanır. Aktörleri takip etme ve ağların izini sürme yöntemini açıkladığı *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory* (2005) adlı kitabında şöyle yazar:

“Yöntemin ilk kuralı, aktörlerin kendilerini takip etmek, yani kolektif varoluşun onların elinde neye dönüştüğünü, onu bir araya getirmek için hangi yöntemleri geliştirdiklerini, kurmak zorunda kaldıkları yeni birliktelikleri en iyi hangi hesapların tanımlayabileceğini onlardan öğrenmek için genellikle uçarı yeniliklerini yakalamaya çalışmaktır (Latour, 2005: 12).”

Kültürü açıklamak ya da yorumlamak için soyut teorilerin ya da kategorilerin kullanılmasını reddeder ve bunun yerine yapılar ve sonuçlardan ziyade kültürel üretimin dinamiklerine ve etkileşimlerine odaklanan ilişkisel ve süreçsel bir yaklaşımı savunur. Tüm aktörleri ve ağları eşit ve tarafsız bir şekilde ele alan ve herhangi bir a priori düzen veya hiyerarşi varsaymayan veya dayatmayan simetrik ve agnostik bir tutum benimser. Aynı zamanda, kültürel mühendisliğin ve rıza üretiminin varsayımlarını ve sonuçlarını sorgulayan ve kamu yararı için yeni olasılıklar ve perspektifler açmaya çalışan eleştirel ve yaratıcı bir tutum benimser. (Latour, 2005, & 2013).

Bu, Latour'un yapılar ve sonuçlardan ziyade kültürel üretimin dinamiklerine ve etkileşimlerine odaklanan ilişkisel ve süreçsel bir yaklaşımı nasıl benimsediğini göstermektedir. Ayrıca, tüm aktörleri ve ağları eşit ve tarafsız bir şekilde ele alan ve herhangi bir a priori düzen veya hiyerarşi varsaymayan veya dayatmayan simetrik ve agnostik tutumunu da göstermektedir.

İlişkiler kurma sanatı, hem Latour'un hem de Gielen'in temel metodolojik ve etik ilkesini özetleyen bir ifadedir. Her ikisi de kültürel olgulara soyut teoriler ya da kategoriler dayatmak yerine, bu olguları şekillendiren aktörler, ağlar ve bağlamlar üzerinde çalışmanın ve bunlarla ilişki kurmanın önemini vurgulamaktadır. Her ikisi de yapılar ve sonuçlardan ziyade kültürel üretimin dinamiklerine ve etkileşimlerine odaklanan ilişkisel ve süreçsel bir yaklaşımı benimser. Her ikisi de kültürel mühendisliğin ve rıza üretiminin varsayımlarını ve sonuçlarını sorgulayan ve kamu yararı için yeni olasılıklar ve perspektifler açmaya çalışan düşünümsel ve eleştirel bir tutumu savunmaktadır.

Sonuç olarak, Bruno Latour ve Pascal Gielen kültür mühendisliği, rıza üretimi ve ilişkiler kurma sanatı üzerine farklı ama birbirini tamamlayan görüşlere sahiptir. Her ikisi de karmaşık ve değişen bir dünyada kültürü anlamak ve dönüştürmek için değerli içgörüler ve araçlar sunmaktadır.

3. KÜRESELLEŞME, SANATIN DOLAŞIM AĞI VE KÜRATÖRLÜK

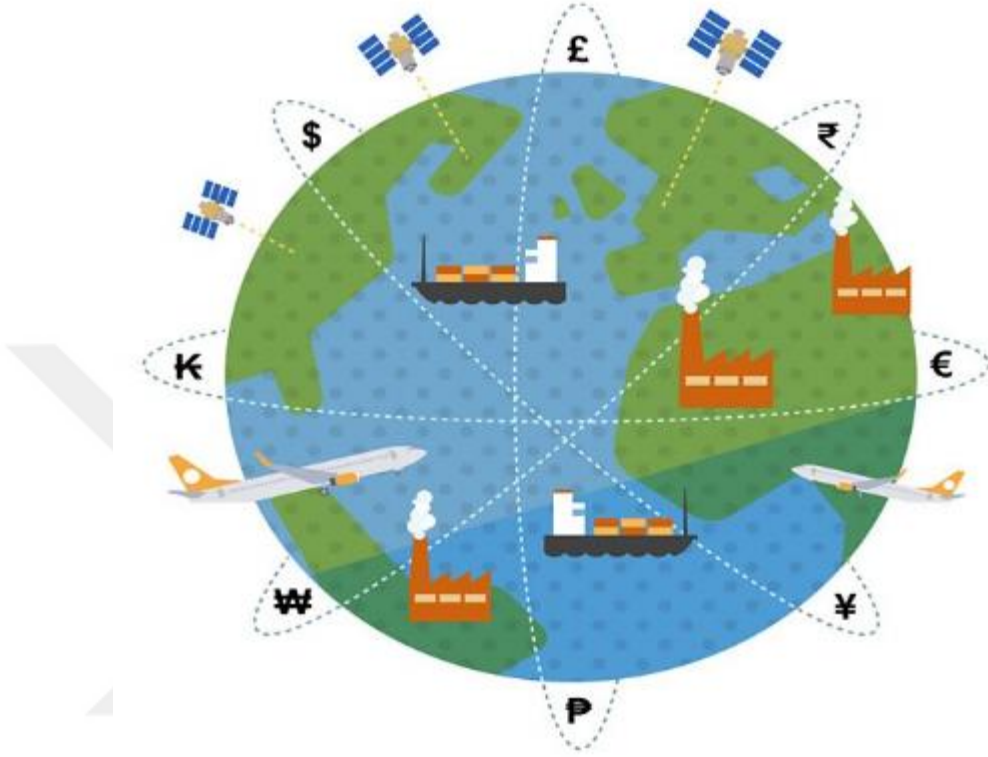
3.1. KÜRESELLEŞME VE İNTERNET

Küreselleşme, dünyadaki ekonomilerin, politikaların, kültürlerin ve insanların karşılıklı entegrasyonudur. (Britannica, 2023). Yani küreselleşme, dünyanın daha bağlantılı ve birbirine bağımlı bir yer haline geldiğini tanımlamak için kullanılan bir terimdir.

Küreselleşmenin erken bir örneği olarak, MÖ 50 ile MS 250 yılları arasında Çin, Orta Asya ve Akdeniz medeniyetleri boyunca kullanılan İpek Yolu gösterilebilir. Bu ünlü ticaret yolu fikir, ürün ve kültür alışverişinin bilinen en erken örneğidir. Çin ipeği, Roma camı, Arap baharatları, Budist inançları ve kağıt yapımı gibi fikirler de bu ticaret dalları aracılığıyla tüm dünyaya yayılmıştır. Manyetik pusulanın bulunması ve gemi tasarımlarındaki gelişmelerle deniz ticaret yollarında da gelişmeler olmuş, yeni bölgelerin ve ülkelerin keşfiyle, ticaret ve fikir alışverişi, dünyanın daha önce bağlantısı olmayan bölgelerine de yayılmıştır. Küreselleşme ağı aynı zamanda, kardeşlik, eşitlik ve özgürlük gibi kavramların ve bunlar hakkındaki fikirlerin Avrupa'dan Amerika'ya ve ötesine hızlıca yayılmasını da sağlamıştır. 18., 19. ve 20.yüzyıllar boyunca sanayideki gelişmelerle bu ağ büyümeye devam etmiştir.

1983 yılında Alman asıllı Amerikalı ekonomist Theodore Levitt, *The Globalization of Markets* başlıklı makalesinde küreselleşme terimi ortaya atmıştır. Küreselleşme başlangıcı genellikle Sanayi Devrimi'nden sonraki dönem olarak kabul edilir. Ancak bunu daha spesifik olarak tarihleyen bazı bilim insanları, 1870 yılını küreselleşmenin başlangıcı olarak kabul ederler. Çünkü o dönemde ihracat, bazı ülkelerin gayri safi yurt içi hasılasının (GSYİH) oldukça önemli bir yüzdesini oluşturmaya başlamıştır. Küreselleşme durağan bir durum değil, aksine sürekli bir gelişim içindedir; özellikle iletişim ve ulaşım alanlarındaki yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve ülkelerin liberal ticaret politikalarını benimsemesi bu durumu olanaklı kılmaktadır. Liberal ticaret politikaları, Dünya çapında ülkelerin liberal ticaret politikalarını benimsemesi, global

ekonomik entegrasyonu teşvik etmiştir. Böylece, ülkeler arası ticareti artırarak ekonomik büyümeye katkı sağlamış ve dünya genelinde yaşam standartlarını yükseltmiştir. Bu durum kültürel etkileşimi artırmış ve farklı kültürler arasındaki etkileşim, insanların yeni yaşam tarzları ve düşünce biçimleriyle tanışmasına olanak tanımıştır.



Görsel 9. Dünyanın her yerindeki ülkeler küreselleşme ile birbirlerine bağlanıyor. (t/y)

([Globalisation - BBC Bitesize](#) 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

Bilgi Çağı¹³ ile birlikte bilgisayar teknolojileri, iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki yenilikler, küreselleşmenin hızlanmasına ve kapsamının genişlemesine katkıda bulunmuş ve yeni bir küresel çağ başlatmıştır. Modern iletişim uydularındaki gelişmeler sayesinde 1964 Tokyo Olimpiyat oyunları ABD’den izlenebilmiştir. İnternetteki gelişmeler sayesinde, Avrupa’daki bir kişinin Afrika’daki bir son dakika haberini gerçek zamanlı olarak öğrenmesine olanak tanımıştır. Kıtalararası seyahat planlamak ve gerçekleştirmek saatler içinde yapılabilmektedir. Dijital devrimdeki bu gelişmeler, dünya genelindeki

¹³ Modern çağ/Bilgi çağı, bilginin özellikle bilgisayar teknolojisinin kullanımı yoluyla hızlı ve yaygın bir şekilde yayılan ve kolayca elde edilebilen bir meta haline geldiği bir zaman olarak kabul edilmektedir. (Merrian-Webster, 2023)

ekonomileri de etkilemiş, onları daha fazla bilgi tabanlı ve birbirine bağımlı hale getirmiştir. Günümüzde, küresel ağın bir odak noktasındaki ekonomik başarı ya da başarısızlık, diğer ülkelerin ekonomilerinde de hissedilebilir. Küreselleşme bir nevi homojenizasyon durumu yaratmıştır.

Globalleşmenin yararları ve zararları hakkındaki tartışmalar günümüzde de devam etmektedir. Ancak küreselleşmenin önemli bir sonucu olarak, bilgiye ulaşımında görece demokratikleşme ve tıbbi bilginin yayılmasıyla birçok hastalığın görülme sıklığının düşmesi gibi olumlu etkiler sayılabilir. Buna ek olarak, istisnalar yaşansa da ülkeler arası ekonomik bağımlılık, savaş ihtimalini de azaltmaktadır. Ulaşım yolları oldukça gelişmiş, mesafeler kısalmıştır; ancak, tüm insanları, yiyecekleri ve giysileri dünyanın dört bir yanına taşımanın, çevreye olumsuz etkileri bulunmaktadır. Bunun yanında küreselleşmeyle genişleyen ulaşım ağları sadece ticareti değil, hastalıkların yayılmasını da kolaylaştırmış ve yasadışı ticaret, meşru ticaretin yanı sıra gelişme göstermiştir. Ayrıca, modernizasyonun yol açtığı kirlilik, küresel ısınma ve iklim değişikliği gibi evrensel endişeler de yaratmaktadır. Küreselleşmenin bu sorunlara nasıl adapte olacağı henüz belirsiz olsa da değişim içindedir. Örneğin, 19. yüzyılda ihracat patlamasıyla başlayan globalleşmenin, 2019'da COVID-19¹⁴ pandemisinin dünya çapında hayatı kilitlenme noktasına getirmesinden önce bile, birçok ülkenin GSYİH'sında ticaret payının düşmüş olduğu gözlemlenmiştir.

Günümüzde küresel tedarik zincirleri, işgücünden ziyade bilgiye daha fazla dayanmaktadır. Küreselleşme kavramının önemli özelliklerinden biri, yukarıda da örneklerle belirtildiği üzere çok sayıda ve çeşitte etkilere sahip olduğudur. Yani küreselleşme, sahip olduğu iletişim kanallarıyla yalın toplumsal gerçekleri oldukça aşan spekülasyonlar, varsayımlar, güçlü toplumsal imgeler ve metaforlar üretme kapasitesiyle olağanüstü doğurgan bir kavramdır. Küreselleşme gibi çok cepheli bir kavram ile kitleler

¹⁴ Koronavirüsün neden olduğu COVID-19, son derece bulaşıcı solunum yolu hastalığıdır. Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan COVID-19, çok hızlı bir şekilde dünya çapındaki ülkelere yayıldı ve milyonlarca ölümle sonuçlanan çok yıllık bir pandemiye sebebiyet verdi. Pandemi nedeniyle, iş ve eğitim alarından bir devrim meydana geldi ve hızlıca uzaktan eğitim ile evden çalışma düzenlemelerine geçiş yapıldı. Bu süreçte iletişim, iş ve eğitim genellikle video konferans uygulamalarıyla gerçekleştirildi.

üzerinde rıza üretimi için en önemli kollardan olan kitle iletişim araçları ve sosyal medya, yani çatı ismiyle medya, daha da etkili bir role bürünmüştür.

Küreselleşme, 1970'lerden beri demokratikleştirilen sanat eğitimiyle birlikte sanat dünyasının da yapısını epeyce değiştirmiştir. Sanat eğitiminin demokratikleştirilmesiyle birlikte günümüze kadar olan süreçte, üniversitelerin güzel sanatlar fakültelerinden mezun sanatçı sayısı, bazı hesaplamalara göre 5 kattan fazla artmıştır. Daha geniş çerçevede yapılan hesaplamalar ise artışın 14 kat olduğunu dile getirmektedir (Gielen, 2016: 27).

İnternet, küreselleşmeyi hızlandıran ve kolaylaştıran en etkili teknolojilerden biridir.

“İnternet, dünyadaki çeşitli bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasına izin vererek kitle iletişiminde, kitle iletişim araçlarında ve ticarete devrim yaratan bir sistem mimarisidir (Kahn, & Dennis, 2023).“

İnternet, iletişim kurmak ve bilgi alışverişinde bulunmak için İnternet Protokol Paketi'ni (TCP/IP)¹⁵ kullanan, birbirine bağlı bilgisayar ağlarından oluşan küresel bir sistemdir. Kökeni, 1950'lerin sonlarında ve 1960'ların başlarında ABD, İngiltere ve Fransa'daki bilim insanları ve mühendislerin araştırma ve geliştirme çabalarına dayanmaktadır. Araştırma ve iletişim amacıyla bilgisayar ağları oluşturma ve bunları birbirine bağlama olasılığını araştırmışlardır. İnternet çeşitli aşamalardan geçerek gelişmiştir ve özellikle Birleşik Krallık ve Fransa'daki araştırmacılarla uluslararası bir işbirliğini içermektedir. İnternetin tarihi birçok önemli olay ve gelişmeyle işaretlenmiştir:

- 1965 yılında İngiltere’de Donald Davies tarafından tasarlanan NPL¹⁶ ağı, 1968 yılında geliştirilmeye başlanmıştır. Bu ağ, dünyanın ilk paket dağıtım ağı ve evrensel internetin öncüsü olarak kabul edilmektedir.

¹⁵ TCP/IP, dijital bilgisayarların uzun mesafelerde iletişim kurmasını sağlayan standart internet iletişim protokolleridir. Bilgisayar mühendisleri Vinton Cerf ve Bob Khan tarafından geliştirilmiştir. İnternet, bilgilerin küçük paketlere bölündüğü, aynı anda birçok farklı rota üzerinden ayrı ayrı gönderildiği ve daha sonra alıcı ucta yeniden birleştirildiği paket anahtarlamalı bir ağıdır. TCP, veri paketlerini toplayan ve yeniden birleştiren bileşendir. IP ise paketlerin doğru hedefe gönderildiğinden emin olmaktan sorumlu bileşendir. Sistem 1970’lerde geliştirildi ve 1983’te ARPANET (İnternet’in öncülü) için protokol standardı olarak kabul edildi.

¹⁶ NPL ağı, ağlar arası iletişim için ilk kez ‘arayüz bilgisayarı’ kavramını ortaya atmıştır. Bu kavram, bugün router olarak bilinen cihazlara karşılık gelmektedir. NPL ağı 768 kbit/s’lik hızı önermiştir ve bu durum ARPANET’in hat hızını 2.4 kbit/s’den 50 kbit/s’ye yükseltmesine sebep olmuştur.

- 1969'da ABD Savunma Bakanlığı Pentagon, TCP/IP'yi kullanan ilk paket-anahtarlamalı ağ olan ve İnternet'in öncüsü haline gelen ARPANET'in geliştirilmesini finanse etmiştir.
- 1972 yılında Louis Pouzin tarafından başlatılan CYCLADES¹⁷ ağı, 1977 yılına kadar faaliyet göstermiştir. Bu ağ, güvenilir veri teslimatının ağına değil, uç notkaların sorumluluğunda olduğu bir yapıyı ilk kez kullanmıştır. CYCLADES ağı, veri akışını kontrol etmek için TCP protokolünün temelini oluşturan end-to-end prensibini geliştirmiştir.
- 1973 yılında Robert Metcalfe ve David Boggs tarafından Xerox PARC'ta geliştirilen Ethernet¹⁸ ağı, yerel alan ağlarında (LAN) veri iletimi için standartları sağlamıştır. Ethernet ağı, verileri paketler halinde gönderen ve alıcıya ulaşmadan önce çarpışmaları tespit eden bir yöntem kullanmıştır.
- 1970'lerde ve 1980'lerde, Birleşik Krallık'taki NPL ağı, Fransa'daki CYCLADES ağı ve ABD'deki Ethernet ağı dahil olmak üzere birkaç başka ağ daha ortaya çıkmıştır. Bu ağlar, ağ geçitleri ve protokoller aracılığıyla birbirine bağlanmıştır.
- İnternet, ARPANET'in tüm ağlar için standart protokol olarak TCP/IP'ye geçmesiyle 1983 yılında resmi olarak doğmuştur.
- 1989 yılında, Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi'nde (CERN) çalışan İngiliz bilgisayar bilimcisi Tim Berners-Lee, bir web tarayıcısı kullanılarak İnternet üzerinden erişilebilen bir hipermetin belgeleri sistemi olan World Wide Web'i icat etmiştir. Böylece, 1990'lı yıllarda İnternet geniş çapta halka açık hale gelmiş ve bu da kullanıcı ve web sitesi sayısında katlanarak artışa neden olmuştur. İnternet, e-posta, anlık mesajlaşma ve sosyal medya gibi yeni iletişim biçimlerini mümkün kılmış ve bu bağlamda dünyanın küreselleşmesinde kilit bir rol oynamıştır.
- 2000'li ve 2010'lu yıllarda internet, mobil cihazlar, bulut bilişim, büyük veri, yapay zeka ve Nesnelerin İnterneti gibi yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte genişlemeye ve gelişmeye devam etmiştir. Ayrıca günümüzde internet, e-

¹⁷ CYCLADES ağı, ARPANET'in TCP/IP protokolünü benimsemesinde önemli bir rol oynamıştır.

¹⁸ Ethernet ağı, LAN'larda paket anahtarlama teknolojisini yaygınlaştırmış ve internete bağlanma imkanı sağlamıştır.

ticaret, e-öğrenme, e-devlet, e-sağlık ve e-demokrasi platformu haline de gelmiştir.

- 2020'lerde internet, siber güvenlik, dijital uçurum, ağ tarafsızlığı, kripto, gizlilik, sansür ve küreselleşme gibi yeni zorluklar ve gelişmelerle karşı karşıyadır.

Aşağıda yer alan Tablo 1, yukarıda bahsedilen üç ağın temel özelliklerini ve katkılarını özetlemektedir. Bu şekilde internetin tarihsel gelişimi daha rahat anlaşılabilir.

Çizelge 3.1 NPL, CYCLADES ve Ethernet ağlarının temel özellikleri ve katkıları.

Ağ	Ülke	Yıl	Hedef	Tasarım	Katkı
NPL	İngiltere	1968	Bilimsel araştırmalar için dijital bir iletişim ağı oluşturmak	Farklı ağları birbirine bağlamak için kullanılan "arayüz bilgisayarları"	Paket anahtarlama kavramını tanıtmış ve ARPANET'in hızını etkilemiştir
CYCLADES	Fransa	1972	Bilgisayar ağlarını ve veri iletimini denemek	Güvenilir veri teslimatı sağlamak için uçtan uca prensibini kullanmıştır	TCP protokolünü geliştirmiş ve TCP/IP'nin ARPANET tarafından benimsenmesine ilham vermiştir
Ethernet	Birleşik Devletler	1973	Bilgisayarları ve cihazları bir yerel alan ağına bağlamak	Veri paketlerinin çarpışmasını tespit etmek ve önlemek için bir yöntem kullanılır	Yerel alan ağları için standart teknoloji haline gelmiş ve internet erişimini mümkün kılmıştır

Sonuç olarak, küreselleşme ve internet arasında karşılıklı bir ilişki vardır: Küreselleşme internetin yayılmasını kolaylaştırır, internet de daha fazla küresel bağlantı ve etkileşim sağlar. İnternet, bilgi, fikir ve değerlerin sınırlar ötesinde paylaşılabilirdiği ve değiş tokuş edilebildiği uluslararası ve birbirine bağlı bir dünyanın ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur. Ancak internet aynı zamanda dijital uçurum, siber suçlar ve siber savaş gibi

küresel toplumdaki mevcut eşitsizlikleri, çatışmaları ve zorlukları yansıtmakta ve yeniden üretmektedir.

3.2. GERÇEK ÖTESİ (POST-TRUTH) VE RIZANIN İMALATI

İnternet, yaygınlaşmasıyla birlikte günümüz insanının yaşamının vazgeçilmez iletişim ve eğlence kanallarından biri olmuştur. İnternetin yaygınlaşması ve küresel anlamda evlerde kullanımının artması, kitleyle olan iletişimin yeni bir boyut kazanması nedeniyle rızanın üretimini de etkilemiştir. Öyle ki Oxford Sözlükleri, 2016 yılında ‘post-truth’ kelimesini yılın kelimesi seçmiştir (The Guardian, 2016). Post-truth kavramı, “nesnel olan bir gerçeklik karşısında halk kitlelerinin kişisel duygular ve çeşitli çıkarların ağırlık kazanması ile nesnel gerçekliğin silikleştirilmesi ve kamuoyunu etkilemesi olarak tanımlanır (Özkaya, 2020).” Oxford Ansiklopedi’ye göre kelimenin anlamı aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

“Nesnel gerçeklerin kamuoyunu şekillendirmede duygu ve kişisel inanca hitap etmekten daha az etkili olduğu durumlar. (Oxford Dictionary).”

Sözlüğün editörleri ‘post-truth’ kelimesinin bir önceki yıla göre %2000 oranında daha fazla kullanıldığını belirterek, kullanımdaki artışın “Birleşik Krallık’taki AB referandumu ve ABD’deki başkanlık seçimleri bağlamında” olduğunu açıklamışlardır. Oxford Sözlükleri Başkanı Casper Grathwohl, yılın kelimesi seçimleriyle ilgili olarak şunları dile getirmiştir:

“Seçimimizin, yüksek gerilimli siyasi ve sosyal söylemlerin hakim olduğu bir yılı yansıtmaması şaşırtıcı değil. Sosyal medyanın bir haber kaynağı olarak yükselişi ve müesses nizamın sunduğu gerçeklere karşı artan güvensizlikle beslenen post-truth, bir kavram olarak bir süredir dilsel temelini buluyor. (The Guardian, 2016).”

Oxford Ansiklopedi’ye göre, Sırp Amerikan oyun yazarı Steve Tesich tarafından 1992 yılında Nation Magazine’de yayımlanan *Government of Lies (Yalanlar Hükümeti)*

makalesinde “post truth” (hakikat sonrası/gerçek ötesi) kelimesi ilk defa kullanılmıştır. Tesich bu makalesinde, Amerikan halkının önemli bir bölümünün Richard Nixon ve Ronald Reagan hükümetleri tarafından yapılan siyasi propagandaları sorgulamadan gerçekmiş gibi kabul ettiğini dile getirmiştir. Tesich, artık insanların hakikati aramak yerine önüne gelen ham bilgi yığınlarını sorgulamadan kabul ettiğini yazarak, bu durumu eleştirmiştir. Tesich, Richard Nixon’ın başkanlığının ortaya çıkardığı tüm kirli gerçeklerle, Amerikalıların rahatsız edici gerçekleri küçümsediği ‘Watergate sendromu’ olarak adlandırılan olguyu tanımlamaya çalışmıştır.

“Başkan Nixon ve Kabine üyelerinin bir grup ucuz dolandırıcı olduğunun ortaya çıkması haklı olarak ulusu hasta etti ve tiksindirdi. Ama gerçek galip geldi ve bir kez daha gururlu bir ulus gururla sırtını sıvazladı; Ülkemizdeki en yüksek makamda işlenen suçlara rağmen, hükümet sistemimiz çalıştı. Demokrasi zafer kazandı... Ancak bu zaferin ardından tamamen öngörülemeyen bir şey oldu. Ya Watergate ifşaatları çok iç burkucu olduğu ve kendi suçları ve ifşaatlarıyla dolu olan Vietnam'daki savaşın hemen ardından geldiği için ya da Nixon çok çabuk affedildiği için gerçeklerden uzak durmaya başladık. Gerçeği kötü haberlerle eşitlemeye başladık ve bir ulus olarak sağlığımız için ne kadar doğru veya hayati olursa olsun, artık kötü haber istemiyorduk. Bizi gerçeklerden koruması için hükümetimize baktık. (Tesich, 1992)”

Tesich, Reagan yönetiminde gerçekleşen İran/Kontra skandalıyla ilgili olarak:

“Başkan Reagan, halkın gerçekten gerçeği bilmek istemediğini doğru bir şekilde algıladı. Bu yüzden bize yalan söyledi, ama bunun için çok çalışması gerekmedi. Hafıza kaybını bir mazeret olarak memnuniyetle kabul edeceğimizi hissetti. Ülkemizde nasıl bir hükümete sahip olduğumuz aklından çıkmıştı. (Tesich, 1992).”

Birinci Körfez Savaşı’nın da geleneği devam ettirdiğini, çünkü hükümetin ulusal çıkarlara hizmet edeceğini iddia ettiği için Amerikalıların, basın sansürünün kabul edilmesi gereken gerekli bir kötülük olduğunu kabul ettiğini belirtmiştir. “Sadece hükümetimizin görmemizi istediği şeyi görecektik ve bunda yanlış bir şey görmedik” diye yazan Tesich, tipik Amerikan pozisyonunu özetleyerek, “Bu şekilde hoşumuza gitti. Hükümetimiz bize sahip çıkıyordu. (Tesich, 1992).” diye belirtmiştir. Tesich, Amerikan halkının geleceğinin dehşet verici olduğu sonucuna varmıştır:

“Totaliter canavarların ancak rüyalarında salya akıtılabileceği bir halkın prototipleri haline geliyoruz hızla. Bugüne kadar tüm diktatörler gerçeği örtbas etmek için çok çalışmak zorunda kaldılar. Biz eylemlerimizle buna artık gerek olmadığını, gerçeğin her türlü önemini ortadan kaldıracı bir mekanizma edindiğimizi söylüyoruz.

Bizler, özgür insanlar olarak, çok temel bir biçimde, post-truth bir dünyada yaşamak istediğimize özgürce karar verdik. (Tesich, 1992)."

Tesich'in eleştirileri de göstermektedir ki Lippmann'ın ortaya koyduğu, Bernays, Gramsci ve Chomsky'nin geliştirdiği rıza imalatı kavramı, kavramsal olarak tanımlandığından beri uzun sürelerdir küresel çapta örnekleriyle süregelen bir olgudur. Kavram her ne kadar siyaset için biçilmiş bir kaftan gibi görünüp, öne çıkmış olsa da bilginin oldukça hızlı bir şekilde yayılması sonucu siyaseti de aşmıştır.

George Orwell, *Politics and the English Language* (1946) adlı makalesinde, siyasetin doğası gereği yalanlar üzerine kurulduğunu ve siyasi dilin, yalanları doğru ve kötülüğü saygın kılmak için tasarlandığını belirtir. Orwell, dilin iki yüzlü, samimiyetsiz olduğu durumlarda, gerçek ve deklare edilen amaçlar arasındaki uçurumda, uzun kelimeler ve tükenmiş ifadeler kullanılarak gerçeklerin gizlendiğini savunur. Ayrıca, Orwell bu makalesinde, dilin kötüye kullanımına karşı mücadelenin önemini vurgular ve dilin düşüncelerimizi şekillendirmede kritik bir rol oynadığını ifade eder.

"Dilin bozulması sonuçta politik ve ekonomik nedenlere sahiptir; sadece bu veya şu bireysel yazarın kötü etkisine bağlı değildir. Ancak bir etki, orijinal nedeni güçlendirerek ve aynı etkiyi yoğunlaştırarak ve böylece sonsuza dek devam ederek bir neden haline gelebilir. (Orwell, 1946)."

Orwell, dilin kötüye kullanımının politik ve ekonomik nedenlere dayandığını ve bu durumun tersine çevrilebileceğini belirtmiştir. Dildeki klişe ifadelerin ve metaforların yaratıcılığı öldürdüğünü dile getirmiş ve dilin netliğini azalttığı konusunda eleştirilerde bulunmuştur. Dilin iyileştirilmesi için basit ve açık ifadeler kullanmanın önemini vurgulayarak, daha net düşünmek ve ifade etmek için basit yazım kuralları önermiştir. Ayrıca Orwell, dilin düzeltilmesinin siyasi yenilenmenin bir parçası olduğunu belirtmiştir. Dilin basitliğini korumanın, politik doğruculuk saçmalıklarından kurtulmanın mümkün olduğunu ve bunun, politik yeniden doğuşa doğru atılacak ilk adım olduğunu ifade eder. Dilin açık ve dürüst ya da kötü, yanıltıcı, manipüle edici kullanımı, toplumda rıza üretiminin bir yolu olarak görülebilir.

Orwell'in bu eseri, dilin ve düşüncenin siyasetle olan ilişkisini ele almasıyla da önemlidir. Orwell, dilin sadece bir iletişim aracı olmadığını, aynı zamanda siyasi ve toplumsal

yapıları şekillendiren bir güç olduğunu öne sürer. Çünkü dil, siyasetin en büyük aracı, hareket alanıdır (Akın, 2021).

“Dil ve düşünce birlikteliği ideoloji ile desteklendiğinde bu birliktelik söylem haline gelir ve söylem siyasetin etkin gücünü oluşturur (Akın, 2021).”

Bu bağlamda, Orwell’ın eseri, dilin ve siyasetin insan düşüncesi ve toplumsal düzen üzerindeki etkilerini anlamak için halen güncelliğini korumaktadır.

Post-truth kavramının günümüzdeki yansımasıyla ilgili olarak farklı bir görüş Yuval Noah Harari, 21. yüzyılın başında gerçeğin, önceki dönemlerden daha kötü durumda olmadığını belirtmiştir. Harari’ye göre post-truth fenomeninin, özünde homo sapiens’i simgelediğini ve gücünü, tıpkı yabancılar arasındaki işbirliği ve bağlar kurulmasını sağlayan mitler, dinler ve ideolojiler gibi, hikayeler ve uydurmalar yaratma ve sonra da bunlara inanma yeteneğinden kaynaklandığı ifade etmiştir. Bir tarihçi olan Harari’ye göre, homo sapiens, her zaman gücü, hakikate tercih etmiş ve dünyayı anlamaya çalışmak yerine, onu yönetmeye daha fazla zaman ve çaba harcamıştır. Harari’ye göre şu anki yalan haber trendini farklı kılan şey, propagandayı bireysel olarak uyarlamayı ve yalanları bireysel önyargılarla eşleştirmeyi sağlayan teknolojidir. Troller ve bilgisayar korsanları, her bir kişinin benzersiz zayıflıklarını ve eğilimlerini belirlemek için büyük veri algoritmaları kullanır ve ardından bunlarla tutarlı hikayeler uydurur. Bu hikayeleri, kendilerine inananların önyargılarını pekiştirmek, toplumdaki çatlakları derinleştirmek ve demokratik sistemi içeriden delmek için kullanırlar. (Harari, 2018).

Filozof Lee McIntyre’de hakikat-sonrası olgusundaki yeniliğin, hakikatin ve olguların varlığını inkâr etmek değil, daha çok olguların kişisel önyargılara ve öznel bir bakış açısına tabi kılınması olduğunu savunmaktadır. McIntyre’a göre, hakikat sonrası dönemde bazı gerçekler diğerlerinden daha önemlidir ve bir kişinin bir gerçeği diğerine tercih etmek için kullandığı ölçüt, gerçeğin kendi görüşü ve kişisel bakış açısıyla ne ölçüde örtüştüğüdür. Bu bağlamda, McIntyre’ın *Post-Truth* (2018) adlı kitabında, bilim inkarının yetmiş yıl süren bir geçmişi olduğunu ve bilişsel önyargı, geleneksel medyanın düşüşü, sosyal medyanın yükselişi gibi faktörlerle kötüleştiğini belirtir (McIntyre, 2018). Ayrıca, insanların rasyonel olduğunu düşündüklerinden daha az rasyonel olduklarını ve beklenmedik veya rahatsız edici gerçeklerle karşılaştıklarında nasıl tepki verdiklerini

gösteren deneyler yaptığını ifade eder (McIntyre, 2021). Bu tür çalışmalar, post-gerçeklik çağında “alternatif gerçeklerin” asıl gerçeklerin yerini aldığı ve duyguların, kanıttan daha fazla ağırlık kazandığı bir dönemde, insanların inançlarını şekillendirmede duyguların ve kişisel inançların neden bu kadar önemli olduğunu anlamamıza yardımcı olabilir.

Hannah Arendt 1967 yılında The New Yorker dergisinde yayımlanan *Truth and Politics* adlı makalesinde, gerçeklik ve siyaset arasındaki karmaşık ilişkiyi inceler. Arendt, gerçeğin siyasetteki rolüne dair şüphelerini dile getirir ve kamusal alanın eylem yeri olduğunu, bu eylemlerin ise özgür, spontane ve geçici olduğunu savunur. Bu özellikler, gerçeğin objektifliği, sağlamlığı ve zorunluluğu gibi niteliklerle çelişir. Arendt’e göre, gerçek, siyasi değişimin temeli olan fikirlerle doğrudan çatışır. Ayrıca, Arendt, gerçekliğin hiçbir zaman yorum veya kişisel bakış açısından tamamen bağımsız olmadığını, ancak bu durumun gerçeklik ve olguların varlığına karşı bir argüman olarak kullanılamayacağını belirtir. Arendt makalesinde, gerçek ve yalan arasındaki ayrımın önemini vurgular ve kitle iletişim araçlarının bu ayrımı bulandırarak halkın gerçek, kurgu ve fikir arasındaki farkı ayırt etme yeteneğini zayıflattığını ifade eder. Günümüz dünyasında, belirli bir politik grubun çıkarlarına ters düşen gerçekler, daha öncekinden daha büyük bir düşmanlıkla karşılanır ve bu durum, demokratik süreçleri ve bilimsel girişimleri tehdit eder. Arendt’in bu gözlemleri, gerçek ötesi ve sahte haberlerin etkisi altında olan günümüz dünyasında hala geçerliliğini korumaktadır (Brahms, t/y).

Sonuç olarak, gerçek ötesi/hakikat sonrası kavramıyla dilin kullanımı, siyaset ve rızanın imalatı iç içe geçmiş kavramlar olarak görülebilir. Kavramların günümüzdeki yansımalarına konuyla ilgili incelemeler, fikirler ortaya koymuş araştırmacıların eserleri incelenerek bakılmıştır. İktidar ilişkilerinin olduğu her yerde siyaset de vardır. İletişimin olduğu her yerde dil vardır. İkna etme, yönetme düşüncesinin olduğu her yerde de rızanın üretimi kendini gösterir. Ancak rızanın imalatı, düşüncede başlar ve dile yansır. Bu doğrultuda dilin kullanımı ve kullanım tarzları, rızanın imalatı için oldukça önem taşır. Arendt’in yaşanan bütün durumun, zihnimize olan etkisini belirttiği aşağıdaki cümlesi konuyu özetler niteliktedir:

“Yalanların tutarlı ve bütünsel bir şekilde gerçeklerin yerine ikame edilmesinin sonucu, yalanların artık gerçek olarak kabul edilmesi ve gerçeklerin yalan olarak karalanması değil, gerçek dünyada yönümüzü bulmamızı sağlayan duygunun -ki ‘gerçeğe karşı

yalan” kategorisi bu amaca yönelik zihinsel araçlar arasındadır- yok edilmesidir. (Arendt, 1967).”

3.3. SANATIN KURUMSALLAŞMASI

Sanatın kurumsallaşması, müzeler, galeriler, bienaller, vakıflar, akademiler ve fuarlar gibi sanatı destekleyen, düzenleyen ve meşrulaştıran kurumların oluşumunu ve gelişimini içeren tarihsel ve sosyal bir olgudur. Sanatın kurumsallaşması, bu kurumların sanatın üretimi, dağıtımı ve alımlanması üzerindeki etkilerinin ve sonuçlarının analizini ve değerlendirilmesini de içerir.

Sanat kurumlarının tarihi, sanatın çoğunlukla tapınaklar, saraylar ve kiliseler gibi dini, siyasi ve aristokratik bağlamlarda üretildiği ve sergilendiği antik ve ortaçağ dönemlerine kadar uzanmaktadır. Sanat genellikle patronlar ve yetkililer tarafından yaptırılmış; güç, prestij ve dindarlığın bir sembolü olarak hizmet etmiştir. Sanat, sanatsal uygulamalar ve söylemler üzerinde çok az etkisi olan ya da hiç etkisi olmayan genel halk için de büyük ölçüde erişilemez ve anlaşılmaz olmuştur. (Gardner vd. 2016: Honour, & Fleming, 2009)

Modern sanat kurumları dönemi, sanatın daha seküler, çeşitli ve deneysel hale geldiği ve yaratıcı ve özerk bir birey olarak sanatçı kavramının ortaya çıktığı Rönesans ve Aydınlanma dönemlerinde başlamıştır. İlk müzeler, galeriler ve akademiler, genellikle soyluların ve din adamlarının özel koleksiyonlarının kamu kurumlarına dönüştürülmesiyle kurulurken, sanat da daha kamusal ve erişilebilir hale gelmiştir. Bu kurumlar, farklı kültürlerin ve dönemlerin sanatsal mirasını ve başarılarını korumayı, sergilemeyi ve halkı bu konuda eğitmeyi amaçlamıştır. Ayrıca, sanatın standartlarını, kriterlerini ve kategorilerini belirleyerek çağdaş sanatsal uygulamaları ve söylemleri teşvik etmeyi, düzenlemeyi ve değerlendirmeyi amaçlamışlardır. (Gardner vd. 2016: Honour, & Fleming, 2009)

Sanat kurumlarının çağdaş dönemi, sanatın daha küresel, çoğulcu ve yenilikçi hale geldiği, eleştirel ve işbirlikçi bir aktör olarak sanatçı kavramının ortaya çıktığı 20. ve 21. yüzyıllarda başlamıştır. Yeni sanat biçimleri, medyaları ve türleri geliştirildikçe ve

bienaller, festivaller ve çevrim içi ağlar gibi yeni platformlar, mekânlar ve etkinlikler yaratıldıkça sanat da daha çeşitli ve etkileşimli hale gelmiştir. Bu kurumlar, zamanlarının sosyal ve kültürel meselelerini ve gerçekliklerini yansıtmayı, meydan okumayı ve dönüştürmeyi amaçlamışlardır. Ayrıca sanat için kaynaklar, fırsatlar ve izleyiciler sağlayarak sanatsal pratikleri ve söylemleri kolaylaştırmayı, desteklemeyi ve güçlendirmeyi amaçlamışlardır. (Gardner vd. 2016: Gielen, 2018)

Sanat kurumlarının rolü sabit ya da statik değil, dinamik ve tartışmalıdır. Zira tarihsel, sosyal ve siyasi bağlamlar ile sanatsal pratikler ve söylemler tarafından sürekli olarak şekillendirilir ve yeniden biçimlendirilirler. Sanat kurumlarının rolü de tekil ya da evrensel değil, sanatçılar, sanat eserleri, küratörler, eleştirmenler, koleksiyonerler, eğitimciler, halk ve toplum gibi sanatın farklı aktörleri ve yönleri üzerinde farklı işlevlere ve etkilere sahip oldukları için çoklu ve görecelidir. Dolayısıyla, sanat kurumlarının rolü basit ya da anlaşılır bir kavram değil, eleştirel ve bağlamsallaştırılmış bir analiz ve değerlendirme gerektiren karmaşık ve incelikli bir kavramdır. (Gielen, 2018: Latour, 2005)

Yıldırım (2019) *Labour Conditions of Contemporary Artist in Turkey* adlı yüksek lisans tez çalışmasında sanatın kurumsallaşmasını açıklarken küreselleşmedeki gelişmelerin, kurumsallaşma ve iş ile yönetim kültürünü değiştirdiğine dikkat çeker. Küreselleşme, dünyadaki üretim modellerinin Fordist üretimden¹⁹ esnek üretim yöntemlerine dayalı Post-Fordist üretime doğru bir dönüşüme uğramasına yol açmıştır. Bu durum, kültürel ve sanatsal çalışmaların kurumsal bir perspektifle şekillenmesini de etkilemiştir. Bu bakış açısı galeriler, müzeler, fuarlar, bienaller gibi sanat ve kültürün birleştiği, dolaşıma girdiği ve sergilendiği alanların kurumsal ve yönetsel mekanizmaları olarak ifade edilebilir. Görsel sanatların sergilendiği, sanat ve kültürün kurumsallaştığı yönetim alanları kısaca aşağıdaki gibidir:

¹⁹ Fordist üretim, ağırlıklı olarak seri üretim şeklinde gerçekleştirilen bir endüstriyel üretim yöntemidir. Yönetim ve vasıflı işgücüne ilişkin işler Taylorist bir yaklaşımla belirlenirken, iş bölümü ve görev tanımları katı bir şekilde yapılır. Ürün standardizasyonu verimlilik artışını beraberinde getirmekte, artan talep bu süreci hızlandırmaktadır. (Eraydın, 1992: 15). Bu üretim hattı her gün 8 çalışma saatinden oluşmaktadır.

Akademi: Rönesans döneminde kurulmuş ve 17. yüzyılda yaygınlaşmaya başlamıştır. Amaçları sanatçıların mesleki konumlarını geliştirmek ve sanatı öğretmektir.

Müzayede ve Müzayede Evleri: Taşınır veya taşınmaz eserlerin açık artırma yoluyla en yüksek bedeli teklif eden kişiye satıldığı bir satış yöntemi ve satışın gerçekleştiği yerdir.

Müze: Uygarlık tarihine ait her türlü objenin halka sunulduğu ve halkın kültürel birikimini zenginleştiren, araştırmacıların araştırmalarını kolaylaştıran ve geliştiren, tarihi verilerin gelecek kuşaklara aktarıldığı mekânlardır.

Sanat Galerisi: Sanat eserlerinin (genellikle görsel sanatlar) sergilendiği ve satın alınabildiği bir yer veya bina.

Bienal: Her iki yılda bir düzenlenen büyük bir uluslararası sanat sergisi.

Sanat Fuarı: Satıcılardan ve sanat danışmanlarından koleksiyonerlere, küratörlere ve sanat izleyicilerine kadar sanat sektöründe yer alan kişilerin sanat eserlerini sergileyip satabilecekleri ve anlaşmalar yapabilecekleri büyük bir yer.

3.3.1. Akademiler

Sanat tarihinde ortaya çıkan ilk sanat kurumu türlerinden biri akademidir. Akademi, sanatçılar için eğitim, öğretim ve sertifikasyonun yanı sıra eserlerini sergilemek ve tanıtmak için bir platform sağlayan resmi bir kurumdur. Akademi aynı zamanda türlerin hiyerarşisi, kompozisyon ilkeleri ve güzellik kriterleri gibi sanatın kurallarını, standartlarını ve kategorilerini de belirlemiştir. Akademi genellikle devlet veya kilise ile ilişkilendirilmiş ve hamiler ve yetkililer için bir güç ve prestij aracı olarak hizmet etmiştir. Rönesans döneminde İtalya'da ortaya çıkan sanat akademileri ilk olarak 1562 yılında İtalyan sanatçı ve yazar Giorgio Vasari tarafından Floransa'da Accademia dell'Arte del Disegno adıyla kurulmuştur. Bu akademi, sonraki yıllarda çeşitli şehir ve ülkelerde başka sanat akademilerinin kurulması için bir model oluşturmuştur. Roma (1572) ve Bologna (1582) gibi İtalyan şehirlerinde çeşitli sanat akademilerinin kurulmasının ardından, Fransa'da Kraliyet Resim ve Heykel Akademisi gibi benzer kurumlar ortaya çıkmış ve 19. yüzyılın sonuna kadar gelişmeye devam ederek kalıcı bir etki bırakmıştır (Antmen,

2012: 11). Türkiye'de ise ilk sanat akademisi 1882 yılında Osman Hamdi Bey tarafından "Mekteb-i Sanayi-i Nefise-i Şâhâne", diğer adıyla "Sanayi-i Nefise Mektebi" ismiyle İstanbul'da kurulmuş ve 1883 yılında eğitim vermeye başlamıştır. Kurum, 1928 yılında Güzel Sanatlar Akademisi adını alarak Türkiye'de "Akademi" unvanını alan ilk kurum olma özelliğini kazanmıştır (Yıldırım, 2019: 22).

Sanat akademilerinin amacı iki yönlüdür: Sanatçıların sosyal ve mesleki görgülerini geliştirmek ve sanat eğitimi vermek. Sanat akademileri, sanatçıyı zanaatkârdan ayırarak “güzel sanatlar” kavramının yerleşmesinde kilit bir rol oynamıştır. Bu durum, sanatın sadece bir zanaat değil, aynı zamanda dil, tarih, edebiyat ve felsefeyi de kapsayan entelektüel bir uğraş olduğu algısını şekillendirmiştir. Dahası, sanat akademileri, sanatın daha geniş bir kitleye sunulmasını kolaylaştırmak için birincil yetkili organ olarak hizmet vermiştir. Bu, üretim koşullarından sanat eserinin içeriğinin formüle edilmesine kadar uzanan unsurları kapsamaktadır. 1673 yılında Fransa Kraliyet Resim ve Heykel Akademisi, sanat akademilerinden başarıyla mezun olan öğrencilerin eserlerini sergilediği bir sergi düzenlemiştir. Daha sonra, 1725 yılında bu sergiler Louvre'da "Salon" adı altında gerçekleştirilmiştir. Sergiler 1748 yılında, ödül almış akademik sanatçılardan oluşan bir jürinin gözetiminde düzenlenmeye başlanmıştır. Akademi, Fransa'daki Salon gibi yarışmalar, ödüller ve sergiler düzenleyerek halkın sanat zevkini ve görüşünü de etkilemiştir. 1789'daki Fransız Devrimi'nin ardından bu sergilere yabancı sanatçıların da katılmasına izin verilmiştir (Yıldırım, 2019: 23).

