

NEOLİBERALİZM VE KÜRESELLEŞME EKSENİNDE BİR ARAÇ OLARAK MÜZE, MÜZECİLİK



Pelin Gülerkaptan

Giriş

Müzeyi ve müzeciliği kurulduğu tarihin ve mekanın özelliklerinden ayrı olarak düşünemeyiz. Aksine, müze, müzecilik Avrupa modernitesinin koşullarında doğmuş, her zaman egemen politik-ekonomik sistemin belirli ihtiyaçlarına cevap olarak kurgulanmış ve egemen sistemin belirli hedeflerine ulaşma yolunda bir araç olarak kullanılmıştır. Nihayetinde, bu ihtiyaçlar ve araçsallık doğrultusunda müzede sergilenen sanatsal, arkeolojik, etnografik, folklorik, bilimsel vb. eserler ve müzeye gelmesi hedeflenen kitle değişim göstermektedir.

19. yüzyılda Avrupa müzeleri ulusallık, evrensellik ve ilerleme idealleri çerçevesinde bir temsil ilkesini taşımaktaydı. Müzeler batı merkezli perspektifin, özellikle de Aydınlanma düşüncesinin bir uzantısı niteliğindedi ve küresel bir kolonyal sistemin parçasıydı. Bu dönem, Osmanlı'da Batılılaşma ve modernleşme gayretlerinin yoğunlaştığı bir döneme denk düşer. Osmanlı müzeciliğinin başlangıç devri Batılılaşma ve modernleşme eğilimlerini kendine özgü bir biçimde yansıtır. 20. yüzyılda ise, özellikle Cumhuriyetin kuruluşundan sonraki döneme, ulus-devlet anlayışının hakim olduğu bir zihniyet damgasını vurur ve bu dönemde müzeler ulusal bir kimlik yaratma hedefinin önemli hatlarından birini oluşturur.

20. yüzyılın son çeyreğinde ise, neoliberalizm ve küreselleşme dalgası

ile beraber müzecilik, devletin tekelinde/yönetiminde ve müdahalesi altında bir alan olmaktan çıkıp küresel piyasanın bir unsuru halini alacaktır. Bir anlamda müzecilik devletin tekelinden bağımsızlaşmıştır. Finans sermaye, doludizgin bir şekilde, sadece ekonomik alana değil, kültürel alana (üniversiteler, yayınevleri, vakıflar vs.) da sızmıştır. Çeşitli sermaye zümrelerinin birbiri ardı sıra yöneldiği özel müzecilik de bu sürecin bir halkasıdır. Böylece müzeler de giderek özelleşmiş ve hatta şirketleşmiştir. Bu süreçte Türkiye’de Nejat Eczacıbaşı öncülüğünde ilk modern sanat müzesi olan İstanbul Modern ve bu tarihe çok yakın tarihlerde Pera Müzesi ve Sabancı Müzesi açılmıştır.

Tüm bu bilgiler ışığında ilk söylenebilecek olan; neoliberalizm ve küreselleşme dalgasına dek müze/ müzecilik devletin ideolojik bir araçtır. Fakat neoliberalizm ve küreselleşme ile beraber müze/müzecilik büyük şirketlerin küreselleşme amacına hizmet eden (devlet ile yapılan işbirliğini de göz ardı etmemek gerek elbette) bir araç halini almıştır.

Metni yazarken izlediğim yol; müze ve müzeciliğin neoliberal politikalar ile beraber keskin değişimini gösterebilmek için 19 ve 20. yüzyıllardaki müze/müzecilik algısından çalışmanın sınırları dahilinde bahsederek, neoliberalizm ve küreselleşme ile beraber müze/müzeciliği düşünmeye odaklanmaktadır. Çalışmamda kullanmak üzere araştırmasını yaptığım örnekler ise; İstanbul Modern, Pera Müzesi ve Sabancı Müzesidir.

19 ve 20. Yüzyıllarda Avrupa ve Osmanlı Müzeciliği

19. yüzyıl, sanayinin büyüyüp geliştiği, kentleşmenin hızlı bir biçimde arttığı, nüfusun yoğunlaştığı, bireyselliğin ön plana çıktığı, modernitenin sanattan mimariye kadar her alanda hakimiyet sürdüğü bir yüzyıl olmuştur. “Müzeler çağı” olarak anılıyor olmasının sebebi de, Avrupa’nın bütün emperyal merkezlerinde birbiri ardı sıra müzelerin açılmış olmasıdır. 19. yüzyıl modern dünyanın inşa edildiği bir süreçtir ve bu inşanın önemli hatlarından birini de müzeler oluşturmaktadır. Bu dönemde öncelikle kraliyet koleksiyonları müzelere dönüşmeye başlar ve toplum/ulus odaklı bir ortak geçmiş oluşturulmaya çalışılır. Sürecin hedefi modern devletin birey-yurttaş modelini oluşturmaktır. Bu dönemde açılan bazı müzeleri örnekleyecek olursak; Londra’da British Museum, Madrid’de Prado, Berlin’de Altes, Paris’te Louvre gibi modeller karşımıza çıkar. Avrupa kanadında durum, Avrupa dışındaki tüm toplumlar karşısında bir alanda daha güçlü olmak anlamını da taşıyordu. Egemenliğin, sermayenin ve kültürün merkezi olmak ve bütün bu alanlarda ileride olmak. Başka bir ifadeyle, ulusal ve evrensel çapta yüksek bir temsil imkanına kavuşmak.

Burada esas üzerinde durulması gereken nokta, Osmanlı’da bu sürecin

nasıl vücut bulduğu meselesidir. 19. yüzyıl Osmanlı için politik ve ekonomik alanda Batılı bir perspektifin benimsendiği, idari, hukuki/anayasal, askeri ve kültürel planda önemli dönüşümlerin gerçekleştiği bir dönemdir. Bu alanlarda Batı'yı model alarak modernleşmeye yönelen devletin yenilikçi tutumu, bu alanları muhafaza etme arzusu ile karşılaşır ve birleşir. Haliyle çelişkili bir dönem olduğunu belirtmek gerekli görünüyor.

Bu çerçevede Osmanlı müzesinin serüveninden de bahsetmek gerekiyor elbette. Öncelikle 19. yüzyılda Avrupa'da başlayan müzecilik akışına Osmanlı'nın da katılmış olması şaşırtıcı değildir. Kendi kimliğini oluşturmaya çalışan Avrupa karşısında Osmanlı da kendi kimliğini yeni baştan kurmaya çalışacaktır. Bu dönemde ilk müzenin kurulması "modern ve ilerici" Osmanlı'nın da temsili olacaktır. Osmanlı'da da ilk müzenin kuruluş hikayesi, tıpkı Avrupa'da olduğu gibi, bir koleksiyonun müzeye çevrilmesi usulüyle olacaktır. Bizans'ı temsil eden Aya İrini Kilisesi'ne padişaha ait iki koleksiyon yerleştirilir. Bir tanesi Eski Silahlar Koleksiyonu (Mecmua-i Esliha-i Atika), diğeri ise Eski Eserler Koleksiyonu (Mecmua-i Asar-ı Atika)'dur. Osmanlı İmparatorluğu'nda arkeolojinin değeri de tam bu dönemde ortaya çıkmaya başlayacaktır. Aya İrini, Müze-i Hümayun adını alacaktır; adı üstünde, saraya bağlı bir müzedir. Dolayısıyla halka açık bir müze değildir, sadece saray bünyesinden kişilere ve dışarıdan gelen hatırı sayılır, elit konuklara açıktır. Bu durum 1880 yılına kadar böyle devam edecektir. 1880 yılında Eski Eserler Koleksiyonu'nun Topkapı Sarayı içinde bulunan Çinili Köşk'e taşınmasıyla müze halka açılacaktır.