Akademik sergiler ya da Salon sergileri, bir dönem boyunca süren ve sanat dünyasının en güncel eserlerinin sergilendiği önemli sanat etkinliklerinden olmuştur. İki ay boyunca açık kalmışlar ve 19. yüzyılın sonuna kadar yüz binlerce ziyaretçi çekmişlerdir. Salon, sanatlarını sergileyen sanatçıların eserlerine alıcı bulmalarını sağlarken, aynı zamanda yeni sanatçıların kendilerini tanıtabilecekleri tek platform olmuştur (Antmen, 2012: 13). Akademi 16. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar Avrupa'da baskın ve etkili olmuş, ancak aynı

zamanda otoritesine ve geleneklerine meydan okuyan Romantizm²⁰, Realizm²¹ ve Empresyonizm²² gibi bazı sanatçı ve akımların eleştiri ve direnişiyle de karşılaşmıştır. (Honour, & Fleming, 2009).

3.3.2. Müzayedeler ve Müzayede Evleri

Sanat tarihinde gelişen bir başka sanat kurumu türü de müzayede evidir. Müzayede evi, sanatın yanı sıra diğer mal ve hizmetlerin alım satımını kolaylaştıran ticari bir kurumdur. Müzayede evleri aynı zamanda sanat eserlerinin değerlemesi, doğrulanması ve belgelenmesinin yanı sıra sanatçıların ve eserlerinin pazarlanması ve tanıtılmasını da sağlamaktadır. Müzayede evleri ayrıca talep, rekabet ve spekülasyon yaratmanın yanı sıra sanatın fiyatlarını, eğilimlerini ve zevklerini belirleyerek sanat piyasasını ve sanat dünyasını etkilemiştir. Müzayede evi genellikle koleksiyoncular ve satıcılar ile ilişkilendirilmiş, alıcılar ve satıcılar için bir kâr ve zevk aracı olarak hizmet etmiştir. Müzayede evleri 18. yüzyıldan 21. yüzyıla kadar Avrupa ve Amerika'da yaygın ve güçlü olmuştur, ancak aynı zamanda yasallığını ve etiğini sorgulayan bazı hükümetler ve

²⁰ Romantizm, 18. yüzyılın sonlarına doğru Avrupa'da ortaya çıkan sanatsal ve entelektüel bir harekettir. 19. yüzyılın başlarında sanat ve edebiyatta insan psikolojisine, kişisel duyguların ifadesine ve doğal dünyaya gösterilen ilgiyle ayırt edilen yeni bir ilgiyi tanımlamak için kullanılmıştır. Batı dünyasının çoğu için yaklaşık 1800-1850 yılları arasında zirveye ulaşmıştır.

²¹ Realizm, özel anlamıyla on dokuzuncu yüzyılın ortalarında ortaya çıkan ve gündelik hayattan konuların natüralist bir şekilde resmedilmesiyle karakterize edilen bir sanat akımına atıfta bulunur; ancak bu terim genellikle gerçekçi ve neredeyse fotoğrafik bir şekilde resmedilen sanat eserlerini tanımlamak için de kullanılır.

²² Empresyonizm, 19. yüzyılda Fransa'da gelişmiştir ve eskizlerden yola çıkarak stüdyo yerine dışarıda ve doğal olarak 'olay yerinde' resim yapma pratiğine dayanmaktadır. Başlıca empresyonist konular manzara ve günlük yaşam sahneleridir.

UNESCO²³ gibi kuruluşların eleştiri ve düzenlemeleriyle de karşı karşıya kalmıştır. (Christie's & Sotheby's hakkımızda kısmı, 2023).

Etimolojik olarak müzayede terimi Latince "augere" fiilinden türemiştir ve "artırmak" anlamına gelmektedir. Açık artırmaların MÖ 5 yılına kadar uzandığına dair kanıtlar vardır. Tarihçi ve yazar Herodotos, *Historia* adlı kitabında ilk müzayedelerin Babil'de cariyeler ve köleler için yapılanlar olduğunu belirtmektedir. Sanat müzayedeleri de MÖ 3 gibi erken bir tarihten itibaren kaydedilmiştir (Artun, 2015: 168). Müzayede, tekliflerin davet edilmesi, tekliflerin kabul edilmesi ve nihayetinde malın müzayedeci aracılığıyla en yüksek teklifi verene verilmesi yoluyla, taşınır veya taşınmaz malların satışına yönelik bir süreçtir. Tüm teklif sahiplerinin açık artırma başlamadan önce mülkleri incelemesine ve ilgili koşullarını değerlendirmesine izin verilir. (Yıldırım, 2019: 24). Müzayedeyi düzenleyen kişi mülk için önceden bir rezerv fiyat belirleyebilir; bu kritere ulaşamazsa mülk satılmadan bırakılabilir. Müzayedeler altı farklı formatta gerçekleşmektedir:

“İngiliz Müzayedesi: Bu, malların en yüksek teklifi verene satıldığı ve tekliflerin artan sırada arttığı en sık kullanılan açık artırma biçimidir. Genellikle sanat eserlerini satmak için kullanılır ve bu müzayedelerde teklif verenler en yüksek teklifi verip müzayedeyi kazanana kadar açılış fiyatını kademeli olarak yükseltirler.

Hollanda Müzayedesi: Bu açık artırma formatında, teklif verme çok yüksek bir fiyattan başlar ve bir alıcı "benim" diye seslenerek veya otomatik saati durduran bir düğmeye basarak bir ürünü kabul edene kadar kademeli olarak düşer.

Vickrey Müzayedesi: Adını 1996 Nobel Ekonomi Ödülü sahibi William Vickery'den alan ikinci fiyat açık artırması, en yüksek teklifi verenin ürünü kazandığı, ancak ikinci en yüksek teklifi verenin fiyatını ödediği bir açık artırma türüdür.

Kapalı Teklif Müzayedesi: Her teklif verenin yalnızca bir kez teklif vermesine izin veren açık artırma da kullanılır. İlk olarak, alıcı gereksinimleri belirler ve ardından kapalı teklifler açılır. Mallar en yüksek nitelikli teklif sahibine verilir veya bir hizmet söz konusu olduğunda, en düşük nitelikli teklif başarılı olur.

Yankee Müzayedesi: Hollanda Açık Artırmasının bir çeşididir ve en yüksek teklifi verenler, açık artırmının kapanışında teklif ettikleri fiyat üzerinden mevcut malı kazanırlar.

²³ UNESCO kelimesi, İngilizce “United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization” kelimelerinin baş harfleri alınarak oluşturulmuş ve Türkçe’de "Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu" biçiminde karşılanmıştır.

Ters Müzayede: Bu açık artırmada satıcı, bir satıcının gereksinimleri için teklif verir. İhale, önceden belirlenmiş bir sürenin sonunda en düşük fiyatlı ve nitelikli tedarikçiye verilir (Sollish & Semanik, 2012: 1-2)."

Dünyada ve Türkiye'deki ilk müzayede evleri şunlardır:

Stockholm Auktionsverket, 1674 yılında İsveç'in Stockholm kentinde, o dönemde Stockholm Valisi olan Baron Claes Rålamb'ın girişimiyle kurulmuştur. Halen dünyanın en eski müzayede evidir. Stockholms Auktionsverk dünya çapında on ülkede faaliyet göstermektedir ve çeşitli çağ ve dönemlere ait sanat eserleri, el sanatları ve antikalar için önde gelen bir İskandinav pazarıdır.

Sotheby's Müzayede Evi, 1744 yılında Londra'da (İngiltere) kurulmuştur ve şu anda dünyanın en büyük ve en köklü güzel sanatlar müzayede firmalarından biridir. Dünya çapında 80 ofisten oluşan bir ağa sahip olan şirketin yıllık küresel satış cirosu 7 milyar doları aşmaktadır.

Christie's Müzayede Evi 1766 yılında James Christie tarafından Pall Mall, Londra'da kurulmuştur. Amerika, Avrupa, Orta Doğu ve Asya Pasifik'te 46 ülkede fiziksel varlığı ve New York, Londra, Hong Kong, Paris ve Cenevre'deki amiral gemisi uluslararası satış merkezleri ile dünya lideri bir sanat ve lüks şirkettir.

Portakal Sanat ve Kültür Evi, 1914 yılında Yervant Portakal tarafından İstanbul Kapalıçarşı'da antika satıcısı ve müzayedeci olarak kurulmuştur. Ailenin genç üyeleri halen müzayedeler düzenlemekte, antika eşya ticareti yapmakta, galeriler işletmekte, sanat danışmanlığı ve bilirkişilik yapmaktadır.

Sanatın, müzayede evlerinde finansallaşmanın yol açtığı spekülasyon etkilere maruz kalması, müzayede ve müzayede evlerini, sanatın modern yaşamdaki örgütlenme ve kurumsallaşma sürecindeki hâkimiyetine yardımcı olan en etkili ortamlardan biri haline getirdiğini belirtmek gerekir. Finans, iletişim ve sergileme ağlarıyla kurulan işbirliği, özgün sanat ve piyasa eğitiminin yakınlaşmasını kolaylaştırmıştır. Müzayede kayıtları, tarihsel olarak hem sanatsal hem de estetik eğilimleri belirleyerek sanatın yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır (Artun, 2015: 170).

3.3.3. Müzeler

Sanat tarihinde ortaya çıkan üçüncü bir sanat kurumu türü de müzedir. Müze, sanatın yanı sıra diğer kültürel ve doğal nesneleri toplayan, koruyan ve sergileyen bir kamu kurumudur. Müze aynı zamanda sanatın araştırılması, eğitimi ve yorumlanmasının yanı sıra sanat eserlerinin korunması ve restorasyonunu da sağlamaktadır. Müze ayrıca, sanatın anlatılarını, temsillerini ve sınıflandırmalarını oluşturmanın yanı sıra halkın takdirini, anlayışını ve zevkini teşvik ederek sanatın kültürel ve sosyal değerlerini ve kimliklerini de etkilemiştir. Müze genellikle ulus ya da şehirle ilişkilendirilmiş, vatandaşlar ve ziyaretçiler için bir kültür ve medeniyet aracı olarak hizmet etmiştir. Müze, 19. yüzyıldan 21. yüzyıla kadar dünyada yaygın ve etkili olmuş, ancak aynı zamanda işlevine ve biçimine meydan okuyan Dada²⁴, Pop Art²⁵ ve Kavramsal Sanat²⁶ gibi bazı sanat hareketleri ve sanatçılar tarafından eleştirilmiş ve dönüştürülmüştür. (Gardner vd., 2016).

“Müze” teriminin kökleri eski Yunan tanrıçaları olan Dokuz Musalar'a dayanır. Bugün anladığımız şekliyle en eski müzenin 17-18. yüzyıl Avrupa'sında ortaya çıktığı düşünülse de İskenderiye'deki kütüphanesiyle ünlü Museidon'un, daha çok bir üniversite olsa da bir sergi alanına sahip olduğu bilinmektedir. Buna ek olarak, antik Roma'da heykeller ve savaş ganimetleri gibi halka açık alanlarda sergilenen koleksiyonlar vardır. Nadire kabinleri (Wunderkammer) ve Kunstkammer gibi kültürel ve doğal nesnelerin toplanması ve sergilenmesinin daha önceki biçimlerine kadar uzanmaktadır. Ayrıca, Orta Çağ kiliselerinde bulunan kutsal ve değerli eşyalar ile bir zamanlar geleneksel Japon

²⁴ Dada, 1916 yılında Birinci Dünya Savaşı sırasında Zürih'te savaşın dehşetine ve çılgınlığına karşı olumsuz bir tepki olarak ortaya çıkmış bir sanat hareketidir. Dada sanatçıları tarafından üretilen sanat, şiir ve performans genellikle hicivsel ve saçma niteliktedir.

²⁵ Pop art, 1950'lerde ortaya çıkan ve 1960'larda Amerika ve İngiltere'de gelişen, popüler ve ticari kültürdeki kaynaklardan ilham alan bir sanat akımıdır. 1960'lar ve 70'ler boyunca farklı kültürler ve ülkeler bu akıma katkıda bulunmuştur.

²⁶ Kavramsal sanat, eserin arkasındaki fikrin (veya kavramın) bitmiş sanat nesnesinden daha önemli olduğu sanattır. 1960'larda bir sanat akımı olarak ortaya çıkmıştır ve terim genellikle 1960'ların ortalarından 1970'lerin ortalarına kadar yapılan sanatı ifade eder.

tapınaklarının duvarlarında sergilenen ve iyi şans getirdiğine inanılan küçük at ikonları gibi eserler de modern müze kavramının ortaya çıkmasından önce benzer yerlerde sergilenmiştir. (Yıldırım, 2019: 27) Müze başlangıçta kendi zevkleri, prestijleri veya araştırmaları için koleksiyonlarını toplayan ve sergileyen aristokrasiye, din adamlarına veya akademisyenlere ait özel bir kurum olmuştur. Müze, Londra'daki British Museum ve Paris'teki Louvre gibi bazı özel koleksiyonların halka açılması veya devlete bağışlanmasıyla 18. yüzyılın sonlarında ve 19. yüzyılın başlarında bir kamu kurumu haline gelmiştir. Müze aynı zamanda ülkenin sanatsal ve tarihi mirasının yanı sıra dünyanın diğer bölgelerinden gelen sömürge ve imparatorluk kazanımlarını toplayıp sergileyerek ulusun kültürel ve siyasi kimliğini yansıtan ve şekillendiren ulusal bir kurum haline gelmiştir. Müze, rasyonellik, evrensellik ve ilerleme gibi Aydınlanma ideallerinden²⁷ etkilenmiş ve nesnelerin sınıflandırılması, düzenlenmesi ve yorumlanmasında bilimsel ve sistematik bir yaklaşım benimsemiştir. Müze aynı zamanda ziyaretçilere erişim, bilgi ve rehberlik sağlayarak halkı eğitmeyi ve aydınlatmayı amaçlamıştır (Hooper & Greenhill, 2000).

Modern Avrupa'nın 16. yüzyıldaki ilk günlerinde müzeye en yakın şey Wunderkammern ya da nadire kabinleridir. Burada sergilenen nesneler meraklı krallar, zengin tüccarlar ve entelektüeller tarafından toplanmıştır. Bunlar arasında sanat eserleri, nadir bulunan doğal nesneler, bilimsel aletler, Doğu'dan gelen nesneler ve büyüleyici doğa harikaları yer almıştır. Bu koleksiyonlar, koleksiyoncunun gücü ve zenginliğinin yanı sıra dünya görüşü ve bilgisini de yansıtmaktadır. Başlangıçta bu koleksiyonlara yalnızca seçkin ziyaretçiler erişebilmiştir, ancak zamanla daha geniş bir kitleye açılmıştır. Müzeler gibi, nadire kabineleri de ziyaretçilerinin bilgilerini derinleştirmeyi amaçlamıştır.

British Museum, 1753 yılında dünyanın ilk kamu müzesi olarak kurulmuştur. Başlangıçta müzede, doktor Sir Hans Sloane'un (1600-1753) hayatı boyunca sömürge ülkelerden topladığı 71.000'den fazla obje, antik eserler - sikkeler, madalyalar, yayınlar, illüstrasyonlar, kitaplar, el yazmaları ve etnografik materyaller sergilenmiştir. Müze, 21.

²⁷ Aydınlanma, insan mutluluğunun değeri, akıl ve duyuların kanıtlarıyla elde edilen bilgi arayışı ve doğal hukuk, özgürlük, ilerleme, hoşgörü, kardeşlik, anayasal hükümet ve kilise ile devletin ayrılması gibi idealler üzerine odaklanan bir dizi fikir içeriyordu.

yüzyılın başından bu yana dört yeni kalıcı galerinin açılmasıyla kamusal alanlarını genişletmeye devam etmiştir (Yıldırım, 2019: 28).

Tarihçiler müzenin köklerini uzun süre tartışmış olsalar da, kaynaklar üzerinde yapılan bir çalışma binanın 1190 yılında bir kale olarak inşa edildiğini göstermektedir. 1789'daki Fransız Devrimi'nden sonra Ulusal Meclis, 1793 yılında koleksiyonundaki 537 resimle Louvre'u müze olarak açmıştır. Müze 1786 yılında kapatılmış, ancak Napolyon Bonapart 1801 yılında yeniden açmış ve koleksiyonu genişletmiştir. Louvre'un koleksiyonunda antik Mısır eserleri, antik Yunan ve Roma'dan heykeller, 19. yüzyılın önde gelen Avrupalı sanatçıların tabloları, Fransız kraliyet ailesine ait mücevherler ve diğer sanat eserleri yer almaktadır. Eserler MÖ 6. yüzyıldan MS 19. yüzyıla kadar uzanan geniş bir dönemi kapsamaktadır. Leonardo Da Vinci'nin ünlü tablosu Mona Lisa da dâhil olmak üzere 35.00'den fazla eser sergilenmektedir.

Fransa'da sanat üretimi hükümet, Kral ve kabinesi tarafından kontrol edilmiştir. Paris'te 1648 yılında kurulan Kraliyet Resim ve Heykel Akademisi, sanatçıların eğitimini, sanat eleştirisini, sanat sergilerini ve sanat eserlerinin satışını, dolayısıyla dolaylı olarak sanatın kendisini kontrol etmiş ve yönetmiştir. Akademi üyeleri Louvre'da bir araya gelerek 'hangi tür sanatın resmi olarak sanat olarak kabul edilmesi gerektiğini' tartışmışlardır. 'Salonlar' olarak bilinen bu sergiler modern sanat sergilerinin öncüsü olsa da içerikleri ayrımcı bir şekilde kontrol edilmiş ve sadece seçkinlerin katılmasına izin verilmiştir. Sonuç olarak Louvre, büyük ölçüde yönetici sınıf tarafından kontrol edilen erişilmez bir kale olarak kalmıştır (Yıldırım, 2019: 28).

Türkiye'deki müzelerin tarihi, bir ülke ve kültür olarak Türkiye'nin tarihiyle yakından ilişkilidir. Türkiye'de ilk müzeler 19. yüzyılın sonlarında, Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Batılılaşma ve modernleşme reformlarının bir sonucu olarak kurulmuştur. İlk müze, 1869 yılında İstanbul'da açılan ve imparatorluğun çeşitli bölgelerinden gelen arkeolojik ve etnografik eserlerin sergilendiği Müze-i Hümayun'dur. Türk Müzesi aslında İstanbul Arkeoloji Müzelerinin de temelini oluşturan Mecma-ı Asar-ı Atika'ya (Antik Şark Eserleri Müzesi) dayanmaktadır. Mecma-ı Asar-ı Atika koleksiyonu Sadrazam Ali Paşa döneminde tasnif edilmiş, Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk müzesi ise 1869 yılında Maarif Nazırı Saffet Paşa tarafından Müze-i Hümayun (İmparatorluk Müzesi) adıyla kurulmuştur. (Yıldırım, 2019: 29) İkinci müze ise 1914 yılında İstanbul'da açılan ve Türk ve Avrupalı sanatçıların resim ve heykellerinin sergilendiği Güzel Sanatlar Müzesi'dir

(Sanayi-i Nefise Müzesi). Müze aynı zamanda Türk sanatçıları Batılı tarz ve tekniklerde eğiten bir sanat okulu olarak da hizmet vermiştir. Türkiye'deki müzeler, 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra, Anadolu'nun kültürel mirasını korumanın ve tanıtmanın önemini vurgulayan Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde daha da gelişmiştir. Osmanlı ve daha önceki medeniyetlere ait saray, cami, kilise, türbe ve tekkelerin bazıları, 1924 yılında İstanbul'da açılan ve Osmanlı dönemine ait mobilya ve sanat eserlerinin sergilendiği Topkapı Sarayı Müzesi gibi müzelere dönüştürülmüştür. Türk ve İslam Eserleri Müzesi de 1927 yılında İstanbul'da açılmış ve çeşitli bölgelerden ve dönemlerden İslam sanatını sergilemiştir. Mevlana Dergâhı da 1927 yılında Konya'da açılmış ve Mevlana ve Sufizm ile ilgili objeler sergilenmiştir. Devlet Resim ve Heykel Müzesi, Atatürk'ün girişimiyle 20 Eylül 1937 tarihinde Dolmabahçe Sarayı Veliaht Dairesi'nde kurulmuştur ve Türkiye'nin ilk Güzel Sanatlar Müzesi olarak hizmet vermeye devam etmektedir. Müzenin koleksiyonlarında Türk ve dünya sanatçılarının resim, heykel ve özgün hat eserlerinin yanı sıra klasik ve rönesans dönemlerine ait çeşitli mulaj heykeller ile müzeye bağışlanan özel koleksiyonlardan bazı eserler yer almaktadır (Yıldırım, 2019: 29).

Türkiye'deki müzeler de koleksiyonlarını ve sergilerini çağdaş sanat, halk sanatı, askeri sanat, denizcilik sanatı, havacılık sanatı, demiryolu sanatı, posta sanatı, basın sanatı, fotoğraf sanatı, sinema sanatı, spor sanatı, müzik sanatı, oyuncak sanatı, halı sanatı, cam sanatı, mozaik sanatı, seramik sanatı, hat sanatı, sikke sanatı, pul sanatı gibi alanlara genişletmiştir. Türkiye'deki müzeler ayrıca, yapıtların korunması, sunumu ve insanların müzeye katılımını artırmak için yeni teknolojiler, yöntemler ve stratejiler benimseyerek işlevlerini ve biçimlerini çeşitlendirmiş, aynı zamanda laikleşme, demokratikleşme, küreselleşme ve toplumun çok kültürlülüğü gibi ülkenin karşı karşıya olduğu sosyal ve siyasi değişimleri ve zorlukları yansıtmış ve bunlara yanıt vermeye çalışmıştır. Türkiye'deki müzeler ayrıca ulusal ve uluslararası sergiler, etkinlikler ve işbirlikleri düzenleyerek ülkenin ve dünyanın kültürel ve sanatsal gelişimine ve değişimine katkıda bulunmuştur (Avesis, Britannica).

Zaman içinde müzeler önemli dönüşümler geçirmiş ve fikirlerini, politikalarını ve uygulamalarını çağın taleplerini karşılayacak şekilde düzenlemişlerdir. Bu evrimsel değişiklikler, daha kapsamlı tanımlar sağlamak için sürekli gelişim ve detaylandırma

gerektirmektedir. 24 Ağustos 2022 tarihinde Prag'da gerçekleştirilen ICOM²⁸ Olağanüstü Genel Kurulu, yeni müze tanımına ilişkin teklifi %92,41 (Kabul: 487, Karşı: 23, Çekimser: 17) ile onaylamıştır. Kabulün ardından güncel ICOM müze tanımı şu şekildedir:

“Müze, somut ve somut olmayan mirası araştıran, toplayan, koruyan, yorumlayan ve sergileyen, kar amacı gütmeyen, toplumun hizmetinde olan kalıcı bir kurumdur. Halka açık, erişilebilir ve kapsayıcı olan müzeler, çeşitliliği ve sürdürülebilirliği teşvik eder. Etik, profesyonel ve toplumların katılımıyla faaliyet gösterir ve iletişim kurarlar; eğitim, eğlence, düşünme ve bilgi paylaşımı için çeşitli deneyimler sunarlar. (ICOM, 2022)”

İster özel ister devlete ait olsun, tüm müzeler kendi dönemlerinin entelektüel bakış açısını yansıtır ve şekillenmesine katkıda bulunur." Capitoline (Roma, 1734), Louvre (Paris, 1793), Alte Pinakothek (Münih, 1836) gibi yalnızca sanata adanmış müzelerin ortaya çıkışı, özel koleksiyonların ve sanat eserlerinin kurumsal himaye altında yönetilmesinde tarihsel bir değişime işaret etmektedir. (Yıldırım, 2019: 30).

3.3.4. Sanat Galerileri

Sanat galerisi 17. yüzyılda ortaya çıkmış bir sanat kurumu olmakla birlikte, kökleri sanatçı stüdyoları, atölyeler ve pazarlar gibi daha eski sanat sergileme ve satma yöntemlerine kadar uzanmaktadır. Sanat galerisi başlangıçta kişisel kazanç, statü veya nüfuz için sanat eserlerini sergileyen ve satan tüccarlara, koleksiyonculara veya patronlara ait özel bir kuruluş olmuştur. Kamusal sanat galerisi ise 18. ve 19. yüzyıllarda özel koleksiyonların kamuya açılması ya da devlete miras bırakılmasıyla ortaya çıkmıştır. Örneğin Londra'daki Dulwich Galerisi, Sir Peter Bourgeois'nın koleksiyonunu Dulwich Koleji'ne bağışlamasının ardından ilk önemli kamu galerisi olarak 1814 yılında kapılarını açmıştır. Ticari sanat galerilerinin gelişimindeki önemli öncüler arasında sanat ve antika satıcıları, sanat baskıları sergileyen satıcılar ve resim sergileyen diğer satıcılar yer almaktadır. Belçika'da doğan Ernest Gambart, Nisan 1854'te İngiltere'de ilk ticari sanat galerisini kurmuş ve burada sanat baskıları basarak satmıştır. 1840 yılında sanat baskıcısı

²⁸ Yıllar içinde ICOM, ana misyonunu göz önünde bulundurarak dünya çapındaki uluslararası müze profesyonellerinin ihtiyaçları doğrultusunda gelişmiştir. Kuruluşundan 60 yılı aşkın bir süre sonra, örgüt küresel müze topluluğunu temsil etmeye devam etmektedir. (ICOM)

ve satıcısı olarak İngiltere'ye taşınmıştır. Daha sonra, 1850'lerin ortalarına kadar çok sayıda sergi düzenlemiştir. Sonunda, 1854'te Pall Mall 129/121 adresinde, yalnızca sanat eserlerinin sergilenmesi ve satışına adanmış bir sergi alanı olan Fransız Galerisi'ni kurmuştur.



Görsel 10. Pall Mall No. 120/121 Gravürü (R. Sandeman'dan sonra G.C. Lighton)
(<https://rebrand.ly/go1z7b5> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

Bir grup sanatçı 1939 yılında İstanbul Taksim'de Taksim Daimi Resim ve Heykel Galerisi'ni kurmuştur. Türkiye'nin ilk sanat galerisi olma özelliğini kazanan bu galeri kısa bir süre sonra kapanmıştır. Sanatçı İsmail Hakkı Oygur, 1945 yılında Beyoğlu'ndaki atölyesini sanat galerisine dönüştürmüştür, ancak bu galeri de kapanmadan önce sadece sekiz sergi düzenleyebilmiştir. 1950 yılında Adalet Cimcoz tarafından İstanbul'da kurulan Maya Galerisi ise kısa süreli sanat sergileri düzenleyen öncü kurum olarak kabul edilmektedir. Eser satışlarından bir kısmını komisyon olarak almış ve sergilerin, gazete ve dergilerde geniş bir şekilde tanıtımı yapılmıştır (Yıldırım, 2019: 32).

Sanat galerisi, döneminin yaratıcı ve toplumsal hareketlerini yansıtan ve etkileyen bir kültür kurumu olarak ortaya çıkmıştır. Bunu, çok çeşitli tarz, tür ve bölgelerden modern sanat eserlerinin toplanması ve sergilenmesi yoluyla başarmıştır. Galeri aynı zamanda sanatçıların profesyonel ve sanatsal gelişimlerinin beslenmesi ve desteklenmesinde de kritik bir rol oynamıştır. Sanatçılara kendilerini gösterme ve tanınma fırsatları sunmuş,

çalışmaları hakkında geri bildirim sağlamış ve bir gelir kaynağı olarak hizmet etmiştir. (Encyclopedia.com) Çağdaş ticari sanat galerileri, sanatçılar, galericiler, sanat eserleri ve izleyiciler arasındaki fiziksel, ekonomik ve sosyal ilişkileri önemli ölçüde etkileyen ve dönüştüren kurumsal bir form olarak çok önemli bir rol oynamaktadır. 19. yüzyılın ortalarında büyük bir koleksiyoncu grubu bir araya gelerek, perakende, aktif, düzenli ve öznel olarak modern biçimlerin var olduğu sanatın sergilenmesi, idaresi ve ticareti için gerekli koşulları oluşturmuştur. Bu yöntem sayesinde sanatçılar ve eserleri, sanatçının atölyesinin dışında tek bir yerde bir araya getirilmiştir. Sonuç olarak ticari sanat galerisi, sanat piyasasının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. (Yıldırım, 2019: 33).

Sanat galerilerinin tarihi, benzer ancak farklı sanat kurumları olan sanat müzelerinin tarihiyle yakından iç içedir. Dahası, sanat galerileri ve müzelerin gelişimi, insan yaratıcılığı ve ifadesinin çok yönlü ve sürekli gelişen bir alanını temsil eden sanatın kendisiyle ayrılmaz bir şekilde bağlantılıdır. Sanat galerileri ve müzeler, yeni sanatsal türler, akımlar, teknikler ve formların yanı sıra sanat pazarının, izleyicinin ve eleştirinin genişlemesi de dahil olmak üzere sanat endüstrisindeki değişim ve gelişmelerden etkilenmiştir. Ayrıca, sanatsal kaynaklar, etkiler ve bakış açıları daha çeşitli hale gelmiştir. Sanatın üretimi, sunumu ve korunması yeni zorluklar ve fırsatlarla karşı karşıya kalmıştır. Sanat galerileri ve müzeler, sanayileşme, kentleşme, küreselleşme ve dijitalleşme de dahil olmak üzere toplumun sosyal ve kültürel değişimlerine ve zorluklarına yanıt vermiştir. Kültürün demokratikleşmesi, çoğulculuğu ve melezleşmesinin yanı sıra tarihin çatışmalarına, krizlerine ve dönüşümlerine de uyum sağlamışlardır. Sanat galerileri ve müzeler, küresel ölçekte kültürel ve sanatsal gelişim ve alışverişe önemli katkılarda bulunmuştur. Bu, hem ulusal hem de uluslararası sergiler, etkinlikler ve işbirlikleri düzenleyerek başarılmıştır. (Khan Academy).

20. ve 21. yüzyılların evrimi, ticari galeri kavramına ilişkin önemli değişikliklerle sonuçlanmıştır. Özellikle bu dönem, uluslararası sanat fuarları ve bienallerin artan popüleritesinin yanı sıra 'beyaz küp' kavramının ortaya çıkmasını ve yaygınlaşmasını kolaylaştırmıştır. White Cube kavramı 20. yüzyılın başlarında modern sanatın giderek artan estetik soyutlamasına bir yanıt olarak ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşım, izleyicinin sanat eseri deneyimini geliştiren nötr bir arka plan sağlamayı amaçlamıştır. Eserlerinde

renk ve ışığa önem veren De Stijl²⁹ ve Bauhaus³⁰ gibi gruplardan sanatçılar, dikkat dağıtıcı unsurları azaltmak için eserlerini beyaz duvarlarda sergilemeyi tercih etmişlerdir. Galerinin estetiği beyaz, kare veya dikdörtgen duvarlarla karakterize edilir ve tipik olarak tavandan genel veya spot aydınlatmaya sahiptir. Bu evrimsel mimari ve tasarım gelişimi, sanatın sergilenmesi için ideal bir ortam sağlamaktadır. Ticari sanat galerilerinin ortaya çıkışı, sanatın atölyenin kontrolünden çıkmasını ve sanat tarihi ve edebiyat bağlamında eleştirilebileceği ve incelenilebileceği daha geniş bir kitleye sunulmasını sağlamıştır (Artun, 2015: 152).

3.3.5. *Bienaller*

Bienal, dünya çapında farklı bölgelerden ve perspektiflerden çağdaş sanat eserlerinin sergilendiği ve iki yılda bir gerçekleşen bir sanat etkinliğidir. Sanat tarihinde yakın geçmişte ortaya çıkan bienal, küresel sanat ortamında güncel sanatın üretimi, sunumu ve alışverişi için popüler ve etkili bir platform haline gelmiştir. Bienal, ortamına, durumuna ve amacına bağlı olarak yapı, çeşitlilik, konu ve niyet açısından değişkenlik gösteren çeşitli ve karmaşık bir etkinliktir. (Tate).

Bienallerin kökeni, ilk bienalin 1895 yılında İtalya'nın Venedik kentinde açıldığı 19. yüzyılın sonlarında bulunabilir. Başlangıçta, Venedik Bienali İtalyan sanat eserlerinin yerel bir sunumu olarak tasarlanmış, ancak kısa sürede yabancı sanatçıları ve pavyonları kapsayacak şekilde ufkunu genişletmiş ve nihayetinde modern sanat için uluslararası bir forum haline gelmiştir. Venedik Bienali, İtalya'nın birleşmesi, iki dünya savaşı, faşizmin yükselişi ve düşüşü, Soğuk Savaş ve Avrupa'nın bütünleşmesi gibi İtalya ve Avrupa'nın geçirdiği siyasi ve kültürel dönüşümler tarafından şekillendirilmiştir. Venedik Bienali, 20. yüzyılda ortaya çıkan diğer bienaller için bir model ve ilham kaynağı olmuştur. Bunlar arasında Brezilya'daki São Paulo Bienali (1951), Almanya'daki documenta (1955),

²⁹ De Stijl: 1917 yılında Piet Mondrian ve Theo van Doesburg tarafından kurulmuştur. De Stijl, Hollanda'da stil anlamına gelir ve yatay ve dikeylerin katı geometrisine dayanan bir sanat tarzıdır.

³⁰ Bauhaus: Walter Gropius tarafından 1919 yılında Almanya'nın Weimar kentinde kurulan devrimci bir sanat, mimarlık ve tasarım okuludur.

Avustralya'daki Sydney Bienali (1973), Küba'daki Havana Bienali (1984) ve Türkiye'deki İstanbul Bienali (1987) sayılabilir. (La Biennale di Venezia, & Art.Art) Türkiye'nin ilk bienali olan İstanbul Bienali, 1987 yılında İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV)³¹ tarafından kurulmuştur. Bienal, sanatçılar ve izleyiciler arasındaki iletişimi yapıtların kendileri üzerinden sağlayan bir sergileme modelini ön planda tutmaktadır. Uluslararası bir danışma kurulu tarafından seçilen bienal küratörü, kavramsal çerçeveye uyan çeşitli sanatçı ve projeleri sergiye katılmaya davet etmiştir.

Bienallerin tarihi, yeni sanatsal hareketlerin, medyanın, formların ve ifadelerin ortaya çıkışı, sanatsal pazarın, izleyicinin, eleştirinin ve eğitimin genişlemesi, sanatsal kaynakların, etkilerinin, perspektiflerin kimliklerin çeşitlenmesi ve küreselleşip dijitalleşen dünyada sanatsal üretim, sunum ve korumanın zorlukları ve fırsatları da dahil olmak üzere, 20. ve 21. yüzyıllarda dünyanın yaşadığı sanatsal ve sosyal gelişmelerin ve zorlukların bir yansıması ve yanıtı olarak görülebilir. Bienaller aynı zamanda dünyanın kültürel ve sanatsal gelişimini ve değişimini de geliştirmiştir. Bu, ulusal ve uluslararası sergiler, etkinlikler ve işbirlikleri düzenleyerek başarılmıştır. Sanatçılara görünürlük, tanınma, geri bildirim ve gelir sağlar, sanat profesyonelleri ve halk arasında diyalog, tartışma ve eleştiri yaratır, kültürler arası ve disiplinler arası anlayış ve işbirliğini teşvik eder ve yerel ve küresel toplulukları etkileyen sosyal ve politik konuları ve sorunları ele alırlar. (Bienal Foundation). Bienaller genellikle satış odaklı etkinlikler de değildir. Venedik Bienali'nin 1968 yılına kadar hiç sanat eseri satmadığı bilinmektedir (Artun, 2015: 165).

3.3.6. Sanat Fuarları

Sanat fuarı, sanat eserlerini satın almak, satmak, sergilemek ve tadını çıkarmak amacıyla sanat tacirlerine, koleksiyonerlere, küratörlere, sanatçılara ve genel halka ev sahipliği yapan bir etkinliktir. Günümüzün çağdaş sanat dünyasında sanat fuarı, küresel sanat piyasasında sanatın dolaşımı, tanıtımı ve tüketimi için en etkili ve kârlı yollardan biri

³¹ İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV): Nejat F. Eczacıbaşı'nın öncülüğünde 17 işadamı ve sanatsever tarafından, İstanbul'da uluslararası sanat festivalleri düzenlemek amacıyla, kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olarak 1973 yılında kuruldu.

olarak hizmet veren önemli bir fenomen haline gelmiştir. Sanat fuarları, nerede ve neden düzenlendiklerine bağlı olarak format, erişim, konu ve hedefler açısından farklılık gösteren çeşitli ve karmaşık etkinliklerdir. (Artfairmag.com).

Sanat fuarlarının tarihi antik çağlara, Avrupa ve Afrika, Asya ve Amerika dahil olmak üzere diğer kıtalarda ticari fuarların ve pazarların düzenlendiği ortaçağ ve erken modern dönemlere kadar uzanmaktadır. Yunanistan, Roma, Hindistan, Çin ve Japonya gibi farklı kültürlerde ve bölgelerde, dini festivaller ve kutsal yer ziyaretleri sanatçıların yeteneklerini sergilemeleri ve fikir alışverişinde bulunmaları için bir fırsat sağlamıştır. Bu etkinlikler, katılımcılar ve ziyaretçiler arasında sanatsal ve kültürel ürünler de dahil olmak üzere mal ve hizmet alışverişini gerektirmiş; ticareti ve kültürler arası iletişimi teşvik ederek tekstil, seramik, metal işleri, kitaplar, resimler ve heykeller gibi çeşitli sanatsal ve kültürel öğelerin değişimini kolaylaştırmıştır. Böylece, uzmanlaşma, bölümlere ayırma, standartlaştırma ve rekabet de dahil olmak üzere gelecekteki tüm sanat fuarlarının tipik özellikleri haline gelecek olan belirli işlevsel niteliklerin gelişmesine yol açmış; dönemsellik, yer, organizasyon, düzenleme ve tanıtım gibi temel yapısal nitelikleri kurumsallaştırmıştır. Sanat fuarlarının tarihi, sanat sergilerinin ve salonlarının sadece Avrupa'da değil, Amerika, Avustralya ve Asya gibi dünyanın diğer bölgelerinde de düzenlendiği modern ve çağdaş dönemlerle yakından bağlantılıdır. Sanat sergilerinde empresyonizm, ekspresyonizm, sürrealizm, soyut ekspresyonizm, pop art, kavramsal sanat ve postmodern sanat gibi en son sanat akımları ve gelişmeler sergilenmiş; böylelikle, çeşitlilik, özgünlük, kalite ve prestij gibi tüm sanat fuarlarını temsil edecek estetik özellikler de tanıtılmıştır. Küreselleşmiş ve dijitalleşmiş bir dünyada çağdaş sanatı sunmanın ve işlem yapmanın baskın bir biçimi olarak ortaya çıkan fuarlardan, çağdaş sanata odaklanan ilk sanat fuarı, 15 Eylül 1967 yılında Alman tüccar Rudolf Zwirner tarafından kurulan Art Cologne'dur. Küresel bir fenomen haline gelen ilk sanat fuarı ise 1970 yılında İsviçreli tüccarlar Ernst Beyeler, Trudi Bruckner ve Balz Hilt tarafından kurulan Art Basel'dir.

Sanat fuarları kuşkusuz dünyanın en geniş kapsamlı ve küresel öneme sahip etkinliklerinden biri haline gelmiştir. Milenyumun başında, dönemin sanat dergilerinden 'Art + Auction', 2005 tarihli sayısında o dönemi "sanat fuarı çağı" olarak adlandırmıştır (aktaran Eckstein, 2006). Paco Barragán tarafından 2008 yılında yayımlanan *The Art Fair Age (Sanat Fuarı Çağı)* sanat dünyasında yeni bir dönemi başlatmıştır. Müzayede evleri

ve galerilerin yanı sıra, sanat fuarları da sanat dünyasında satışları artırmak için çok önemli hale gelmiştir. Yerel ve uluslararası sanat piyasaları için önemli bir altyapı sağlayan fuarlar, güçlü birer endüstri haline gelmiştir (Rubalcaba-Bermejo & Cuadrado-Roura, 1995). Bu bağlamda, sanat fuarları sadece önemli sayıda çalışana istihdam sağlamakla kalmaz, aynı zamanda şehirlerin turistik destinasyonlar olarak markalaşması üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca, oteller, reklamcılık, sanat yönetimi ve eğitim gibi çeşitli sektörlerle işbirliği yaparlar (Eckstein 2006).

Türkiye'deki sanat fuarlarının gelişimi, Türkiye'deki çağdaş sanat ortamının evrimini ve çoğulculuğunu ortaya koymakta ve Türkiye'nin küresel sanat dünyasıyla entegrasyonunu ve etkileşimini yansıtmaktadır. Ortaya çıkış, genişleme ve konsolidasyon olmak üzere üç aşamaya ayrılan Türkiye'deki sanat fuarlarının tarihi, Türkiye'nin uluslararası sanat piyasasında yükselen önemine dair önemli bilgiler sağlamaktadır. Ortaya çıkış aşaması 1980'lerin sonundan 2000'lerin başına kadar uzanmakta olup, ilk sanat fuarlarının öncelikle Türkiye'nin kültürel ve ekonomik merkezi olan İstanbul'da düzenlenmesiyle belirginleşmiştir. Türkiye'deki ilk sanat fuarı, Uluslararası Sanat Derneği (UPSD) Başkanı Prof. Dr. Hüsamettin Koçan ve TÜYAP Fuarcılık ve Organizasyon A.Ş. (TÜYAP) sahibi Bülent Ünal'ın yönetiminde 10-17 Temmuz 1991 tarihleri arasında İstanbul Tepebaşı'nda gerçekleştirilmiştir. TÜYAP, ARTIST, ARTAM ve ARTISTIK A.Ş. gibi yerel sanat kurumları, dernekler ve vakıflar, Türk çağdaş sanatını ve sanatçıları tanıtmak ve desteklemek amacıyla bu fuarları başlatmıştır. Ayrıca, yerel sanat camiası ve kamuoyu arasında bir diyalog ve değişim platformu yaratmayı amaçlamaktadırlar. Bu sanat sergileri, 1980 askeri darbesinin ardından Türkiye'de yaşanan, ekonominin büyümesi, demokratik bir toplumun gelişmesi ve küreselleşmenin benimsenmesi gibi siyasi ve toplumsal dönüşümlerden etkilenmiştir. Bu sergiler ayrıca 1960'lar ve 1970'lerde Avrupa ve Amerika'da gelişen Art Cologne, Art Basel, FIAC ve ARCO gibi denizaşırı sanat fuarlarından da esinlenmiştir.

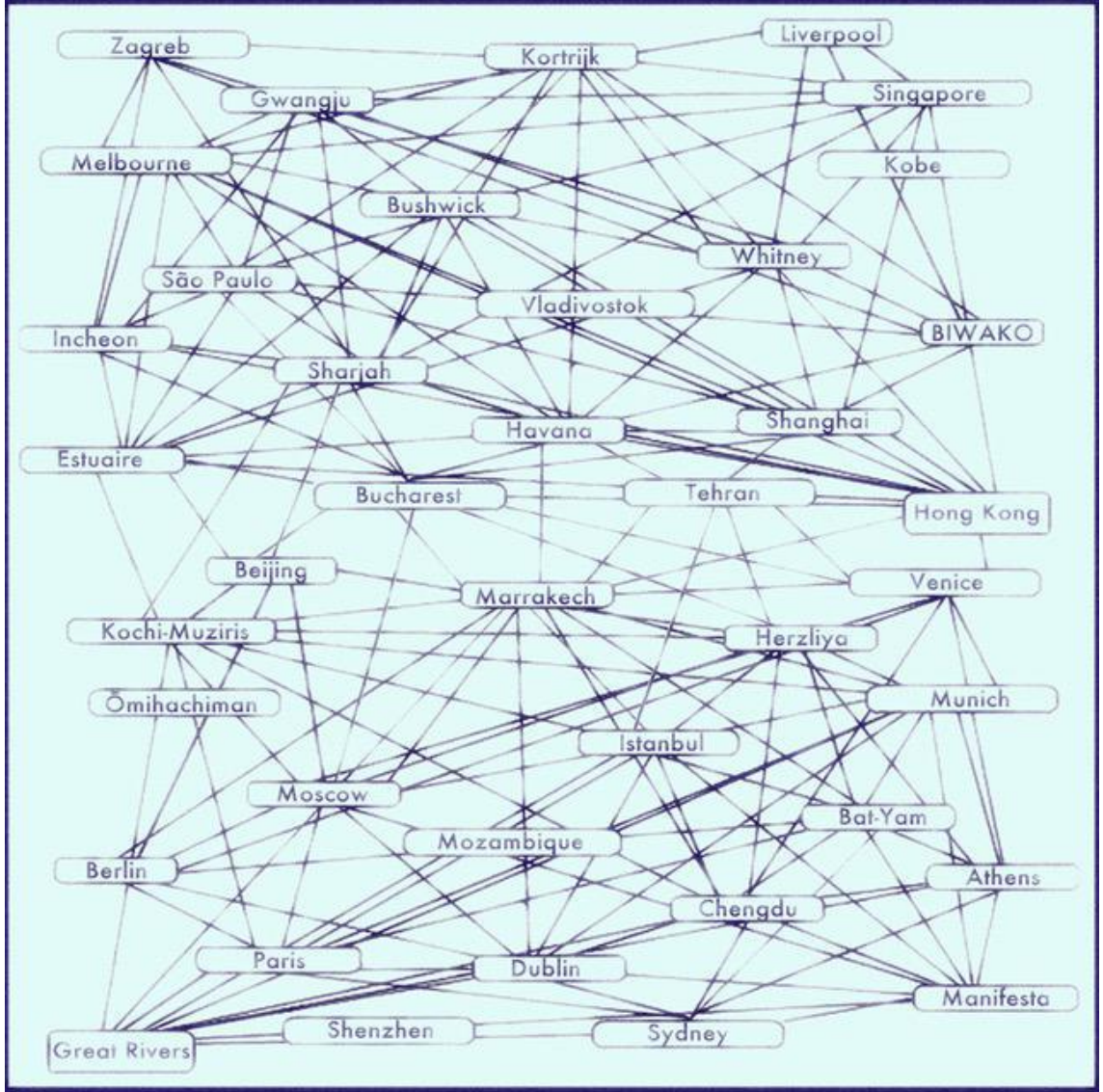
Genişleme dönemi 2000'lerin ortasından 2010'ların başına kadar izlenebilir. Bu süre zarfında Türkiye, başta İstanbul olmak üzere Ankara, İzmir, Antalya ve Bursa gibi diğer şehirlerde de yeni sanat fuarları düzenlemiştir. Bu fuarlar küratörler, satıcılar, koleksiyonerler ve eleştirmenler de dahil olmak üzere hem yerel hem de uluslararası sanat profesyonelleri tarafından başlatılmıştır. Amaçları, Türk çağdaş sanatının ve sanatçılarının erişimini ve standardını artırmak ve genişletmek olmuştur. Ayrıca, küresel

sanat camiasında ve halk arasında daha fazla görünürlük ve tanınırlık için bir platform oluşturmayı amaçlamışlardır. 2000'li yıllarda Türkiye'de düzenlenen sanat fuarları, GSYİH, turizm ve medyadaki büyümenin yanı sıra yeni müzelerin, galerilerin ve bienallerin ortaya çıkması gibi ülkenin ekonomik ve kültürel patlamasından etkilenmiştir. Ayrıca 1980'ler ve 1990'larda Avrupa, Amerika ve Asya'da ortaya çıkan Frieze, Art Basel Miami Beach, Art Dubai ve Şangay Sanat Fuarı gibi küresel sanat fuarlarından da ilham almışlardır. Bu evrenin bazı önemli sanat fuarları arasında Contemporary Istanbul, Art Ankara, Art Bosphorus, Art Antalya ve sonuncusu İstanbul'da ve diğer şehirlerde düzenlenen Art Fair İzmir sayılabilir. (SmartHistory, Contemporary Istanbul).

Bu konsolidasyon aşaması 2010'lu yılların sonlarına kadar geri götürülebilir ve Türkiye'deki yerleşik sanat fuarlarının sürdürülmesi ve geliştirilmesini kapsayacak şekilde devam etmektedir. Bu sanat fuarları müzeler, galeriler, vakıflar ve dernekler de dahil olmak üzere hem yerel hem de uluslararası sanat kurumları tarafından düzenlenmiştir. Amaçları, Türk çağdaş sanatını ve sanatçıları güçlendirmek ve yüceltmek, aynı zamanda bölgesel ve küresel sanat camiası ve kamuoyu arasında işbirliği ve yaratıcılık için bir forum oluşturmaktır. Bu sanat fuarları, Gezi Parkı protestoları, darbe girişimi, mülteci krizi, ekonomik kriz ve pandemi gibi 2010'lu yıllarda Türkiye'nin karşı karşıya kaldığı siyasi ve sosyal zorlukların yanı sıra Türk sanat ortamının dayanıklılığı ve yaratıcılığından da etkilenmiştir. Bu fuarlar, 2020'lerde Avrupa, Amerika ve Asya'da ortaya çıkan Art Basel Online Viewing Rooms, Frieze Viewing Room, Art Dubai Online Catalogue ve Shanghai Art Fair Online Edition gibi dijital ve hibrit sanat fuarlarından ilham alarak oluşturulmuştur. Bu evreye ait önemli sanat fuarları arasında Contemporary Istanbul, Art Ankara, Mamut Art Project, Step Istanbul ve Art Bosphorus yer almaktadır.

Çağdaş sanat fuarlarının ortaya çıkışı nispeten yenidir ve çoğu etkinlik 1999 ile 2010 yılları arasında gerçekleşmiştir. Bu nedenle, bu tür sanat fuarlarının sanat dünyasında yeni bir eğilimi temsil ettiği söylenebilir. Dünyanın çeşitli bölgelerine yayılan ilk sanat fuarı, 2003 yılında İngiliz yayıncılar Amanda Sharp ve Matthew Slotover tarafından kurulan Frieze Art Fair olmuştur. İngiliz girişimci John Martin tarafından 2007 yılında kurulan Art Dubai, gelişmekte olan pazarlara odaklanan ilk sanat fuarı olmuştur. Art Basel tarafından 2020 yılında tanıtılan Art Basel Online Viewing Rooms, çevrimiçi platformları entegre eden ilk sanat fuarı olmuştur. Diğerleri de dahil olmak üzere birçok sanat fuarı, modern sanat endüstrisinin ilerlemesini olumlu yönde etkilemiş ve statüsünü

geliştirmiştir. Çağdaş sanat dünyası için keşfedilecek bir dizi yol, üstesinden gelinecek heyecan verici zorluklar, kurulacak yeni ağlar ve keşfedilmemiş kitleler yaratmışlardır. (Artnet).



Görsel 11. Jason Hoelscher, Dinamik Bienal Diyaloji/Kronotopik Ağ Şeması, 6x6 inç, 2012 (<https://rebrand.ly/wjfz340> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

3.4. KÜRSELLEŞMİŞ SANAT KURUMLARININ, SANAT DÜNYASINDA NETWORK OLUŞTURMA, İLİŞKİLER KURMA VE RIZA İMALATI ÜZERİNE ETKİLERİ

Müzeler, galeriler, müzayede evleri, bienaller, sanat fuarları ve akademiler gibi sanat kurumları, çağdaş sanatın küresel ölçekte yaratılması, yayılması ve alımlanmasında büyük bir öneme sahiptir. Bu kurumlar yalnızca sanat eserlerinin sergilendiği ve satışa sunulduğu mekânlar olarak değil, aynı zamanda sanatçılar, küratörler, koleksiyonerler, eleştirmenler, eğitimciler ve izleyiciler gibi sanat dünyasının çeşitli aktörleri arasında bağlantı ve bağların kurulduğu ve korunduğu platformlar olarak da işlev görmektedir. Dahası, bu kurumlar sanat dünyasında kalite, beğeni, yenilik, çeşitlilik ve sosyal sorumluluk gibi belirli değer, norm ve söylemleri destekleyen ve anlatıyı şekillendiren araçlar olarak da hizmet vermektedir. Ayrıca, kültürel alışveriş, hareketlilik, iletişim, rekabet ve homojenleşme gibi küreselleşmenin sunduğu zorluklara ve olanaklara tepki verir ve bunlardan etkilenirler.

Sanat kurumlarının başlıca rollerinden biri, sanat camiası içinde ağların kurulmasına ve ilişkilerin oluşmasına yardımcı olmaktır. Ağlar, “bireyler ya da gruplar arasında zaman içinde belli bir istikrar derecesini koruyan bağlantılar kümesi (Borgatti vd., 2009: 2)” anlamına gelirken, ilişkiler “iki ya da daha fazla birey ya da grubun birbirleriyle etkileşime girdiği araçları” ifade eder (Borgatti vd., 2009: 3). Ağlar ve ilişkiler, üyeleri arasında bilgi, kaynak, fırsat, tanınma ve etki alışverişini kolaylaştırarak sanat dünyasında çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlantıların sektörde başarı için çok önemli olduğu açıktır. Müzeler ve sanat galerileri, sanatçıların sergiler için eserlerini seçebilecek küratörlerle bağlantı kurmaları için fırsatlar sunar. Müzayede evleri, koleksiyonerlerin eserlerini satabilecekleri satıcılarla bağlantı kurmaları için bir araçtır. Bienaller ve sanat fuarları, hem yerel hem de uluslararası izleyicilerin çeşitli sanatsal ifadelerle etkileşime geçmeleri için bir platform sağlar. Akademiler, öğrencilerin kendilerine temel eğitim ve mentorluk sağlayabilecek mentor ve eğitimcilerle erişimini sağlar.

Sanat kurumları ayrıca çeşitli yaklaşımlar ve teknikler kullanarak ağlar ve ilişkiler kurabilir ve sürdürebilir. Müzeler ve sanat galerileri, çeşitli paydaşların katılımını sağlamak için açılışlar, konferanslar, atölye çalışmaları, turlar ve rezidanslar gibi etkinlikleri stratejik olarak planlayabilir. Müzayede evleri satışlarını kataloglar, web siteleri, sosyal medya ve haber bültenleri aracılığıyla etkili bir şekilde tanıtabilir. Bienaller ve sanat fuarları haritalar, rehberler, uygulamalar ve çevrimiçi platformlar kullanarak katılımcıların gezinmesini ve etkileşimini kolaylaştırabilir. Akademiler, mezun ağlarından, yayınlardan, sergilerden ve işbirliklerinden yararlanarak mezunlarla iletişimlerini sürdürebilir ve onlara destek sunabilir.

Sanat kurumlarının bir diğer önemli rolü de sanat dünyasında belirli ilkeler, standartlar ve diyaloglar üzerinde uzlaşa sağlamak ve bunları geçerli kılmaktır. “Konsensüs” terimi, “insanların hegemonyayı garanti altına alan ideolojik sonuçların yaratılmasına aktif olarak katkıda bulundukları süreç” olarak tanımlanmaktadır (Gramsci vd., 1971: 12). “Hegemonya” ise “bir grubun toplumsal yaşamda baskın bir konum talep ettiği ve bunu sürdürdüğü kültürel eğilim” olarak tanımlanmaktadır (Williams, 1977: 108). Rıza ve hegemonya, sanatsal mükemmellik, uygunluk, özgünlük ve önemi değerlendirme kriterlerini belirledikleri için sanat dünyasında çok önemli bir rol oynar. Örneğin, müzeler ve sanat galerileri sanat eserlerini değerlendirmek ve sergilemek için estetik kalite, tarihsel önem, sosyal uygunluk ve piyasa değeri gibi nesnel ölçütler kullanabilir. Benzer şekilde, müzayede evleri de sanat eserlerini değerlendirmek ve satmak için provenans, kondisyon, nadirlik ve talep gibi faktörlere bakabilir. Bienaller ve sanat fuarları ise sanat eserlerinin küratörlüğünü yapmak ve halka sunmak için küreselleşme, çeşitlilik, yenilikçilik ve sürdürülebilirlik gibi temaları kullanabilirken, akademik kurumlar sanatçıları eğitmek ve yetiştirmek için akademik mükemmellik, araştırma üretkenliği, pedagojik yenilik ve profesyonel gelişim gibi standartları kullanabilir.

Sanat kurumları ayrıca bir dizi strateji ve uygulama aracılığıyla anlaşma üretebilir ve değerleri, normları ve söylemleri meşrulaştırabilir. Örneğin, müzeler ve sanat galerileri sanat eserleri hakkında bilgi ve yorum sağlamak için etiketler, kataloglar, makaleler ve incelemelerden yararlanırken, müzayede evleri sanat eserlerini doğrulamak ve değer biçmek için uzmanlar, değer biçiciler, danışmanlar ve medyayı kullanır. Bienaller ve sanat fuarları, ödüller, paneller ve forumlar aracılığıyla sanat eserlerinin tanınmasını ve

tartışılmasını sağlarken, akademiler de dereceler, sertifikalar, akreditasyonlar ve sıralamalar aracılığıyla sanatçılara nitelikler ve değerlendirmeler sunar.

Sanat kurumlarının bir başka önemli bir rolü de küreselleşmenin getirdiği zorluklara ve fırsatlara tepki vermek ve bunları etkilemektir. Küreselleşme, modern sanatın yaratılması, yayılması ve özümsemesini çeşitli şekillerde etkilediğinden, sanat dünyası için önemli hale gelmektedir. Küreselleşmenin sanata en büyük etkisi, dünya çapında bienal ve sanat fuarı gibi büyük ölçekli sergi etkinliklerinin düzenlenmesidir. Bu sergilerde yer alan sanatçıların dünyanın birçok farklı ülkesinden gelmesi, sanatçı etkileşimlerinin olması ve yeni alanların keşfinin göstergesidir. “Küreselleşme, yeni iletişimler ve tartışmalar sağlamalıdır. Sergiler, küreselleşmenin etkisiyle yeni coğrafyalara ve kültürlere yönelmektedir (Thea, 2001:3).” Harald Szeemann'ın 2000 yılında Carolee Thea ile gerçekleştirdiği söyleşide, küreselleşmeyi emperyalizm için bir örtü olarak görmüş ve “küreselleşmenin sanatın en büyük düşmanı” olduğunu ilan etmiştir. Szeemann bunu,

“Küreselleşme dünyaya daha fazla adalet ve eşitlik getiriyorsa mükemmeldir ... ama getirmiyor. Sanatçılar bilgisayarları ya da dijital araçları kullanarak temas kurmayı ve kıtaları yakınlaştırmayı hayal ediyor. Ancak bir kez bilgiye sahip olduğunuzda, onunla ne yapacağınız size kalmış. Kökleri olmayan bir küreselleşme sanatta anlamsızdır (Thea, 2000: 18).”

Şeklinde açıklamıştır. Buna ek olarak, müzeler ve sanat galerileri, sergiledikleri sanata kendi tercih ve yorumlarını dayatarak kültürel özgünlüğü ve kimliği de azaltabilir. (Carrol, 2008). Müzayede evleri, belirli sanatçıları, tarzları ve türleri diğerlerine tercih eden küresel bir pazar oluşturarak sanatın standartlaşmasına ve homojenleşmesine de katkıda bulunabilir. (De Con Cossio, 2020). Bienaller ve sanat fuarları, belirli yerleri, kurumları ve küratörleri diğerlerine göre kayırarak sanat endüstrisi içindeki güç dengesizliklerinde ve eşitsizliklerde de rol oynayabilir. (Carrol, 2008). Sanat akademileri de dünya sanat ortamındaki kıt kaynaklar ve beklentiler için yarışan çok sayıda sanatçı yaratarak sanat eserlerinin rekabetine ve ticarileşmesine katkıda bulunabilir. (Carrol, 2008). Sanat eserlerinde baskın ya da ana akım tarz ve eğilimlerin benimsenmesi ya da taklit edilmesi, sanatçıların kültürel özgünlük ve kimliklerini kaybetmelerine yol açabilir. (Tadesse, 2023). Bu şekilde bir homojenleşme ve standartlaşma, sanatçıların küresel kurumların ve izleyicilerin beklenti ve tercihlerine uyması ya da uyum sağlaması gibi potansiyel sonuçlar doğurabilir. (Tadesse, 2023). Güç dinamikleri ve eşitsizlikler, sanatçıların coğrafi, ekonomik, sosyal veya siyasi statülerine bağlı olarak marjinalleşmesi

veya dışlanmasıyla sonuçlanabilir. (Williams, 2018). Rekabet ve metalaşma, sanatçılar küresel pazar için daha fazla, daha hızlı ve daha ucuz sanat eserleri üretme baskısı veya cazibesiyle karşılaşabilir. (Williams, 2018).

Sanat kurumları, küreselleşmenin getirdiği zorluklara ve fırsatlara çeşitli stratejiler ve uygulamalarla yanıt verebilir: Kültürel alışveriş ve çeşitlilik, çeşitli gelenek ve perspektiflerden sanatsal ilham alınmasını kolaylaştırır. (Tadesse, 2023). Hareketliliğin ve iletişimin gelişmesi, sanatçıların seyahat etmesini, işbirliği yapmasını ve çalışmalarını çeşitli sınırlar ve bölgeler arasında sergilemesini kolaylaştırır. (Tadesse, 2023). Yenilikçilik ve deneysellik, sanatçıların sanatsal pratiklerinde yeni formları, medyayı ve teknikleri keşfetmelerini kolaylaştırmaktadır. (De Con Cossio, 2020). Sanatçıların görünürlüğünün ve etkisinin artması, daha çeşitli ve daha büyük izleyici kitlelerine ve pazarlara erişmelerini sağlamaktadır. (De Con Cossio, 2020). Müzeler ve sanat galerileri, farklı bölgelerden, kültürlerden ve perspektiflerden gelen sanat eserlerinin sergilenmesi yoluyla kültürel çeşitliliği teşvik etme ve diyalogu destekleme kapasitesine sahiptir. (Felix-Jagger, 2019). Müzayede evleri, dünyanın dört bir yanındaki bireylerin sanat eserlerini alıp satabilmelerini sağlayan sanal platformlar ve hizmetler sunarak hareketliliği ve iletişimi artırabilir. (De Con Cossio, 2020). Bienaller ve sanat fuarları, dünya çapında güncel konuları, eğilimleri ve gelişmeleri yansıtan sanat eserlerini sergileyerek yenilikçiliği ve deneyselliği teşvik etme potansiyeline sahiptir. (Felix-Jagger, 2019). Sanat akademileri, dünya çapındaki sanat ortamına katılmak isteyen sanatçılara eğitim ve öğretim sunarak tanınırlıklarını ve etkilerini artırabilir. (Felix-Jagger, 2019).

Nihayetinde, hem bienaller ve sanat fuarları hem de akademiler, sanat dünyasının dinamiklerinin şekillenmesinde rol oynamaktadır. Sanat kurumları, dünya çapında çağdaş sanatın üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesinde önemli görevler üstlenirler. Çeşitli işlevlere hizmet ederler ve ağlar, ilişkiler, rıza ve küreselleşme üzerinde önemli etkileri vardır. Sanat kurumları, sanat dünyasındaki çeşitli aktörler arasında ağlar ve ilişkiler kurup sürdürebilir, değerleri, normları ve söylemleri meşrulaştırabilir. Ayrıca küreselleşmenin zorluklarını ve fırsatlarını etkileyebilir ve bunlara yanıt verebilirler. Bununla birlikte, sanat dünyasındaki otoritelerini, meşruiyetlerini ve geçerliliklerini sorgulayan sanatçılar ve izleyicilerden gelen eleştiri ve muhalefetle de karşılaşabilirler. Örneğin, küreselleşmeyle birlikte yeryüzünün her köşesindeki yaratıcı potansiyelin,

boyunduruk altına alınabileceği gösterilmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kurulan Doğu ve Batı Almanya'da Berlin Duvarı yıkıldıktan sonra Berlin şehri, 155 kilometre uzunluğundaki Berlin Duvarı ile ikiye bölünmüştür. Duvarın 1989 yılında yıkılmasıyla Doğu Avrupa'da komünizm çökmüş ve Soğuk Savaş dönemi de bitmiştir. Duvar'ın yıkılması sadece bu anlamlara gelmemekte, yıkımla birlikte eski Batı Bloku'nun sanatsal yetenek sahnesine dönüştürülmesi de yaratıcı potansiyelin hükümetler tarafından rahatlıkla yönlendirilebileceğini ortaya koymuştur.

Büyük sanat organizasyonlarının ya da kurumlarının sponsorlarıyla olan ilişkileri de bazen medyada kendine yer bulmaktadır. Örneğin, Türkiye'nin ilk kolektif Güzel Sanatlar yeni mezunlar platformu olan BASE'in³² 7. edisyonu ile ilgili Osman Erden (2023), konuyla ilgili şöyle yazmıştır:

“13-17 Aralık 2023 tarihleri arasında İstanbul Akaretler Sıraevler’de yedincisi gerçekleşecek olan BASE’de okullarından yeni mezun olan 120 sanatçının işleri sergilenecek. Sponsorları arasında Trendyol, TEB, Kale Tasarım, Bilgili Holding gibi şirketlerin yer aldığı etkinliğe T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı katkıda bulunuyor. Organizasyonun resmi internet sitesinde bakanlığın bulunduğu katkının içeriğine dair bir bilgilendirmeye rastlanmıyor.

Geçtiğimiz sene BASE’in ilk beş edisyonuna katılmış sanatçıların eserlerinden oluşan bir seçki yine T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın desteğinde BASELECTED ismiyle İstiklal Caddesi’nde yer alan, yıkılan Emek Sineması’nın yerine inşa edilen Grand Pera’da sergilenmişti. Emek Sineması’nın yıkılmasına karşı ortaya konan mücadelenin önde gelen ismi Mücella Yapıcı’nın Nisan 2022’de tutuklanmasının hemen ardından, Gezi Direnişi’nin tam da dokuzuncu yıldönümünde açılan sergi Türkiye’de çağdaş sanat alanının zararsızlaştırılmasına, ülkenin güncelliğinden koparılmasına dair en çarpıcı örneklerden biri olmuştu. (Erden, 2023)”

Erden ayrıca, yazısında hükümetin rıza üretimi gerçekleştirdiğini iddia etmiş ve hükümete eleştiride bulunmuştur:

“Nitekim iktidar, rızaya dayanan mekanizmaları üretme yolunu seçerek farklı bir yöntemi uygulamaya koyuldu. Yeni kültür siyaseti Beyoğlu Kültür Yolu ve benzerlerinin düzenlenmesi, TRT’nin bir kanalını eskiden olduğu gibi kültür-sanat ağırlıklı bir içeriğe ayırması gibi girişimlerle kendini göstermeye başladı. Contemporary İstanbul’da olduğu gibi ticari kaygılarla iktidara yanaşanlar bir kenara, kültür sanat alanının birçok aktörü görünürlük kaygısıyla iktidarın aygıtlarının bir parçası olmaya yönelik içselleştirilmiş

³² BASE, Türkiye'nin ilk kolektif Güzel Sanatlar yeni mezunlar platformudur. Bu platform, Türkiye'nin farklı illerinden ve üniversitelerinden yeni mezun sanatçı adaylarının eserlerini seçici bir kurul tarafından değerlendirilerek sergilemektedir. BASE, sanatçı adaylarına hem kendi alanlarında hem de genel kültürde gelişim fırsatları sunan bir etkinlikler bütünüdür. BASE, ayrıca sanatseverlere de yeni ve yaratıcı sanat eserleriyle tanışma imkanı vermektedir.

bir rızayı normalleştirdiler. Beyoğlu Kültür Yolu'nun bir parçası olmanın, TRT 2'deki kültür sanat programlarına konuk olarak katılmanın, iktidarı koşulsuz olarak destekleyen basın organlarında boy göstermenin sanki hiçbir toplumsal, siyasi bağlamı, ülkenin güncel durumuyla alakası yokmuş gibi davranmanın rahatlığı paha biçilmez bir konforu beraberinde getiriyor. (Erden, 2023)."

Sanat dünyası medyası, küresel ölçekte çağdaş sanatın üretimi, dağıtımı ve tüketiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bilgi, iletişim, değerlendirme ve küreselleşme üzerinde birçok işlevi ve etkisi vardır. Medya, sanatçılar, sanat eserleri, sergiler, etkinlikler, trendler ve konular da dahil olmak üzere sanat dünyasının çeşitli yönleri hakkında bilgi ve iletişim sağlayabilir. Ayrıca, bu bilgilerin yayılmasına da katkıda bulunurlar. Bununla birlikte, onlar da sanat dünyasındaki meşruiyetlerini, uzmanlıklarını ve yerindeliklerini sorgulayan sanatçılar ve izleyicilerden gelen muhalefet ve eleştiriyi karşılayabilirler.

Sanat eleştirmenleri, dünya çapındaki bir ortamda sanatın niteliğini, değerini ve anlamını objektif olarak değerlendirme ve takdir etme becerisine sahiptir. Onların yayın platformları, sanat dünyası medyası da küreselleşmeyle ilgili örnekler sunmaktadır: Sanat yayınları, çeşitli bölgelerden, kültürlerden ve perspektiflerden sanatsal eserleri ve sanatçıları sergileyerek kültürel çeşitliliği artırabilir ve global söylemi teşvik edebilir. Asya, Pasifik ve Orta Doğu'dan çağdaş sanat eserlerini inceleyen bir dergi olan Art Asia Pacific bunun bir örneğidir. (Ewald, 2018).

Sanat web siteleri ve blogları, sanat eserlerine ve küresel ölçekte bilgiye erişim ve paylaşım için çevrim içi kanallar ve olanaklar sağlayarak demokratikleşmeyi ve iletişimi teşvik edebilir. Örneğin, Artsy sanat koleksiyoncularını, galerileri, müzeleri ve sanatçıları birbirine bağlayan çevrim içi bir platformdur. (Felix-Jagger, 2019).

Sanat belgeselleri ve filmleri, çağdaş konuları, eğilimleri ve gelişmeleri dünya çapında bir perspektifle tasvir eden sanat eserlerini sergileyerek iyileştirme ve keşfetmeyi teşvik edebilir. Örneğin, The Price of Everything, para ve piyasanın çağdaş sanat ortamını nasıl etkilediğini inceleyen bir belgeseldir. (Carrol, 2008.)

Sanat ödülleri, uluslararası sanat camiasında yer almaya çalışan sanatçılara destek ve takdir sunarak, tanınırlıklarını ve etkilerini artırabilir. Örneğin, merkezi İngiltere'de bulunan ve çağdaş sanatçılara yönelik seçkin bir ödül olan Turner Prize buna örnek teşkil etmektedir. (Kanellidi, 2019).

Sanat dergileri ve mecmuaları, sergiledikleri sanatçılara ve sanat eserlerine kendi standartlarını ve hikayelerini dayatarak kültürel özgünlük ve kimlik üzerinde baskı oluşturabilir. Örneğin, bazı eleştirmenler Batılı sanat yayınlarının Batı dışı bölgelerden gelen sanatçıları marjinalleştirme ya da egzotikleştirme eğiliminde olduğunu ileri sürmüştür. (Dimova & Gillen, 2017). Buna ek olarak, sanat web siteleri ve bloglar, belirli tarzları, türleri ve sanatçıları diğerlerine tercih eden küresel bir pazar oluşturarak sanat eserlerinin homojenleşmesine ve standartlaşmasına yol açabilir. Örneğin, bazı eleştirmenler çevrimiçi platformların küresel bir izleyici kitlesine hitap eden tek tip bir estetiği savunma eğiliminde olduğunu savunmaktadır. (Felix-Jagger, 2019).

Sanat belgeselleri ve filmleri, belirli kurumları, yerleri ve küratörleri diğerlerine tercih ederek sanat dünyasındaki güç dengesizliklerini ve eşitsizlikleri daha da kötüleştirebilir. Örneğin, bazı eleştirmenler filmlerin Londra veya New York gibi köklü sanat merkezleri lehine daha az bilinen kurumları göz ardı ettiğini iddia etmektedir. (Carrol, 2008).

Sanat ödülleri, küresel sanat endüstrisindeki sınırlı kaynaklar ve fırsatlar için yarışan sanatçıların sayısının artmasına yol açarak sanat eserlerinin rekabetine ve metalaşmasına da katkıda bulunabilir. Eleştiriler, ödüllerin abartıyı teşvik ettiğini ve belirli sanat eserleri ve sanatçıları için fiyatları şişirdiğini öne sürmektedir. (Kanellidi, 2019).

Sonuç olarak, sanat dünyasındaki medya, küreselleşmiş bir dünyada çağdaş sanatın üretilmesi, yayılması ve tüketilmesinde çok önemli roller oynamaktadır. Medyanın bilgi, iletişim, değerlendirme ve küreselleşme üzerinde sayısız işlevi ve etkisi vardır. Sanat profesyonelleri, sanat endüstrisinin farklı yönlerine ilişkin bilgi ve iletişim üretme ve dağıtma becerisine sahiptir. Sanat eserlerinin ve sanatçıların standardını, değerini ve önemini uluslararası bir çerçevede değerlendirebilir ve gözden geçirebilirler. Bununla birlikte, sanat dünyasındaki konumlarını, özgünlüklerini ve önemlerini sorgulayan sanatçılardan ve izleyicilerden gelen muhalefet ve eleştirilerle karşılaşabilirler.

Sosyal medya ise küreselleşen dünyada çağdaş sanatın üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesinde hayati bir rol oynamaktadır. Görünürlük, etkileşim, katılım ve yenilikçilik üzerindeki etkileri çok çeşitlidir. Bu platformlar, sanatın farklı biçimlerini dünya çapında paylaşmak için çevrim içi hizmetlere erişim sağlayarak sanat eserleri ve sanatçıları için görünürlük ve etkileşimin yaygınlaştırılmasına yardımcı olmaktadır. Buna işbirliği, geri bildirim, satış ve ifade de dahil olabilmektedir. Bununla birlikte, sanatçılardan ve

izleyicilerden gelen eleştiri ve beğeni, dijital çağda sanat eserinin kalitesi, değeri, özgünlüğü ve etiğine meydan okuyabilmektedir.

Sosyal medya ile sanatçılar, eserlerini herhangi bir ücret ödemediği geniş bir kitleye sergileyerek sanat meraklıları arasında görünürlüklerini ve etkileşimlerini artırabilirler. Bu durum sanatçının galeri olmadan da onaylanmasını anlamına gelir ve sanatçının izleyicileriyle direkt olarak iletişim kurmasını sağlayarak, sanatı daha işbirlikçi bir deneyim haline getirebilir. Sonuç olarak, sanat izleyicileri daha çeşitli hale gelir. (Zhang, 2019), (Rooftop, 2022).

Sosyal medya ayrıca sanatçıların küresel olarak diğer sanatçılar veya izleyicilerle bağlantı kurmasını ve işbirliği yapmasını sağlayarak katılımı ve yeniliği teşvik edebilir. Sanatçılar sosyal medya aracılığıyla izleyicilerinden veya meslektaşlarından geri bildirim alabilir ve bu da onlara sanat eserlerini paylaşmaları ya da geliştirmeleri için ilham verebilir. Ayrıca, sosyal medya platformları sanatçılara, sanatsal vizyonlarına uygun dijital araçlar ve formatlar kullanarak kendilerini yaratıcı bir şekilde ifade edebilecekleri yeni bir ortam sağlamaktadır. (Zhang, 2019), (Rooftop, 2022).

Bununla birlikte, sosyal medya aynı zamanda sanat piyasasını doygunluğa ulaştırarak sanatçıların özgün kimliklerini oluşturmalarını ve tanınmalarını zorlaştırabilir. Sosyal medya, sanatçıların daha fazla içerik üretme veya trendlere uyma baskısı hissetmelerine yol açarak sanatsal bütünlüklerinden veya özgünlüklerinden ödün vermelerine neden olabilir. (Murphy, 2018), (Dege, 2019). Dahası, etkileşim uğruna sosyal medya platformlarının algoritmalarının belirttiği kıstaslar çerçevesinde iş üreterek, bir sosyal medya estetiğine kendilerini kaptırabilirler. Bu algoritmalar kullanıcıların tercihleri doğrultusunda onlardan kendi kendilerine öğrenen yapay zekalar oldukları için, estetik bağlamda dar bir çember içine hapsedebilir.

Buna ek olarak, sosyal medya kullanımı intihal veya diğer sanatçıların eserlerini kendine mal etme risklerini de beraberinde getirerek özgünlük ve etik kaybına katkıda bulunabilir. Dahası, ticari veya siyasi çıkarlar hem izleyiciyi hem de sanat eserini istismar ya da manipüle edebilir, bu da başka riskleri beraberinde getirir. (Zhang, 2019), (Martin, 2023).

Rızanın üretimi, küreselleşen dünyada çağdaş sanatın üretimi, dağıtımı ve tüketimiyle de ilişkilendirilebilir. Bu işlevler çeşitli amaçlara hizmet edebilir ve bilgi, iletişim, değerlendirme ve küreselleşme üzerinde etkileri olabilir. Sosyal medya algoritmaları

belirli sanat eserlerini veya yaratıcılarını diğerlerinden daha olumlu gösteren veri ve iletişim üretme ve dolaşıma sokma potansiyeline sahiptir. Özellikle takipçisi bol hesapların bu bağlamda daha fazla etkileşim alması kaçınılmazdır. Aynı zamanda sanatın değerlendirilmesini ve uluslararasılaşmasını şekillendirebilir ve küresel anlamdaki değerlerini etkileyebilir. Farklı medya kanalları aracılığıyla bilgi ve iletişim yayarak belirli sanat eserlerini veya sanatçıları diğerlerine karşı daha fazla etkileşime sokarak, belli bir rıza üretimi gerçekleştirebilir. Bunu gönderi gibi kullanıcı zaman tüneline beliren reklamlar da yapabilir. Ona maruz kalıp etkilenmek, reklamı reklam olarak göstermemek ona bilinçsizce rıza göstermeyi tetikleyebilir. Bu durumlar, sosyal medyanın, web sitelerinin, blogların, dergilerin ve gazetelerin, genellikle güçlü bireylerin veya kuruluşların tercihleri veya güdülerini doğrultusunda, belirli sanat eserleri veya sanatçılar etrafında ilgi veya dikkat yaratmak için kullanılabilir. Böylece, sanat eserlerini ve sanatçıları meşrulaştırmak için onların küresel olarak değerlendirilmesini ve küreselleşmesini etkileyebilir. Bu, müzeler, galeriler, bienaller, ödüller, eleştirmenler ve küratörler aracılığıyla tercih edilen belirli sanat eserleri veya sanatçılar için değer ve prestij yaratabilir. Ancak bu süreç aynı zamanda önyargılı değerlendirmelere ve küreselleşmeye de yol açabilir.

Özetle, rıza üretimi kavramı, kamuoyunun hükümetler, şirketler veya medya kuruluşları gibi etkili kuruluşlar ya da alanında etkili kişiler tarafından, kamuoyunun haberi olmadan manipüle edilmesiyle ilgilidir. Bu kavram, hakim ideoloji veya dünya görüşünün propaganda, halkla ilişkiler, reklam ve benzeri çeşitli iletişim yöntemleri aracılığıyla kitlelere dayatıldığı fikrine dayanmaktadır. Rıza üretiminin amacı, etkili kuruluşların yararına olan konularda halk arasında yanıltıcı bir anlaşma veya fikir birliği izlenimi yaratmaktır.

Rıza üretimi, küreselleşmiş bir ortamda çağdaş sanatın tasarımı, dağıtımı ve edinimi ile ilgili olabilir ve bilgi, iletişim, değerlendirme ve küreselleşme üzerinde çeşitli işlevler ve etkiler üretebilir. Küratörler de sanat dünyasının güçlü ve etkili aktörleri arasında yer aldığı için kitleleri üzerindeki bilirkişi rolüyle, belirli sanat eserlerini veya sanatçıları destekleyen yanlış bilgi ya da iletişim üretebilir ve dağıtabilir. Dahası, uluslararası bir perspektifte sanat eserlerinin veya sanatçıların önemini ve değerini tanımlayan değerlendirmeyi de etkileyebilmektedir.

3.5. SANAT DÜNYASINDAKİ İKTİDAR İLİŞKİLERİ VE İLİŞKİLER AĞI

Sanat dünyası, çeşitli aktörleri, kurumları, söylemleri ve uygulamaları içeren karmaşık ve çok yönlü iktidar ilişkileriyle karakterize edilir. Güç, başkalarının eylemlerini ve sonuçlarını etkileme veya kontrol etme yeteneğinin yanı sıra bu tür etkiye veya kontrole direnme veya bunlara meydan okuma kapasitesi şeklinde de tanımlanabilir. Güç, genellikle belirli sanatsal ifadelerin, temsillerin ve yorumların tanınmasından, doğrulanmasından ve meşrulaştırılmasından elde edilen bir bilgi türü olarak da görülebilir.

Sanat dünyasında, gücün ve iktidarın temel kaynaklarından biri, sanat tarihinde neyin değerli, anlamlı ve etkili kabul edildiğini belirleyen bir dizi kriter ve standarttan oluşan sanat tarihi kanonudur. Kanon, içinde yaratıldığı ve sürdürüldüğü toplumun ve kültürün hakim ideolojileri, değerleri ve çıkarları tarafından şekillendirilir. Sanat dünyasının mevcut normlarına ve hiyerarşilerine karşı çıkan ve alternatif bakış açıları ve uygulamalar öneren sanatçıların, eleştirmenlerin, küratörlerin, akademisyenlerin ve aktivistlerin eylemleriyle ona meydan okunabilir ve dönüştürülebilir. (Brown, 2021)

Sanat piyasası, sanat dünyasında başka bir güç kaynağını temsil eden sanat eserlerinin ve ilgili mal ve hizmetlerin değişimi ve dolaşımı sistemidir. Arz ve talep güçlerinin yanı sıra koleksiyonerlerin, satıcıların, galerilerin, müzelerin ve diğer kurumların etik, ahlaki ve estetik zevkleri ve tercihleri tarafından yönlendirilmektedir. Sanat piyasası küreselleşme, neoliberalizm ve dijitalleşme gibi sosyal, ekonomik ve politik bağlamlardan etkilenebilir. Ek olarak sanatın üretimi ve tüketiminden özgünlük, mülkiyet, tahsis, sansür ve sömürü dahil olmak üzere etik, ahlaki ve hukuki sorunlar ve tartışmalar ortaya çıkabilir.

Sanat dünyasının diğer bir güç kaynağı ise sanat kamuoyudur. Bu kolektif, sanat eserleri ve ilgili olgularla etkileşime giren ve bunlara yanıt veren bireylerden ve gruplardan oluşur. Sanat kamuoyu; izleyiciler, hayranlar, takipçiler, eleştirmenler, yorumcular, blog yazarları ve sosyal medya kullanıcıları gibi çeşitli izleyici kitlelerini içerir. Aynı zamanda sanatçılar, aktivistler, eğitimciler, öğrenciler, araştırmacılar ve uygulayıcılar gibi çeşitli

toplulukları da kapsar. Kamu, sanat eserleri ve sanatçılar hakkında anlamlar, değerler ve görüşler yaratarak, paylaşarak ve yayarak sanat dünyasında güç yaratabilir. Ayrıca sanatsal ve kültürel proje ve etkinliklere katılabilir, işbirliği yapabilir ve birlikte yaratıcı olabilirler.

Sanat dünyasındaki güç ilişkileri, çeşitli aktörlerin, kurumların, söylemlerin ve uygulamaların etkileşimleri ve etkilerinin yanı sıra küratörlük ve küratöryal süreç ve yöntemler tarafından da belirlenir. Küratörlük ve küratöryal süreç, sanat eserlerinin ve koleksiyonların seçilmesi, sergilenmesi ve yorumlanması ile bunlarla ilgili anlamların, değerlerin ve görüşlerin yaratılması ve yayılması anlamına gelir. Küratörlük ve küratöryal süreçteki seçimlerin, sanatçıyı, sanat tarihi kanonunu, sanat piyasasını ve sanat kamuoyunun yanı sıra sanatsal üretim ve tüketimi şekillendirip bunlara meydan okuyabileceğinden iktidar biçimleri olarak görülebilir. Küratörler, belirli sanat eserlerini ve sanatçıları tanıtmaya, sergilemeye ve bunların etrafında diyaloglar ve anlatılar oluşturma gücüne sahiptir. Bir küratör, yeni veya alternatif bakış açıları ve uygulamalar sunarak sanat dünyasındaki mevcut güç yapılarına ve dinamiklerine meydan okuyabilir. Çeşitli ve eleştirel kitleler ve topluluklarla etkileşim kurabilirler. Ancak küratör aynı zamanda çalıştığı veya işbirliği yaptığı kurumlar, projelerini finanse eden bağışçılar ve sponsorlar, çalışmalarını değerlendiren eleştirmenler ve yazarlar gibi sanat dünyasındaki diğer aktörlerin ve temsilcilerin de gücüne tabidir. Bir küratörün sanat dünyasındaki rolü ve sorumluluğu bu nedenle karmaşık ve çok yönlüdür; çünkü kendi vizyonları ve yaratıcılıklarının yanı sıra çeşitli ilgi alanlarını, değerleri ve beklentileri dengelemek ve müzakere etmek zorundadırlar.

Ancak küratörlük ve küratöryal süreç yekpare veya homojen kavramlar değildir. Bunlar çeşitlidir ve tartışmalıdır; sanat dünyasındaki farklı aktörler ve temsilcilerin birbirinden ayrı iddialarına, bakış açılarına ve uygulamalarına tabidirler. Alex Farquharson, *I Curate, You Curate, We Curate* (2003) başlıklı makalesinde kurumsal, bağımsız, işbirlikçi, katılımcı, aktivist, eğitici, deneysel ve küratörlük karşıtı dahil olmak üzere çeşitli küratörlük modlarını ve modellerini tartışmaktadır. Bu tarzlar ve modeller, ilgili aktörlerin ve temsilcilerin çeşitli ilgi alanlarını, değerlerini, gündemlerini ve ayrıca sanat dünyasının değişen koşullarına ve zorluklarına verilen farklı yanıtları ve uyarlamaları temsil eder.

Küratörlük ve küratörlüğün çeşitliliği ve çekişmesinden kaynaklanan ana sorulardan biri şudur: Karar vericileri “kim belirler”? Bu soru, Kirstine Roepstorff'un *Who Decides? Who Decides?* kitabının da başlığını oluşturmaktadır. Roepstorff, sanat dünyasında alınan kararların kaynakları, kriterleri ve sonuçları ile karar verme süreçleri ve yöntemlerinin potansiyeli ve sınırlamalarının eleştirel ve derinlemesine incelenmesini önermektedir. Danimarkalı görsel sanatçı Roepstorff, bu soruyu sanatsal pratiğiyle araştırmaktadır. Çalışmaları, çeşitli izleyici kitleleri ve topluluklarla işbirliği yaparak, dahil olarak ve müdahale ederek genellikle çeşitli malzeme ve ortamların kolajlanmasını, birleştirilmesini ve katmanlanmasını içerir. Roepstorff'un pratiği geleneksel hiyerarşilere, küratörlük ve küratöryal uygulamalara meydan okur. Alternatif veya marjinal bakış açıları ve uygulamalar önerir.

Sonuç olarak sanat dünyasındaki güç ilişkileri karmaşık ve çok yönlüdür. İktidar biçimleri olarak küratörlüğü ve küratörün yanı sıra iktidarın eleştirisi ve analizini de içerir. Küratörlük ve küratöryal süreç, sanat dünyasındaki çeşitli aktörler ve temsilciler tarafından farklı iddialara, bakış açılara ve uygulamalara konu olan çeşitli ve tartışmalı kavramlardır. Küratörlük ve küratöryal süreç, aynı zamanda seçimlere kimin karar vereceği sorusunu da gündeme getirir; bu da sanat dünyasındaki karar verme süreçleri ve yöntemlerinin yanı sıra bunların olasılıkları ve sınırlamalarına dair eleştirel ve düşünsel bir araştırma anlamına gelmektedir. Sanat dünyasındaki iktidar ilişkileri, dinamik ve akıcı haldedir. Yani, sanat dünyasında dönüşümlü bir iktidar, güç ilişkisi vardır. Çünkü sanat kurumları ve aktörleri kendileri tarafından olduğu kadar onları çevreleyen söylemler ve uygulamalar tarafından da eleştiri ve analize tabidir. Bu bağlamda sanat dünyasındaki güç ilişkileri eleştirel ve dönüşlüdür.

Sanat dünyasındaki bu iktidar ve güç ilişkilerinin gün yüzüne çıkmasına yakın tarihten bir örnek verebiliriz. İçinde binealleri de barındıran birçok disiplinde ve alanda sanatsal ve kültürel etkinlikler düzenleyen büyük bir sanat kurumu olan İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı (İKSV), 18. İstanbul Bienali'nin küratör seçim sürecine ilişkin skandallar sonucu protesto edilmektedir. İKSV'nin, danışma kurulunun oybirliğiyle 18. İstanbul Bienali'nin küratörlüğüne getirilen Defne Ayas'ı görevden alarak yerine danışma kurulu üyesi Iwona Blazwick'i getirmesiyle başlayan protestolar Türk çağdaş sanat dünyasında devam etmektedir. Danışma kurulunun seçim sürecine yönelik şeffaf bir yönetim anlayışının olmayışı, demokratik ve şeffaf iletişim araçlarını sağlaması gereken konumlarda bulunan

kurumların görevlerini yerine getirememesi ya da getirmemesi, kurumun kendini alanda iktidar olarak görmesiyle de açıklanabilir. Çünkü bu süreçten, “ben yaptım oldu” anlayışı çıkmaktadır. Dolayısıyla bir sanat kurumu ve küratör arasında yaşanan bu olayı sanat dünyasındaki güç ilişkileri çerçevesinde değerlendirmek mümkündür. Ek olarak yaşanan bu durumla, sanat dünyasında güce sahip bir kurum tarafından, sanat kamuoyu üzerinde bir rıza imalatı yapıldığı da görülmektedir.

Kurumsallaşmış sanatı veya kendi zamanlarının hakim sanatsal, küratöryal ve sanat yönetsel normlarını reddeden sanatçıların sıklıkla alternatif yollar izlediği, yeni ağlar oluşturduğu ve alternatif ifade biçimleri aradığı, tarih boyunca görülmektedir. Yaşanan bu gelişmeler sonrası, bienale davet alan bazı sanatçılar, İstanbul Bienali’ni ve dolayısıyla İKSV’yi boykot etme kararı almışlardır:

“Bizler, aşağıda isimleri bulunan sanatçılar, geçtiğimiz yaz aylarında İKSV tarafından 18. İstanbul Bienali'ne davet edildik.

Akabinde vakfın küratör seçim sürecine dair yerel ve uluslararası basında yer bulan sorular, tartışmalar ve eleştirilerden hep birlikte haberdar olduk.

Şeffafiletişim biçimlerine ve demokratik karar mekanizmalarına çok ihtiyaç duyduğumuz bir dönemde bulunuyoruz. Bu anlamda vakfın gelecek bienallere ilişkin yaptığı açıklamayı olumlu bir başlangıç olarak görmekle birlikte 18. Bienal ve çevresindeki kutuplaşmaların sanat üretimi ve paylaşımı için elverişli bir zemin sunmadığını düşünüyoruz.

Üretimimizi doğrudan etkileyecek bu durum ve sanat ortamına yönelik hissettiğimiz sorumluluk sebebiyle 18. İstanbul Bienali'ne katılmama kararı aldığımızı kamuoyuna bildiririz.

Bu kararımızın sanatsal ifade özgürlüğünün ön planda olduğu, eleştiriye açık, şeffaf ve kapsayıcı kurum kültürlerinin yaratılmasında faydalı olmasını ve bu yönde bir diyalog zemini oluşturmasını dileriz.

Ateş Alpar

Bengü Karaduman

Kerem Ozan Bayraktar

Yaşam Şaşmazer (Skopbülten, 2023)”

Altta yatan nedenler incelendiğinde, amacın demokratik ve şeffaf olmayan iletişime ve rıza üretimine meydan okumak, önem verilen konular hususunda gösterilen hassasiyet, prensipli olmak, sosyal ve politik konulara farklı bir bakış açısı sunmak olduğu ortaya çıkmaktadır.