Osmanlı müzeciliği denince akla gelen ilk isim Osman Hamdi Bey'dir. Osman Hamdi Bey Müze-i Hümayun'un ilk Türk müdürü, bir arkeolog ve aynı zamanda bir ressamdır. 1891'de Osman Hamdi Bey'in fikir önderliğinde bir müze kompleksi projesi başlatılır. Bu projeye göre müze, bünyesi içinde hem bir kütüphaneyi hem de bir akademiyi barındıracaktır. Müzecilikte daha teşekküllü bir safhaya geçilme çabası olarak düşünebiliriz bu projeyi.

19. yüzyıl Osmanlı müzeciliği için canlıdır ve bu alanda sürekli yeni adımlar atılmaktadır. Osmanlı için müze faaliyeti modernliğin bir temsilidir demek yerinde olacaktır. Avrupa'nın evrenselliği ve "ilerleme"yi temsil ettiği ve merkez olduğu iddiası karşısında bir konumlanış çabası olarak okuyabilir miyiz bu çabayı? Bir bakıma öyle gözüküyor. Ancak gene de burada bir çelişki göze çarpmaktadır: Avrupa'da müzecilik, modern bireycilik, modern ulus-yurttaşlık gibi değerlerle biçimlenen devlet politikalarını sürdürmenin ve aynı zamanda dünyada kültürel alanda da evrensel, ilerici ve merkez olduğunu göstermenin bir yoludur. Buna karşılık Osmanlı'da müzecilik ise hem kendi tarihini ve kimliğini korumanın bir yolu, hem de modern bir devlet olmanın gereğidir. Osmanlı, modern bir devlet olmayı hedeflemiş ve bu

doğrultuda Avrupai usulleri tercih etmiş, ancak modernleşme pratiklerinde birtakım sancılar da yaşamıştır. Bu, belki de bütün 19. yüzyılı dolduran Osmanlı yenilikçi çabaları için masaya yatırılması gereken bir çelişkidir ya da bu çelişkiyi doğuran şey Batılılaşma diye uygulanan politikanın içkin çelişkisidir. Söz konusu çelişkiler modern arkeoloji ve müzecilik çalışmalarına da yansımıştır.

“Müze-i Hümayun, nam-ı diğer İstanbul Müzesi, çok yönlü açmazlarla kuşatılmıştı. Avrupa merkezli bir anlatıyı aynı anda hem temsil etmek hem de ona direnmek; bir yanda kendi milliyetçiliğini örgütlerken, diğer yanda İmparatorluğu parçalayan öteki milliyetçiliklere savaş açmak; emperyal bir hanedanı taçlandırırken anti-emperyalist bir ideolojiye bürünmek; İslam’ı yüceltirken onun temsillerini yalıtımak gibi ikilemler Müze’ye damgasını vurmuştu. Ve giderek bütün müzeoloji, kimlik politikalarının ve yönetici elitin bu konudaki çekişmelerinin ya da zaaflarının ister istemez etkilediği zayıf bir kişiliğe büründü.”¹

19. yüzyılda Avrupa’da ve Osmanlı’da müzecilik faaliyetlerine dair bu kıyaslamadan şöyle bir sonuç çıkarmak mümkündür: Avrupa müzelerinin kuruluş hikayesi ile Osmanlı müzeciliğinin hikayesi birbiriyle tam anlamıyla örtüşmemekte, belirli açılardan farklılaşmaktadır. Hem ekonomik, hem de politik olarak, birbirine paralel ama aynı zamanda çelişen ilişkiler müze üstünden de üretiliyordu. Müze bir amaç değil, bir araçtı.