Sanat kurumlarının otoritesine karşı bu tür başkaldırının ilk örneklerinden biri, Paris'te 1855 yılında gerçekleşen International Expositions/ Uluslararası Sergiler'den (EXPO) fuarına kabul edilmeyen resimlerini, fuarın karşısındaki kişisel çadırında 'Pavilion of Realism/ Gerçekçilik Pavyonu' ismiyle sergileyen Gustave Courbet tarafından gerçekleştirilmiştir. Avrupa sanat akademilerinden yoğun biçimde etkilenen, Neo-Klasik ve kısmen Romantik eğilimlere sahip olan Fransız sanatının ana akımının dışında kalan Courbet, resimlerinde sıradan insanları ve gündelik yaşamı yücelten sahneleri resmetmiştir (Antmen, 2012: 11-12). Bu olay, sanata yönelik akademik tutumların, bağımsız sanatçının tarzından ve sanatsal arayışlarından nasıl etkilendiğini göstermektedir (Yıldırım, 2019: 44).

Aktif sanat kurumlarının sanat dünyasındaki hakimiyetine kıyasla bu girişimler alternatif üretim ve sergileme alanları olarak değerlendirilmiştir. Çoğunluğu sanatçıların yönettiği alternatif projelere alan yaratmak hedeflenmiştir. Fransa'da 1874 yılında 'Anonim Sanatçılar Derneği / Société Anonyme des Artistes' adı altında otuz sanatçı, fotoğrafçı Nadar'ın Capucines Bulvarı'ndaki stüdyosunda bir araya gelerek, salon'a alternatif olarak ilk sergilerini açmışlardır. Bu sergide Empresyonist akım da sergilenmiştir (Antmen, 2012: 21). 'Bağımsız Sanatçılar Derneği/ Société des Artistes Indépendants', 1884 yılında Paris'te kurulmuş ve George Seurat ve Paul Signac gibi sanatçılar tarafından yönetilmiştir. Dernek, 'Bağımsızlar Salonu' olarak bilinen ve katılım ücreti ödeyen tüm sanatçılara açık olan yıllık sergiler düzenlemiştir. Bu sergiler jürisiz ve ödüksüz gerçekleşmiştir. 1903 yılında, Salon ve diğer bağımsız etkinliklere alternatif olarak her yıl Paris'te 'Sonbahar Salonu/Salon d'Automne' açılmıştır. Bu etkinlikte Pierre-Auguste Renoir ve Eugene Carriere gibi sanatçılar yer almıştır. Bu sanatçılar ve sanatçı grupları alternatif sanat üretiminin ve sergilemesinin öncüleri sayılabilir (Yıldırım, 2019: 45).

Türkiye'de 1950-1970 arası dönem, yeni sanat biçimlerinin denendiği, İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'ne eleştiri olarak ideolojik ve sanatsal biçimlerin aşırı üretildiği, çağdaş sanat biçimlerinin modernizme karşı sınındığı bir dönem olmuştur. Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminden 1950'li yıllara kadar sanat dünyasının hakim otoritesi olan Akademi'de kırılmalar başlamıştır. 1951-1952 yılları arasında Nuri İyem'in Asmalımescit'teki atölyesinde çalışan ve 'Loft Grubu' adıyla anılan grup, bu kopuşların öncüsü olarak ortaya çıkmıştır. Grupta Atıf Yılmaz (Batıbeki), Atıf Hançerlioğlu, Baha Çalt, Erdoğan Behnasavi/Behnasov, Haluk Muradoğlu, Pindaros Platinidis, Seta Hıdış, Ömer Uluç, Ümit Mildon ve Vildan Tatlıgil yer almıştır. Gruptaki sanatçılar, "Modern

sanata klasik eğitim olmadan ulaşamayacağına” inanan Akademi hocalarının görüşlerini reddetmişlerdir. Ömer Uluç’un ilk bağımsız toplumsal hareket olarak tanımadığı Loft Grubu, Tunç Yalman’ın 27 Mayıs 1951’de Vatan Gazetesi’nde yayınlanan yazısında, sanatsal görüşlerini ifade etmişlerdir:

“Klasik resim neden bize daha yakın olsun ki, bu alanda bir geçmişimiz olmadığı için bu da bu açıdan bir taklittir. Gelin günümüz trendlerine ayak uydurabilme sorununu tartışalım. Kıyafet reformunu hayata geçirdiğimizde kadınlarımız, önce Batı dünyasının Antik Yunan’dan başlayarak geçmiş kıyafetlerini sindirip, sonra 20. yüzyıl kıyafetlerine mi bürünmelilerdi?” (Yasa Yaman, 1992: 170-172).” (aktaran Yıldırım, 2019: 46)

Bu örneklerle ek olarak sanatçı, küratör ve müze arasında bir iktidar mücadelesi gerçekleşmiştir: Elgiz Çağdaş Sanat Müzesi’nin, 2012’nin Nisan ayında ev sahipliği yaptığı ve küratörlüğünü Fırat Arapoğlu’nun üstlendiği “Müze İçinde Bir Müze” sergisi, beraberinde birçok tartışmayı da getirmiştir. Serginin ilk ayında küratör Fırat Arapoğlu tarafından bir metin kaleme alınmış ve müze yönetiminin kendisi ve sanatçılara karşı çelişkili tavırlar aldığını belirtmiş, tartışmalı geçen sürecin sergi bütçesi, tanı(tı)mı ve kurulumu sırasında da kendisini gösterdiğini dile getirmiştir (Üney, 2012). Sanatçılardan Elif Öner,

“sergi için ürettiği ‘Hysteria’da, Elgiz Müzesi’nin ‘.org’ uzantılı internet adresinin ‘.com’ uzantılı versiyonunu satın alarak, bu adreste penis büyüücü ilaç reklamı yayınladı. Aslında Öner, sürecin henüz başındayken, daha önce gerçekleştirdiği ‘www.museummodern.org’ adresindeki çalışmasına benzer bir eser üretmeye karar vermiş ancak içeriği netleştirmemişti (Üney, 2012).”

Sergi sonrasında Müze, işin müzeye haber verilmeden sergilendiğini ve küratörün durumu iki haftadır bilmesine rağmen müzeye bir bildirimde bulunmadığını belirtip, sanatçıyı marka haklarını ihlal ettiği gerekçesiyle dava etmiş, ilgili esere erişim engeli getirilmesini talep etmiştir. Konuyla ilgili serginin küratörü,

“Bir proje küratörü, projeye dair işlerini müzeye ‘onaylatmak’ zorunda mıdır? Her bir iş için bir ‘bilirkişi’ heyetine mi danışılacaktır? (Üney, 2012)”

Şeklinde duruma tepki gösterirken sanatçı Elif Öner de kendisine ve çalışmasına saygısızlık yapıldığını belirtmiştir:

Elif Öner, Hysteria, 2012

Türkiye sanat ortamında sanatçıların neredeyse hiçbir haklarının olmaması, sanat üretimine devam edebilmelerini imkansız hale getirmektedir. Hysteria; sanatçı haklarının korunmadığı, sanatçı ve eser üretimi için bütçe ayrılmadığı, böyle bir talebin değerlendirmeye dahi alınmadığı, dolayısıyla sanatçıların kendi imkânları dahilinde afiş ve katalog bastırmaya çalıştığı ve üretime devam etmek için çabaladığı bir sanat ortamını tartışmaya açmanın gerekliliği üzerine bir çalışmadır.

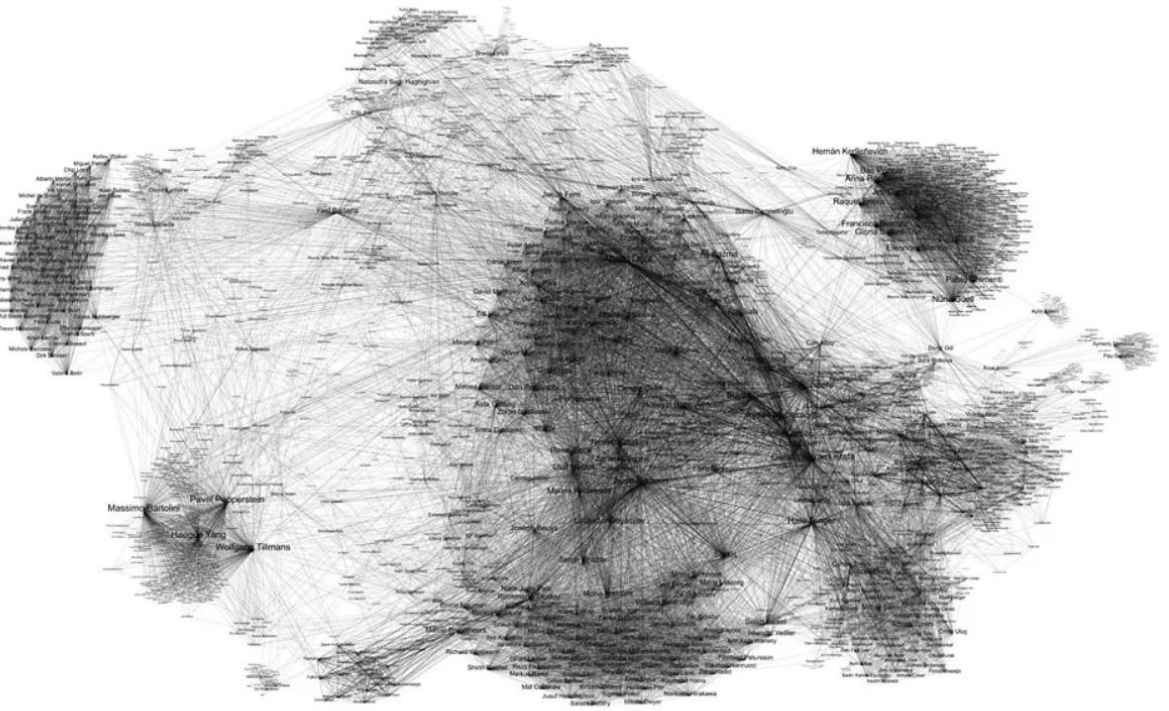
The fact that artists have barely any rights in Turkey makes the production of art unsustainable. Hysteria is a project stressing the necessity to bring the current art sphere up for discussion where the artist's right is not protected, no budget is created for the artist and art production, a demand as such is not even taken into consideration, artists in turn are trying to print flyers and catalogs through their own means, and struggle to continue their creative work.

Görsel 12. Elif Öner, Hysteria çalışması dolayısıyla dava edilmesi üzerine yaptığı yazılı açıklama 2012. (<https://rebrand.ly/vimosxz> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

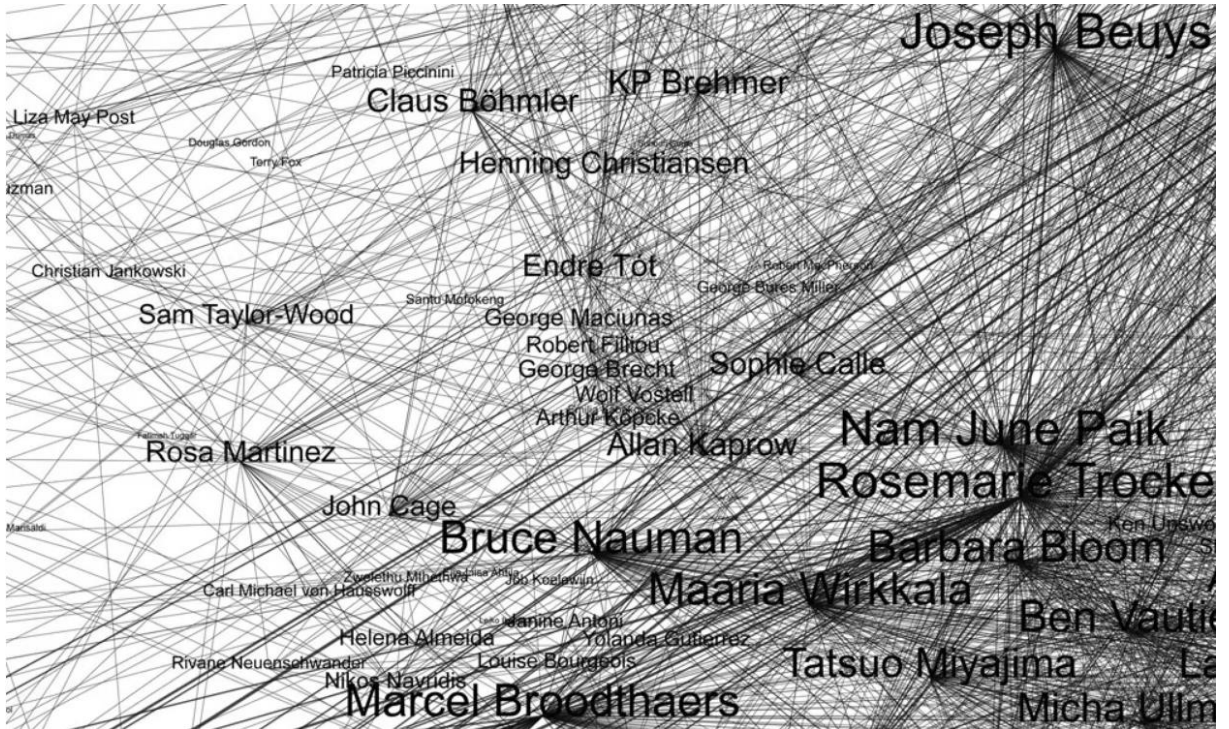
Örneklerden de görülebileceği üzere, sanat dünyasındaki ilgili kurumlar ve aktörler arasında daima bir iktidar ilişkisinin varlığından söz edilebilir. İktidar ilişkilerinin olduğu her yerde de bir güç hiyerarşisi ve gücü meşrulaştırmak adına da bir rıza imalatı vardır. Sanat dünyasındaki ilişkiler ağını daha görünür kılmak adına sanatçı Burak Arıkan'ın "Graph Commons" adını verdiği projesiyle de desteklenebilir.

Arıkan'ın çalışmasındaki harita, küratörlüğünü Emre Baykal'ın yaptığı, ARTER'de gerçekleşen "İkinci Sergi"ye katılan sanatçıları ve kendilerinin daha önce katıldıkları grup sergilere katılmış diğer sanatçılarla küratörleri içermektedir. Çalışmadaki düğümler sanatçıları ve küratörleri, bağlantılar grup sergileri temsil etmektedir.

"Haritayı oluşturan veri sergiye katılan her sanatçının biyografisinden başlayarak, katıldıkları grup sergilerinin listesini ve her bir grup sergiye katılan diğer sanatçıların listesinden oluşmaktadır. Harita 1982 – 2010 yılları arasında gerçekleşen 700+ grup sergisinden 5000+ sanatçı ismini içermektedir. (Beraber Sergi Yapmış Sanatçılar Ağı, burak-arikan.com)"

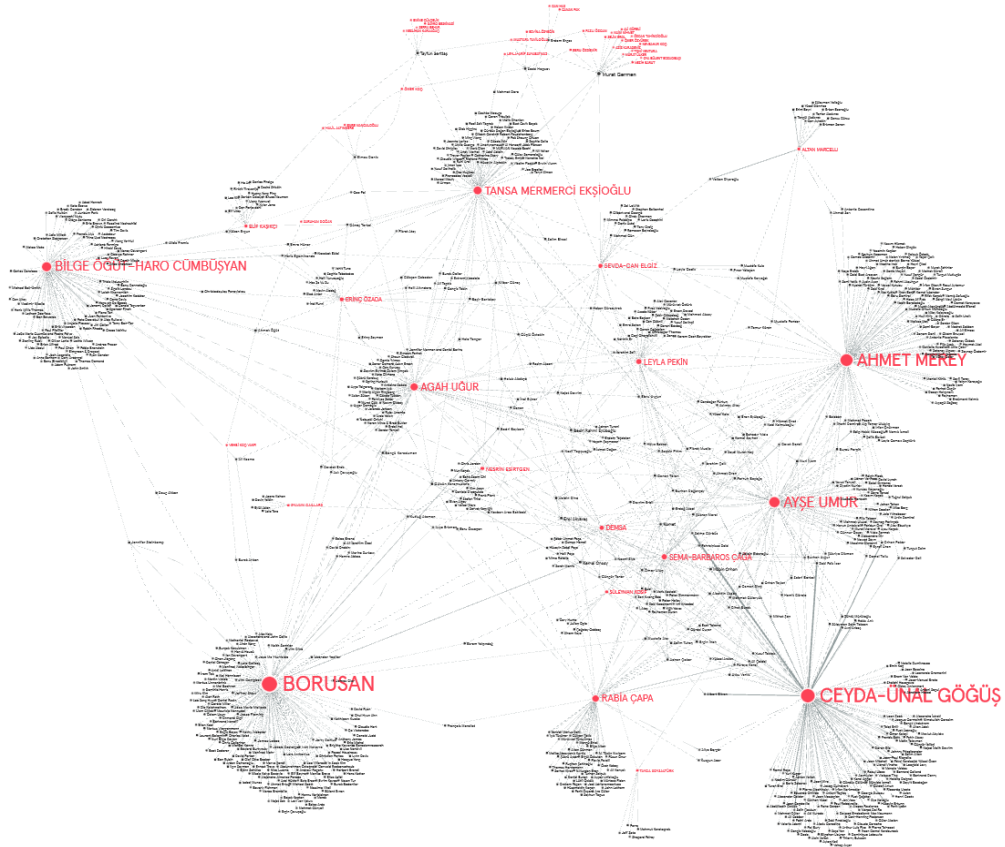


Görsel 13. Burak Arıkan, beraber sergi yapmış sanatçılar ağı: ARTER “ikinci sergi” edisyonu, özel yazılım, dijital baskı, 150 x 220 cm, 2010.
<https://rebrand.ly/ls02oin> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

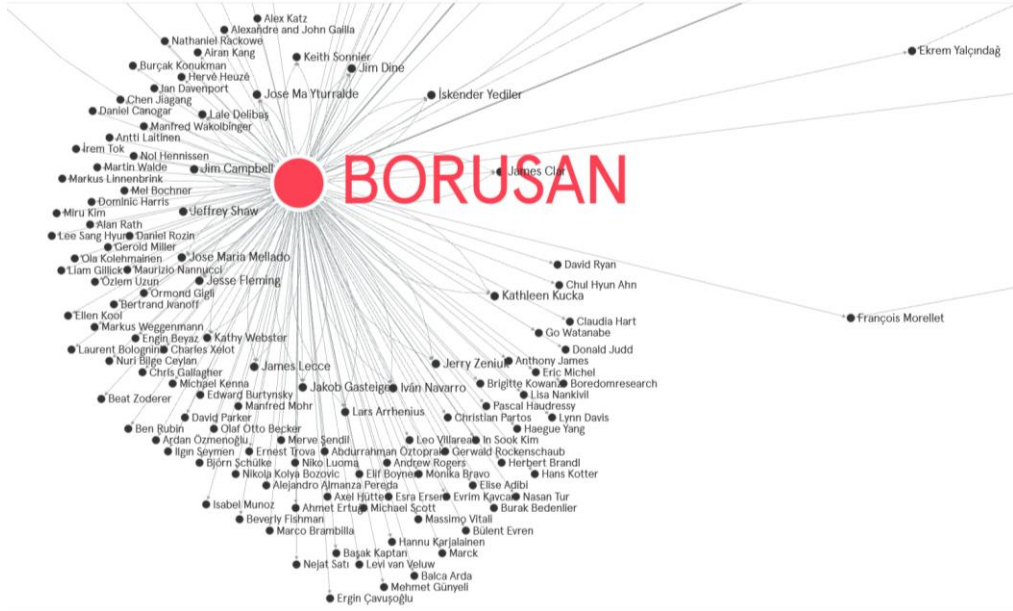


Görsel 14. Burak Arıkan, beraber sergi yapmış sanatçılar ağı: ARTER “ikinci sergi” edisyonu, özel yazılım (detay), dijital baskı, 150 x 220 cm, 2010.
(<https://rebrand.ly/aldptk1> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

Burak Arıkan’ın bir diğer interaktif çalışmasında ise “Sanatçı-Koleksiyoncu Ağı” görülmektedir. Bu çalışma, sanat camiasını daha iyi anlamak için veri toplamayı ve analiz etmeyi içeren ve doğası gereği devam eden bir projedir. Temel amacı, sanat dünyasının önemli bir unsuru olan koleksiyonerler ve sanatçılar arasındaki ilişkiyi kamuoyu için daha erişilebilir ve araştırmaya açık hale getirmektir. Arıkan, çoğunlukla hiyerarşi, ayrıcalık ve gizlilikle karakterize edilen sanat dünyasının iç işleyişini, ücretsiz erişimi, paylaşımı ve aktif katılımı ön planda tutan teknolojik sistemleri kullanarak araştırmalarını yapmaktadır.

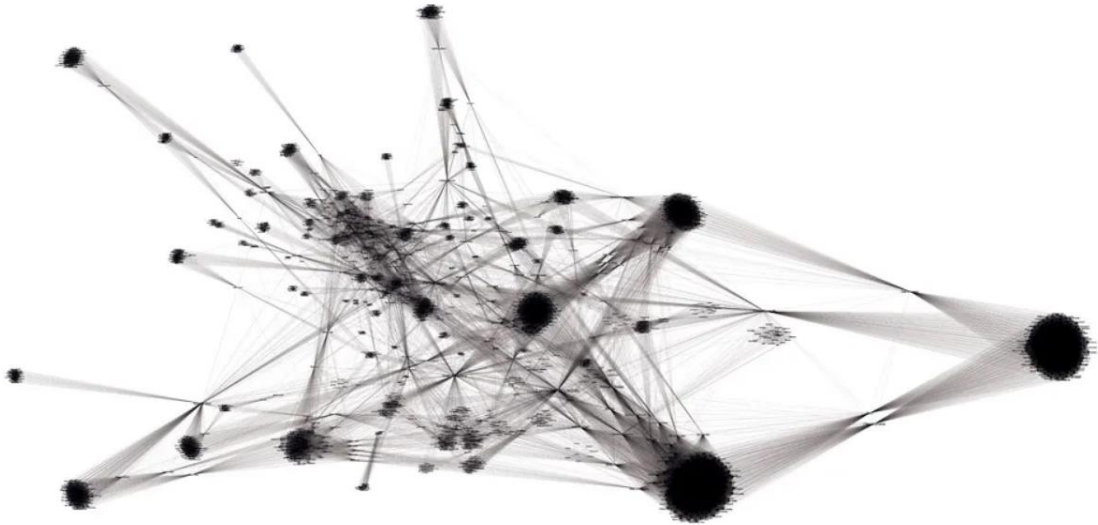


Görsel 15. Burak Arıkan, sanatçı koleksiyoner ağı, özel yazılım, dijital baskı, özel dokunmatik projeksiyon, çeşitli boyutlarda, dokunmatik ekran, 2011.
(<https://rebrand.ly/bi4t749> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

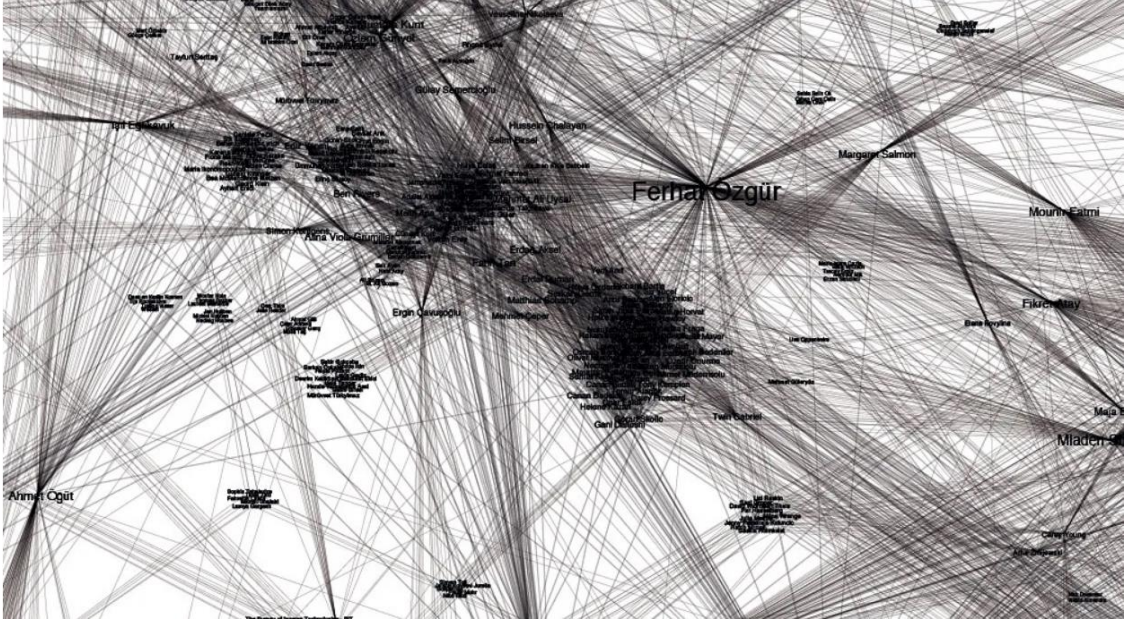


Görsel 16. Burak Arıkan, sanatçı koleksiyoner ağı, özel yazılım, dijital baskı, özel dokunmatik projeksiyon, çeşitli boyutlarda, dokunmatik ekran, 2011 (detay).
(<https://rebrand.ly/bi4t749> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

Arıkan'ın bir diğer konuyu destekler çalışması ise "Antakya Bienali Sanatçı Ağı" isimli çalışmasıdır. Çalışma, Antakya Bienali'ne katılan sanatçılarla yapılan bir anket çalışmasına dayanır. Sanatçıların yakın tarihli grup sergileri üzerine toplanan veriler, 2009 ve 2010 yılı süresince grup sergilerde birlikte yer almış sanatçıların listesini meydana getirir. Çalışmayla birlikte, 2,263 sanatçının kişisel, kavramsal, ve tarihsel bağlantılar üzerinden ilişkisel durumu ortaya konmaktadır.



Görsel 17. Burak Arıkan, Antakya bienali sanatçı ağı, özel yazılım, dijital baskı, 220 x 110 cm, 2010.
(<https://rebrand.ly/d9fwlao> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)



Görsel 18. Burak Arıkan, Antakya bienali sanatçı ağı (detay), özel yazılım, dijital baskı, 220 x 110 cm, 2010.

(<https://rebrand.ly/d9fwlao> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

3.6. KÜRATÖRLÜK, 2000'Lİ YILLAR VE KÜRATÖRLÜK KAVRAMININ POPÜLERLEŞMESİ

Küratör kelimesinin etimolojik kökenine baktığımızda kelime Latince “gözetlemek, katılmak” anlamlarına gelen *cūrāre*’den gelmekte ve “bakan, koruyucu, müfettiş” gibi anlamlara gelmektedir. Cambridge sözlüğüne göre küratör kelimesi, “bir müzenin veya sanat, bilim ya da geçmişten kalma nesnelerin toplandığı başka bir yerin bölümünden sorumlu olan kişi veya sanat ya da diğer ilgi çekici nesnelerin sergilenmesini organize eden ve düzenleyen kişi” anlamlarına gelmektedir. Küratöryal Araştırma Merkezi’ne göre küratörlük “bilgi üretme ve bilgi iletmeye eşit derecede değer veren uçtan-uca bir aktarım sistemidir. Küratör ise %50 bilgi yaratıcısı %50 de iletişimci olan kişidir.” TDK’nın Güncel Türkçe Sözlüğünde ise küratör kelimesi “müze, kütüphane, sergi, hayvanat bahçesi vb.ni yöneten ve etkinliklerini düzenleyen yetkili kimse” anlamına gelmektedir. Bu tanımlardan da yola çıkarak, önceleri küratörler ağırlıklı olarak koleksiyonların bakımından, korunmalarından ve devamlılıklarının sağlanmasından sorumlu olmuşlardır.

Müzeler veya koleksiyonlarla ilişkili yetkili uzman kişiler olarak kabul edilmişlerdir. Küratörün rolü, gözetimleri altındaki nesneleri denetlemeye ve yönetmeye odaklanmıştır.

Küratör kelimesi ve küratörlük kavramıyla ilgili geçmişten gelen anlamlarının yanı sıra günümüze kadar da devam eden tartışmalar vardır. Küratörlükle ilgili ‘uzmanlık’ konusuna değinen Enis Batur,

“Küratörün geleneksel anlamı ve işlevi çerçevesinde tek bir nokta göze çarpıyor ‘uzmanlık’ ancak uzmanlığın tanımı her tartışmacının gözünde farklı. Esas sorun küratörün günümüz sanatındaki konumu ve işlevi. Bu da yatkınlık ve iktidar kutuplarında doğuyor ve büyüyor (Batur, 2011:69).”

şeklinde tanımlamaktadır. Vasıf Kortun’a göre,

“Sergi hazırlamanın sadece eserleri alıp, sanatçıları bir araya getirerek duvarlara asmaktan daha önemli bir hale geldiği kaçınılmaz bir gerçektir. Eserlerin hangi mekanda, hangi ilişkiler içinde, hangi ışıktaki ve neyle birlikte, nasıl bir duvarda izlenmesi gerektiğine karar veren kişi küratördür (Kortun, 2002).”

Küratör, geniş çerçevede ele alındığında, belli bir tema altında sanatçıları ve yapıtları, belli bir mekanda bir araya getirip, onları yorumlayarak sergi hazırlayan kişidir. Bir nevi yorumlama uzmanıdır. Sanatı insanlığın bir dışavurumu, iletişim kurma yöntemi olarak ele alırsak, küratör de bu iletişimin yönünü ve nasıl olacağını belirlemektedir. Küratörün işlevi, sanat eserlerini seçmek, sergilemek, yorumlamak ve korumaktır. Küratörlüğün yöntemi ise, küratörün kendi vizyonu, araştırması, becerisi ve yaratıcılığı ile bir sergi oluşturmastır. Küratör, sergiyi bir bütün olarak düşünür ve eserler arasındaki ilişkileri, temaları, anlamları ve mesajları ortaya çıkarır. Küratör, sergiyi izleyicilerle etkileşime girebilecek, onları bilgilendirebilecek, eğlendirebilecek ve ilham verebilecek bir deneyim haline getirmeye çalışır. Küratörlüğünü yaptıkları sergiler sadece galeri ve müzelerde değil, aynı zamanda hastaneler, üniversiteler ve açık ofisler, kamuya açık mekanlar, parklar gibi çeşitli kamusal alanlarda da bulunabilmektedir. Aynı zamanda küratörün görevi yalnızca sergi düzenlemenin ötesine geçmiş ve daha fazla rolü üstlenmeye başlamıştır: Sergiler yapmak, uzlaşmalar sağlamak vb. birçok görev ve sorumluluğu üstlenmek demektir; finansör olmak, ilişkiler kurmak, kavram üretmek, sergi için mekan bulmak, sanatçı ve eser seçimini yapmak, sanatçının baş düşmanı olmak, dost, sırdaş üçüncü göz, kamuya karşı sorumlu, yazar, hamal gibi (Kortun, 2003).

Londra'daki Serpentine Galerileri'nin sanat direktörü olan İsviçreli küratör Hans Ulrich Obrist, küratörlüğü bir bakım, birleştirme, seçme, bağlantı kurma ve sergileme işi olarak

tanımlar. (Obrist, vd., 2022). Ayrıca küratörlüğü bir araç kutusu, bir bilgi arkeolojisi, bir toplam sanat eseri eğilimi ve bir ritüel olarak da görür (Foster, 2020), (Obrist, 2014).

Küreselleşmenin etkisiyle gerçekleşmeye başlayan büyük ölçekli sanat etkinlikleri ve bienallerin küratörler tarafından düzenlenmesiyle birlikte küratörler, sanatçıların ve yapıtların önüne geçmeye başlamıştır. Bu durum beraberinde küratöre yönelik karşıt görüşleri ve tartışmaları getirmiştir. Enis Batur 21. yüzyılın başında konuyla ilgili şunları dile getirmiştir:

"Her sanat etkinliğinin, gösterisinin arkasında toplam bir küratörlük çalışması vardır zaten. Sergiler bir ekibin ya da bir kişiyle bir ekibin ortak ürünüdür. Oysa küratör öne çıkan bir kişi. Yakın bir geçmişe kadar galeri yöneticisi, eleştirmen, akademisyen, sanat tarihçisi kimliğiyle sanat ortamında adını duyuran kişilerin bir sabah uyandığımızda küratör olduklarını öğrendik; sergiler düzenlediler, bienallerde görevler üstlendiler, etraflarında sanatçı toplulukları oluştu. Küratör, bu yeni sanatın içinde önemli bir yerde durmaktadır. Temaların belirlenmesi, sanatçıların seçimi, belli bir kavram içinde sergiyi oluşturmak ve bu kavramı farklı kavramlarla birleştirmek görevini küratör üstlenmiştir (Batur, 2001:69)."

Küratör kavramı, 2000'li yıllarda sanat dünyasının giderek küreselleşmesi ve çeşitlenmesinin bir sonucu olarak popüler hale gelmiştir (Fraser, vd, 2018). Bu durum çağdaş sanatın farklı kültürler ve bağlamlarda sunulması ve yorumlanması için yeni yollar gerektirmiştir. 2000'li yıllar aynı zamanda bienallerin, trienallerin ve diğer büyük ölçekli uluslararası sergilerin yükselişine tanıklık etmiş; bu sergiler sanattaki en son trendleri ve gelişmeleri sergilemenin yanı sıra dönemin sosyal ve siyasi meselelerini ele alan platformlar haline gelmiştir. Bu büyük ölçekli sergiler aynı zamanda sanatçıları, temaları ve sergilerin formatlarını seçmekten ve sanat eserleri etrafında anlatılar ve söylemler oluşturmaktan sorumlu olan küratörlere de daha fazla görünürlük ve güç kazandırmıştır. 21. yüzyılın başında İngiliz sanat eleştirmeni David Sylvester, sanat dünyasındaki en önemli kişilerin sanatçılar değil, küratörler, "sanat dünyasının gerçek aracıları" olduğunu öne sürmüştür (Millard, 2001: 118).

Çağdaş sanat küratörlüğünün, 2000'li yılların ve sonrasında en önde gelen ve etkili küratörlerinden biri Hans Ulrich Obrist'tir. Sergiler, söyleşiler, yayınlar ve kamusal programlar düzenlemenin yanı sıra sanatçılar, yazarlar, bilim insanları ve diğer kültürel figürlerle işbirliği yapmayı da içeren üretken ve yenilikçi küratörlük pratiğiyle tanınmaktadır. Obrist'in küratörlük yaklaşımı, herhangi bir akademik veya kurumsal yönergeyi takip etmekten ziyade kişisel vizyonuna ve zevkine dayanan ve teknoloji,

edebiyat, felsefe gibi farklı disiplinlerden beslenen geniş ve çapraz bir yaklaşımdır. Didaktik ya da açıklayıcı olmak yerine, izleyiciler için kışkırtıcı, şaşırtıcı ve zorlayıcı sergiler yaratmayı tercih eder. Obrist, küratörlüğün sanata yararlı olması gerektiğini, sanatçılarla işbirliği yaparak, gerçekleştirilmemiş projeleri hayata geçirmeyi amaçladığını söyler (Higgins, 2009).

Obrist'in küratöryal tarzı, sergiyi sanat eserlerinin tarafsız veya nesnel bir şekilde sergilenmesinden ziyade sanatsal ifade ve kişisel beyan aracı olarak kullanan “auteur küratör” ün bir örneği olarak görülebilir. Auteur küratör modeli, sanatçılar ve sanat eserleri üzerinde fazla öznel, kendine düşkün ve baskın olmakla, sundukları sanatın sosyal ve politik bağlamlarını ve etkilerini göz ardı etmekle eleştirilmiştir. Bununla birlikte, auteur küratör modeli, geleneksel ve kurumsallaşmış küratörlük biçimlerine meydan okumanın ve sanat dünyasına yeni perspektifler ve olasılıklar sunmanın bir yolu olarak da görülebilir. Bu eğilim özellikle Kavramsal sanatın yükselişiyle bağlantılı olarak görülmektedir. Sanatçılar ve küratörler, “yapıttan ziyade düşünceyi” vurgulayarak, doğrudan sanat kavramının kendisini sorgulamışlardır (Altschuler, 1994: 238).

Sanat dünyasında küratör kavramının 2000'li yıllardaki gelişimine ve popülerliğine katkıda bulunan diğer önemli aktörler arasında, 2015 yılında Venedik Bienali'ni yöneten ve ilk Avrupalı olmayan kişi olan Nijeryalı küratör ve eleştirmen Okwui Enwezor yer almaktadır. 2012'de büyük beğeni toplayan Documenta 13'ün ve 2015'te 14. İstanbul Bienali'nin küratörlüğünü yapan Amerikalı-İtalyan küratör ve yazar Carolyn Christov-Bakargiev; küreselleşme, göç ve kentleşme konularına odaklanarak dünya çapında çok sayıda sergi ve bienalin küratörlüğünü yapan Çinli küratör ve akademisyen Hou Hanru sayılabilir.

2000'lerde küratör kavramı, daha çeşitli ve geniş kitlelere ulaşmayı, çağdaş toplumun sorunlarıyla ilgilenmeyi amaçlayan ve daha işbirlikçi, katılımcı ve kapsayıcı uygulamaları içerecek şekilde gelişmiş; sanat üretimi ve tüketimindeki değişiklikleri yansıtacak yeni küratörlük biçimleri ortaya çıkmıştır. Bu yeni küratörlük biçimleri, daha disiplinlerarası, etkileşimli ve dijital hale gelen sanat üretimi ve tüketimindeki değişiklikleri yansıtmakta ve sunum ve iletişim için yeni platformlar ve formatlar gerektirmektedir. Sanat üretimi ve tüketimindeki değişiklikler artan disiplinlerarasılık, interaktiflik ve dijitalleşme ile karakterize edilmiş; çevrimiçi sergiler, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve sosyal medya dahil olmak üzere sunum ve iletişim için yeni

platformların ve formatların geliştirilmesine yol açmıştır. Bu platformlar ve formatlar küratörler, sanatçılar ve izleyiciler için erişilebilirlik, etkileşim, sürükleyicilik ve işbirliği gibi yeni olanaklar ve zorluklar sunmaktadır. Örneğin, disiplinlerarası sanat, bilim, teknoloji, edebiyat ve müzik gibi farklı disiplinlerden unsurları bir araya getirir. İnteraktif sanat, dokunma, hareket veya ses gibi yollarla izleyicinin katılımını veya geri bildirimini gerektirir veya davet eder. Dijital sanat bilgisayar, yazılım ve internet gibi dijital teknolojiler kullanılarak yaratılır veya sunulur.

İşbirlikçi, katılımcı ve kapsayıcı küratörlük uygulamaları, sanatçılar, izleyiciler, topluluklar ve kurumlar gibi çeşitli paydaşların sergi oluşturma ve sunma sürecine aktif katılımını ve katkısını içerir. Bu uygulamalar, sanat dünyasında diyalogu, çeşitliliği ve demokrasiyi teşvik etmeyi ve çağdaş toplumun sosyal ve kültürel sorunlarını ve zorluklarını ele almayı amaçlamaktadır. Eş küratörlük, topluluk küratörlüğü ve aktivizm olarak küratörlük uygulamaları, diğer uzmanlar veya gruplarla çalışmayı, yerel topluluklarla ve onların tarihleri, kültürleri ve ilgi alanlarıyla etkileşim kurmayı ve sergiyi sosyal değişim ve adalet için bir platform olarak kullanmayı içeren sergi geliştirmeye yönelik işbirlikçi yaklaşımların örnekleridir.

Beatrice von Bismarck, küratörlerin statüsünün 1960'lardan bu yana nasıl değiştiğini anlatır. Bu yıllarda ortaya Kavramsal Sanat hareketi çıkmıştır. Estetik artık eskisi kadar önemli değil, yerini soyut fikir ve kavramlara bırakmıştır. Kavramsal sanatçılar, bir sanat eserini artık basit bir nesne olarak değil, yerleşik bir kavram olarak algılama biçimini değiştirmeyi amaçlamaktadır. Eserin ortaya çıkışı da sonuç kadar önemlidir. Sanatı anlamının bu yeni yolu, özgür yoruma daha fazla yer açar: İzleyici, sanat eseri hakkında öznel olarak fikir sahibi olabilir, çağrışımlar yapabilir ve karşısında hissettiği duyguya odaklanabilir. Küratör ise eserin sergilenmesini organize ederken daha özgür olan kişidir. Bunu nasıl sunacağını kolayca seçebilir: Bağımsız olarak veya örneğin diğer çalışmalarla yan yana. Ayrıca ziyaretçiye ne kadar bilgi vermek istediğine de karar vererek az çok yol gösterebilir. Elbette sanatçının niyeti de dikkate alınmalı ama genel olarak sergileme konusunda birçok etken küratörün elindedir.

Bazı projelerde sanatçı ve küratör arasındaki çizgi bulanıklaşabilmektedir. Örneğin, 'Chambre 763' sergisinde Obrist, kendisini evindeymiş gibi hissetmek için seyahat ederken bir Georges Seurat tablosu taşıyan sanatçı Félix Fénéon'dan ilham alarak otel odasını dekore etmek için 70'ten fazla sanatçıyı davet eder. Obrist'in otel odası birkaç

hafta boyunca hem sergi alanı hem de kişisel odası olarak hizmet vermiştir. Obrist'in konsepti, sunulan sanat eserlerinden neredeyse daha önemli olmuş ve bu da onu başlı başına bir sanatçı kılmıştır. Sergiyi yaratıcı şekilde kendi kişisel alanına taşıması izleyiciler üzerinde önemli bir etki yaratmıştır. Bu durumda sergi, ana sanat eserini gölgede mi bırakmıştır? Bir röportajında Obrist, bir küratör için asıl tehlikenin, serginin sanatçıdan çok küratörün Gesamtkunstwerk'i³³ haline gelmesi olduğunu açıklar. Küratörün ortaya koymaya karar verdiği kişisel ifadelere göre algılar değişebilir. Ancak küratörün ve sanatçının görevleri arasındaki çizgi bulanıklaşmıştır, bu da rollerinin kolayca değiştirilebileceği anlamına gelir. Sanatçı kendi sergisinin kurulmasına katılabilir veya küratör rolünü üstlenebilir. İkinci durumda sergi, sanat eseri(ler) ile izleyici arasında daha güçlü bir bağ kurmanın bir aracı olarak değerlendirilmektedir. Sanatçının küratörlüğünde düzenlenen bir sergideki fikirler, sanat eserlerini üreten ve onları en iyi anlayan sanatçıdan kaynaklanır. Ancak sanatçı-küratörün ticari sanat dünyasına profesyonel bir küratörle aynı düzeyde katılıma sahip olmayabileceğini unutmamak önemlidir. Tate Müzesi'nin sanat sözlüğü tarafından tanımlandığı gibi, bir sanatçı-küratör tipik olarak, sanat dünyasının algılanan nüfuz edilemezliğinden hayal kırıklığına uğrayan, genellikle birlikte çalıştıkları veya benzer nesilden oluşan bir sanatçı topluluğu içinde kalır.

2000'li yıllarla birlikte çağdaş sanatın farklı kültürler ve bağlamlarda sunulması ve yorumlanması için geliştirilen yöntemler ve küratörlük kavramının sürekli bir değişim, devrim içinde olması sebebiyle çeşitli açılardan eleştirilere maruz kalmıştır. Bazı eleştirmenler küratöryal kavramın öznel, bencil ve sanatçılar ve sanat eserleri üzerinde baskın olduğunu savunmuştur. Ayrıca küratöryal konseptin, sunulan sanatın sosyal ve siyasi bağlamlarını ve etkilerini göz ardı ettiğini iddia etmişlerdir (Acord, 2010). Eleştirmenler, küratörün serginin 'auteur'ü ya da 'yazarı' olduğu fikrine karşı çıkmış ve daha işbirlikçi, katılımcı ve kapsayıcı küratörlük uygulamaları için çağrıda bulunmuşlardır. Sanatçılar ve küratörler arasındaki rollerin bulanıklaşmasına bir eleştiri, 5. Documenta (1972) sanatçılarından Daniel Buren'in bu sergideki gözlemleri, serginin

³³ Almanca Gesamtkunstwerk terimi, kabaca "toplam sanat eseri" olarak tercüme edilir ve farklı sanat formlarının tek bir tutarlı bütün oluşturmak üzere birleştirildiği bir sanat eserini, tasarımı veya yaratıcı süreci tanımlar. Bu fikir, "Geleceğin mükemmel sanat eserini" savunan besteci Richard Wagner tarafından popüler hale getirildi; "Geleceğin Gesamtkunstwerk'inde ayrı sanatlardan hiçbir zengin fakülte kullanılmadan kalmayacak".

kendisinin bir sanat eseri haline geldiğini ve küratörün niyetleri ile fikirlerinin öne çıktığını vurgulamaktadır. Buren, sergilerin artık sanat eserlerini sergilemekten ziyade, sergiyi bir sanat eseri olarak sergileme eğiliminde olduğunu belirtmiştir. Bu, sergilerin ve küratörlüğün rolünün değiştiğini gösteren önemli bir yorumdur.

Bazı eleştirmenler de 2000'lerde ortaya çıkan ve genişleyen küresel bienal sanat sisteminde küratörlerin rolünü ve işlevini sorgulamışlardır. Bu büyük ölçekli uluslararası sergileri karakterize eden homojenleştirme, metalaştırma ve gösteri sorunlarının yanı sıra pazarın ve kültür endüstrisinin küratöryal seçimler ve stratejiler üzerindeki etkisine dikkat çekmişlerdir. Eleştirmenler ayrıca küratörleri, özellikle bienallerin gerçekleştiği yerel bağlamlar ve topluluklarla ilişkili olarak, çeşitlilik, temsiliyet ve hesap verebilirlik eksiklikleri nedeniyle eleştirmiştir.

Bazı eleştirmenler küratörlük kavramının tarihini, teorisini ve sanat tarihi ve müze çalışmaları disiplinleriyle ilişkisini incelemişlerdir. Küratörlük kavramının yeni ya da radikal bir olgu olmadığını, daha ziyade mevcut uygulama ve söylemlerin bir devamı ya da uyarlaması olduğunu savunmuşlardır. Küratörlük kavramına, Avrupa merkezci kanon, sömürgecilik mirası ve modernist paradigma gibi varsayımları ve önyargıları nedeniyle de meydan okumuşlardır. Sömürgecilikten arındırma, feminist, queer ya da postkolonyal küratörlük gibi alternatif ya da eleştirel küratörlük yaklaşımları önerilmektedir.

Maddi olmayan ve geçici sanat eserlerinin ortaya çıkışı küratörler için yeni olanaklar ve zorluklar ortaya çıkarmıştır. Bu eserleri sunmanın ve yorumlamanın yenilikçi yollarını bulmaları gerekmiş, bazı küratörler kavramsal sanat projelerinin yapımına ve işbirliğine de katılmıştır. Örneğin Harald Szeemann, 1969'da Joseph Beuys, Richard Serra ve diğerlerinin eserlerinin yer aldığı 'Tutumlar Biçimlendiğinde' ufuk açıcı sergisini düzenlemiştir. 1980'lerde ve 1990'larda 'sanatçı-küratör'ün ortaya çıkışı, sergiyi sanat eserlerinin tarafsız veya nesnel bir şekilde sergilenmesinden ziyade, sanatsal ve kişisel ifade aracı olarak kullanmıştır.

König ve Szeemann katı kuralları olan bir sistemle karşı karşıya kalmışlar ve onu esnetmeye çalışmışlardır. Onların ardından gelen yeni nesil küratörler ise bu gevşetilmiş sisteme konmuş ve bu sistemin moda, müzik ve eğlence endüstrileri tarafından sömürülmesinin 'faili' olmaktan da hiç gocunmamışlardır (Foster, 2015). Küratörlük sınıfının küreselleşmesi de politik olandan kaçınmanın ya da onu "aşmanın" bir yolu

olabilir mi? Kurumsal bürokrasi, piyasa güçleri, sanatsal temsil ve kamusal beğeni arasındaki arabuluculuğun artan önemi nedeniyle küratörler çağdaş sanat dünyasında öne çıkmıştır. Özellikle, çağdaş sanatta küratöryel pratiğin can alıcı noktası, sergi aracılığıyla sanatsal anlamın inşasıdır. Anlamın inşası ise Walter Lippmann, Edward Bernays ve Noam Chomsky'nin görüşlerinden hareketle, rızanın imalatıyla oldukça bağlantılı bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü anlamın inşası için uygun ortamın nasıl ve neler kullanılarak ve nelere dikkat edilerek oluşturulacağı -Lippmann-, anlamın inşasının ise nasıl başarılı bir şekilde oluşturulacağı -Bernays- ve sonrasında bu anlamı kitlelere nasıl ve ne şekilde ulaştırılacağı -Chomsky- önceki bölümlerde detaylıca ele alınmıştır.

“Bugünlerde en iyi ihtimalle derleme yapan herkesin küratör olduğunu iddia edebiliriz. En sevdiğimiz fotoğrafları, şarkıları ve restoranları derliyoruz ya da bu iş için çeşitli internet sayfaları ve uygulamalar kullanıyoruz. “Derlemek”(curating) yeni bir tür eylemlilik vaat etse de sonuçta, kültürel ilgiler “derlenip düzenlenmiş” tüketim olarak paketlenildiği sürece bu, idarenin etki alanını genişletmekten başka bir sonuç doğurmayabilir. Bu tür bir “küratörlük”, hizmet etmediğimiz zamanlarda esas olarak tüketmekle yükümlü olduğumuz post-endüstriyel ekonomiyle gayet uyumludur. Peki şarkıları sıralar ve gideceğimiz restoranları seçerken ya da bu iş için Spotify’ veya Eater’a başvurduğumuzda ne üretmiş oluyoruz? “Bilişsel işçiler” olarak bilgiyi, kendi çıkarlarımız doğrultusunda kullanıyoruz. Bir başka deyişle, verili olanı derleyip düzenliyoruz ve bu sürecin kendisi çoğu zaman irademizden ciddi ölçüde feragat etmemizi gerektiriyor. Kaçımız “kabul ediyorum” seçeneğini tıklarken neyi onayladığının farkında (Foster, 2015)?”

Foster, küratörlüğün belki de en güncel tanımlarından birini yapmış ve bunu günlük hayatlarımızda kullandığımız uygulamalar üzerinden rızanın verilmesine bağlamıştır. Foster, günümüzde bilgi toplumu içinde “bilişsel işçiler” olarak adlandırılan bireylerin bilgiyi nasıl kullandıklarını ve bu sürecin bireysel irade üzerindeki etkisini ele almakta ve uygulamaların -dolayısıyla uygulamanın sahibi şirketlerin- rıza üretimini “kabul ettiğimiz”de bunu bilinçsiz gerçekleştirdiğimizi belirtmektedir. Ancak, bu süreç genellikle insanların kendi iradelerinden önemli ölçüde ödün vermelerini gerektirir. Bu metinleri okumadan kabul eden insanlar, kendi bilgilerinin ve haklarının nasıl kullanılacağına dair rıza göstermiş olurlar. Bu rıza, genellikle teknoloji şirketlerinin çıkarlarına hizmet eder ve kullanıcıların çıkarlarını korumaz. Rızanın imalatı, devlet ya da şirketlerin normal şartlarda insanları ikna edemeyecekleri davranışlara olumlu bakmalarını veya tepkisiz kalmalarını sağlayan bir olgudur. İnsanların kendi iradelerine aykırı olarak bazı sözleşmeleri kabul etmelerine veya bazı politikalara destek vermelerine neden olmaktadır.

3.7. KÜRATÖRLÜ SERGİLER VE KÜRATÖR ÖZELİNDE RIZANIN İMATALI

Küratörlü sergiler, sanat eserlerinin tutarlı ve anlamlı bir şekilde seçilmesini, düzenlenmesini ve sunulmasını içeren bir sanatsal ifade biçimidir. Tezin konusu özelindeki önemi, sanat dünyasındaki ilişkiler ağıının ortasında yer alan küratörün, düzenlediği sergilerle ağı canlı tutması ve onu harekete geçirmesi şeklinde açıklanabilir. Bir önceki başlıkta da detaylıca değindimiz üzere küratörler, bir serginin konseptini, temasını ve anlatısını oluşturmanın yanı sıra vizyonlarına en uygun sanat eserlerini, sanatçıları ve mekanları seçmekten sorumludur. Dolayısıyla küratörlü sergiler, çeşitli amaçlara hizmet eder ve yeni veya yükselen sanatçıları sergilemek, belirli konuları ya da sorunları keşfetmek, izleyiciyi zorlamak veya ilgisini çekmek ya da sanat dünyasının gelişimine katkıda bulunmak gibi farklı etkilere sahip olabilir.

Bu sergiler çeşitli nedenlerden dolayı önemlidir. İlk olarak, sanatçılara çalışmalarını sergilemeleri ve daha geniş bir kitleye ulaşmaları için bir platform sağlarlar. Küratörlü sergiler halkı farklı sanat tarzları, türleri ve perspektifleriyle tanıştırmak için izleyiciler arasında diyalogu ve etkileşimi teşvik ederler. Ayrıca bu sergiler aracılığıyla küratörler, yaratıcılıklarını ve uzmanlıklarını ifade etme fırsatı bularak, eleştirel ve analitik becerilerini ortaya koyarlar. Küratörlüğünü yaptıkları sergiler, küratörlerin kişisel ilgi alanları, değerleri ve görüşlerinin yanı sıra sanat eserlerinin tarihi, kültürel ve sosyal bağlamlarına ilişkin bilgilerini de yansıtabilir. Üçüncü olarak küratörler, sanatçıları, galerileri, müzeleri, kurumları ve kamuoyu arasında bağlantılar ve ilişkiler kurarak sanat dünyasının ilerlemesine katkıda bulunurlar. Küratörlüğünü üstlendikleri sergiler, sanat ortamında işbirliğini, yeniliği ve çeşitliliği teşvik etmenin yanı sıra katılımcılar için geri bildirim, tanınma ve destek yaratabilir.

Bir serginin küratörlüğünü yapmak, dikkatli bir planlama, araştırma ve uygulama gerektiren karmaşık ve birden fazla faktör ve adımı içeren zorlu bir süreçtir. İlk aşamada küratör, serginin ana konseptini, temasını ve amacını, hedef kitlesini ve amaçlanan mesajı veya etkiyi tanımlar. Küratör, sanat eserlerini ve sanatçıları seçerken küratöryal temayla ilgisi, sanat eserinin kalitesi ve sanatçının itibarı gibi çeşitli faktörleri göz önünde

bulundurmalıdır. Küratöryal fikir özgün, ilgili ve uygulanabilir olmalı, küratörün vizyonunu ve sesini yansıtmalıdır. Bu aşamada küratör, etik değerler ve iş ahlakı çerçevesinde sergide yer alacak sanat eserlerini ve sanatçıları küratöryal konsepte uygunluklarına göre seçer. Küratör, eserlerin ve sanatçıların kalitesi, çeşitliliği ve ulaşılabilirliğinin yanı sıra itibarlarını, geçmişlerini ve deneyimlerini de göz önünde bulundurmalıdır. Küratör, sanatçılarla açık ve saygılı bir iletişim ve işbirliği kurmalı, aynı zamanda onların eserleriyle ilgili haklarına ve isteklerine saygı göstermelidir.

Küratör günümüzde aynı zamanda bir yorumlama uzmanıdır. Yorumlamayı tanımlamak, çeşitli stratejileri ve yaklaşımları kapsadığı için karmaşık bir görev olabilir. Doğal ve kültürel yorumlama alanında  nc  olan Freeman Tilden'e göre yorumlama,

“yorumlama, orijinal nesneler, ilk elden deneyimler ve açıklayıcı medya aracılığıyla anlamları ve ilişkileri ortaya çıkarmayı amaçlayan bir eğitim faaliyetidir (Tilden, 1957: 33-46).”

Bu tanım halen sözlü  eviri eğitimlerinin temelini oluşturmakta ve meslek örgütleri tarafından yaygın olarak kabul görmektedir. Ancak, yorumlama Tilden'in tanımının ötesine geçmiştir. Artık yorumlama, bilgiyi uzmanların teknik dilinden ziyaretçilerin günlük diline  eviren bir süreç olarak görülmektedir. Hikaye anlatımı ve duygusal bağlantılar yoluyla ziyaretçilerin zihinlerinin yanı sıra kalplerini de meşgul etmeyi amaçlamaktadır. Yorumlama artık sadece olgusal bilgilerin aktarılmasıyla sınırlı değil, aynı zamanda ziyaretçiler için anlamlı deneyimler yaratmaya da odaklanır.

Etkili yorumlamanın merkezinde izleyici katılımı yer alır. Sanat kurumları, ziyaretçilerini anlamamanın ve yorumlamayı onların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlemenin öneminin farkındadır. Yorumlama stratejilerinin ve planlarının geliştirilmesi, yorumlamanın kurumun vizyonu, misyonu ve hedefleriyle uyumlu hale getirilmesi için gereklidir. Yorumlama stratejileri, sanat kurumlarının izleyicileriyle etkili bir şekilde iletişim kurabilmeleri için yol gösterici ilkeler sağlar. Bu stratejiler yorumlamanın amacını ve faydalarını ortaya koyar, yorumlama hedeflerini tanımlar ve ziyaretçilerin ilgisini çekecek yaklaşımların ana hatlarını belirler. Yorumlama planları ise her bir sergiye özeldir ve içeriğin nasıl yapılandırılacağını, sunulacağını ve ziyaretçilerle nasıl etkileşime geçileceğini detaylandırır. Yorumlama, sergilerin izole bir yönü değildir; içerik, öğrenme ve tasarımı i  içedir. I erik için yapı sağlar, öğrenme  ıktıları oluşturur ve sergi tasarımı tarafından kolaylaştırılan ziyaretçi deneyimini şekillendirir. Sanat

kurumları, öğrenmeyi ve içerikle etkileşimi kolaylaştıran sürükleyici ve etkileşimli ortamlar yaratmaya çalışır.

Küratörün rolü, bir bekçi olmaktan çıkıp ziyaretçiler için anlamlı deneyimlerin kolaylaştırıcısı haline gelmiştir. Öğrenme, yorumlamanın kilit bir bileşenidir ve ziyaretçilerin dünyayı nasıl anlamlandırdığına ve beceriler, bilgi, anlayış, değerler, fikirler ve duygular geliştirdiğine odaklanır. Sanat kurumları, ziyaretçileri anlam yaratmada aktif katılımcılar olarak konumlandıran yapılandırmacı bir yaklaşımı benimsemiştir. Ziyaretçiler içerikle bağlantı kurmak ve yorumlamaya katkıda bulunmak için kendi bilgi ve deneyimlerinden yararlanırlar.

Sergi tasarımı, yorumlamanın bir diğer kritik yönüdür. Tasarımcılar, ziyaretçilerin ilgisini çekecek ve içerikle etkileşimlerini kolaylaştıracak çok modlu anlatı ortamları yaratır. Ziyaretçi deneyimini geliştirmek ve anlam aktarmak için statik ve hareketli grafikler, interaktifler, replikalar ve görsel-işitsel araçlar da dahil olmak üzere bir dizi araçtan yararlanırlar.

Etkili yorumlamayla kurumlar, erişim ve katılımın önündeki engelleri aşmaya çalışır. Sanat kurumları, ziyaretçilerin yabancı veya heybetli sergi alanlarına girerken yaşayabilecekleri potansiyel kaygı veya “eşik korkusunun”³⁴ bilincindedir. Yorumlama ve tasarım ekipleri arasındaki işbirliği, sergilerde tatmin edici karşılaşmalara olanak tanıyan sıcak ve kapsayıcı ortamlar yaratmak için önemlidir.

Bir ziyaretçinin bakış açısından yorumlama genellikle görünmez bir süreç ve soyut bir sonuçtur. Ziyaretçiler, daha çok serginin kendisine odaklanarak, yorumlama çabalarının arkasındaki kişileri nadiren tanırlar. Ancak, geliştirme sürecinin perde arkasına bakmak, yorumlamayı çevreleyen uygulamalar ve hususlar hakkında değerli bilgiler sağlayabilir. Yorumlama, günümüzde metin tabanlı etiketlerle sınırlı değildir. Metin temel bir araç olmaya devam etse de, yorumlama artık grafikler, interaktifler ve sürükleyici deneyimler de dahil olmak üzere bir dizi modaliteyi içermektedir. Sanat kurumları bu araçları ziyaretçilerin ilgisini çekmek, merak uyandırmak ve anlatılan hikayelerle bağlantı

³⁴ “Eşik korkusu, birinin bir sanat müzesine veya galeriye gittiğinde korkması veya rahatsız olması durumunu tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Sanatın ayrıcalıklı, elitist veya erişilemez olduğu ve onu takdir etmek için belirli bir eğitim, bilgi veya zevk seviyesine ihtiyaç duyulduğu varsayımına dayanır. (English, 2015)”

kurmak için kullanılmaktadır. Yorumlama, ziyaretçilerin değişen ihtiyaç ve beklentilerine sürekli olarak uyum sağlayan, devam eden bir çalışmadır. Etkili yorumlama duyguları uyandırabilir, anlayışı derinleştirebilir ve daha fazla keşfe ilham verebilir. Ziyaretçilerin bakış açılarını dönüştürme ve yaşamlarını zenginleştirme gücüne sahiptir. Yorumlama uzmanı olarak küratörün amacı, sanat kurumlarının bilgi sunmasının ötesine geçerek bilgiyi herkes için hayata geçirmesini sağlamaktır. Böylece sanat kurumları, çok çeşitli araçlar ve stratejiler kullanarak izleyicilerin ilgisini çekebilir, anlamı ortaya çıkarabilir ve unutulmaz deneyimler yaratabilir.

Sanat dünyasının güçlü bir aktörü olarak küratörün rolü, sanat eserlerinin ve sanatçıların seçilmesi, sergiler için kavramsal çerçevenin oluşturulması, serginin kavramsal metninin hazırlanması ve nihayetinde belirli sanatçılarla daha yakın işbirliği yapılması gibi çok sayıda kararı kapsar. Bu kararların bilgi yayma, iletişim, değerlendirme gibi alanlar ve kamuoyu üzerinde bir dizi işlevi ve potansiyel etkisi vardır. Örneğin, küratör göç, iklim değişikliği ve insan hakları gibi konuları ele alan sanat eserlerini tercih edebilir. Ek olarak, küratör küresel bağlamda çeşitli bölgeleri, kültürleri ve bakış açılarını temsil eden sanatçıları seçebilir. Örneğin, küratör farklı geçmişlerden, kimliklerden veya deneyimlerden gelen sanatçılarla çalışmak isteyebilir.

Sanat eserlerini ve izleyicileri küresel bağlamda birbirine bağlayan kavramsal bir çerçeve seçebilirler. Bu, küresel meseleler veya zorluklarla ilgili bir tema, anlatı veya soru seçmeyi içerebilir. Ayrıca küratör, sanat eserlerini ve sergiyi küresel bir çerçevede bağlamsallaştıran kavramsal bir metin yazabilir. Örneğin küratör, sanat eserinin arka plan bilgisini, analizini veya yorumunu ve bunun küresel meseleler veya sorularla ilgisini sunan yazılı bir parça oluşturabilir.

Küratörün birlikte çalıştığı sanatçıların seçimi, sanatsal vizyonları, kaliteleri, değerleri veya küresel bağlamdaki önemlerinden etkilenebilir. Örneğin, bir küratör kendi vizyonuyla örtüşen, istisnai sanat eserleri yaratan, piyasada veya toplumda önemli bir değere sahip olan ya da sanat tarihinde veya çağdaş sahnede kayda değer bir konuma sahip olan sanatçılarla işbirliği yapabilir. Ancak, küratörler küresel ölçekte kutuplaştırıcı veya kışkırtıcı eserler seçtikleri için de eleştiriye maruz kalabilirler. Örneğin, belirli kültürel veya toplumsal normlara meydan okuyan veya bunları rencide eden sanat eserlerinin seçilmesi küratöre yönelik eleştirileri beraberinde getirebilir. Benzer şekilde, küresel bağlamda yeterince temsil edilmeyen veya ötekileştirilen sanatçıların seçilmesi

de, özellikle ırk, cinsiyet veya sınıf temelinde eleştirilere neden olabilir. Buna ek olarak küratörün bir sergide sanatçı veya eserlerden daha fazla ön plana çıkması da kendisine yönelik tepkiler doğurabilir.

30 Haziran - 8 Ekim 1972 tarihleri arasında Almanya'nın Kassel kentinde gerçekleştirilen Documenta 5 sergisi, oldukça tartışmalı, zamanının en büyük ve en pahalı, küratörlü bir çağdaş sanat sergisidir. Küratörlüğünü Harald Szeemann üstlenmiş ve sergiye "Gerçekliği Sorgulamak - Bugünün İmgeleri" başlığını vermiştir. Szeemann bu sergiyi, performanslar, happeningler, outsider art ve non-art'ın yanı sıra çeşitli ve eklektik bir sanat eseri ve sanatçı seçkisi içeren 100 günlük bir etkinlik olarak tasarlamıştır. Ayrıca sergiyi "Bireysel Mitolojiler", "İdiosyncrasies" ve "Beyin" gibi on iki bölüme ayırarak tematik ve kavramsal bir yapı ortaya koymuştur.

Bazı sanatçılar ve eleştirmenler Documenta 5'i, geleneksel sanat ve sergi yapma kavramlarına meydan okuyan yenilikçi, deneysel ve radikal yaklaşımı nedeniyle övmüştür. Szeemann'ın vizyonu, yaratıcılığı ve uzmanlığının yanı sıra sanatçılarla işbirliği ve diyalogunu takdir etmişlerdir. Ayrıca serginin çağdaş sanat ortamının ilerlemesine ve çeşitliliğine yaptığı katkıyı kabul etmişlerdir. Documenta 5'e "Exposition d'une exposition, une pièce en 7 tableaux" (Bir Sergi Sergilemek: 7 Parçada Bir Eser) adlı çalışmasıyla katılan Fransız kavramsal sanatçı Daniel Buren, Szeemann'ın desteğini, işbirliğini ve kurumun anlam üretimindeki kritik rolünü kabul etmesini takdir etmiştir (Bismarck, 2017). Buna ek olarak Buren, sergi kataloğu için yazdığı "Serginin Sergisi" başlıklı metninde Szeemann'ı, "sergiyi bir sanat eseri olarak sergilemekle" suçlamıştır. Sergi sanat eserini taklit edince ve küratör 'eser'in müellifi olunca, sanatçı ne olmaktadır? (Yıldız, 2015).

Bununla birlikte, bazı sanatçılar ve eleştirmenler Documenta 5'i aşırı, kaotik ve kafa karıştırıcı, ezici, kaba veya sadist olduğunu düşündükleri sunumu nedeniyle eleştirmiştir. Szeemann'ı fazla öznel, kişisel ya da benmerkezci olmakla ve sergiye kendi fikir ve tercihlerini empoze etmekle suçlamışlardır. Ayrıca, bazı sanat eserlerinin ve sanatçıların kalitesini, uygunluğunu veya meşruiyetini ve bunların seçilme ve sergilenme kriterlerini ve yöntemlerini de sorgulamışlardır. Szeemann'ın bu sergiyle, eser ve sanatçı seçimlerinde kullandığı kıstasları terk ettiğini belirtmişler ve aynı zamanda bir sanat tarihçi de olan Szeemann'ın, sanat tarihini bir kenara bırakıp, görsel deneyime yoğunlaşmış olduğundan bahsetmişlerdir. Serginin temasını canlandırmak için algı ve enformasyona

başvurmuştur (Yıldız, 2015). Sergi geçmişi hatırlamadığı gibi gelecekte de işaretler taşımamaktadır (Rosenberg, 1975: 262-263).

“Geleneksel olarak sanat diye kabul gören eserlerin yanı sıra, temaya hizmet eden kitsch nesneler, reklamlar, siyasi propoganda malzemeleri, dini ve etnolojik alametler, haber fotoğrafları, bilim kurgu imgeleri ve performanslar sergiye dahil edilmiştir. Müze binasının cephesine asılan ve üzerinde “Sanat Lüzumsuzdur” yazan devasa yafta, sanki bu sergilenenlerin sanat olmadığını öne sürecekleri baştan susturmayı amaçlıyordu. (Yıldız,2015).”



Görsel 19. Documenta 5 sergisinin mekânı Museum Fridericianum ve girişin üzerindeki “Sanat Lüzumsuzdur” yazısı 1972.
(<https://rebrand.ly/6vhdg2h> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

Szeemann, adeta bir sanatçı gibi ‘sanat’ kavramının nasıl esnetilebileceğini göstermeye çalışmıştı; ancak Hilton Kramer ve Barbara Rose gibi eleştirmenler onun fazla ileri gittiğini düşünmüşlerdir. Kramer sergiyi, “tuhaf... kaba... ve sadist” şeklinde eleştirmiş, Rose ise sergiyi, “canavarca... açıkça dengesiz” olarak tanımlamış ve Szeemann’ı sergide reklam, moda ve sinema gibi sanatsal olmayan materyallere yer vererek "sanat kavramını yok etmekle" suçlamıştır. Ayrıca sergiyi çok kaotik, eklektik ve öznel olmakla ve net bir tema ya da yönden yoksun olmakla eleştirmiştir (Independent Curators International (ICI)). Barbara Rose’a göre Szeemann,

“Resmi ve heykeli neredeyse hiçe sayarak, günümüzde sanatın statüsünü bir sosyal aktivite olarak belgelemeyi seçti. Zamanın avangardı olma iddiasındaki etkinlikleri kendi amacı doğrultusunda kullanan Szeemann, böylece dünyanın en büyük kavramsal sanatçısı haline geldi. Yardımcılarıyla birlikte serginin yegâne büyük sanat eseri sayılabilecek devasa bir katalog yarattı. Bu katalog, çağdaş sanatçının toplumun dışında kalarak toplumsal kurumları eleştirmek için geliştirdiği her stratejiyi ve yaptığı her girişimi boşa çıkarıyordu. Böyle eylemleri sıralıyor, sınıflandırıyor ve sonunda mevcut toplumsal yapıya ve kültür kurumlarına kaynaştırıyordu ... Görüldüğü kadarıyla kültür kurumlarımızın her türlü protestoya göz yumarak onları asimile etme konusundaki öldürücü kapasitesinden kaçış yok. Sanatçının her eleştirel hamlesi böylelikle etkisiz hale getiriliyor (Rose, 1972: 66-67).”

Rose'un Documenta 5 hakkındaki olumsuz eleştirisi Ekim 1972'de New York Magazine'de yayımlanmış ve sanat dünyasında hararetli bir tartışmaya yol açmıştır. Bununla birlikte sanatçılar da sergiye ve küratör Szeemann'a eleştirilerde bulunmuşlardır. Hatta öyle ki on sanatçı 1972 yılı Haziran sayısında Artforum dergisinde bir ilan yayınlamışlardır. Küratörlerin egemenliğine karşı sanatçıların giriştikleri hak arayışında ortaya koydukları 4 maddelik bu bildirideki talepler şunlar olmuştur:

“Documenta 5'e gösterdiğimiz tepki sonucunda belirlediğimiz aşağıdaki koşulların tüm sergiler için geçerli olmasını talep ediyoruz:

- 1. Eserinin sergilenip sergilenmeyeceğine karar verme hakkı sanatçıya aittir. Neyi nerede sergileyeceğine sanatçı karar verir.*
 - 2. Bir sanat eseri, sanatçısının onayı olmadan herhangi bir sınıflandırmanın içine sokularak sergilenmemelidir.*
 - 3. Sanatçı katalogda kendisine ayrılan yerde, sansüre uğramadan istediğini yapma hakkına sahip olmalıdır.*
 - 4. Tüm kurumsal sergilerin bitiminde, ayrıntılandırılmış, eksiksiz bütçe dökümleri – katılımcı ödenekleri, taşıma masrafları, küratör ücretleri dahil– kamuya açıklanmalıdır.*
- Carl Andre, Hans Haacke, Donald Judd, Sol LeWitt, Barry Le Va Robert Morris, Dorothea Rockburne, Fred Sandback, Richard Serra, Robert Smithson (Steeds, vd.: 126-127).”*

Robert Morris, küratör Harald Szeemann'a bir mektup hazırlamış ve serdgiden çekildiğini ifade etmiştir:

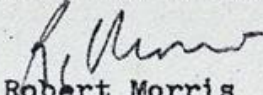
May 6, 1972

Harald Szeemann
Documenta V
35 Kassel
Schöne Aussicht 2

Dear Harald Szeemann:

I wish all work of mine withdrawn from the forthcoming Documenta V. You may post the following statement.

I do not wish to have my work used to illustrate misguided sociological principles or outmoded art historical categories. I do not wish to participate in international exhibitions which do not consult with me as to what work I might want to show but instead dictate to me what will be shown. I do not wish to be associated with an exhibition which refuses to communicate with me after I have indicated my desire to present work other than that which has been designated. Finally, I condemn the showing of any work of mine which has been borrowed from collectors without my having been advised.


Robert Morris

Görsel 20. Robert Morris'in Flash Art'ın Haziran 1972 sayısında yayınlanan Harald Szeemann'a mektubu.

(<https://rebrand.ly/w4rbw8y> 19 Aralık 2023 tarihinde erişildi.)

Robert Smithson'ın "Kültürün Kuşatılması" başlıklı katalog metninde küratörün dayatmacılığını eleştirmiş, onu kültür ve sanat hapishanesinin gardiyanı olarak görmüş ve sanat eserlerinin küratörün küratörün süzgecinden geçtikten sonra kamuoyu tarafından tüketilmeye hazır hale geldiğini belirtmiştir:

"Küratör, sanatçıdan sınırlarını belirlemesini istemek yerine, bir sanat sergisine kendi sınırlarını dayatınca, kültür kuşatılmış olur. ... Kimi sanat sergileri metafizik çöplüklere mi dönüştü? Ya da zehir yayan havaya veya entelektüel zırvaya? Belki de görsel viraneye ... tamamen nötralize edilmiş, etkisizleştirilmiş, soyutlanmış, tehlikesiz, siyaseten uyuşturulmuş ve metalaştırılmış sanat (Yıldız, 2015)."

Documenta 5, gelecekteki sanat bienalleri ve mega-sergiler için yeni bir model ve standart oluşturduğundan, tarihteki en etkili ve tartışılan sergilerden biri olmaya devam etmektedir. Ayrıca feminizm, çevrecilik ve savaş karşıtı aktivizm gibi zamanının kültürel, sosyal ve siyasi konularını ve hareketlerini de yansıtmış ve etkilemiştir.

“Documenta 5’e yaptığı darbe her ne kadar zamanında keskin eleştirilere maruz kalsa da, Harald Szeemann küratörlerin pîri kabul edildi. Yalnızca sanatçıların değil, sergi düzenleyicilerinin de yıldızlaşabileceğini gösterdi. Ve o gün bu gündür Documenta sergileri –ve başka sergiler– küratörlerinin isimleriyle anılır oldu; küratör egemen bir figür haline geldi. Oysa başlangıcında Documenta sergilerinin bir amacı da sanatçıyı öne çıkarmak, hatta kahramanlaştırmaktı. Çünkü Documenta aynı zamanda Nazilerin dejenere diye aşağıladığı sanata ve sanatçılara itibarlarını iade etme projesiydi... (Yıldız, 2015).”

Küratör yaptıkları sergiler bağlamında ve kurdukları ilişkiler ağıyla sanat dünyası üzerinde bir rıza imalatı gerçekleştirebilir. Ancak sanat dünyasında rızanın imalatı, sadece sergiler bağlamında gerçekleşmemektedir. Örneğin yakın dönemde İstanbul sanat ortamında iyice ayyuka çıkan söylentiler üzerine bir müze küratörünün sanat dünyasındaki gücü, daha rahat şekilde anlaşılabilir. “Şayet iddialı bir müzenin iddialı bir küratörü, eser alımlarında kendisine kişisel çıkar sağlayan bir galerinin (ya da birkaç galerinin) sanatçılarını tercih ederse, bu vahim olayın sonuçları ne olur? (Artun, 2023).” Tabii bu durum birçok yönden ele alınabilir, ancak küratör özelinde sanat dünyasında rızanın imalatına tam olarak uymaktadır. Bu bağlamda konu, küratörün hem müze hem sanatçılar hem sanat medyası hem diğer galeriler hem eleştirmenler hem de alanın diğer aktörleriyle sanat izleyicileri üzerinde bir rıza imalatı oluşturması üzerinden ele alınacaktır.

Ali Artun, e-skop’ta yayımlanan *Müze Ahlakı* başlıklı yazısında müzenin zamansal boyutundan bahseder ve onun bir tarih sahnesi olduğunu dile getirir. Müzedeki eserler birbirleriyle etkileşim halindedir, koleksiyon oluşturma kıstasları bakımından birbirleriyle kıyaslanır, eklenirler. Bu bir estetik uzmanlığı gerektirmez; tarzlar, zamanlar, kullanılan teknikler ve mecralar bağlamında çatışmasıyla, benzeşmesiyle yaşanır. Müze koleksiyonunun estetik ve zamansal oluşumu koleksiyonu oluştururken beraberinde “Neyi seçeceksin, neyi seçmeyeceksin?” sorusunu da getirir. Küratöryal paradigmaların devreye girdiği bu aşama, rıza imalatının da başlangıç noktası olarak kabul edilebilir.

Müze koleksiyonuna yapılacak eser seçimlerinde, müzeolojik ve küratöryal kıstasların dışında, müze küratörünün ilişkiler ağı çerçevesinde galerilerden elde ettiği çıkarlar doğrultusunda, o galerilerin sanatçıları arasından bir seçim gerçekleştirilmiş ve diğer sanatçılar sırf bu sebeple dışarıda bırakılmışsa, müzenin koleksiyonunun zamansal, estetik ve etik ilkeri bozulmuştur. Koleksiyondaki eserlerle müze, bir bakıma kazanç

sağlayan galerinin ve sanatçılarının gösteri bahçesine ve bu bağlamda yapılan seçimlerin sahnesine dönüşür. Terry Eagleton *Kültür ve Tanrının Ölümü* başlıklı kitabında, Aydınlanma ve sekülerizmden sonra dinin yerini sanatın aldığından bahseder ve “Kültür, Tanrı’nın seküler adıdır.” şeklinde görüşünü savunur. Dinin ve sanatın kutsal mekânları vardır: Bunlar din için cami, kilise, sinagog; sanat için müze ve galerilerdir. İki tarafın da kutsal mekanlarının kendine has kuralları vardır. Örneğin, camiye ayakkabıyla girilmez, yüksek sesle konuşulmaz, başkalarını rahatsız edici davranışlar gösterilmez vb. galeri veya müzede de benzer kurallar geçerlidir, etkileşimli değilse eğer eserlere fiziki temasta bulunmayıp sadece gözle dokunmak, yüksek sesle konuşmamak vb. Pierre Bourdieu’nun *Sanat Sevdası* isimli kitabında da Avrupa çapında yapılan geniş kapsamlı bir araştırmada, insanların müzeyi en çok kiliseye benzettiği ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda baktığımızda müze, küratör tarafından yapılan etik dışı seçimler nedeniyle kutsallığını kaybetmiş, yolsuzluğun mekânı olmuştur. Müze aynı zamanda bir “güzellik” ve “iyilik” mekânıdır. Bu doğrultuda sanat eserleri de bu güzelliğin ve iyiliğin birer temsilcileri gibidir. Küratör, alandaki uzman, elit, görüşü alınması gereken kişi rolü dolayısıyla bir güce ve iktidara sahiptir. Bir bakıma egemen ahlakı temsil eder. Bu doğrultuda müze bünyesinde işlenen yolsuzluk ya da küratör özelinde rızanın imalatı, kişiler arası bir suç ortaklığından fazlasıdır. Müzenin ahlakını bozar, çünkü müzenin izleyicilerinin sanata atfettikleri kutsallığa karşı işlenmiş bir günahıdır. Müze koleksiyonlarına şaibe bulaşır. (Artun, 2023).

Küratör, küreselleşen bağlamda çağdaş sanatın üretimine, dağıtımına ve tüketimine yanıt veren ve bunları şekillendiren seçimler yaparak sanat dünyasında önemli bir etkiye sahiptir. Sanatçılar, müzeler, galeriler, bienaller ve medya platformları gibi diğer kilit aktör ve kurumlarla işbirliği yapan küratör, bilgi, iletişim, değerlendirme ve küreselleşmenin işlev ve etkilerini şekillendirmede önemli bir rol oynar. Rıza üreticileri, sanat dünyasında halkın sanat eserleri ya da sanatçılar hakkındaki görüşlerini etkileyebilir. Küratörler, rıza üretmek için diğer aktörler ve kurumlarla işbirliği yapabilirler. Bunun bir örneği, bir küratörün egemen dünya görüşünü yansıtan ya da destekleyen bir sanat eseri yaratmak ya da seçmek için bir sanatçıyla işbirliği yapmasıdır. Örneğin, bir küratör siyasi açıdan tarafsız, sosyal açıdan ilgili veya mali açıdan uygun sanat eserleri üreten sanatçılarla çalışabilir.

Bir küratör, ana akım bakış açısı veya değerlerle uyumlu sanat eserlerini sergilemek veya pazarlamak için sanat kurumlarıyla irtibat kurabilir. Örneğin, bir küratör geniş bir izleyici

kitlesine, seçkin bir statüye veya sanat endüstrisinde müthiş bir etkiye sahip müzeler veya galerilerle işbirliği yapabilir.

Küratörler, yaygın ideoloji ya da dünya görüşünü temsil eden ya da ilerleten sanat eserlerini tanıtmak için bienallerle işbirliği yapabilirler. Örneğin küratörler, küresel bir erişime, prestijli bir konuma veya sanat dünyası üzerinde anlamlı bir etkiye sahip bienallere katılabilirler.

Küratörler, hakim ideoloji veya dünya görüşüyle uyumlu veya bunlara hitap eden sanat eserlerini popülerleştirmek için medya ile ilişki kurabilir. Örneğin bir küratör, geniş bir erişim alanına, istisnai bir güvenilirliğe ya da kamuoyu üzerinde önemli bir etkiye sahip olan medyayla ilişki kurmuş olabilir. Böylece seçimleri geniş kitlelere daha rahat ulaşarak, kamuoyu tarafından meşrulaşması kolaylaşabilir.

Ayrıca sanatçılar, galeriler, müzeler, bienaller ve medya gibi sanat alanındaki diğer paydaşlar ve kuruluşlarla işbirliği içinde çalışabilirler. Bunlara ek olarak, 2000'li yıllar ve küratörlüğün popülerleşmesiyle sanat dünyasında bir küratör estetiğinden söz etmek bile mümkün olabilir. Bu durumun kendisi de sanat içeriği ve estetiği üzerinde bilinçli ya da bilinçsiz oluşturulmuş bir rıza inşasıdır. Çünkü rıza üretimi için kamuoyu oluşturma gerekliliklerine baktığımız zaman; internetin ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla artan sanat izleyicisi (kitle), uzman ve elit bir görüş (küratör), kitle iletişim araçları (basılı ve çevrim içi yayınlar ile sosyal medya), ilk ağızdan iletişim ve etkileşim için sanat dünyasındaki ilişkiler ağı ve bunun merkezinde yer alan küratörlük kurumu, gibi birçok etkeni sanat dünyasının barındırdığı görülebilmektedir. Yani sanat dünyasında rıza üretimi oluşturmak için gerekli her şey vardır.

Sonuç olarak, bir küratör sanat alanında güçlü bir rol üstlenir. Küratör tarafından yapılan seçimler, küreselleşmiş bir dünyada çağdaş sanatın yaratılması, yayılması ve alınılması üzerinde etkili olabilir. Bu işbirlikleri veya etkileşimler çeşitli amaçlara hizmet edebilir ve bilgi, iletişim, değerlendirme ve küreselleşme üzerinde çeşitli etkilere sahip olabilir. Ayrıca, sanat eserleri ya da sanatçılar hakkında kamuoyunun manipüle edilmesine yol açarak sanat dünyasında 'rıza üretimine' neden olabilirler.

4. KİŞİSEL SANAT ÇALIŞMALARI BAĞLAMINDA RIZANIN ÜRETİMİ OLGUSUNUN GÖRSELLEŞTİRİLMESİ

Kürate Ediliyorsunuz!

Küratörlük Özelinde Sanat Dünyasında Rızanın İmalatı başlıklı tez çalışması bağlamında kişisel sanat çalışmalarıyla rızanın imalatı olgusu görselleştirilmiştir.

Sanat, toplumsal gerçekliği yansıtan, sorgulayan ve dönüştüren bir etkinliktir. Sanatçı, kendi yaratıcılığını, duyarlılığını ve eleştireliliğini eserlerine yansıtır. Ancak sanat eserleri, sanatçının elinden çıktıktan sonra, başka bir gücün etkisi altına girer: Küratörün.

Çağdaş sanat bağlamında küratör, sergi düzenlemek, kavram/teori üretmek, finans sağlamak ve bu doğrultuda ilişkiler kurmak, sergi mekanı bulmak, oluşturduğu sergi temasına yönelik sanatçı ve eser seçiminde bulunmak, sergi tasarlamak ve bunu izleyecilerle buluşturmak gibi multidisipliner görev yelpazesine sahip bir birey olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda küratörler, bir sergiyi/koleksiyonu arzuladıkları bir etkiyi yaratmak amacıyla düzenlerler. Küratörler, sanat eserlerinin seçimi, sunumu, yorumu ve tanıtımı konusunda belirleyici bir rol oynarlar. Böylece küratörler, sanat eserlerinin anlamını, değerini ve işlevini değiştirebilir, yönlendirebilir veya sınırlayabilirler.

Walter Lippmann'ın "Demokrasi sanatındaki yeni devrim" olarak nitelediği rızanın imalatı kavramı, bireysel özgürlüğün ön planda tutulduğu ve liberal demokrasiyle yönetilen toplumlarda geçerlidir. Bu bağlamda, kamuoyunu oluşturmaya ve biçimlendirmeye yönelik kitleler üzerinde manipülasyon uygulama amacıyla kitle iletişim araçları vasıtasıyla sürdürülen halkla ilişkiler ve propaganda faaliyetleri büyük önem taşır. Sanatın zaman zaman propaganda aracı olarak kullanılması, küratörlüğü daha da önemli hale getirir; çünkü demokratik toplumlarda baskıya karşı gösterilen direnci ve yönetimin otorite kurma tarzını değiştirebilir. İktidarın sanat politikalarının kitlelerle buluşmasına katkıda bulunabilir ve onlar üzerinde bu yolla bir rıza imalatının aracı hatta üreticisi konumuna gelebilir. Böylece yönetim, otoritesini günümüz için bilinen en prestijli ve aklanma yoluyla gerçekleştirebilir: Sanat sponsorluğuyla.

Bu sergide, kişisel sanat çalışmalarıyla konuya biraz alaycı biraz iğneleyici ve biraz da ironik bir dille yaklaşılmaktadır. Böylece bu çalışmalar, küratörlük özelinde sanat dünyasında rızanın imalatı olgusu gibi somutlaştırılması görece zor olan soyut tarafı daha ağır basan bir konunun daha rahat algılanması, paylaşılması ve tüketilmesini hedefler. Sergideki eserler, küratörün sanat eserleri üzerindeki etkisine odaklanarak, sanatçının kendi iradesini, sanatseverlerin algısını ve tepkisini, sanatın toplumsal işlevini ve değerini sorgulatmayı ve bu olguları yeniden düşündürmeyi amaçlar. Sergi, sanatın özgürleştirici ve dönüştürücü potansiyelini ortaya çıkarmak için küratörlüğün tanımlarını, sınırlarını ve sorumluluklarını tartışmaya açmaktadır.

Tez bağlamında yapılan derinlemesine araştırmalarda elde edilen bulgulardan en önemlisi, dilin anlam üretiminde ve değiştirilmesinde üstlendiği roldür. Bu bağlamda rıza üretimi, dilde başlar denilebilir. Sergideki çalışmalarda da buna dikkat çekmek amacıyla yazınsal üretimin yüzdesel olarak daha fazla yer kapladığı görsel çalışmalar üretilmiştir. Dil ve kelimelerle yeni üretimler gerçekleştirilmiş, kelimelerin var olan anlamlarına yeni anlamlar eklenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda sergide yer alan çalışmalardan “Sözlük” isimli çalışma, bu düşüncenin bir ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Rıza üretiminde kitle iletişim araçlarının rolünü hatırlatmak ve bu doğrultuda günümüz için en önemli kitle iletişim aracı olan sosyal medya platformlarına dikkat çekmek amacıyla sözlük sayfaları bir sosyal medya gönderisi gibi düzenlenmiştir. Instagram platformunun kare içerik gönderi formatı baz alınmıştır. Çalışmanın bu edisyonunda 78 sayfa ve her sayfada özgün olarak üretilmiş/türetilmiş kelimeler ve bu doğrultuda oluşturulmuş anlamları vardır. İşin kapak kısmında “Sözlük” kelimesinin harflerinin matematiksel formülleri yer almaktadır ve böylece kelime üretme ve yorumlama işinin matematiksel temeline ve sentaksın belli bir düzen etrafında şekillendiğine dikkat çekilmek ve meşruluğunun matematiksel temelle sağlamlaştırılması istenmiştir. İşin basılı formatında kalın mukavvadan ön ve arka kapak vardır ve sayfanın üst kısmındaki iki halka birleştirilerek o kısım halatla kaplanmıştır. Dışarıdan bakıldığında ağırlığı olan bir çanta gibi de gözünmektedir. Bu da çalışmayla ilgili farklı okumalar sunabilecek estetik bir biçimlendirmedir. Çalışmanın örnek görselleri:

Sözlük

küratörlük özelinde sanat dünyasında rızanın imalatı

Bir kelime arayın

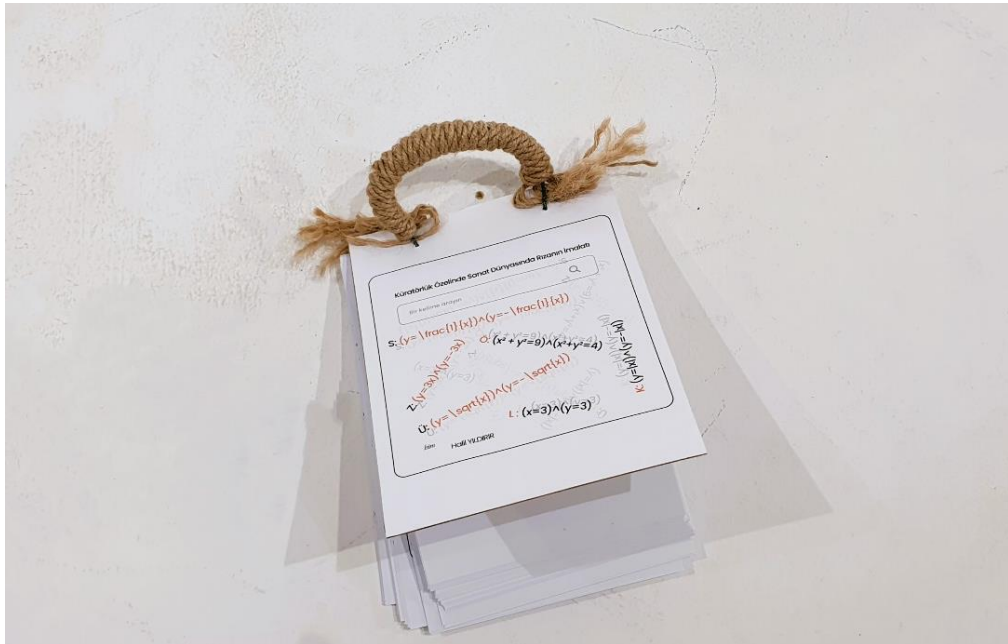


izlençseverlik

İsim

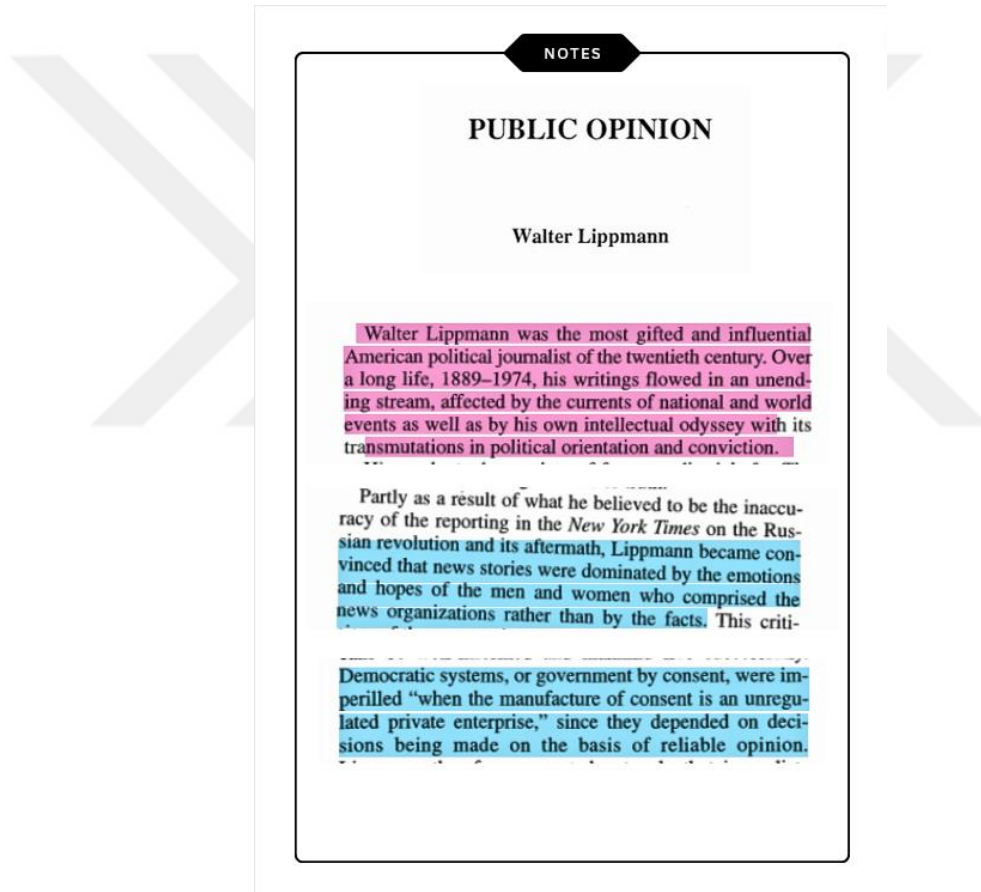
Rızanın seyredilmesi ve işlenmesi sürecindeki tutkulu bir beğeni.