20. Yüzyıl Cumhuriyet Müzeciliği

Türkiye Cumhuriyeti kuruluş süreci ve sonrasında ulusal bir kimlik yaratma mücadelesi vermiştir. İşgal ve Milli Mücadele yılları sırasında Anadolu’da bir Türk kimliği ve geçmişi yaratılmak istenir. Ancak inşa edilen Yeni Türkiye’de Osmanlı geçmişi ile olan tarihsel bağ da kesilmek istenir. Haliyle Cumhuriyet dönemi de bir kimlik inşası çabasının eseridir diyebiliriz. Bu kimliği oluşturma sürecinin önemli hatlarından biri de yine müzecilik ve kültür faaliyetleri olmuştur. Yeni dönemde kolektif bir hafıza inşası, ulusal bir kimliğin en önemli koşuludur. Ve kolektif hafızanın oluşturulması için, çok daha eskiye dayanan ortak geçmişin, halkın hayatında bir eğitim alanına dönüşmesi gerekmektedir. Başta Ankara olmak üzere büyük şehirlerde açılan müzelerin yanında, Anadolu’nun her yerinde sayısız Halkevi binasının açılmasının bir tesadüf olmadığı aşıkardır. Halkevleriyle ilgili detaylı bilgi vermek bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır. Fakat Cumhuriyetin kuruluş

¹ Ali Artun, *Mümkün Olmayan Müze, Müzeler Ne Gösteriyor?*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2017, s. 53.

aşamasında kolektif bir hafıza olarak ulusal bir kimlik yaratma çabasının yoğunluğunu vurgulamak adına belirtilmesi gereken bir husustur. Bu başlık altında odaklanacağım asıl konu ise Cumhuriyet dönemi müzeciliğidir.

Müzecilik ve arkeoloji çalışmaları Cumhuriyet döneminin yeni-kültür inşasının temel taşlarından birini oluşturmaktadır. Henüz Cumhuriyet ilan edilmemişken, 1920 yılında Hars Dairesi oluşturulmuştur. Hars Dairesi müzecilik işleriyle ilgilenmek üzere oluşturulmuş bir kurumdur. Bunun ardından 1921 yılında Hitit Müzesi ve ardından da Etnografya Müzesi açılmıştır.

Müze açma ve ulus kimlik yaratma mücadelesi uzun yıllar sürecektir. Gerek arkeoloji ve etnografya müzeleri, gerekse sanat müzeleri kurulma serüveni devlet elitleri ve devlete bağlı sanatçılar için de önemli bir mesele haline almıştır. Osmanlı döneminde karmaşayı yaratan şey elbette Cumhuriyet döneminde de bir karmaşa yaratacaktır. Bir yandan ulusal bir kimlik yaratma çabası kazı çalışmalarını ve arkeolojik müze anlayışını geliştirirken, bir yandan da modern bir devlet olmanın temsili olarak modern müze kurma ihtiyacı güdülecektir. Bunun da devlet politikası ile paralel giden bir süreç olduğunu bir kez daha vurgulamakta fayda vardır.

1980'li yıllara kadar Avrupa'da, Osmanlı'da ve Türkiye Cumhuriyeti'nde sayısız müze açılmıştır. Bu müzelerin herhangi birinin amacının sanat/kültür/uygarlık kalıtlarını sergilemek ya da kamuoyunu bir bütün olarak sanatla buluşturmak olduğunu söylersek meselenin pek çok farklı boyutunu görmezden gelmiş oluruz. Çünkü Avrupa'da olduğu gibi, Türkiye'de de müzecilik faaliyetleri öncelikle bir amaç değil, araç olma niteliğini taşımaktadır. Müze, devlet politikasının, özel girişimlerle de desteklenen bir hattı, bir temsili olmuştur çoğu zaman. Elbette yukarıda aktardığımız tarihsel serüven içerisinde alternatif bir müze faaliyeti ya da projesinin olup olmadığı bu çalışmanın sınırlarını aşmaktadır. Ancak şu kadarını söyleyebiliriz ki, müzeciliğin gelişiminde, Türkiye'deki serüvenin aksine, Batı'da, özel girişimler de devletin yanı sıra etkili bir rol oynamışlardır.