Görsel 21. Halil Yıldırım, Sözlük, dijital tasarım, 13.5 x 13.5 cm, 2023



Görsel 22. Halil Yıldırım, Sözlük, kağıt üzeri dijital baskı, 29 x 16 x 3 cm, 2023 (Sergiden görünüm)

Dilin rıza imalatındaki önemini göstermek açısından bir diğer çalışma da literatür okuması yaparken altı çizilen yerler ve o doğrultuda alınan notları barındırmaktadır. Rıza imalatı dilde başladığında bunun en önemli çıktısı anlam olmaktadır. Araştırma, dokümantasyon tabanlı çalışmalarda özellikle karşılaşılabilecek bu durum “Not Defterleri” isimli çalışmayla gözler önüne serilmek istenmiştir. Bu tez çalışmasının ana çıkış kaynağı olan Walter Lippmann’ın *Public Opinion* isimli kitabı, tezin meydana gelişini etkilemesi bağlamında önemlidir ve bu doğrultuda da sergilenmesi konuya uygun bulunmuştur.



Görsel 23. Halil Yıldırım, Not Defteri, Dijital Çalışma, 21 x 29.7 cm, 2023



Görsel 24. Halil Yıldırım, Not Defteri, 200 gr A4 kağıda baskı, 21 x 29.7 cm, 2023 (Sergiden görünüm)

Kavramın görselleştirilmesi için yapılan bir diğer çalışma ise “Rıza İmalatı Anıtı” isimli heykel çalışmasıdır. Çalışma, atık kartonların üst üste ve yanlara da taşacak şekilde dizilmesi ve kartonların dış yüzeylerinin ise küratöryal metinlerle, özellikle tezde de yer verilen küratörlü sergilerin metinleriyle kaplanmasıyla oluşur. Küratörün rıza imalatını oluşturduğu önemli basamaklardan biri olan küratöryal kavram, çerçeve, metin, bu çalışmayla anıtsal bir yapıya bürünmektedir. Çalışmanın çizimi ve sergideki eskiz hali aşağıda sunulmuştur:

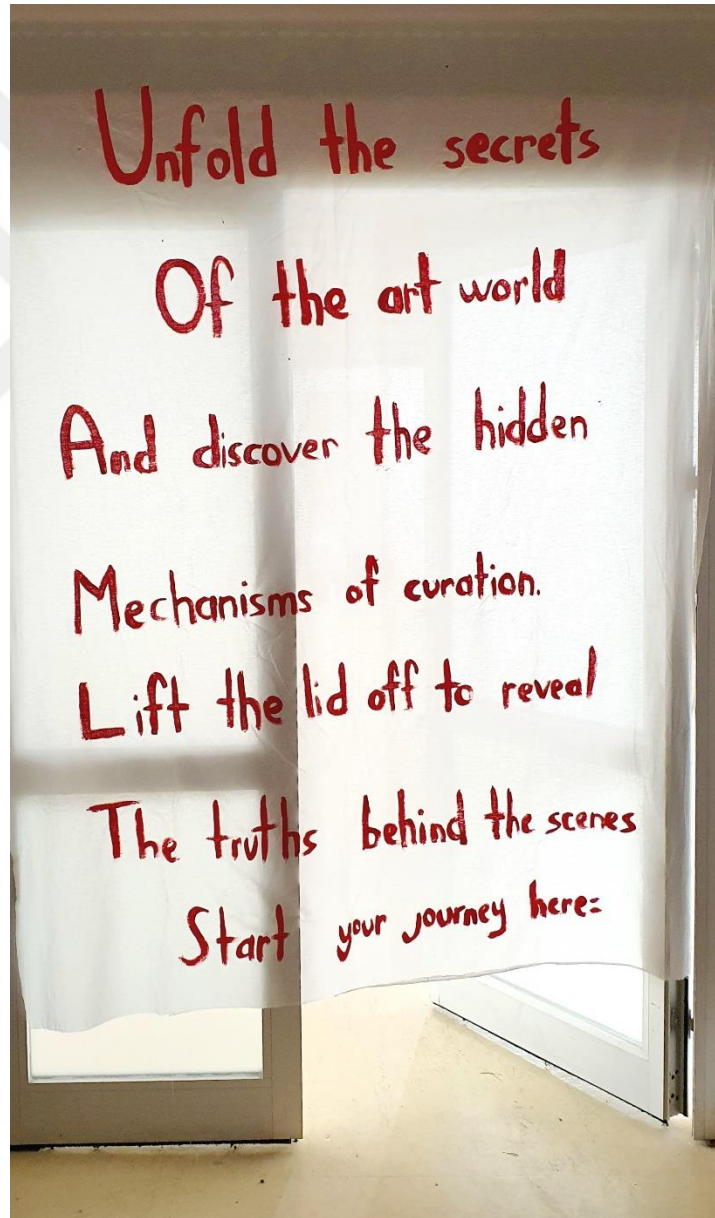


Görsel 25. Halil Yıldırım, Rıza İmalatı Anıtı, atık kartonlar ve küratöryal metinler, mekana özgü çalışma, değişken boyutlar, 2023



Görsel 26. Halil Yıldırım, Rıza İmalatı Anıtı, atık kartonlar ve küratöryal metinler, mekana özgü çalışma, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)

Rıza imalatı ve metin arasındaki ilişkiyi daha da açığa çıkarmak ve sergi mekanının daha fazla metinselleşmesini sağlamak adına üretilmiş bir diğer çalışma da küratörün rıza üretimiyle ilgili yazılmış olan iğneleyici aforizmaların yer aldığı, büyük boyutlu kumaş çalışmalarıdır. “Küratöre Aforizmalar” adını taşıyan bu çalışmalar, tezin iddiasını kuvvetlendirmek ve konuyu daha dikkat çekici bir hale getirmek amacıyla yapılmıştır. Kumaşların özensiz yapısı, aforizma metinlerin el yazısıyla ve belli bir ölçüye bağlı kalmaksızın serbestçe yazılması, konunun ağırlığına tezat bir estetik biçim oluşturmaktadır. Metinlerin yazımında kullanılan renkler, kumaşlarla kontrast oluşturacak şekilde seçilmiş ve böylece metnin daha fazla öne çıkması amaçlanmıştır.



Görsel 27. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine karışık teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)



Görsel 28. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine kar  k teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)



Görsel 29. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine kar  k teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)

Küratörlüğün ve küratörlü sergilerin geçmişini net olarak belli bir tarihe indirgemek yapılan araştırmalar sonucunda pek mümkün görünmemektedir. Bunda küratörlüğün, zaman içerisinde oldukça değişken ve fazla anlamlara sahip olması ve uzun bir süre boyunca meslek olarak sınıflandırılmamasının da etkisi bulunmaktadır. Ancak tez içerisinde detaylıca ele alınıp incelenen Documenta 5 sergisi, çağdaş anlamda küratör algısını, küratörlüğü ve geniş ölçekli sanat etkinliklerini değiştirmesi, çağdaş sanatı etkilemesi ve küratörlüğün popüler hale gelmesindeki rolü bağlamında önemlidir. Tezde kullanılan bağlamında küratör etkisinin açıkça görülebileceği bu serginin tarihi, milat olarak kabul edilebilir. Serginin tarihi olan 30/06/1972'den itibaren günümüzü de kapsayan dijital bir sayaç yapılmıştır. Bu çalışmayla “bu kadar süredir kürate ediliyorsunuz” mesajı daha kuvvetli bir şekilde verilerek, konuya çekilen dikkatin artırılması amaçlanmıştır. Sayaç canlı olarak sayıma devam ettiği için alınan her görüntü farklı süreyi gösterebilir.



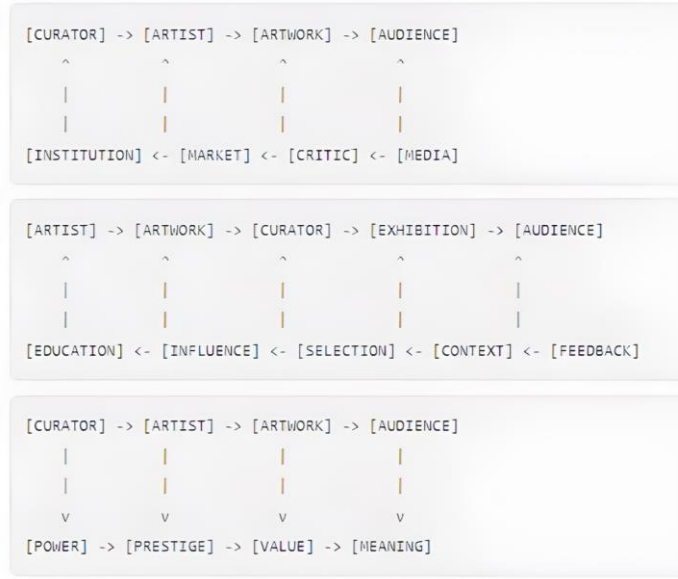
Görsel 30. Halil Yıldırım, You're Curated Since, dijital sayaç, değişken boyutlar, 2023

Tez içinde Ali Artun'un *Müze Ahlakı* başlıklı yazısından esinlenerek yapay zeka animasyon filmi yapılmıştır. Bu filmde küratör, müzedeki görevini galeri sahipleriyle lehine çıkar oluşturacak şekilde arka kapılar ardında yapılan anlaşmalarla, o galerilerin sanatçıları müzenin koleksiyonuna katması ve bunun sonucunda bu kirli oyunun sanatçı ve eleştirmen ekseninde açığa çıkarılması gösterilmektedir. Filmin senaryosu yazılmış, senaryoya göre sahneler ve görüntüler ile seslendirmeler yapay zeka uygulamaları yardımıyla hazırlanmıştır. Ali Artun'un ilgili yazısı son dönem İstanbul sanat ortamında oldukça ses getiren İstanbul Modern ve müzenin şef küratörü Levent Çalıkoğlu hakkında çıkan söylentileri baz almaktadır. Dolayısıyla bu çalışma da bu konuya göndermede bulunmakta ve küratör özelinde sanat dünyasındaki rıza imalatına etkili bir örnek sunmaktadır.

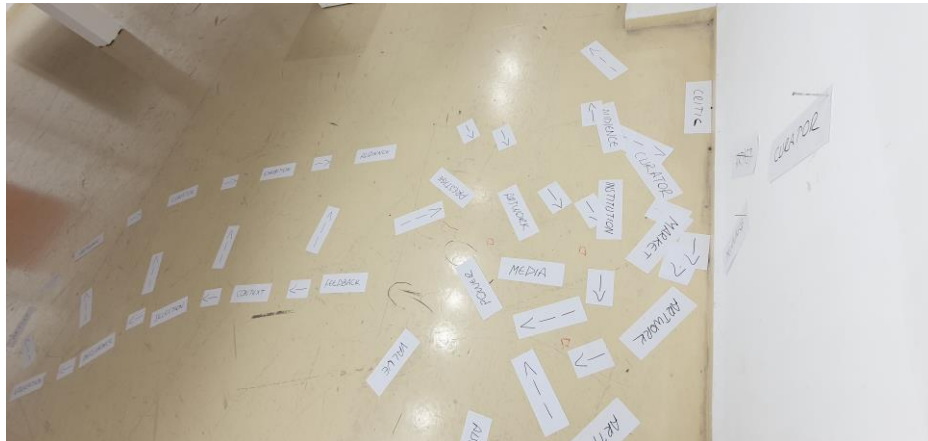


Görsel 31. Halil Yıldırım, The Artful Deception, 4K AI animasyon film, 1:30 dakika, 2023
(video bağlantısı: <https://vimeo.com/899897298?share=copy>)

Küratör özelinde sanat dünyasında rızanın imalatı, sanat dünyasındaki ilişkiler ağıyla mümkün olabilir. Bu ilişkiler küratör, sanatçı, izleyici, galerici, koleksiyoner, medya, sanat kurumları, yaratıcılık, etkilenme, anlam gibi bir çok olguyu birbirine bağlar. Bu ilişkiler ağını görünür kılmak adına “This is How We Do” başlıklı ağ çalışması yapılmıştır. Çalışma bu ağın üç farklı versiyonundan oluşur. Çalışmanın sergilenmesinde de görünür olmayan ilişkiler ağını hem görünür kılmak hem de onun görünmezliğini de öne çıkarmak adına krem zemin rengi üzerinde beyaz kağıtlara siyah keçeli kalemle, ilgili aktörler yazılmış ve ilişkilerin yönünü göstermesi açısından da ok işaretleri yapılmıştır.

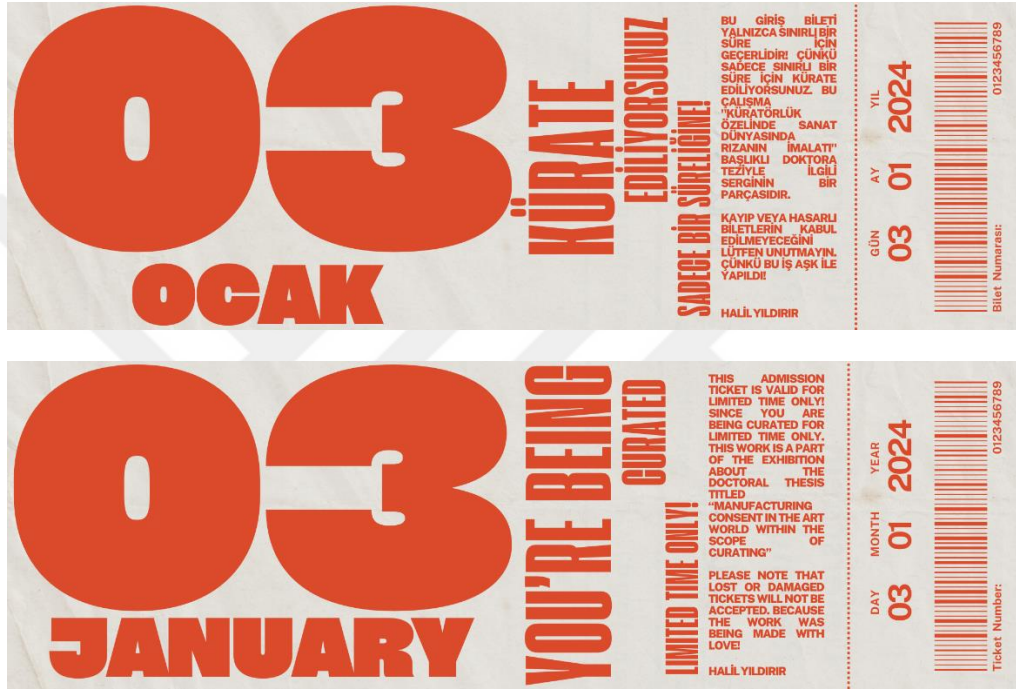


Görsel 32. Halil Yıldırım, This is How We Do, kağıt üzeri keçeli kalem, 10.5 x 29.7 cm, 2023



Görsel 33. Halil Yıldırım, This is How We Do, kağıt üzeri keçeli kalem, 10.5 x 29.7 cm, 2023
(sergiden görünüm)

Rızanın imalatı, onaylama/onaylanma ve tüketimle de oldukça bağlantılıdır. Bu bağlantıyı görünür kılmak adına, serginin Türkçe ve İngilizce isimlerinin yer aldığı bilet tasarlanmıştır. Bilet ile kitle tüketimine gönderme yapılmış, biletin üzerine de kaşe ya da damga basılarak, onaylama olgusunun vurgulanması amaçlanmıştır. Biletin üzerinde ise “Kürate ediliyorsunuz. Sadece bir süreliğine” yazısı ile çalışmanın aşkla yapıldığına dikkat çeken açıklama metni ve serginin tarihi yer almaktadır. Böylece bilet üzerinde de konuya referans verilerek, reklam dilinin rıza üretiminde kullanımına dikkat çekilmiştir.



Görsel 34. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz. Sadece Bir Süreliğine!, kağıt üzerine dijital baskı, 5.8 x 21.1 cm, 2023



Görsel 35. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz. Sadece Bir Süreliğine!, kağıt üzerine dijital baskı, 5.8 x 21.1 cm, 2023 (sergiden görünüm)

Rızanın imalatıyla ilgili konuya daha şiirsel bir taraftan da yaklaşmak istenmiş ve bu doğrultuda konuyu anlatan bir şiir yazılmıştır.

Curating the illusion of consensus,
Shaping perceptions through selective inclusion.
Artistic narratives, carefully constructed,
Manufacturing consent, a powerful disruption.

Brushstrokes of influence, carefully applied,
As curators orchestrate the art world's tide.
Crafting narratives, manipulating perceptions,
Manufacturing consent, an artful deception.

Within the gallery's walls, a curated display,
Where consent is crafted, in a subtle array.
Artworks chosen, voices silenced,
Manufacturing consent, the curator's defiance.

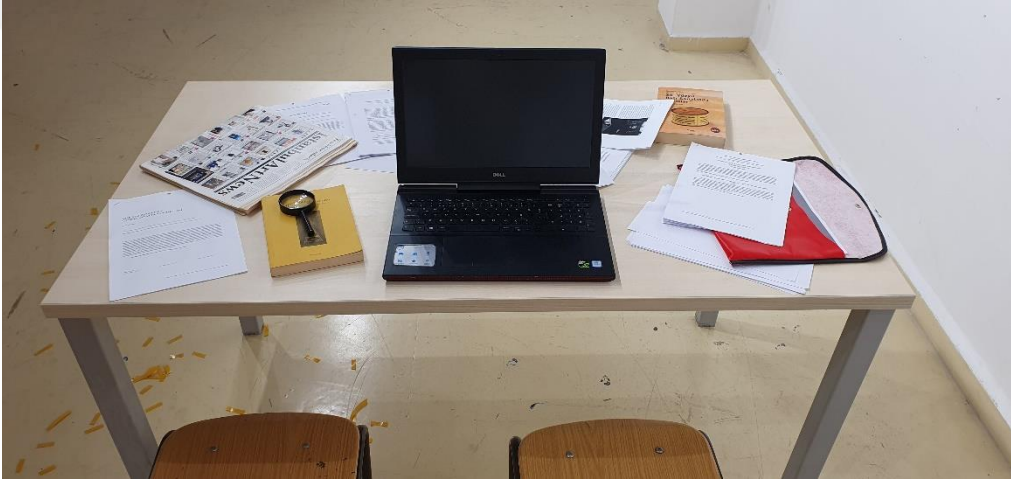
In the realm of curation, power takes its place,
Manufacturing consent, with each artwork's embrace.
A dance of perception, a carefully woven story,
Shaping the art world, in pursuit of glory.

Halil Yıldırım

Görsel 36. Halil Yıldırım, Özgünlük Şiiri, canson kağıt üzerine el yazısı, 35 x 50 cm, 2023



Görsel 37. Halil Yıldırır, Özgünlük Şiiri, canson kağıt üzerine el yazısı, 35 x 50 cm, 2023 (sergiden görünüm)

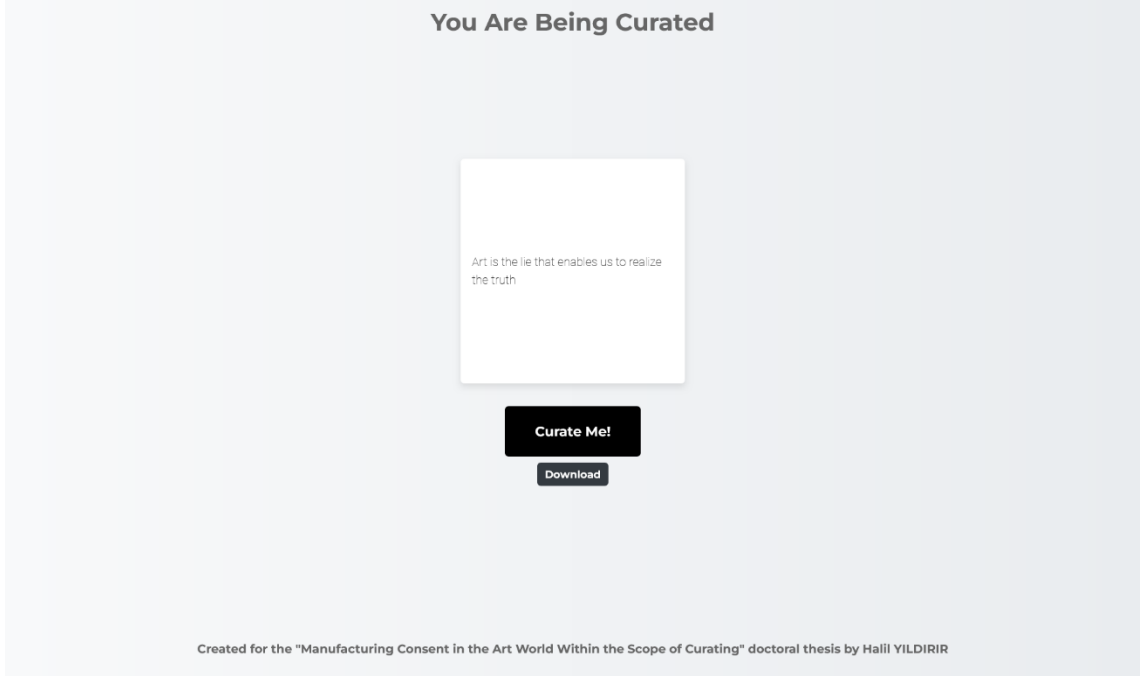


Görsel 38. Halil Yıldırır, Araştırma Masası, enstalasyon, 180 x 70 x 80 cm, 2023 (sergiden görünüm)



Görsel 39. Halil Yıldırır, Araştırma Masası, enstalasyon, 180 x 70 x 80 cm, 2023 (detay) (sergiden görünüm)

Konuyla ilgili bir diğ er  alışma “Curate Me Like One of Your French Girls” isimli, etkileşimli internet sitesidir. Sitenin ortasında yer alan Curate Me butonuna tıklanınđında üst kısımda yer alan ufak alanda konuyla ve sanat dünyasıyla ilgili rastgele üretilen slogan metinler görünür. Her tıklamada farklı bir metin görüntülenir. Bu metin ister sosyal medyada paylaşılabilir isterse de cihaza indirilebilir.



Görsel 40. Halil Yıldırır, Curate Me Like One of Your French Girls, dijital iş internet sitesi, 2023 (<https://qwerdex.github.io/Halil/> adresinden 7 Ocak 2024 tarihinde erişilmiştir.)

Konunun bilinirliğini artırıp, önemine dikkat çekmek için “Küratörlendin Sanat Dünyası” isimli bir rap müzik albümü çalışması da yapılmaktadır. Alb mde yer alacak şarkılardan 5 tanesinin sözleri ve beat’leri hazırlanmıştır. Hem türkçe hem de İngilizce olarak hazırlanan şarkı sözleriyle iki dilli bir albüm oluşturulmaktadır. Müzik türünün rap & hiphop tarzında seçilmesi ise bu türün genlerinde barındırdığı isyan, kabullenmeme ve kelime oyunlarına müsait yapısıdır. Hem de ait olduğu alt kültür, üst kültürün dayatmalarına bir direniş göstermiştir; özellikle old school olarak bilinen döneminde bu isyan fazlasıyla vardır. Türkçe’deki açık atma geleneğiyle benzer yanları oldukça fazladır. Çalışma tamamlandığında çevrim içi müzik sitelerinde yayınlanacaktır. Alb me ismini veren şarkının Türkçe ve İngilizce sözlerinin yer aldığı şarkının görselleri aşağıda sunulmuştur.

(Verse 1)

Yo, check it out in the art world
It's all about the curate
Manufacturing consent
They narrate they dictate
The canvas ain't just paint
It's a political play
Snoopin' round galleries
What do they convey?

Got these critics and tastemakers
Pulling the strings
Shaping what's hot or just throwing in some blings
In the land of curating
Where perception's the king
Controlling the narratives
Deciding what'll sing

(Chorus)

Making them agree
Curating the scene
In the art world's spotlight
What's it all mean?
Makin' masterpieces
Or just feedin' the machine?
Diggin' deeper in galleries
What's the real sheen?

(Verse 2)

Yıldırım got the scoop
Peep the power play
Curators pullin' levers
What do they portray?
Is it 'bout expression
Or is it all a masquerade?
Turnin' artists into puppets
Their vision they evade

Turkish style let's break this down
Curators holdin' keys wearin' that crown
Making them agree settin' the tone
Art's true voice or just a borrowed tone?

(Chorus)

Making them agree
Curating the scene
In the art world's spotlight
What's it all mean?
Makin' masterpieces
Or just feedin' the machine?
Diggin' deeper in galleries
What's the real sheen?

(Bridge)

It's like a puzzle these curated tales they spin
Packagin' ideas tell me who really wins?
As if Snoop Dogg is on the mic smokin' contemplation
Is it artistic freedom or a controlled narration?

(Verse 3)

Keep eyes wide but what's beneath disguise?
Curators choosin' what's real or what lies?
Snoopin' round these galleries tryna find the clues
Making them agree or lettin' art refuse?

In this art world drama who pulls the strings?
Is it about the art or the profit it brings?
Making them agree playin' with perception
In the curation game where's the true connection?

(Chorus)

Making them agree
Curating the scene
In the art world's spotlight
What's it all mean?
Makin' masterpieces
Or just feedin' the machine?
Diggin' deeper in galleries
What's the real sheen?

(Outro)

So there it is in this art world's hustle
Curatin' perceptions who's in the muscle?
Making them agree or lettin' art breathe free
That's the question homie come and sip some tea.

Görsel 41. Halil Yıldırım, You Are Curated Art World, şarkı sözü (ing), 2023

(1.kıta)

Yo, yo, yo, dinle, küratörlendin sanat dünyası!
Güç onlarda istedikleri role bürünür, küratörler keyfince
Tuval sadece boya değil dostum, siyasi bir oyundaki hece
Galerilerde sergilenen küratöryal tema, nedir bu bilmece?

Küratörler ve editörler, rızayı üretirler
Seçimlerini yapıp, bir tutam soslarlar
Algının kral olduğu sanat dünyasında
Neyi, nasılı kontrol edip, sergiyi yaparlar

(Nakarat)

Rızayı üretip, mekanı küratörlediler
Bilirkişi rolüyle, anlamı süslediler
Başyapıt mı yarattılar yoksa sanatı mı sattılar?
Sergideki eserlerde, seçimleri nasıl yaptılar?

(2. kıta)

Yıldırır haberleri aldı, şimdi olacakları izle
Küratörlerin laf salatası metinlerinde, anlatılan nedir sence?
Sergiyle mi ilgili, yoksa bistro filozofluğu mu yapılan?
Oyun hamuruna çevirdikleri yaklaşımlarla, sanatçıları
kullanışlı kılan!

Kavramsal metinler dostum, hadi bunu basit yazalım
Anahtarları tutan küratörlere, taçlarını takalım
Biz de rıza üretip, elli tonunu sayalım
Sanatın gerçek sesini haydi bu şarkıyla duyuralım.

(Nakarat)

Rızayı üretip, mekanı küratörlediler
Bilirkişi rolüyle, anlamı süslediler
Başyapıt mı yarattılar yoksa sanatı mı sattılar?
Sergideki eserlerde, seçimleri nasıl yaptılar?

(Köprü)

Bir bulmaca sanki bu,
Sohbetlerde küratörlük masalları mezelenir
Kelimelere yeni anlamlar yüklenince,

Söyle bana gerçekten kim ceplenir?

Sanki Snoop Dogg mikrofondan,
Tefekkürden bir cigara yakar
Sanatsal özgürlük müdür yapılan,
Yoksa küratörlerin istediği gibi mi rap yapar?

Herkesin aklında modern bir soru
Koleksiyon ne kadar çağdaş ne kadar meşru?
Sanatçının kariyer basamağındaki bilim
Küratörsüz bir kariyer çizebilir misin Abidin?

(3.kıta)

Gözler açık, ama görünenin altında ne var?
Neyin gerçek neyin yalan olduğu seçimi, neden bu kadar
dar?
Sanat dünyasındaki ilişkiler ağında küratörler
Kimin sanatını kabul edip, kimin sanatını reddederler?

Pembe diziye dönmüş bu dramada, ipleri kim çeker?
Küratörlü sergiler sanatı mı, yoksa getirdiği kârı mı besler?
Haydi susmayın, konuşun sanatçılar!
Bu oyunda oynatılanlar, hangi küratörün elindeki kuklalar?

(Nakarat)

Rızayı üretip, mekanı küratörlediler
Bilirkişi rolüyle, anlamı süslediler
Başyapıt mı yarattılar yoksa sanatı mı sattılar?
Sergideki eserlerde, seçimleri nasıl yaptılar?

(Kapanış)

İşte burada, bu sanat dünyasının telaşı
Zihinleri küratörleyen aldatmacı kalemlere karşı
Bu rant oyununda asıl soru adamım
Bol sıfırlı banka hesapları mı,
Sanatın özgürlüğünün baş tacı?

Görsel 42. Halil Yıldırır, Küratörlendin Sanat Dünyası, şarkı sözü (tr), 2023



Görsel 43. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz! sergisi sergiden genel görseller, 2023



Görsel 44. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz! sergisi sergiden genel görseller, 2023



Görsel 45. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz! sergisi sergiden genel görseller, 2023

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu tez çalışması, küratörlük özelinde sanat dünyasında rızanın imalatı kavramını incelemeyi amaçlamıştır. Farklı iletişim, teknoloji, iktidar ve kültür kuram ve pratiklerinin sanatın üretimini ve alımlanmasını nasıl etkilediğini ve küratörlerin sanat dünyasını şekillendirmede nasıl kilit bir rol oynadığı incelenmiştir. Araştırmanın ana sorusu şuydu: Küratörlük, sanat dünyasında rızayı nasıl üretmektedir?

Bu soruyu yanıtlamak için tez çalışmasında, sosyoloji, psikoloji, siyaset, medya çalışmaları, halkla ilişkiler, dil, kültür çalışmaları ve sanat tarihinden elde edilen bilgileri birleştiren çok disiplinli bir yaklaşım benimsenmiştir. Walter Lippmann, Edward Bernays, Antonio Gramsci, Edward S. Herman ve Noam Chomsky'nin çalışmalarına odaklanarak rıza imalatına ilişkin derinlemesine literatür taraması yapılmıştır. Ayrıca Pascal Gielen, Bruno Latour, Sigmund Freud, Gustave Le Bone, Walter Lippmann ve Edward Bernays'ın konuyla ilgili kaynaklarından ve bakış açılarından yararlanarak ilişkiler kurma sanatı ve kültür mühendisliği kavramları da tez içerisinde tartışılmıştır. Ardından küreselleşmenin ve internetin sanat dünyası üzerindeki etkisi, sanat kurumlarının, sanat yönetiminin ve sosyal medyanın sanat söylemini ve kamuoyunu nasıl şekillendirdiği Jonathar Obar ve Noam Chomsky'nin medya yaklaşımları ve güncel global sosyal medya istatistikleriyle birlikte analiz edilmiştir. Steve Tesich özelinde post-truth kavramına yaklaşılmış ve dilin anlam üretmedeki önemi doğrultusunda George Orwell'ın dil üzerine olan fikirleriyle, insanların hakikatle olan ilişkisi incelenmiştir. Ayrıca çağdaş bağlamda küratörlük kavramını ve küratörlerin sanat dünyasının kültürel araçları, yorumlayıcıları ve anlam inşa edicileri olarak nasıl hareket ettikleri, nasıl ilişkiler kurdukları David Sylvester, Hans Ulrich Obrist, Enis Batur ve Vasıf Kortun'un konuyla ilgili yaklaşımları ekseninde araştırılmıştır. Sonrasında sanatın kurumsallaşması detaylıca incelenmiş ve bu kurumsallaşmanın etkileri araştırılmıştır. Ardından sanat dünyasındaki iktidar ilişkileri, küratörlük kavramının popülerleşmesi ve sanat tarihinin en etkili ve tartışmalı sergilerinden biri olan Harald Szeemann küratörlüğündeki Documenta 5'in sanat dünyasında rıza üretiminin süreç ve sonuçlarını nasıl örneklediğine dair bir vaka incelemesi sunulmuştur. Buna ek olarak sanat dünyasından yaşanmış birincil ve ikincil örnekler ve Burak Arıkan'ın Graph Commons ağ diyagramları çalışmalarından örnekler incelenmiş ve konuyla ilgileri çerçevesinde analiz edilmiştir.

Bu tezin ana bulguları aşağıdaki gibidir:

- Rızanın imalatı, sosyoloji, psikoloji, küreselleşme, medya, siyaset alanlarıyla sanat dünyasındaki çeşitli aktörleri, etmenleri ve stratejileri içeren karmaşık ve dinamik bir olgudur. Yalnızca elitler tarafından kitlelerin tek yönlü manipülasyonu değil, sanatçılar, küratörler, sanat kurumları, meyda ve izleyiciler gibi farklı paydaşlar arasında anlam ve değerlerin müzekare edilmesidir.
- Küratörlük, sanat dünyasında rıza üreten güçlü ve etkili bir pratiktir. Küratörler yalnızca sanat eserlerini seçip sergilemekle kalmaz, aynı zamanda sanatın yorumlanmasını ve değerlendirilmesini şekillendiren anlatılar, bağlamlar ve çerçeveler de yaratır. Küratörler aynı zamanda sanat dünyasındaki ilişkiler ağının merkezinde yer alarak, farklı meseleler, gündemler ve aktörler arasında köprü kurar, kamuoyunu ve sanat piyasasına etkide bulunur.
- Rızanın imalatında dilin kullanımı, anlam inşası ve yorumlama bakımından etkili bir olgudur.
- 1972 yılında gerçekleşen zamanın en büyük ve en pahalı sergisi Documenta 5, sanat dünyasında küratör özelinde rıza imalatının paradigmatic bir örneğidir. Küratör bu sergiyle geleneksel sanat ve sergi kavramlarına meydan okumuş, alışılmış küratöryal seçim kıstaslarını terk etmiş, daha deneysel, disiplinlerarası ve politik olan yeni bir küratörlük modeli ortaya koymuştur. Aynı zamanda pek çok tartışma yaratmış ve çağdaş sanat ile küratörlüğün gelişimini etkilemiştir.
- Sanat dünyasında rızanın imalatı sadece küratör özelinde değil, sanatçılar ve sanat kurumları özelinde de gerçekleşmektedir.

Bu tezin başlıca katkıları aşağıdaki gibidir:

- Rızanın imalatı kavramına ve bunun sanat dünyasında nasıl uygulandığına dair kapsamlı, eleştirel ve örneklerle desteklenmiş genel bir bakış sunmaktır. Farklı ve disiplinlerarası teorik ve ampirik perspektifleri sentezleyip karşılaştırmakta ve bu alandaki temel sorunları ve zorlukları tanımlamaktadır.
- Özellikle medya alanındaki gelişmeler doğrultusunda kitle iletişimi farklı bir çehreye bürünmüş ve durum farklı perspektifler ve istatistiki verilerle

desteklenerek, özellikle sosyal medyanın rıza imalatında, ilişkiler kurmada nasıl etkin bir role büründüğü detaylıca açıklanmaktadır.

- K rat rl ğ n sanat dünyasında rıza üretimindeki rolünü analiz etmek için yeni ve özgün bir  er eve geliştirilmiştir. Farklı boyutları ve analiz biçimlerini bir araya getirmekte ve k rat rl ğ n sanat dünyasındaki etkinliğini, gücünü ve rolünü değerlendirmek için bir dizi kriter, bağlam ve gösterge önermektedir.
- Harald Szeemann'ın küratörlüğünü yaptığı Documenta 5 sergisi, sanat dünyasında küratör özelinde rıza imalatının süreç ve sonun larını nasıl g sterdiğıne dair zengin ve ayrıntılı bir paradigmatic vaka çalışması sunulmuştur. Arşiv araştırması, içerik analizi, söylem analizi gibi çeşitli kaynak ve yöntemleri kullanarak, sergi ve alımlanmasına dair kapsamlı ve incelikli bir açıklama sunulmuştur.

Bu tezin ana sınırlamaları aşağıdaki gibidir:

- Küratörlük kavramının pop lerle tiğı ve iyice görünür olduğı yıllar olarak milenyum, yani 2000'li yıllar baz alınmıştır. Bu dönemde küratör, sanat dünyasındaki en güçlü aktör konumuna gelmiştir. Bu durumu oluşturan süreci araştırmak için önceki dönemlerde gerçekleşen sergilerden örnekler incelenmiştir.
- Sosyal medya ve yapay zeka konularında kısıtlı istatistiki veriler sonucunda ortaya çıkan bulguların genellenebilirliğı ve kar ıla tırılabilirliğı sınırlıdır. Gelecekteki araştırmalar, sanat dünyasında rıza imalatıyla ilgili sosyal medya etkisine ve yapay zeka algoritma örneklerini detaylıca inceleyebilir ve bunları bu tezde yer alan bulgularla kar ıla tırabilir.
- Bu  alı ma, sanat dünyasında rıza imalatının nedensel mekanizmalarını ve etkilerini yakalayamayabilecek, esas olarak tanımlayıcı ve yorumlayıcı bir yaklaşımı benimsemektedir. Her ne kadar Burak Arıkan'ın Graph Commons çalışmalarıyla ve birincil kaynaklardan örneklerle desteklenmiş olsa da gelecekteki araştırmalarda k rat rl ğ n sanat dünyası üzerindeki etkisini ölçmek ve test etmek için ağ analizi, duyarlılık analizi veya rastgele kontrollü çalışmalar gibi daha niceliksel ve deneysel yöntemler, savı kuvvetlendirmek adına kullanılabilir.

Tezin konusuyla ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik temel öneriler şunlardır:

- Sanat dünyasında rıza üretmenin etik ve sosyal sonuçlarını ve bunun sanat ve kültürün özerkliğini ve çeşitliliğini nasıl etkilediğini araştırmak. Kûratörler sanatsal vizyonlarını ve sosyal sorumluluklarını nasıl dengeleyebilir ve manipülasyon, önyargı veya sansür risklerinden nasıl kaçınabilir?
- Dijital çağdaş sanat dünyasında, rıza imalatının değişen dinamiklerini ve zorluklarını, yeni teknolojilerin ve platformların sanatın ve kûratörlüğün uygulanmasını ve algılanmasını nasıl mümkün kıldığını veya kısıtladığını araştırmak. Kûratörler dijital ortamın fırsat ve tehditlerine nasıl uyum sağlayabilir ve bunlardan nasıl yararlanabilir?
- Sanat dünyasındaki aktörler arasında daha fazla diyalog ve işbirliğini teşvik eden, izleyicileri ve halkı sanat ve kültürü birlikte yaratma ve ortak kûratörlük yapma konusunda güçlendiren daha yenilikçi ve katılımcı kûratörlük modelleri ve yöntemleri geliştirmek ve uygulamak. Kûratörler, sanat dünyasındaki paydaşları rıza imalatının süreç ve sonuçlarına nasıl dahil edebilir?
- Günümüzdeki teknolojik gelişmeler eksenin kûratörlük kavramının, derleme oluşturmaya doğru evrildiği de görülmektedir. Özellikle yapay zeka botları ekseninde gerçekleşen bu derleme durumu, kûratörlük kurumunu nasıl ve ne şekilde etkiler? Kûratörler bu durumla nasıl başa çıkarabilir ve bu durumu nasıl lehlerine çevirebilirler?

Bu tez çalışması, rıza imalatının sanat dünyasında yaygın ve önemli bir olgu olduğunu ve kûratörlüğün bu olguda kilit bir faktör ve aktör olduğunu ortaya koymuştur. Kûratörlüğün çeşitli şekillerde ve amaçlarla rıza üretebildiğini ve bunun sanat dünyası ve toplum açısından olumlu ya da olumsuz sonuçları olabileceğini göstermiştir. Ayrıca kûratörlüğün sanat dünyasına ve kültüre meydan okuyan, onları dönüştüren yaratıcı ve eleştirel bir pratik olabileceğini de öne sürmüştür. Bu tezin sanat dünyasında rıza imalatı kavramı ve rolüne ilişkin bilgi ve anlayışın ilerlemesine katkıda bulunacağı ve bu konuyla ilgili daha fazla araştırma ve tartışmaya ilham vereceği umulmaktadır.

6. KAYNAKLAR

Kitaplar:

- Adorno, W. T. & Horkheimer, M. (1944). *Aydınlanmanın Diyalektiği*. (Çev. Nihat Ülner-Elif Öztarhan Karadoğan). 2014 Basım, İstanbul: Kabalcı Yayıncılık
- Allen, C., S. Fournier, and F. Miller (2008). *Brands And Their Meaning Makers*. In *Handbook Of Consumer Psychology*. New York: Taylor & Francis.
- Altschuler, B. (1994). *The Avant-Garde In Exhibition: New Art In The 20th Century*. New York: Harry N Abrams.
- Akın, E. (2021). *Siyasetin Dili I*. İksad Yayınevi. [onkp \(iksadyayinevi.com\)](http://onkp.iksadyayinevi.com) 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Antmen, A. (2012). *Sanatçılardan Yazılar Ve Açıklamalarla 20. Yüzyıl Batı Sanatında Akımlar*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Artun, A. (2012). *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi, Estetik Modernizmin Tasfiyesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Aron, R. (1994). *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri* (Çev. Korkmaz Alemdar). 3. Edisyon, Ankara: Bilgi Yayınları.
- Aysun, E. A. (2014). *Sanat Yönetimi Üzerine Konuşmalar*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Barragan, P (2008). *The Art Fair Age*. Milano: Charta.
- Becker, S. H. (1982). *Art Worlds*. London: University of California Press.
- Bernays, L. E. (1972). *Propaganda*. Kennikat Press.
- Bernays, L. E. (1955). *The Engineering of Consent*. Norman, Oklahoma: Oklahoma University Press. https://archive.org/details/kupdf.net_bernays-et-alli-engineering-of-consent-1955/page/n5/mode/2up 19 Eylül 2023 tarihinde erişildi.
- Bourdieu, P. & Darbel, A. & Schnapper, D. (1969). *L'Amour de l'art* Paris, Minuit. Türkçesi (2011): *Sanat Sevdası: Avrupa Sanat Müzeri ve Ziyaretçi Kitlesi* (Çevr. Sertaç Canbolat). İstanbul: Metis Yayınları.
- Burawoy, M. (1982). *Manufacturing Consent: Changes in the Labor Process Under Monopoly Capitalism*. Chicago: Chicago University Press. <https://doi.org/10.7208/9780226217710>
- Chong, D (2008). *Marketing in the Art Business*. In *the Art Business*. New York: Routledge.
- Chomsky, N. (2002). *Medya Denetimi*. İstanbul: Everest yayıncıları.
- Duverger, M. (2011). *Siyaset Sosyolojisi*. İstanbul: Varlık Yayınları.

- Eagleton, T. (2014). *Culture and the Death of God*. Londra: Yale Üniversitesi Yayınları. s-77
- Ewen, S. (1996). *PR! A Social History of Spin*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2012). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community And Everyday Life*. New York: Basic Books.
- Gardner, H., Kleiner, F. S., & Mamiya, C. J. (2016). *Gardner's Art Through the Ages: A Global History*. Cengage Learning.
- Gardner, H. (2011). *Creating Minds: An Anatomy of Creativity Seen Through the Lives of Freud, Einstein, Picasso, Stravinsky, Eliot, Graham, and Gandhi*. New York: Basic Books.
- Gielen, P. (2018). *The Art of Civil Action: Political Space and Cultural Dissent*. Valiz.
- Gielen, P. (2016). *Sanatsal Çokluğun Mırıltısı Küresel Sanat, Siyaset Ve Post-Fordizm*. (Çev. Albina Ulutaşlı). İstanbul: Norgunk Yayınları.
- Gilles, J. (2000). *How the Web Was Born*. Oxford University Press. [How the Web was born : James Gillies : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](http://www.internetarchive.org/13/How_the_Web_was_born_James_Gillies_Free_Download_Borrow_and_Streaming_Internet_Archive) 13 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Gramsci, A. (1997). *Hapishane Defterleri* [Prison Notebooks]. Belge Yayınları.
- Gramsci, A., Hoare, Q., ve Smith, G. N. (Eds.). (1971). *Selections From the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*. International Publishers.
- Harari, Y. N. (2018). *21 Lessons for the 21st Century*. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BB2679939X>
- Herodotus. (2006). *Tarih (History)*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2010). *Manufacturing consent: The Political Economy of the Mass Media*. Random House.
- Hey, T. & Papay, G. (2014). *The Computing Universe A Journey Through A Revolution*. Cambridge University Press.
- Honour, H., & Fleming, J. (2009). *A World History of Art*. Laurence King Publishing.
- Janssen, S. (2001). *The Empirical Study of Careers in Literature and Arts*, in D. Schram and G. Steen (eds.), *The Psychology And Sociology Of Literature*. Amsterdam: Benjamins.
- Latour, B. (1987). *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society*. Harvard University Press.
- Latour, B. (1993). *We Have Never Been Modern*. Harvard University Press.
- Latour, B. (1999). *Politics of Nature: How to Bring the Sciences into Democracy*. Harvard University Press.
- Latour, B. (2004). *Why Has Critique Run out of Steam? From Matters of Fact to Matters of Concern*. *Critical Inquiry*, 30(2), 225-248.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press.
- Latour, B. (2013). *An Inquiry into Modes of Existence: An Anthropology of the Moderns*. Harvard University Press.