1980'ler, dünyada neoliberalizmin ve küreselleşme hareketinin hüküm sürdüğü ve pek çok şeyi kökten değiştirdiği bir dönemdir. Liberalizmden neoliberalizme, modernizmden postmodernizme, fordizmden postfordizme doğru bir değişim/dönüşüm söz konusudur. Bu dönemde ekonomik, politik, sosyal, kültürel anlamda ciddi bir kırılma yaşandığını iddia etmek mümkündür. Bu kırılmanın temel hatlarını çizerek olursak; devletin ekonomik alanda değişen rolü (azalan etkisi), özelleştirme politikaları, şirketleşme ve ulusal bir ekonomiden küresel bir ekonomiye doğru sermayenin/kültürün değişen ve akışkanlık kazanan yeni biçimi ilk olarak söylenilmesi gerekenlerdir. Ulus-devlet çabası ve modelinin geride kaldığı, ulus-ötesi bir küresel ağın şekillendiği bir dönemden söz etmekteyiz. Dönemi, devletlerden ve ka-

muoyundan ziyade, şirketlerin yönetici olduğu ve damgasını vurduğu bir dönem olarak niteleyebiliriz. Neoliberal politikalar ile beraber kültür de özelleştirilen alanlar arasındadır. Kültürün özelleşmesi özel üniversitelerin, özel müzelerin, çeşitli vakıfların açıldığı bir süreci işaret etmektedir. Bu noktada odaklanacağım mesele, neoliberal politikalarla beraber devlet/kamu müzeciliğinin yerine geçen, şirket-müzesi diyebileceğimiz bir müzecilik anlayışının ön plana geçmesidir. Devletin doğrudan kamu kaynaklarını kullanarak yatırım yapıp şekillendirdiği müze ve müzecilik artık özel şirketlerin belli başlıklar altında elinde tuttuğu bir alana dönüşmüştür. Önceleri bir devlet politikasının parçası olan müzecilik artık piyasanın bir parçası haline gelmiş, şirketleşmiş, hatta mağazalaşmıştır. Elbette devlet eliyle kurgulanan ve oluşturulan müzeciliğin sanat ve kültürle bağları sorgulanabileceği gibi, şirketlere bağlı olan müzeciliğin de sanat-kültür dünyası ile bağı sorgulanmalıdır. Her iki durumda da amaç sanatın/kültürün kendisi veya sanatı/kültürü sergilemek değildir. Her iki durumda da müze farklı hedefler için “araç” olma halini sürdürmektedir.

Neoliberalizm, Kültür ve Sermaye

Neoliberal politikalar ve küreselleşme hareketi ile birlikte ulus-devlet zihniyetinin büyük ölçüde geride kaldığı yeni dönemde, kültüre akan sermaye de uluslararası sermayeye katılmanın temel eksenlerinden birini oluşturmaktaydı. Büyük şirketler artık ulusal değil, uluslararası şirketler halini almıştır ve aynı zamanda dünyanın merkezi kentlerine (hatta bunlara dünya kenti/metropol diyebiliriz) yatırım yapma çabası içerisine girmişlerdir. Böylece kültürel etkinlikler, sanat ve müzecilik de şirketlerin uluslararası alana açılmasının bir aracı olmaktadır. Aynı zamanda 1980’lerden itibaren yapılan tüm kültürel etkinlikler (fuarlar, bienaller, olimpiyatlar, sergiler vb.) ülkenin sermaye akışını sağlayan temel organizasyonlar arasında yer almışlardır. Ulus-devlet yapısından küresel ekonomiye geçişin bir adımını da bu uluslararası kültürel etkinlikler oluşturmaktadır.

Bu süreç aynı zamanda kentsel bir rekabet ortamını da doğurur. Küresel ekonomiye kültürel anlamda katkı sağlayabilecek olan kent, Türkiye’de ilkin ve özellikle İstanbul olmuştur. Uluslararası fuarlar, büyük sanat galerileri, büyük sanat müzeleri İstanbul’da kurulmaktadır. İstanbul’un dünya kenti olup olamayacağına ya da olup olmadığına dair pek çok tartışma ve çalışma bulunmaktadır.