- Le Bon, G. (2019). *Kitlelerin Psikolojisi* (A. Özdemir, Çev.). Koridor Yayıncılık. (Orijinal çalışma 1895 yılında yayımlanmıştır).
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace and Company.
- Lippmann, W. (1998). *Politikaya bir Önsöz*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Merson, E. (2020). *The Art of Global Power: Artwork and Popular Cultures as World-Making Practices*. Routledge & CRC Press.
- McCracken, G. (1993). *The Value of the Brand: An Anthropological Perspective*. in *Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. In The MIT Press eBooks. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11483.001.0001> 13 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Robertson, I., ve Chong, D. (2008). *The Art Business*. New York: Routledge.
- Roepstorff, K. (t.y.). *Who Decides, Who Decides?* AbeBooks. <https://www.abebooks.com/9783937577326/Who-Decides-Roepstorff-Kristine-3937577327/plp> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Rosenberg, H. (1975). *Art on The Edge: Creators and Situations*. Chicago: Chicago University Press.
- Ruskin, J. (1907). *The Political Economy of Art; Called Later "A Joy For Ever"*. London: Cassell & Company Limited.
- Sennet, R. (2006). *The Culture of the New Capitalism*. New Haven: Yale University Press.
- Smith, T. (2012). *Thinking Contemporary Curating* (Independent Curators. Paul O'Neill, The culture of curating and the curating of culture(s). MIT Press.
- Steeds, L., vd. (der.). (2014). *Exhibition*. Londra & Cambridge: Whitechapel Gallery & MIT Press.
- Tilden, F. (1957). *Interpreting Our Heritage*. North Carolina University Press.
- Tuncel, H. (2007), *Rıza Üretimi ve Psikoloji*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Obrist, H. U. (2009). *A Brief History of Curating*. [A Brief History of Curating • JRP|Editions \(jrp-editions.com\)](https://www.jrp-editions.com/) 19 Eylül 2023 tarihinde erişildi.
- Obrist, H. U. (2014). *Ways of Curating*. Farrar, Straus ve Giroux.
- Walsham, G. (1997). *Actor-Network Theory and IS Research: Current status and Future Prospects*. In *Springer eBooks*, 466–480. https://doi.org/10.1007/978-0-387-35309-8_23
- Williams, R. (1960). *Culture and Society 1780 - 1950*. New York: Anchor Books Doubleday & Company, Inc.
- Williams, R. (1977). *Marxism and literature*. Oxford University Press.

Makaleler:

- Acord, S. K. (2010). Beyond the head: the practical work of curating contemporary art.

- Qualitative Sociology*, 33 (4), 447–467. <https://doi.org/10.1007/s11133-010-9164-y> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Alp, H., ve Güzel, M. (2022). Toplumsal rıza üretimi sürecinde televizyon tartışma programlarının etkisi ve “fast thinker” kavramı. *Aksaray İletişim Dergisi*, 4 (2), 88-106. doi:10.47771/aid.1114431
- Arendt, H. (1967). Truth and politics. *The New Yorker*, 49-88. [Truth and Politics_Arendt \(wordpress.com\)](https://www.wordpress.com) 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Bayer, Z. (n.d.). History of museums in Turkey. *AVESİS*. <https://avesis.kocaeli.edu.tr/yayin/2827ac03-8ef9-47fa-bcb3-a9f7116dad33/history-of-museums-in-turkey> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Beckert, J. ve Rössel, J. (2013). The price of art, *European societies*, 15:2, 178-195, doi: 10.1080/14616696.2013.767923
- Biber, A., ve Turancı, E. (2014). Toplumsal şeytan üçgeni: iktidar, hegemonya ve propaganda. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 28–41. <https://doi.org/10.31123/akil.442999> 27 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Bismarck, V. B. (2006). Haltloses ausstellen :politiken des künstlerischen kuratierens, in M. Michalka (ed.), *The Artist as....* Wien/ Nürnberg, MUMOK/ Verlag für Kunst Nürnberg.
- Bismarck, V. B. (2017). “The master of the works”: daniel buren’s contribution to documenta 5 in kassel, 1972 in documenta: curating the history of the present (ed. Nanne Buurman & Dorothee Richter) - *ONCURATING*. <https://www.oncurating.org/issue-33-reader/the-master-of-the-works-daniel-burens-contribution-to-documenta-5-in-kassel-1972.html> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Bloom, Robert L. et al. (1958). 4. the ideals of the enlightenment. pt. x: the eighteenth century enlightenment. 67-87. *Ideas and Institutions of Western Man*. Gettysburg College
- Blum, A. (2001). Scenes and the city. ‘Scenes’, *Public*, 22/23 <https://public.journals.yorku.ca/index.php/public/article/view/30324/27853> link accessed 23 June 2018.
- Borgatti, S. P., Mehra, A., Brass, D. J., ve Labianca, G. (2009). Network analysis in the social sciences. *Science*, 323 (5916), 892-895. <https://doi.org/10.1126/science.1165821> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Bornstein, M. (2012). Prologue: if I were writing civilization and its discontent today, what would I write? *Psychoanalytic Inquiry*, 32 (6), 521–523. <https://doi.org/10.1080/07351690.2012.703600> 20 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Brahms, Y. (t.y.). Philosophy of post-truth. *The Institute of National Security Studies. INSS Insight*. Tel Aviv University. [Philosophy of Post-Truth | INSS](https://www.inss.org.il/philosophy-of-post-truth/) 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Buren, D. (1972). Exhibiting exhibitions. *Documenta V Katalog*. (Çev. Derya Yılmaz). (2015). *Serginin Sergisi*. Sanatçı Hakkı / Skopbülten. E-skop.com. [/ Sanatçı Hakkı / Serginin Sergisi | E-Dergi, Sanat Tarihi \(e-skop.com\)](https://www.sanatcihakkisi.com/serginin-sergisi) 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Buren, D. (2004) Where are the artists? in Hoffmann, J. (ed.) *The next Documenta should be curated by an artist*. Frankfurt am Main: E-Flux/ Revolver.

- Capps, D., & Carlin, N. (2012). Human chances for happiness: A review of Freud's civilization and its discontents. *Pastoral Psychology*, 62 (3), 271–289. <https://doi.org/10.1007/s11089-012-0445-0> 28 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Carroll, N. (2007). Art and globalization: then and now. in Susan Feagin, Ed. *Global Theories of the Arts and Aesthetics*. 132-136. Oxford: Blackwell Publishing.
- Carroll, N. (2007). Art and globalization: then and now. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 65 (1), 131–143. <https://doi.org/10.1111/j.1540-594x.2007.00244.x> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Casacuberta, C. ve Gandelman, N. (2012). Multiple job holding: the artist's labor supply approach, *Applied Economics*, 44 (3), 323-337, doi: 10.1080/00036846.2010.508719
- Castellano, C. G., ve Raposo, O. (2023). Public art and social media: street art tourism, sociocultural agency and cultural production in contemporary Lisbon. *Community Development Journal*. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsad018> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Ceylan, F., İspir, N., ve Özpolat, A. R. (2019). Siyasal rıza ölçeği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (2), 605-629. https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunisobil/issue/47238/547705#article_cite 1 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Chomsky, N. (2011). Media control: The spectacular achievements of propaganda. *Seven Stories Press*.
- Davıda, D., Gabriels, J., Hudon, V., ve Pronovost, M. (Eds.). (2019). Curating live arts: critical perspectives, essays, and conversations on theory and practice (1st ed.). *Berghahn Books*. <https://doi.org/10.2307/j.ctvw04b29> 13 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Dimova, D., & Gillen, J. E. (2017). Globalization and cultural indentity - The perspective of contemporary Art. *Background Paper*. 60-71. [6_Globalization_and_Cultural_Identity.pdf \(bertelsmann-stiftung.de\)](https://www.bertelsmann-stiftung.de/6_Globalization_and_Cultural_Identity.pdf) 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Doll, W. E., Feng, F., & Petrina, S. (2001). Chapter One: The Object(s) of Culture: Bruno Latour and the Relationship between Science and Culture. *Counterpoints*, 137, 25–39. <http://www.jstor.org/stable/42976386> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Dural, A. B. (2012). Antonio Gramsci ve hegemonya [Antonio Gramsci's Concept of Hegemony]. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 309-321.
- Edward L., B. (1947). 'The Engineering of consent'. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. <https://doi.org/10.1177/000271624725000116> 1 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Eckstein, J. (2006). The art fair as an economic force: TEFAF Maastricht and its impact on the local economy. Helvoirt: TEFAF
- Eraydın, A (1992). Post-fordizm ve değişen mekansal öncelikler. Ankara: Middle East Technical University Faculty of Architecture Publisher.
- Farguharson, A. (2003). I curate, you curate, we curate. *Art Monthly*. [I curate, you curate, we curate, ... \(thinkingseeing.com\)](https://www.thinkingseeing.com/) 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

- Félix-Jäger, S. (2019). The effects of globalization on art and aesthetics. In *Springer eBooks* 39–63. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29706-0_3 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Flores, A. P. (2020). Curating or the curatorial? What are the different claims made for curating and the curatorial, and how do they produce different outcomes. *Goldsmiths*. https://www.academia.edu/43263125/Curating_or_the_curatorial_What_are_the_different_claims_made_for_curating_and_the_curatorial_and_how_do_they_produce_different_outcomes 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Foster, H. (2015). Exhibitionists. *London Review of Books* 37(11). [Hal Foster · Exhibitionists: Curation \(lrb.co.uk\)](https://www.lrb.co.uk) (Çev. Ayşe Boren) Küratörler ve Teşhirciler. *E-skop, skopbülten*. [Küratörler ve Teşhirciler | E-Dergi, Sanat Tarihi \(e-skop.com\)](https://www.e-skop.com) 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Fraser, M., ve Jim, A. M. W. (2018). Introduction: what is critical curating? / Qu'est-ce que le commissariat engagé? *RACAR: Revue d'art Canadienne / Canadian Art Review*, 43 (2), 5–10. <https://www.jstor.org/stable/26530763> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Furlow, N., E. (2010). 'Greenwashing in the new millennium'. *Journal of Applied Business and Economics* 10 (6), 22–25.
- Gadimov, J. (2015). Herman ve chomsky'nin propaganda modeli: rızanın imalatı: kitle medyasının ekonomi politiği. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 2(2), 215–226. <https://doi.org/10.24955/ilef.305326>, <https://dspace.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/74768> 2 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Genel, K. (2006). The question of biopower: Foucault and Agamben. *Rethinking Marxism*, 18:1, 43-62, doi: 10.1080/08935690500410635
- Gielen, P. (2010). The art institution in a globalizing world, *The Journal of arts management, law, and society*, 40, 279-296, doi: 10.1080/10632921.2010.525065
- Güler, M. (2018). Bir manipölasyon aracı olarak rızanın imalatı. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3 (5), 75-101.
- Hayward, P. (2009). 'The real deal? Hotels grapple with green washing'. *Lodging Magazine*.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). Museums and the interpretation of visual culture (1st ed.). *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781003124450> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Houdrouge, J. (2015). The Institutionalization of performance art in the 21st century. *Nyu*. https://www.academia.edu/38399415/The_Institutionalization_of_Performance_Art_in_the_21st_century 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Jones, C. (2016). The Global Work of Art: World's Fairs, Biennials, and the Aesthetics of Experience (3-83). *Chicago: University of Chicago Press*.
- Kahraman, Ö. E. (2021). Yeşil Aklama, Bir Rıza Mühendisliği Örneği. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*. 2021 Bahar, 31, 413-433 [1556742 \(dergipark.org.tr\)](https://dergipark.org.tr) 2 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Kara, E. (2021). Rıza Kavramının Pozitif Psikoloji Açısından İncelenmesi. *Dini Araştırmalar*, 24/64, 571-593. <https://doi.org/10.15745/da.1012284> 1 Aralık 2023

tarihinde erişildi.

- Kahle, L., R. & Atay, E., G. (2015). Communicating Sustainability for the Green Economy. *Routledge*.
- Kan, K. (2023). Post-truth Period in World Politics. In: Akıllı, E., Gunes, B. (eds) *World Politics in the Age of Uncertainty*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-39607-6_3 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Kiye, S. (2022). Psikanalizde Kültür ve Birey. *Muş Alparslan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(2), 370-387. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/maunef/issue/74412/1186730> 2 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Kruger, J. (2020). Nature, Culture, AI and the Common Good – Considering AI's Place in Bruno Latour's Politics of Nature. In *Communications in computer and information science*, 21–33. https://doi.org/10.1007/978-3-030-66151-9_2 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Laquey, .L. T. (1990). *NSFNET*. The User's Directory of Computer Networks, Digital Press, 247–250. <https://doi.org/10.1016/b978-1-55558-047-6.50032-1> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Markham, D., Anshuman K. & Terry B. (2014). 'Greenwashing: A Proposal to Restrict Its Stread'. *Journal of Environmental Assessment Policy and Management* 16, (4), 1–16.
- Meyer-Krahmer, B. (2015). A history of Curating – Past and Present. *Critique D'art*, 45. <https://doi.org/10.4000/critiquedart.19152> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Morgner, C (2014). The Art Fair as Network, *International Journal of political economy* 25(2), 62-33.
- Morgner, C. (2014). The Art Fair as nNtwork, *The journal of arts management, law, and society*, 44(1), 33-46. doi: 10.1080/10632921.2013.872588
- Morgner, C. (2014). The Evolution of the Art Fair. *Historical Social Research / Historische Sozialforschung*, 39(3) 149), 318–336. <http://www.jstor.org/stable/24146123> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Murphree, V. (2015). 'Edward Bernays's 1929 "Torches of Freedom" March: Myths and Historical Significance'. *American Journalism* 32, (3), 258–81. <https://doi.org/10.1080/08821127.2015.1064681> 5 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Obar, J. (2021, August 23). Social Media Clickwraps and the "Manufacture of Consent. *ProMarket*. <https://www.promarket.org/2019/02/13/social-media-clickwraps-manufacture-of-consent/> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Obar, J. A., & Oeldorf-Hirsch, A. (2018). The Clickwrap: A Political Economic Mechanism for Manufacturing Consent on Social Media. *Social Media + Society*, 4 (3), 205630511878477. <https://doi.org/10.1177/2056305118784770> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Orwell, G. (1946). Politics and the English Language. *Journal Horizon* 13 (76), 252-265. [Politics And The English Language : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](https://www.archive.org/details/politics-and-the-english-language-free-download-borrow-and-streaming-internet-archive) 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Özel, A., P. (2015). Çevresel Aktivizm, Halkla İlişkiler ve Yeşil Aklama Üzerine

- Kuramsal Bir Bakış. *Selçuk İletişim*, 8 (4), 73-89.
- Papilloud, C. (2018). Bruno Latour and Relational Sociology. In *Dépelteau, F. (eds) The Palgrave Handbook of Relational Sociology*. Palgrave Macmillan, Cham, 183–197. https://doi.org/10.1007/978-3-319-66005-9_9 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Preece, C., ve Kerrigan, F. (2015). Multi-Stakeholder Brand Narratives: An Analysis Of The Construction Of Artistic Brands. *Journal of marketing management*, January: 1207 - 30
- Reitzell, R. (2021). Art and Power. *CMATO*. <https://cmato.org/exhibition/power/art-and-power/> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Robert, G. L. (1978). The Evolution of Packet Switching. *Proceeding of the IEEE*. 66 (11).
- Rodner, V.L., ve Preece, C. (2015). Painting the Nation: Examining the Intersection Between Politics and the Visual Arts Market in Emerging Economies, *Journal of macromarketing* 38 (2), 128 - 48
- Rose, B. (1972). Document of an Age. *New York Magazine*. [New York Magazine - Google Books](https://books.google.com/books?id=...) 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Rubalcaba-Bermejo, L., & Cuadrado-Roura, J. R. (1995). Urban Hierarchies and Territorial Competition in Europe: Exploring the Role of Fairs and Exhibitions. *Urban studies*, 32 (2), 379–400. doi: 10.1080/00420989550013149
- Rusyada, G. N., & Sutiyono. (2021). Art and Social Media. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210602.006> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Shinder, L., & Cross, M. (2008). Understanding E-Mail and Internet Crimes. In *Elsevier eBooks*, 381–418. <https://doi.org/10.1016/b978-1-59749-276-8.00009-1> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Single, E. (2020). The Art Fair Boom and its Contradictions. *Sociology of the arts*, 365–385. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39013-6_15 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Strauss L. D. (2007). The Bias of the World: Curating After Szeemann & Hopps. *The Brooklyn Rail*. <https://brooklynrail.org/2006/12/art/the-bias-of-the-world> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tesich, S. (1992). Government Of Lies. *Internet Archive*. <https://archive.org/details/steve-tesich-government-of-lies-article> 19 Ağustos 2023 tarihinde erişildi.
- Trentini, B. (2021). Institutionalization and Autonomy of Art: Can Socially Engaged Art be Institutionalized? *Labyrinth*. <https://doi.org/10.25180/lj.v22i2.235> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Quemin, A. (2013). International Contemporary Art Fairs in a ‘Globalized’ Art Market. *European societies*, 15 (2), 162-177, doi: 10.1080/14616696.2013.767927
- Williams, L. (2018). Art and the Cultural Transmission of Globalization. *The Oxford Handbook of Global Studies*, 492–512. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190630577.013.19> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

- Woolgar, S. (2022). *Bruno Latour (1947–2022)*. Nature, 611(7937), 661. <https://doi.org/10.1038/d41586-022-03796-0> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Van Maanen, H. (2009). From Theory to the Methodology of Singularity: Bruno Latour and Nathalie Heinich. In *How to Study Art Worlds: On the Societal Functioning of Aesthetic Values*, 83–104. Amsterdam University Press. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt46n0p3.7> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Vidokle, A. (2013). Art Without a Market, Art Without Education: *Political Economy of Art*. http://worker01.e-flux.com/pdf/article_8964745.pdf 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Yılmaz, M. (2015). Gramsci, Devlet ve Hegemonya: Perry Anderson ve Norberto Bobbio'nun Çalışmaları Işığında Bir Değerlendirme. *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences*, 8 (2), 1-16.
- Yogev, T., & Grund T. (2012). Network Dynamics and Market Structure: The Case of Art Fairs, *Sociological Focus*, 45 (1), 23-40, doi: 10.1080/00380237.2012.630846
- Zarobell, J. (2021). New Geographies of the Biennial: Networks for the Globalization of Art. *GeoJournal*, 87 (4), 2505–2523. <https://doi.org/10.1007/s10708-021-10384-8> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Zihnioğlu, Ö. (2019). The Legacy of the Gezi Protests in Turkey - After Protest: Pathways Beyond Mass Mobilization. *Carnegie Europe*. <https://carnegieeurope.eu/2019/10/24/legacy-of-gezi-protests-in-turkey-pub-80142> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

İnternet Referansları:

- Achbar, M. & Wintonick, P. (1992). *Manufacturing consent: Noam Chomsky & the media*. Internet Archive. <https://archive.org/details/ManufacturingConsentChomsky> 23 Eylül 2023 tarihinde erişildi.
- Aldridge, I. (2021). *The power of social media: How instagram is changing the art world*. Art Republic. <https://artrepublic.com/blogs/news/the-power-of-social-media-how-instagram-is-changing-the-art-world> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Artfairmag. (2023). *All about art fairs worldwide*. <https://www.artfairmag.com/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Argonotlar. (2022). *Sanata bakışımızı değiştiren 20 küratör*. <https://argonotlar.com/sanata-bakisimizi-degistiren-20-kurator/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Arikan, B. (2019). *Beraber sergi yapmış sanatçılar ağı: ARTER “ikinci sergi” edisyonu*. <https://burak-arikan.com/tr/network-of-artists-who-exhibited-together/> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Arneson, K. (2018). *Kylie Jenner's Tweet About Snapchat Had an Incredible Effect on Facebook's Value*. Glamour on Yahoo!life. https://www.yahoo.com/lifestyle/kylie-jenner-apos-tweet-snapchat-195616478.html?fr=sycsrp_catchall 1 Kasım 2023 tarihinde erişildi.

- Artfulliving. (t.y.). *Avrupa'nın en etkileyici 20 genç küratörü.* <https://www.artfulliving.com.tr/sanat/avrupanin-en-etkileyici-20-genc-kuratoru-i-5776> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Artsy. (2023). *Art Industry Trends 2023.* Artsy. [https://partners.artsy.net/resource/the-industry-trends-report-2023/?utm_medium=website\[%e2%80%a6\]-art-industry-trends-report-2023&utm_sfc=7013b000001nye0aai](https://partners.artsy.net/resource/the-industry-trends-report-2023/?utm_medium=website[%e2%80%a6]-art-industry-trends-report-2023&utm_sfc=7013b000001nye0aai) 4 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Artsy. (2014). *Art and the institution. The art genome project.* Artsy. [Art and the Institution | Artsy](#) 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Artun, A. (2023). *Müze ahlakı.* E-skop | skop bülten. [Müze Ahlakı | E-Dergi, Sanat Tarihi \(e-skop.com\)](#) 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Artnet News. (2017). *Who are the most influential curators of the last century? 19 Art-World tastemakers weigh.* Artnet News. <https://news.artnet.com/art-world/influential-curators-last-century-19-art-world-tastemakers-weigh-1090805> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Aydınlık. (2023). *Rızanın imalatı yaklaşık 150 yıllık bir konudur.* Aydınlık. <https://www.aydinlik.com.tr/haber/rizanin-imalati-yaklasik-150-yillik-bir-konudur-201989> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- BBC Bitesize. (t.y.). *Globalisation.* BBC Bitesize. <https://www.bbc.co.uk/bitesize/topics/zvwtbsbk/articles/z2frg7h#z8772v4> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- BBC News. (2018). *Kylie Jenner "sooo over" Snapchat - and shares tumble.* <https://www.bbc.co.uk/news/business-43163544> 1 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Biennial Foundation (t.y.). *Directory of biennials.* Biennial Foundation's website. <http://www.biennialfoundation.org/home/biennial-map/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Biennial Foundation (t.y.). *Biennial mission.* Biennial Foundation's website. <http://www.biennialfoundation.org/about/our-mission/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Blair, E. (2023). *Politics and the English language.* The Orwell Foundation. <https://www.orwellfoundation.com/the-orwell-foundation/orwell/essays-and-other-works/politics-and-the-english-language/> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Britannica. (t.y.). *Art museums.* Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/museum-cultural-institution/Art-museums> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Brown H.; Guskin E., & Mitchell A. (2019). *The role of social media in the Arab uprisings.* Pew Research Center's Journalism Project. <https://www.pewresearch.org/journalism/2012/11/28/role-social-media-arab-uprisings/> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Brown, S. M. (2021). *Gender and power in the art historical canon.* Ensemble. <https://www.ensemblepublished.com/blog/gender-and-power-relations> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Bude, H. (2012). *The curator as meta-artist the case of huo.* Texte Zur Kunst. [The Curator as Meta-Artist The case of HUO \(Heinz Bude\) \(texte zurkunst.de\)](#) 13 Aralık 2023

- tarihinde erişildi.
- Budge, K., & Suess, A. (2018). *Instagram is changing the way we experience art*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2018/02/instagram-is-changing-the-way-we-experience-art-and-thats-a-good-thing/> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Calcutt, A. (t.y.). *The surprising origins of 'post-truth' – and how it was spawned by the liberal left*. The Conversation, partners of the University of East London. <https://theconversation.com/the-surprising-origins-of-post-truth-and-how-it-was-spawned-by-the-liberal-left-68929> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Cambridge Online Dictionary (t.y.). *Curator*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/curator> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Cambridge Online Dictionary. (t.y.). *Art gallery*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/art-gallery> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Cambridge Online Dictionary. (t.y.). *Globalization*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/globalization> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Christie's. (t.y.). *About us: The history of Christie's*. https://www.christies.com/about-us/welcome-to-christies?sc_lang=en 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Contemporary Istanbul. (2023). *Contemporary Istanbul*. <https://contemporaryistanbul.com/about> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Curatorial Research Centre. (2021). *Philosophy of curating*. <https://curatorialresearch.com/philosophy/> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Curlew, A. (2021). *Social media is amazing at manufacturing our consent and it's not OK*. Rabble.ca. <https://rabble.ca/technology/social-media-amazing-manufacturing-our-consent-and-its-not-ok/> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- DateReportal. (t.y.). *Global social media statistics*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/social-media-users> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- De Con Cossio, R. (2020). *Globalization of the art market "Good, bad, and interesting"* Sybaris Collection. <https://www.sybariscollection.com/globalization-art-market-good-bad-interesting/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Dege, S. (2019). *The influence of social media in art*. dw.com. <https://www.dw.com/en/the-influence-of-social-media-in-art/a-51810515> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Documenta. (t.y.) *Documenta 5*. Documenta.de https://www.documenta.de/en/retrospective/documenta_5 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Doğan, T. (2006). *Rızanın imalatı: Bir propaganda aracı olarak medya*. Artizan. <https://www.art-izan.org/artizan-arsivi/r-zan-n-malat-bir-propaganda-arac-olarak-medya/> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

- Eliasson, O. (2016). *Why art has the power to change the world*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/why-art-has-the-power-to-change-the-world/> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Encyclopedia. (t.y.). *Art galleries*. Encyclopedia.com. <https://www.encyclopedia.com/literature-and-arts/art-and-architecture/art-general/art-galleries> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- English, D. (2015). *Threshold fear in don't be intimidated by museums. They belong to everyone*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/may/31/museums-not-white-spaces-belong-everyone> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Erich, C. (2023). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media by Edward S. Herman and Noam Chomsky*. Medium. <https://medium.com/@cterich/manufacturing-consent-the-political-economy-of-the-mass-media-by-edward-s-cec931f2d016> 23 Ekim 2023 tarihinde erişildi.
- Erden, O. (2023). *AKP'nin kültürel rıza üretme siyaseti*. PolitikYol.com | Yorum, Analiz, Haber Sitesi. <https://www.politikyol.com/akpnin-kulturel-riza-uretme-siyaseti/> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Evli, A. (2021). *Sosyal medyanın tarihi: Her şey nasıl başladı?* Teknoloji.org. <https://teknoloji.org/sosyal-medyanin-tarihi-her-sey-nasil-basladi/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Ewald, R. (2018). *Globalization and art*. Western Washington University. <https://wp.wvu.edu/ruthewald/2018/04/18/globalization-and-art/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Gerlis, M. (2022). *A brief history of the art fair, from its roots in medieval marketplaces to rudolf zwirner's art cologne (and beyond)*. Artnet News. <https://news.artnet.com/art-world/melanie-gerlis-book-excerpt-2059808> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Greelane. (2019). *Edward Bernays, halkla ilişkiler ve propagandanın babası*. Greelane. <https://www.greelane.com/tr/be%C5%9Feri-bilimler/tarih-ve-k%C3%BClt%C3%BCr/edward-bernays-4685459/> 1 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Goldstein, P. (2016). *What is NSFNET: How this old tech sparked scientific research opportunities*. FedTech Magazine. <https://fedtechmagazine.com/article/2016/11/nsfnet-served-precursor-internet-helped-spur-scientific-research> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Göle, N. (2013). *Gezi – Anatomy of a public square movement*. Insight Turkey. <https://www.insightturkey.com/commentaries/gezi-anatomy-of-a-public-square-movement> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Farago, J. (2014). *How much has the internet changed the art world?* BBC Culture. <https://www.bbc.com/culture/article/20140326-how-has-the-internet-changed-art> 4 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Featherly, K. (2016). *ARPANET | definition, map, cold war, first message, & history*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/ARPANET> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Flood, A. (2020). *“Post-truth” named word of the year by Oxford Dictionaries*. The

- Guardian. <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Foster, H. (2020). *How Hans Ulrich Obrist and other super-curators transformed the paradigm of exhibition-making—for good and for ill*. Artnet News. <https://news.artnet.com/art-world/exhibitionists-what-comes-after-farce-1865298> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Harari, Y. N. (2019). *Yuval Noah Harari extract: 'Humans are a post-truth species.'* The Guardian. <https://www.theguardian.com/culture/2018/aug/05/yuval-noah-harari-extract-fake-news-sapiens-homo-deus> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Higgins, C. (2009). *Hyper-active Swiss curator tops artworld power list*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2009/oct/15/swiss-curator-tops-power-list> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Hill, E. (2019). *4 artist share tips for using instagram to grow your art practice*. Artsy. <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-4-artists-share-tips-for-using-instagram-to-grow-your-art-practice> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Hines, K. (2022). *The history of social media*. Search Engine Journal. <https://www.searchenginejournal.com/social-media-history/462643/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- History of Computer Communications. (t.y.). *The history of computer communication*. <https://www.historyofcomputercommunications.info/> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Hogeback, J. (t.y.). *Who invented the internet?* Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/story/who-invented-the-internet> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Impressionism. (n.d.-a). *Impressionism* | Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/i/impressionism> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Inria. (2020). *Between Stanford and Cyclades, a transatlantic perspective on the creation of internet*. Inria. <https://www.inria.fr/en/between-stanford-and-cyclades-transatlantic-perspective-creation-internet> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Jenner, K. (2018). *Tweet about Snapchat design*. Twitter. https://twitter.com/KylieJenner/status/966429897118728192?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E966429897118728192%7Ctwgr%5Ebc4964f74191dec77ebe34cfda356c68534215ca%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.glamour.com%2Fstory%2Fkylie-jenner-snapchat-tweet 1 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Kahn, R., & Dennis, M. A. (2023). *Internet | description, history, uses, & facts*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/technology/Internet> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Karakış, T. (2021). *Türkiye’de internet altyapısının gelişimi*. Teknoloji Haberleri - ShiftDelete.Net. <https://shiftdelete.net/turkiyede-internet-altyapisinin-gelisimi> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Kaya, İ. (2021). *Halkla ilişkiler’in babası: Edward Bernays*. Uzayla. <https://uzayla.com/halkla-iliskilerin-babasi-edward-bernays/> 4 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

- Kaya, A. (2019). *İnternetin tarihsel gelişimi (Kısaca)*. TechWorm. <https://www.tech-worm.com/internetin-tarihsel-gelisimi-kisaca/> 14 Aralık tarihinde erişildi.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023 october global statshot*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Turkey*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Knight, L., & Chrisafis, A. (2022). *Bruno Latour, French philosopher and anthropologist, dies aged 75*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2022/oct/09/bruno-latour-french-philosopher-anthropologist-dies?ref=upstrack.com> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Kreitner, R. (2016). *Post-Truth and its consequences: What a 25-year-old essay tells us about the current moment*. The Nation. <https://www.thenation.com/article/archive/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment/> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- La Biennale Di Venezia. (2019). *History of biennale arte*. La Biennale Di Venezia. <https://www.labiennale.org/en/history-biennale-arte> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Leasca, S. (2018). *Kylie Jenner might have cost Snapchat \$1.3 billion with a single tweet*. Glamour. https://www.glamour.com/story/kylie-jenner-snapchat-tweet?mbid=synd_yahoo_rs 1 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Leblebitozu. (2023). *Halkla ilişkiler nedir? Halkla ilişkilerin kurucusu Edward Lee Bernays kimdir?*. Leblebitozu. <https://www.leblebitozu.com/halkla-iliskiler-nedir-halkla-iliskilerin-kurucusu-edward-lee-bernays-kimdir/> 1 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Leigha, G. (2019). *Truth is blind: Hannah Arendt's division of truth and politics*. SpeakFreely. <https://www.wespeakfreely.org/2019/01/06/truth-blind-hannah-arendts-division-truth-politics/> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Lintorn. (2022). *Book club: Propaganda by Edward Bernays*. The RDK. <https://the-rdk.github.io/book/propaganda/> 1 Kasım 2023 tarihinde erişildi.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. [Public opinion : Lippmann, Walter, 1889-1974 : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive](https://www.archive.org/details/publicopinionw00lipp/public-opinion-walter-lippmann-1889-1974-free-download-borrow-and-streaming-internet-archive) 19 Eylül 2023 tarihinde erişildi.
- Lipmann, W. (1922). *Public Opinion*. [Public Opinion - Walter Lippmann - Google Kitaplar](https://www.google.com/books/edition/Public-Opinion/Walter-Lippmann-1889-1974-free-download-borrow-and-streaming-internet-archive) 19 Eylül 2023 tarihinde erişildi.
- Madams. (2023). *The evolution of social media: how did it begin, and where could it go next?* Maryville University Online. <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Marketing Türkiye. (2021). *Sosyal medyayı en iyi kullanan sanatçı ve influencer'lar bu akşam açıklanıyor!* Marketing Türkiye. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/sosyal-medya/sosyal-medyayi-en-iyi-kullanan-sanatci-ve-influencerlar-bu-aksam-aciklaniyor/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

tarihinde erişildi.

- Martin, N. (2022). *From antiquity to modernity, how art fairs became a cultural mainstay*. Artland Magazine. <https://magazine.artland.com/from-antiquity-to-modernity-how-art-fairs-became-a-cultural-mainstay/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Martin, N. (2023). *How social media is shaping art*. Artland Magazine. <https://magazine.artland.com/how-social-media-is-shaping-art-the-impact-of-an-instagram-obsessed-culture/> 4 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Memphis Tours. (2023). *Fine arts of Turkey*. <https://www.memphistours.com/Turkey/Turkey-Travel-Guide/Culture-And-Art/wiki/Fine-Arts> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Merriam-Webster. (t.y.). *Social media*. Merriam-Webster.com dictionary. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Merriam-Webster. (t.y.). *Information Age*. Merriam-Webster.com dictionary. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Information%20Age> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- McIntyre, L. (2021). *How cognitive bias can explain post-truth*. The MIT Press Reader. <https://thereader.mitpress.mit.edu/how-cognitive-bias-can-explain-post-truth/> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- McKenzie, E. (2018). *The impact of the internet on globalization*. Techwalla. <https://www.techwalla.com/articles/the-impact-of-the-internet-on-globalization> 12 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Milan Art Institute. (t.y.) *Five steps to becoming an artist Influencer*. <https://www.milanartinstitute.com/blog/5-ways-artists-become-influencers> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Murgida, N. (2021). *The art of curating: When artists and curators switch roles*. Medium. <https://medium.com/@nadinemurgida/the-art-of-curating-when-artists-and-curators-switch-roles-b459e5fe7260> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Murphy, S. (2018). *Art explained: How the internet changed the art world*. CNN Edition. [Art explained: How the internet changed the art world | CNN](https://www.cnn.com/2018/05/05/entertainment/art-explained-internet/index.html) 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- National Geographic Society (2023). *Globalization*. National Geographic. <https://education.nationalgeographic.org/resource/globalization/> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Netwotürk Web & Influencer Ajans. (t.y.). *2023 sosyal medya yönetimi istatistikleri*. Netwotürk Web & Influencer Ajans. <https://netwoturk.com/blog/39-2023-sosyal-medya-tonetim-istatistikleri.html> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Neuendorf, H. (2016). *Art demystified: What do curators actually do?* Artnet News. <https://news.artnet.com/art-world/art-demystified-curators-741806> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Nyst, A. (2023). *134 Social media statistics you need to know for 2023*. Search Engine Journal. <https://www.searchenginejournal.com/social-media-statistics/480507/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

- Obrist, H. U.; Jeffries, S., ve Groves, N. (2022). *Hans Ulrich Obrist: the art of curation*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/artanddesign/2014/mar/23/hans-ulrich-obrist-art-curator> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Oktaç, C. (t.y.). *Meşruiyet ve Türleri*. Ansiklopediler - TÜBİTAK. https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/mesruiyet_ve_turleri 1 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Oxford English Dictionary. (t.y.). *Post-truth*. <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=post-truth> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Özmen, E. (2018). *Reflecting on Turkey's Gezi Park protests, five years on*. Magnum Photos. <https://www.magnumphotos.com/newsroom/politics/emin-ozmen-turkey-gezi-park-protests-5-year-anniversary/> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Özünaldım, A. (2023). *Sosyal medyanın tarihi*. Technoday. <https://technoday.com.tr/sosyal-medyanin-tarihi/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- PennState. (t.y.). *History of the internet*. Pressbooks PennState. <https://psu.pb.unizin.org/ist110/chapter/1-4-history-of-the-internet/> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Pramod, A. (2020). *The impact of social media on art and artists*. Artoze. <https://www.artoze.com/post/the-impact-of-social-media-on-art-and-artists> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Prendeville, B. (2014). *That uncertain object: David Sylvester's conception of criticism as a personal affair*. Tate Papers, Tate. <https://www.tate.org.uk/research/tate-papers/21/that-uncertain-object-david-sylvesters-conception-of-criticism-as-a-personal-affair> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Ritchie, H. (2020). *CO₂ and greenhouse gas emissions*. Our World in Data. <https://ourworldindata.org/co2-and-greenhouse-gas-emissions>
- Robert Morris. (t.y.). *Robert Morris*. Piet Mondriaan <http://pietmondriaan.com/tag/robert-morris/> 19 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Roberts, G. L. (1995). *The ARPANET & computer networks*. NetExpress Inc. <https://web.archive.org/web/20160324032800/http://www.packet.cc/files/arpnet-computernet.html> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Rogers, K. (2022). *Art history 101: The fine art of biennials and their importance in the global art world*. ART. <https://art.art/blog/art-history-101-the-fine-art-of-biennials-and-their-importance-in-the-global-art-world> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Rooftop. (2022). *The era of social media and art*. Rooftop - Where India Inspires Creativity. <https://rooftopapp.com/the-era-of-social-media-and-art/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Rosenwald, M. S. (2021). *Before Twitter and Facebook, there was Morse code: Remembering social media's true inventor*. Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/news/retropolis/wp/2017/05/24/before-there-was-twitter-there-was-morse-code-remembering-social-medias-true-inventor/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Rodini, E. (t.y.). *A brief history of the art museum*. Khan Academy.

- <https://www.khanacademy.org/humanities/approaches-to-art-history/tools-for-understanding-museums/museums-in-history/a/a-brief-history-of-the-art-museum-edit> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Saltz, J. (t.y.) *Biennial culture*. Artnet. [Biennial Culture - artnet Magazine](https://www.artnet.com/magazine/biennial-culture) 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Salman, Z. (2023). *15 reasons why globalization is important?* Curious Desire. <https://curiousdesire.com/reasons-why-globalization-is-important/> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Sansal, B. (t.y.). *Fairs, festivals and events*. All About Turkey. <https://www.allaboutturkey.com/fairs.html> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Scheuerman, W. (2023). *Globalization*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/globalization/> 12 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Simianer, P. (2016). *How social media is changing our art experience*. Artwork Archive. <https://www.artworkarchive.com/blog/how-social-media-is-changing-our-art-experience> 4 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Skopbülten (2023). *İKSV'nin 18. Bienal'in küratör seçim sürecine ilişkin skandalları protesto ediyor*. E-Skop <https://www.e-skop.com/skopbulten/iksvnin-18-bienalin-kurator-secim-surecine-iliskin-skandallari-protesto-ediliyor/6647> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Smart History. (2023). *Art in Turkey*. <https://smarthistory.org/locations/turkey/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Smith, T. (2016). *Biennials: Four fundamentals, many variations*. Biennial Foundation. <https://www.biennialfoundation.org/2016/12/biennials-four-fundamentals-many-variations/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Sotheby's. (t.y.) *Trends in contemporary curating*. Sotheby's Institute of Art. <https://www.sothebysinstitute.com/news-and-events/news/trends-in-contemporary-curating> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Sotheby's. (t.y.). *The history of Sotheby's auction house*. Sothebys.com. <https://www.sothebys.com/en/about/our-history?locale=en> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Sun, G. (2021). *Yıkılmasının üzerinden 30 yıl geçen Berlin Duvarı hakkında bilmeniz gerekenler*. Euronews. <https://tr.euronews.com/2021/11/09/yikilmasinin-uzerinden-30-yil-gecen-berlin-duvar-hakkinda-bilmeniz> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Sybaris. (2022). *What is the role of the curator in contemporary art world?* Sybaris Collection. <https://www.sybariscollection.com/what-is-the-role-of-the-curator-in-contemporary-art-world/> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tadesse, A. (2023). *How has globalization affected contemporary art?* ATX Fine Arts. <https://www.atxfinearts.com/blogs/news/how-has-globalization-affected-contemporary-art> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Bauhaus*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/b/bauhaus> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Biennial*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/b/biennial> 8

- Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Conceptual art*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/c/conceptual-art> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Curator*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/c/curator> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Dada*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/d/dada> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *De Stijl*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/d/de-stijl> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Pop Art*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/p/pop-art> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Realism*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/r/realism> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tate's Art Term. (t.y.). *Romanticism*. Tate. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/romanticism> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tesch, N. (2013). *Bruno Latour*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/biography/Bruno-Latour> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Thedifferentlevel. (2022). *How art and politics influence and shape each other*. LEVEL. <https://different-level.com/how-art-and-politics-influence-and-shape-each-other/> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Theory, C. & S. (2023). *Bruno Latour 1947-2022*. Theory, Culture & Society | Global Public Life. <https://www.theoryculturesociety.org/blog/bruno-latour-1947-2022-in-memoriam> 6 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- The Art Genome Project (2014). *Art and the institution*. Artsy. [Art and the Institution | Artsy](https://www.artsy.net/artwork/art-and-the-institution) 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- The Art Story. (t.y.). *Gesamtkunstwerk - modern art terms and concepts*. The Art Story. <https://www.theartstory.org/definition/gesamtkunstwerk/> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2009). *Bulletin-board system: Online forum, message board, networking*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/technology/bulletin-board-system> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2023). *Arab Spring: History, revolution, causes, effects, & facts*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/event/Arab-Spring> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2023). *COVID-19: Cause, symptoms, treatment, & prevention*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/science/COVID-19> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2009). *TCP/IP: Definition & facts*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/technology/TCP-IP> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- The Modern House. (t.y.). *Hans Ulrich Obrist: The celebrated curator on why home has*

- always been a place of artistic discovery.* Journal | The Modern House. <https://www.themodernhouse.com/journal/homing-in-hans-ulrich-obrist/> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tomal, R. ve Hayden. B. (2012). *A history of social media [Infographic]*. Copyblogger. <https://copyblogger.com/history-of-social-media/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Tubach, S. & Lesser, C. (2018). *20 Curators taking a cutting-edge approach to art history*. Artsy. [20 Curators Taking a Cutting-Edge Approach to Art History | Artsy](https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-20-curators-taking-a-cutting-edge-approach-to-art-history) 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Türk Dil Kurumu. (t.y.) *Küratör*. TDK Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> 17 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- UNESCO Türkiye Milli Komisyonu. (t.y.). *UNESCO Hakkında*. UNESCO. <https://www.unesco.org.tr/pages/96/2/unesco> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- United Nations. (t.y.). *Greenwashing – the deceptive tactics behind environmental claims*. United Nations. <https://www.un.org/en/climatechange/science/climate-issues/greenwashing> 6 Aralık 2013 tarihinde erişildi.
- Üney, E. (2012). *Marka hakları, sanatçı haklarına karşı: Elgiz Müzesi'nde histeri*. E-Skop. <https://www.e-skop.com/skopbulten/marka-haklari-sanatci-haklarina-karsi-eligiz-muzesinde-histeri/75> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- U.S. National Science Foundation. (2003). *A brief history of nsf and the internet*. https://www.nsf.gov/news/news_summ.jsp?cntn_id=103050 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- U.S. National Science Foundation. (t.y.). *NSF and the birth of the internet - special report*. National Science Foundation. https://www.nsf.gov/news/special_reports/nsf-net/textonly/index.jsp 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Walsh, S. (2022). *What is social media?* Search Engine Journal. <https://www.searchenginejournal.com/social-media/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- AGSA. (t.y.). *What is a curator? Learn about the role of curators*. AGSA - the Art Gallery of South Australia. <https://www.agsa.sa.gov.au/education/resources-educators/agasa-art-school-online/what-curator/> 15 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Willette, J. (t.y.). *The institutional theory of art*. Art History Unstuffed. <https://arthistoryunstuffed.com/the-institutional-theory-of-art/> 7 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Wong, B., JD. (2023). *Top social media statistics and trends of 2023*. Forbes Advisor. <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Vartanian, L. (2019). *The pros and cons of instagram for the art world*. TheArtGorgeous. <https://theartgorgeous.com/instagram-affecting-art-world/> 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Volle, A. (2023). *Globalization: Examples, impact, & pros and cons*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/money/topic/globalization> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Yetişkin, F. N. (2023). *Sosyal hareketlerin incelenmesinde kalabalıklar kuramı ve*

- Gustave Lebon. Sosyologer. <https://www.sosyologer.com/sosyal-hareketlerin-incelenmesinde-kalabaliklar-kurami-ve-gustave-le-bon/> 19 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Yıldırım, H. (2021). *Politika — sanat: sancılı bir cephe*. Valör in Medium. <https://medium.com/val%C3%B6r/politika-sanat-sancili-bir-cephe-40d193d7dca4> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Yıldız, M. (2015). *Sanatçıların küratörlere karşı hak arayışı*. E-Skop. https://www.e-skop.com/skopbulten/sanatci-hakki-sanatcilarin-kuratorlere-karsi-hak-arayisi/2422#_edn4 19 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Zelazko, A. (1998). *Topkapi Palace Museum: History, layout, collections, & facts*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/Topkapi-Palace-Museum> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Zhang, S. (2019). *How does technology help contemporary artists with their art*. LoveFunArt. [How Does Technology Help Contemporary Artists with Their Art? – LoveFunArt](https://www.lovefunart.com/How-Does-Technology-Help-Contemporary-Artists-with-Their-Art?_LoveFunArt) 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Tezler:

- Kanellidi, P. (2019). *The Contemporary Art Market: How Digital Globalization is Changing the Art World*. International Hellenic University. School of Economics, Business Administration & Legal Studies. [IHU Dissertation Thesis 2017-18 .pdf](#) 5 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Korkmaz, A. P. (2004). *1990-2000 Yılları Arasında İstanbul'da Yapılan Küratörlü Sergiler*. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Yasa Yaman, Z. (1992). *1930 - 1950 Yılları Arasında Kültür Sanat Ortamına Bir Bakış: D Grubu*. Yayınlanmamış Tez, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Yıldırım, H. (2019). *Labour Conditions of Contemporary Artist in Turkey*. Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Görseller:

- Görsel 1.** Ada Jones, Opera Sanatçısı Mors Alfabetini Kullanırken, 1915, Library of Congress Archive, <https://www.washingtonpost.com/news/retropolis/wp-content/uploads/sites/62/2017/05/MorseCode.jpg> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Görsel 2.** İlk Sosyal Medya Platformu Six Degrees'in Giriş Sayfası, 2023 <http://www.sixdegrees.com/> 13 Aralık 2023 tarihinde erişildi.
- Görsel 3.** Küresel Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri, 2023 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot> 3 Aralık

2023 tarihinde erişildi.

Görsel 4. Sosyal Medya Platformlarının Kullanıcı İstatistiklerinin Karşılaştırılması, 2023

<https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot>
3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 5. Sosyal Medya Platformlarının Aylık Aktif Kullanıcı Sayısı, 2023

<https://www.business2community.com/tech-news/social-media-ad-spending-growth-is-already-plateauing-02703349> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 6. Sosyal Medya Kullanımının Farklı Yaş Kategorilerindeki Ana Nedenini Gösteren İstatistik, 2023 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 7. Dünya Geneline Favori Sosyal Medya Platformlarını Gösteren İstatistik, 2023 <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 8. Özgürlük Meşaleleri Yürüyüşünden Bir Görsel, New York, 1929 <https://www.leblebitozu.com/halkla-iliskiler-nedir-halkla-iliskilerin-kurucusu-edward-lee-bernays-kimdir/> 3 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 9. Dünyanın Her Yerindeki Ülkeler Küreselleşme İle Birbirlerine Bağlanıyor, (t/y) <https://www.bbc.co.uk/bitesize/topics/zvwtbsk/articles/z2frg7h#z23fydm> 14 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 10. Pall Mall No. 120/121 Gravürü (R. Sandeman'dan sonra G.C. Lighton, (t/y) http://www.branchcollective.org/?attachment_id=1014 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 11. Jason Hoelscher, Dinamik Bienal Diyaloji/Kronotopik Ağ Şeması, (2012) 6x6 inç. Biennials: Four Fundamentals, <https://www.biennialfoundation.org/2016/12/biennials-four-fundamentals-many-variations/> 8 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 12. Elif Öner, Hysteria Çalışması Dolayısıyla Dava Edilmesi Üzerine Yaptığı Yazılı Açıklama, 2012, <https://www.e-skop.com/skopbulten/marka-haklari-sanatci-haklarina-karsi-elgiz-muzesinde-histeri/759> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 13. Burak Arıkan, beraber sergi yapmış sanatçılar ağı: ARTER “ikinci sergi” edisyonu, özel yazılım, dijital baskı, 150 x 220 cm, 2010 <https://burak-arikan.com/tr/network-of-artists-who-exhibited-together/> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 14. Burak Arıkan, beraber sergi yapmış sanatçılar ağı: ARTER “ikinci sergi” edisyonu, özel yazılım (detay), dijital baskı, 150 x 220 cm, 2010 <https://burak-arikan.com/tr/network-of-artists-who-exhibited-together/> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 15. Burak Arıkan, sanatçı koleksiyoner ağı, özel yazılım, dijital baskı, özel dokunmatik projeksiyon, çeşitli boyutlarda, dokunmatik ekran, 2011 <https://legacy.graphcommons.com/graphs/64c77f7f-ff34-4316-83f8-3009f0c54309> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 16. Burak Arıkan, sanatçı koleksiyoner ağı, özel yazılım (detay), dijital baskı, özel

dokunmatik projeksiyon, çeşitli boyutlarda, dokunmatik ekran, 2011
<https://legacy.graphcommons.com/graphs/64c77f7f-ff34-4316-83f8-3009f0c54309> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 17. Burak Arıkan, Antakya bienali sanatçı ağı, özel yazılım, dijital baskı, 220 x 110 cm, 2010. <https://burak-arikan.com/tr/antakya-biennial-artist-network/> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 18. Burak Arıkan, Antakya bienali sanatçı ağı (detay), özel yazılım, dijital baskı, 220 x 110 cm, 2010. <https://burak-arikan.com/tr/antakya-biennial-artist-network/> 18 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 19. Documenta 5 sergisinin mekânı Museum Fridericianum ve girişin üzerindeki “Sanat Lüzumsuzdur” yazısı 1972. <https://www.e-skop.com/skopbulten/sanatci-hakki-sanatcilarin-kuratorlere-karsi-hak-arayisi/2422> 16 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 20. Robert Morris’in Flash Art’ın Haziran 1972 sayısında yayınlanan Harald Szeemann’a mektubu. <http://pietmondriaan.com/tag/robert-morris/> 19 Aralık 2023 tarihinde erişildi.

Görsel 21. Halil Yıldırım, Sözlük, dijital tasarım, 13.5 x 13.5 cm, 2023

Görsel 22. Halil Yıldırım, Sözlük, kağıt üzeri dijital baskı, 29 x 16 x 3 cm, 2023 (Sergiden görünüm)

Görsel 23. Halil Yıldırım, Not Defteri, dijital tasarım, 21 x 29.7 cm, 2023

Görsel 24. Halil Yıldırım, Not Defteri, 200 gr A4 kağıda baskı, 21 x 29.7 cm, 2023 (Sergiden görünüm)

Görsel 25. Halil Yıldırım, Rıza İmalatı Anıtı, atık kartonlar ve küratöryal metinler, mekana özgü çalışma, değişken boyutlar, 2023

Görsel 26. Halil Yıldırım, Rıza İmalatı Anıtı, atık kartonlar ve küratöryal metinler, mekana özgü çalışma, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 27. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine karışık teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 28. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine karışık teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 29. Halil Yıldırım, Küratöre Aforizmalar, kumaş üzerine karışık teknik ile yazı, değişken boyutlar, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 30. Halil Yıldırım, You’re Curated Since, dijital sayaç, değişken boyutlar, 2023

Görsel 31. Halil Yıldırım, The Artful Deception, 4K AI animasyon film, 1:30 dakika, 2023 (video bağlantısı: <https://vimeo.com/899897298?share=copy>)

Görsel 32. Halil Yıldırım, This is How We Do, kağıt üzeri keçeli kalem, 10.5 x 29.7 cm, 2023

Görsel 33. Halil Yıldırım, This is How We Do, kağıt üzeri keçeli kalem, 10.5 x 29.7 cm, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 34. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz. Sadece Bir Süreliğine!, kağıt üzerine dijital baskı, 5.8 x 21.1 cm, 2023

Görsel 35. Halil Yıldırım, Kürate Ediliyorsunuz. Sadece Bir Süreliğine!, kağıt üzerine

dijital baskı, 5.8 x 21.1 cm, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 36. Halil Yıldırım, Özgünlük Şiiri, canson kağıt üzerine el yazısı, 35 x 50 cm, 2023

Görsel 37. Halil Yıldırım, Özgünlük Şiiri, canson kağıt üzerine el yazısı, 35 x 50 cm, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 38. Halil Yıldırım, Araştırma Masası, enstalasyon, 180 x 70 x 80 cm, 2023 (sergiden görünüm)

Görsel 39. Halil Yıldırım, Araştırma Masası, enstalasyon, 180 x 70 x 80 cm, 2023 (detay) (sergiden görünüm)

Görsel 40. Halil Yıldırım, Curate Me Like One of Your French Girls, dijital iş internet sitesi, 2023 (<https://qwerdex.github.io/Halil/> adresinden 7 Ocak 2024 tarihinde erişilmiştir.)

Görsel 41. Halil Yıldırım, You Are Curated Art World, şarkı sözü (ing), 2023

Görsel 42. Halil Yıldırım, Küratörlendin Sanat Dünyası, şarkı sözü (tr), 2023

Görsel 43. Halil Yıldırım, Küratörlendin! sergisi sergiden genel görseller, 2023

Görsel 44. Halil Yıldırım, Küratörlendin! sergisi sergiden genel görseller, 2023

Görsel 45. Halil Yıldırım, Küratörlendin! sergisi sergiden genel görseller, 2023

7. EKLER

7.1 EK-1: ARAŞTIRMA BAZLI, DİL VE METİN ÜZERİNE ÇALIŞAN SANATÇILARA ÖRNEKLER

Bu tez çalışması kapsamında araştırma bazlı çalışan sanatçılar araştırılmış ve araştırmanın görselliğe evrilmesi süreciyle ilgili taramalar yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmalar metinlerarasılığa doğru bir yönelim gerçekleştirmiş ve dil ile metin üzerine çalışan sanatçılar ve çalışmaları da araştırılmıştır. Bu doğrultuda, bu ek ve içindekiler, tezin bağlamını ve araştırma konusunun görselliğe evrilme sürecinde bulunan sanatçılardan ve çalışmalarından örnekler barındırır.

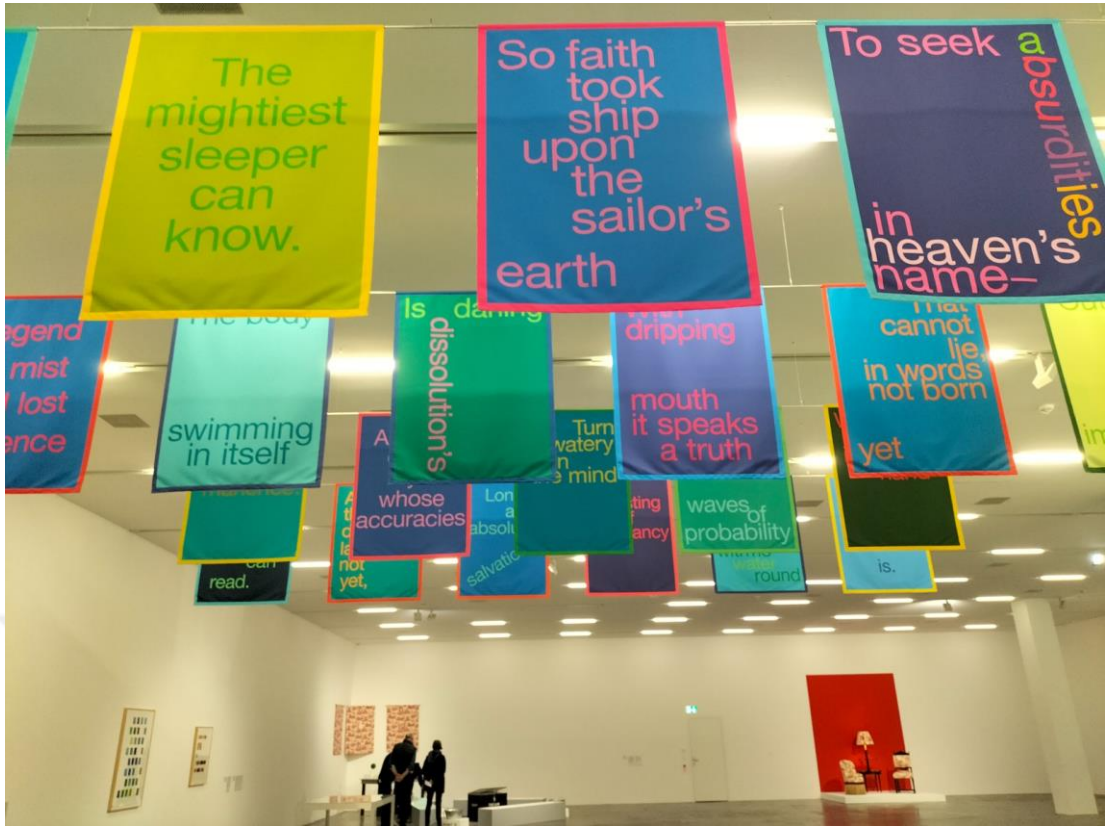
- Hito Steyerl
- Rene Green
- Lothar Baumgarten
- Esra Oskay
- Burak Arıkan
- Ahmet Öğüt
- Ayşe Erkmen
- Miriam Elia
- Özlem Günyol & Mustafa Kunt
- Joseph Kosut
- John Baldessari
- On Kawara
- Barbara Kruger
- Jenny Holzer
- Lawrence Weiner
- Guerilla Girls
- Kirstine Roepstorff

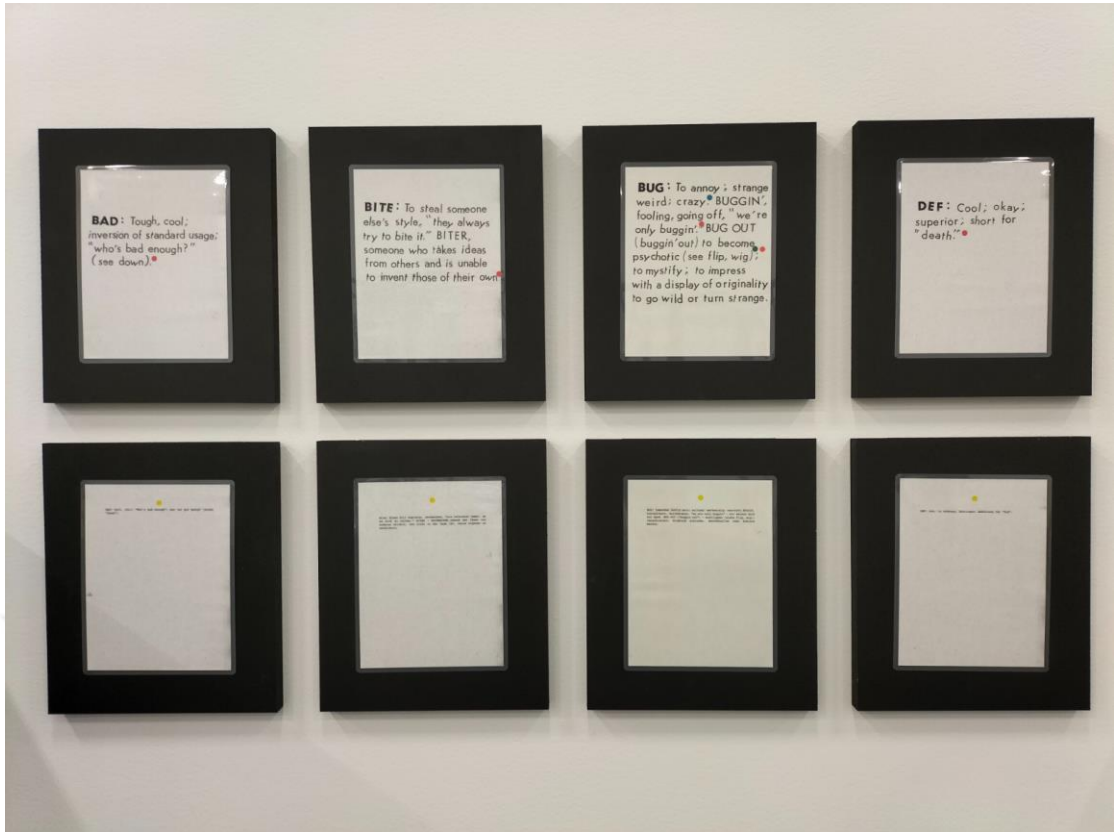
Rene Green

Amerikalı sanatçı, yazar ve film yapımcısıdır. Çoğulcu pratiği heykel, mimari, fotoğraf, baskı, video, film, web siteleri ve ses dahil olmak üzere normalde oldukça katmanlı ve karmaşık enstalasyonlarda birleşen geniş bir medya yelpazesini kapsamaktadır.

Çalışmaları, zaman içindeki ilişki ve değişim döngüleri, kamusal ve özel hafızalarda hayatta kalan, hayal edilen ve icat edilen şeylerdeki boşlukları ve değişimleri üzerine araştırmalarla meşgul olmaktadır. Aynı zamanda değişen kültürlerarası alanın artık yapılabilecekler ve düşünebilecekler üzerindeki etkilerine de odaklanmaktadır. Aşağıda Zurich Kunsthalle’de 2022 yılında gerçekleşen sergisinden görünüm yer almaktadır.



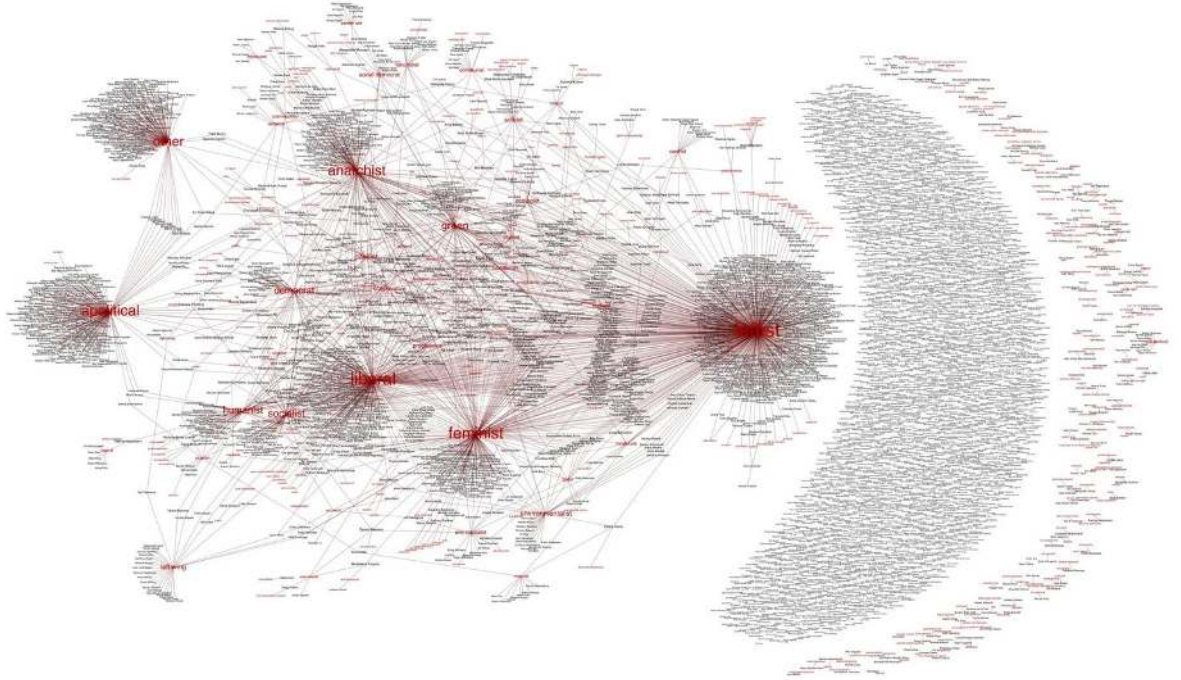


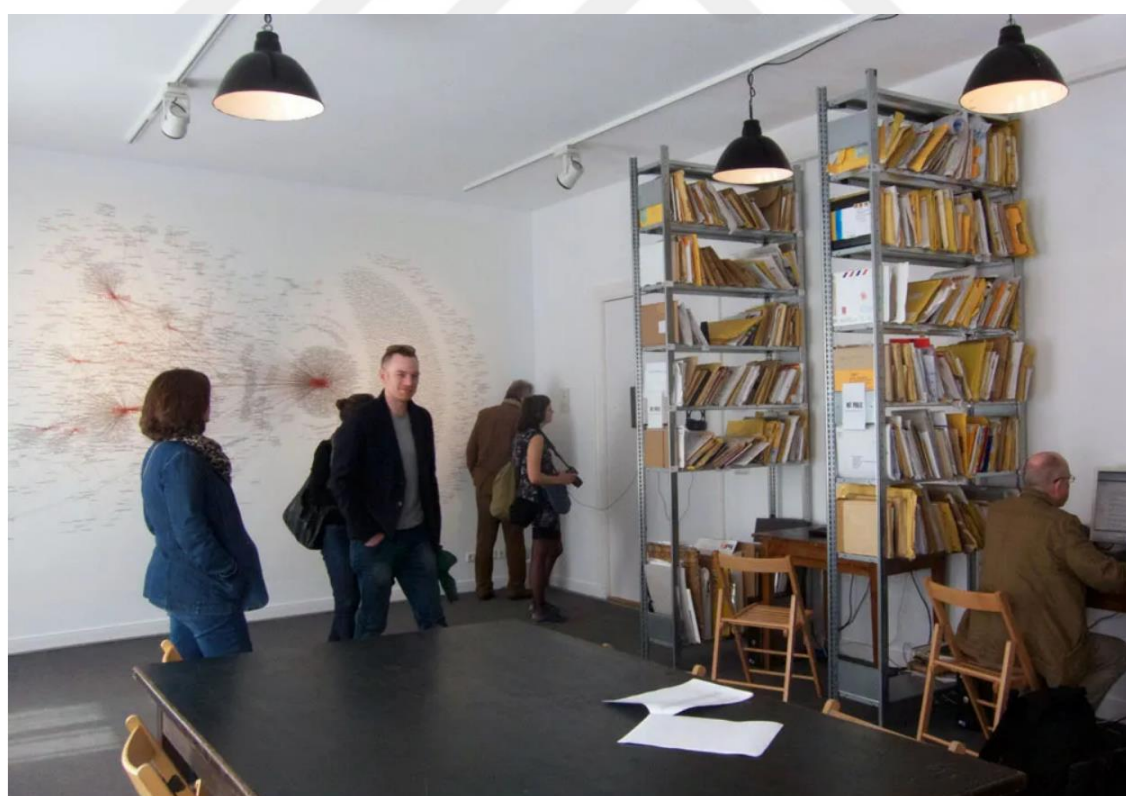
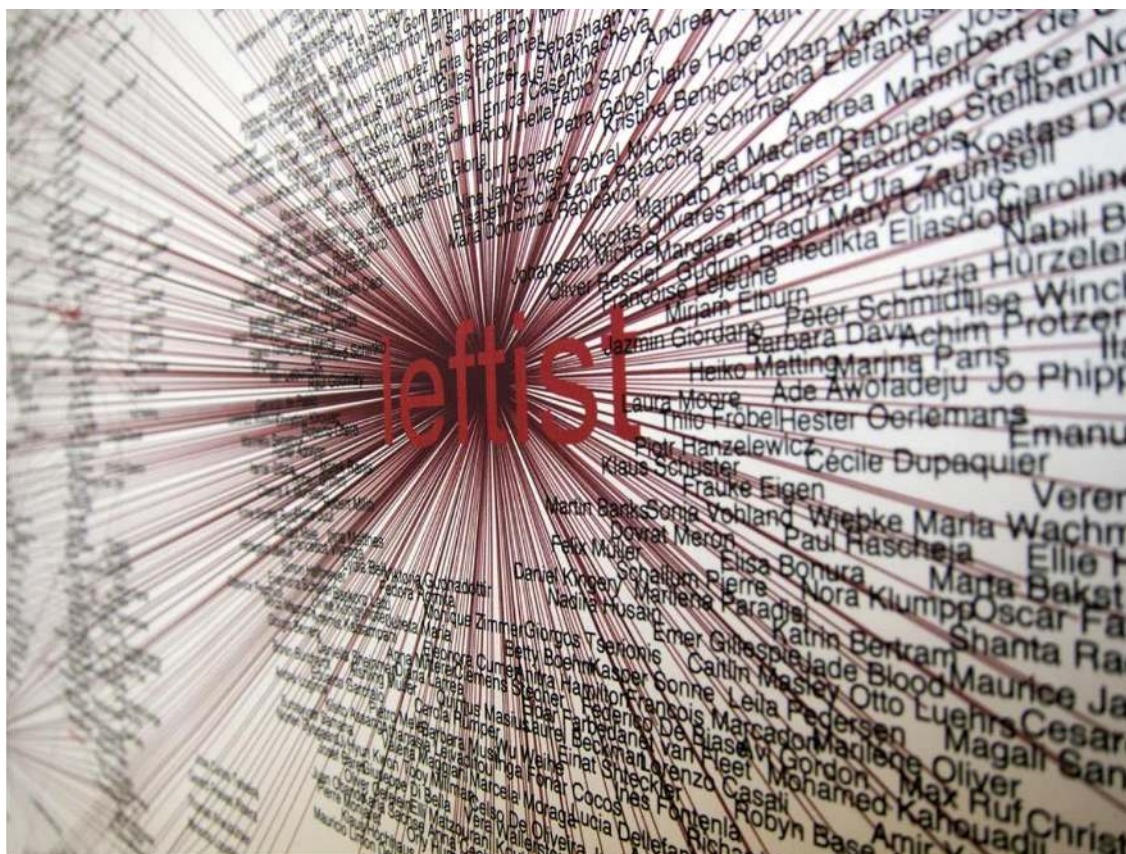


Burak Arıkan

Karmaşık ağılı sistemlerle özel yazılımlar eşliğinde çalışır. İşlerinde toplumsal konuları araştırmakta ve bulguları ile soyut mekanizmalar geliştirmektedir. Ağ haritaları ve tahmin sistemleri yaratır, performanslar yapar ve bu sayede görünmez güç ilişkilerini görünür kılarak onları tartışmaya açar.

Graph Commons, veri ağlarını haritalamak, analiz etmek ve paylaşmak için işbirliğine dayalı bir platformdur. Sanatçıların 7. Berlin Bienali'ne yaptıkları başvurulardaki beyanlarına dayanarak, sanatçıların ve siyasi eğilimlerinin ağ haritasını çıkarmıştır. Harita 4592 sanatçı ve 395 farklı siyasi eğilimi içermektedir. Çalışmanın 7. Berlin Bienali'ndeki sergilenmesinden görüntüler.

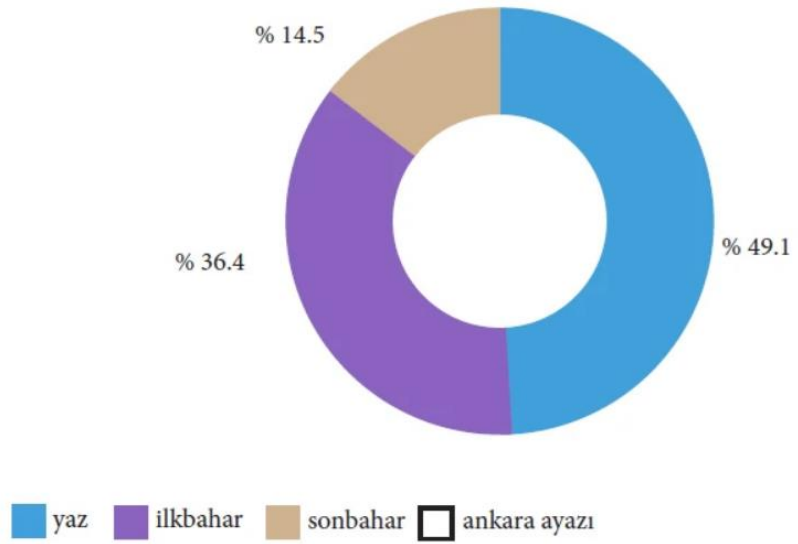
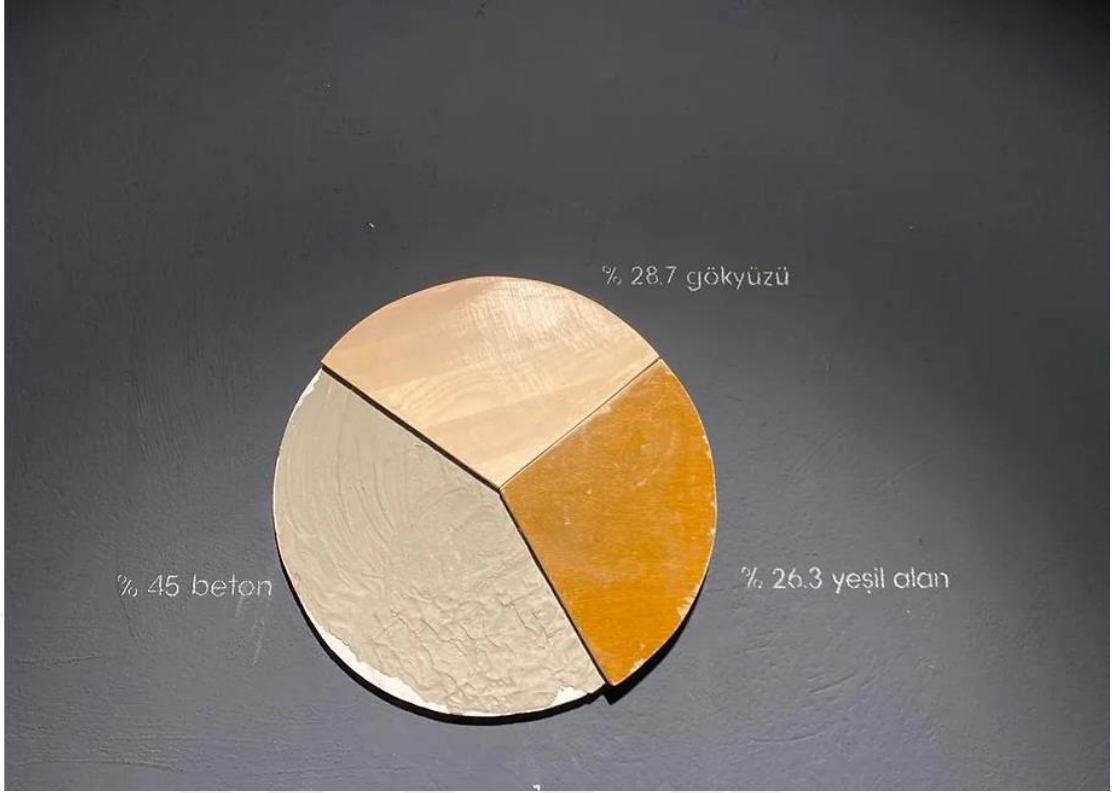




Esra Oskay

Sanatçının ilgi alanları arasında kamu kavramının değişen yüzü, duygu siyaseti, iktidarın maddeselliği, gündelik olanın siyaseti ve bilim felsefesi yer almaktadır. Proje Ankara çalışması, Ankara’da 2021 yılında satışta olan 79 konut projesinin 3D görsellerinde temsil edilen, inşa edilmekte olan toplum, bir seri demografik analize tabi tutularak, Ankara’nın yakın gelecekteki çehresini anlamaya çalışmaktadır. Bu görseller üzerinden eğrçeleştirilen nüfus sayımlarından elde edilen istatistikler grafiklerle görselleştirilirken, arzu edilen toplum insanının sınırları netleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu ilanlardan yola çıkarak, geçmiş, şimdi ve gelecek arasında melezlenen Ankara’yı görmeyi hedeflemektedir. Elgiz Müzesi’nde gerçeleşen Proje Ankara sergisinden görünümler.





3D görsellerde yapılan gözlemde Ankara'nın karakteristik soğuğuna rastlanmamıştır.

On Kawara

On Kawara (1932 - 2014), Japon kavramsal sanatçıdır. Kawara, sanatı kişisel duygulardan arındırarak neredeyse saf bilgi veya fikre indirgeyen ve resmi temsil aracı olmaktan kurtarmaya çalışan bir sanatçıdır. Lawrence Weiner, Joseph Kosuth, Hanne Darboven ve diğerleriyle birlikte, dile özel bir önem vermiştir. (Language Art). 1960'ların ortalarında ortaya çıkmaya başlayan, sanatı kişisel duygularından arındırarak neredeyse saf bilgi veya fikre indirgeyen ve sanat nesnesini büyük ölçüden küçümseyen geniş bir uluslararası kavramsal sanatçı kuşağına mensuptur.

1 Milyon Yıl (1969)

Sanatçının, zamanın akışı ve işaretlenmesiyle ilgili en bilinen eserlerinden biridir. Sanat eserinin ortaya çıkışına kadar geçen bir milyon yıllık dönemdeki her bir yılı ve onu takip eden bir milyon yılı listeler. Geçmiş bir milyon yılı listeleyen eser “yaşamış ve ölmüş olan herkese”, gelecek bir milyon yılı listeleyen eser ise “sonuncuya” adanmıştır. Bazen, sanatçı çiftlerinin (tipik olarak her bölüm için bir erkek ve bir kadın) her listeden tarihleri sırayla okuduğu ve aynı anda Bir Milyon Yıl [Geçmiş] ve Bir Milyon Yıl [Gelecek] performanslarını sergilediği bir performans gerçekleştirilir.





Ayşe Erkmen, Am Haus, Enstalasyon, 1994,



Miriam Elia, Marina an the course of the Royal Yugoslavian academy of art, 2023,
Dunge Beetle books series

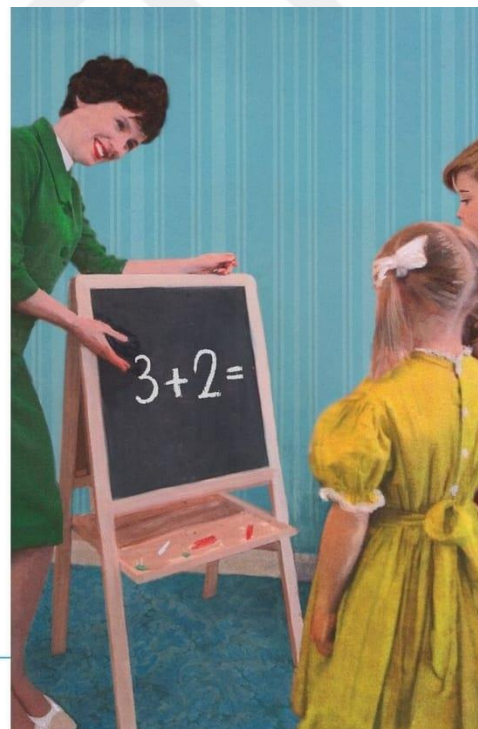


20

"What is the answer?"
asks Mummy.

"5," says Susan.
"Fascist!" says Mummy.
"You are excluding the
other numbers."

new words anti discriminatory mathematics



Guerilla Girls, Why in 1987 is documenta 97 percent white and 83 percent male, 1987,

© Courtesy of Guerilla Girls

WHY IN 1987 IS DOCUMENTA 95% WHITE AND 83% MALE?

A PUBLIC MESSAGE FROM:

GUERRILLA GIRLS

CONSCIENCE OF THE ART WORLD

Richie Culver, *God Is My Curator*, Acrylic and lacquer on canvas, 162 × 130 × 3 cm,
2020



EXTENDED ABSTRACT

MANUFACTURING CONSENT IN THE ART WORLD WITHIN THE SCOPE OF CURATING

Halil YILDIRIR

Duzce University

Institute of Social Sciences , Department of Painting

Doctoral Thesis

Supervisor: Prof. Dr. Ferhat ÖZGÜR

January 2024, 184 pages

This thesis research investigates the manufacturing of consent in the art world, specifically in curating, and how curators shape public opinion and the art market by selecting, exhibiting, and interpreting artists and works of art. To thoroughly examine the concept of manufacturing consent, we draw on various fields including communication, sociology, psychology, politics, media studies, public relations, language, cultural theories, art history, and the impact of globalization, the internet, and social media on art discourse, reception, and curation. Our analysis employs an interdisciplinary approach. The thesis is divided into several chapters, each addressing important issues related to creating consensus in the art world. The introduction provides research summaries and the framework of the thesis, outlining what will be covered in each section and how it will be handled through prominent names in the field.

The second chapter delves into the concept of Manufacturing Consent, its historical development, usage, and related disciplines. A theoretical framework is created, incorporating the perspectives of influential thinkers such as Walter Lippmann, Edward Bernays, Antonio Gramsci, Edward S. Herman, and Noam Chomsky. The term 'manufacturing consent' was first introduced in Walter Lippmann's work, Public Opinion. The manufacture of consent refers to the process of persuading large segments of society within a democracy through various communication channels, without applying force or pressure, or by distorting the facts professionally if necessary, in order to obtain their approval. This section provides a detailed explanation of the concept and how it is used, based on the researchers mentioned above. The purpose of this section is to expose the mechanisms and network of relationships by which curators exert their influence in shaping public opinion through their choices and interpretations, and constructing the reality of curation. To achieve this, curators must ensure that all environmental conditions are conducive to the manufacture of consent. This section defines and examines environmental conditions through sociological, psychological, public relations, and media studies applications. It provides insights into the manipulation of public opinion and the role of the media, which are essential for understanding the dynamics in the art

world. The relationship between the concept of manufacturing consent and other disciplines is also explored. This section discusses the role of media studies in manufacturing public consent through mass communication. The text examines Jonathan Obar's ideas on social media in the context of the subject. It investigates the role of social media, one of the most effective mass media tools today, in producing consent. Additionally, it examines the role of social media platforms in shaping public discourse and perception.

The text also discusses the concept of post-truth with Steve Tesich's critical approach and investigates its role in the production of consent. Subsequently, this study provides a detailed analysis of the theoretical perspectives and ideas of Edward Bernays, Sigmund Freud, Gustave LeBon, Pascal Gielen, Lippmann, and Bruno Latour, under the title of 'The Art of Establishing Relationships and Cultural Engineering'. The impact of their ideas on the production of consent is also examined. The language used is clear, concise, and objective, with a formal register and precise word choice. The text adheres to conventional academic structure and formatting, with consistent citation and footnote style. The sentences and paragraphs create a logical flow of information with causal connections between statements. The text is free from grammatical errors, spelling mistakes, and punctuation errors. No changes in content have been made. This chapter examines how curators strategically develop relationships, shape narratives, and design cultural experiences to influence public perception and consent in the art world.

The following section focuses on globalization and the internet, exploring the impact of the institutionalization of art and the role of social media in shaping public opinion. Jonathan Obar and Noam Chomsky's perspectives on globalising art institutions have highlighted how globalisation and the digital age are transforming the art world and its power dynamics. This section investigates the effects of the internet's development on globalisation and the art world, with a focus on social media usage statistics to examine people's interactions with the internet. The concept of curation has become increasingly popular with the millennium. Curators select artists and works based on themes determined in exhibitions, which has further increased its importance in the career development of artists. This thesis explores the evolving nature of curation and its relationship with the millennium, drawing on the works of Pascal Gielen, Bruno Latour, George Orwell, and other important figures.

This thesis examines the perspectives of David Sylvester, Hans Ulrich Obrist, Enis Batur, and Vasif Kortun to present a broad definition of curation. The definition covers the multifaceted role of curators in shaping artistic discourse and creating curated experiences. Art critic David Sylvester argues that curators are the most important people in the art world, as they are the true intermediaries of the art world. Curators have gained prominence in the contemporary art world due to their role in mediating between institutional bureaucracy, market forces, artistic representation, and public taste. Previous exhibitions that granted curators this power have also been thoroughly discussed and examined. In particular, the crucial point of curatorial practice in contemporary art, the problematic of constructing artistic meaning through exhibitions, has been examined in depth within the framework of the sample exhibitions discussed. A comprehensive analysis of the effects of curatorship, globalizing art institutions, social media and

network relationships on power dynamics in the art world is presented. This chapter explores the interplay between power, networks, and the construction of consent in the art world. It examines how these forces shape artistic narratives and determine the reception and success of works of art.

The next section, 'Curated Exhibitions and the Manufacturing of Curatorial Consent,' analyzes both primary and secondary examples, drawing on real experiences from the art world. The text examines the production of consent in curated exhibitions and other institutions and actors in the art world. It closely analyzes the special situation of Documenta 5, which was controversial and disruptive in the contemporary art world, and the process and consequences of establishing consent for the curator. This thesis challenges dominant narratives and invites critical thinking by revealing the subtle mechanisms through which consent is produced in the art world.

It offers a comprehensive examination of the production of consent by bringing together the perspectives of influential thinkers, examining power dynamics, and analyzing selected exhibitions. The organisation has facilitated constructive discussion and exchange within the realm of modern art, aiding in the development of a more profound comprehension of the intricate interplay between curators, artists, institutions, and the public.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Halil YILDIRIR

Yabancı Dili : İngilizce

ÖĞRENİM DURUMU

Derece	Alan	Okul/Üniversitesi	Mezuniyet Yılı
Doktora	Resim	Düzce Üniversitesi	2024
Y. Lisans	Sanat Yönetimi	Yeditepe Üniversitesi	2019
Lisans	Sosyoloji	Anadolu Üniversitesi	2018
Lisans	Resim	Hacettepe Üniversitesi	2014
Ön Lisans	Fotoğrafçılık ve Kameramanlık	Anadolu Üniversitesi	2012
Lise	Sayısal	Mehmet Akif Ersoy Anadolu Lisesi	2007

DİĞER YAYINLAR

2022

- “Bir Cennet Trajedisi” - Kasım - İnci Eviner - **Artdog Istanbul**
- “Sanat Umudun En Yüksek Biçimidir” - Kasım - Kür. Beral Madra - **Artdog Istanbul**

- “Hava Durumu Değil, İklim Değişiyor!” - Haziran - Kür. Melike Bayık - **Argonotlar**
- “Doğa Nerede?” - Mayıs - SanataBiYer & ArtPick & Han Spaces - **Mercado & Artfulliving Art**
- “Doğaya Dönüşün Bilinciyle Gelenler” - Mayıs - Zuhal Baysar - **Manifold**
- “Sığınağa Sığınanlar ve Sığmayanlar Bizi Yeniden Şekillendiriyor” - Nisan - Kür. Marcus Graf - **Artfulliving Art**

2021

- “Türkiye’de Özel Sektör ve Sanat İlişkisi” - Kasım - Melih Fereli, Özalp Birol - **Artam Global Art & Design_sayı 63**
- “Oynadığın Sürece Ebedileşirsin” - Ağustos - Artpick & Han Spaces - **Artam Global Art & Design_yaz sayısı**

2020

- “İnsan Başluğu, Boşluk İnsanı Şekillendirir” - Artpick & Hanspaces - Aralık -
- “İnsanla Çehrelenmiş Bir Av Hikayesi” - Zuhal Baysar - Kasım - **Art Unlimited**
- “Geleceğin Belleği Geçmiştir” - SALT Araştırma, digitalSSM - Ekim - **Artam Global Art & Design_sonbahar sayısı**
- “Nesnenin Erotikleşmesi” - Füsun Onur - Eylül - **Manifold**
- “Politika - Sanat: Sancılı Bir Cephe” - CI_Ali Güreli - Ocak - **Valör**

2019

- “Video Çağının Rembrandt’ıyla Özü Döngüsü” - Bill Viola - Aralık - **Milliyet Sanat_sayı 729 & Valör**
- “İtinayla Disipline Edilir” - Kür. Melike Bayık - Kasım - **Milliyet Sanat_sayı 728 & Türkçe Yayın**
- “Dracarys” - Ferhat Özgür, Erdal Duman, Halil Altındere, Fırat Engin... - Kasım - **Valör**
- “Antroposen’den Kapitasolen’e: Doğa ve İnsan” - Kür. Umay Çise Kurt - Ekim - **Sanatatak & Valör**
- “Evet, Nerede Kalmıştık?” - Canan Tolon - Eylül - **Istanbul Art News_sayı özel & Valör**
- “Yorumbilgisel Döngü: Geçici Aynılık” - Zeynep Kayan - Mart - **Diken & Valör**
- “İkililerin İlişkiseliliği” - Ahmet Elhan - Mart - **Istanbul Art News_sayı 60 & Valör**

2018

- “Otelde Dolu Dolu Bir Gün” - Erinç Seymen, Can Küçük, Hera Büyüктаşçıyan, Şant Mengücek, Başak Bugay - Kasım - **Istanbul Art News_sayı 56 & Valör**
- “Sanatçının Merkezle İlişkisi” - Ekim - **Istanbul Art News_sayı 55 Piyasa Eki & Valör**
- “Mimari Birimin Uyarlanabilir Estetiği: Yokyerler” - Deniz Aktaş - Eylül_Ekim - **YKY Sanat Dünyamız_sayı 166 & Valör**
- “Son Alımlara İlk Bakış” - Kür. Hasan Bülent Kahraman - Eylül - **Istanbul Art News_sayı 54 Piyasa Eki & Valör**
- “İç Mekanın Şiirselliği” - Kemal Seyhan - Haziran, Temmuz, Ağustos - **Istanbul Art News_sayı 53 & Valör**
- “Mega Fuarlara Katılmak Hayali Mi?” - Haziran, Temmuz, Ağustos - **Istanbul Art News_sayı 53 Piyasa Eki & Valör**
- “Türkiye’de Müzeciliğin Tanımı Yok” - Mayıs - **Istanbul Art News_sayı 52 Piyasa Eki & Valör**
- “Bellegin Nidası: Schadenfreude” - Volkan Aslan - Nisan - **Istanbul Art News_sayı 51 & Valör**
- “Video Sanatının Konuşulmayan Sorunları” - Nisan - **Istanbul Art News_sayı 51 Piyasa Eki & Valör**
- “Abiyogenezden 3.5 Milyar Yıl Sonra” - Emin Mete Erdoğan - Mart - **Istanbul Art News_sayı 50 & Valör**
- “Gerçeklik Algımızın İzdüşümleri” - Fayçal Baghriche - Mart - **Valör & Plato Sanat**
- “Sanat Sektörünün Emekçileri Sesini Yükseltiyor” - Mart - **Istanbul Art News_sayı 50 Piyasa Eki & Valör**
- “Boşluğun Sessiz Umudu” - Mehmet Dere, Nezaket Ekici, Yunus Emre Erdoğan, İsmail Şimşek - Şubat - **Istanbul Art News_sayı 49 & Valör**
- “Bağımsız Sanatçıların Yan Etkileri” - Şubat - **Istanbul Art News_sayı 49 Piyasa Eki & Valör**
- “Geçmişten Gelen Canavarın Belgesi” - Tayfun Gülnar - Ocak - **Istanbul Art News_sayı 48 & Valör**
- “Sanatçı Vizelerine Başvuru Süreçleri” - Ocak - **Istanbul Art News_sayı 49 Piyasa Eki & Valör**

2017

- “Işığın Ahengiyle Konuşan Renkler” - Nejat Satı - Aralık - **Istanbul Art News_sayı 48 & Valör**
- “Alternatif Sergi Mekanları” - Aralık - **Istanbul Art News_sayı 48 Piyasa Eki & Valör**

- “1+1=1 Parçalanmış Karakter Yapısı” - Kutluğ Ataman - Aralık - **Plato Sanat & Valör**
- “Galerilerin Geleceği: Peki Ama Nasıl?” - Kasım - **Istanbul Art News_sayı 47 Piyasa Eki & Valör**
- “Altüst Olmuş Anlamlar” - Ahmet Sarı - Kasım - **Istanbul Art News_sayı 47 & Valör**
- “Sanat Dünyasının Alternatif Yolları” - Ekim - **Istanbul Art News_sayı 45_Piyasa Eki & Valör**
- “Ufkun Altında Kör Arayışlar” - İnci Eviner - Eylül - **Istanbul Art News_sayı 44_Sergi Eki & Valör**
- “İmitasyon Oyunu” - Ali Elmacı - Eylül - **Istanbul Art News_sayı 44 & Valör**
- “Ceza Sahasından Pozisyonlar” - Serkan Demir - Haziran, Temmuz, Ağustos - **Istanbul Art News_sayı 43 & Valör**
- “Arter: Anlamsızlık için Alan” - Jake & Dinos Chapman - Mayıs - **Plato Sanat & Valör**
- “Tüketen ve Üreten Bir Bağ” - Kür. Gülsüm Turgut - Mayıs - **Sanatonline & Valör**
- “Ütopya Meydanları” - Kür. Ezgi Bakçay - Mayıs - **Art Unlimited_özel sayı & Valör**
- “TANKS R US (TOYS R US)” - Jennifer Allora & Guillermo Calzadilla - Mart - **Plato Sanat & Valör**