“Küreselleşme de aslında İstanbul’un kendisini dünya kamuoyunun tüketimine sunarken kullandığı dilden başka bir şey değildir. Ne var ki, bu dilin göstergeleri kent mekanı ve yaşamı üzerine damgalanan imgeler olarak

kalır. İstanbul bir vitrindir artık. Önemi, yalnızca Türkiye'nin ekonomik merkezi olmasından kaynaklanmaz; aynı zamanda Türkiye'nin küresel sermayeye eklemlenme, bir dünya kenti olma potansiyeli taşıyan tek kentidir İstanbul. Dolayısıyla en azından belirli bölgelerinin bu eklemlenmeye elverecek şekilde donatılması ve pazarlanması gerekir.”²

Neoliberal sermaye ve küreselleşme bağlamında İstanbul ve müzecilik faaliyetleri özelinde bir maddelendirme yapmak gerekirse şu hususlara dikkat çekilebilir:

1) Neoliberalizm devletin sermayeye olan müdahalesinin geri plana itildiği, ekonominin ve kültürün her alanda özelleştirildiği yeni bir çıkışı başlatmıştır.

2) Ulus-devlet modelinin geri plana itildiği ve ulus-ötesi bir ilişkiler ağına geliştiği bir dönemdir.

3) Uluslararası sermaye akışını sağlayan önemli alanların başında kültürel faaliyetler gelir.

4) Küresel sermayenin kültürel alanda en önemli hattını büyük ve uluslararası müzeler oluşturur.

5) Tüm bunlar küresel bir kent algısı yaratır ve dünya üstünde bazı kentler uluslararası sermaye ve kültür akışının sahipliğini yapmaktadır.

6) Türkiye’de tüm bu süreçler İstanbul’u bir dünya kenti yapma çabasının da bir parçasıdır.

7) Müzecilik uluslararası bir sermaye ve kültür akışının parçasıdır; aynı zamanda çokuluslu şirketlerin tekelinde olan modernliğin temsili bir mekandır.

8) Müze/müzecilik, sanatın teşhirinin sağlandığı yerler olmaktan ziyade, belirli kesimlerin belirli çıkarlarına cevap veren yerler olma özelliğini korumaktadır.

Müzenin her zaman bir araç olduğunu vurgulamakla birlikte, neoliberalizm ve küreselleşme ile yaşanan kırılmanın temel bir ilişki biçimi haline geldiğini ve artık müzeye giden kitlenin bir “müşteri” olduğunu, müzede sergilenen ise bir meta olduğunu iddia edebiliriz. Modern çağda müze evrensel uzamı olan bir yurttaş oluşturmaya odaklanmışken, neoliberal çağda bir müşteriye hitap ediyordu. Büyük şirketler ile müzeler ve ziyaretçi kitlesi arasında örülen ilişkiler ağı genel planda küresel sermayenin bir parçasını oluşturuyordu. Kültürün özelleşmesi ile devlet elinden şirket eline geçen müzeler artık bir nevi şirketti. Tüm bunlara rağmen, müzelerin belirli bir kit-

² Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul’da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005, s. 44-45.

lenin büyük sanatçıların eserlerine erişim kaynağı ve olanağı olduğunu da belirtmek gerekiyor.

Öncelikle söylenmesi gereken; çeşitli vakıflar, uluslararası sermayeye katkı sağlayan büyük şirketler, kültür ve sanat faaliyetlerini hayata geçirirken, ülkenin görünürlüğüne ve küresel dünya sistemine dahil olmasına bir katkı sunma amacı da taşımaktadırlar. İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı bahsettiğim temelde kurulan ilk vakıftır. Bu vakfın sitesinde “Tarihçe Bölümü”ndeki ilk iki paragrafı aktarmak istiyorum:

“İstanbul Kültür Sanat Vakfı (İKSV), kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olarak İstanbul’da uluslararası sanat festivalleri düzenlemek amacıyla 1973 yılında Dr. Nejat F. Eczacıbaşı önderliğindeki 17 işadamı ve sanatsever tarafından kuruldu.

Vakfın birincil hedefi kültür ve sanat çalışmalarının en seçkin örneklerini sunmak ve aynı zamanda sanat yoluyla uluslararası bir platform oluşturarak Türkiye’nin ulusal, kültürel ve sanatsal değerlerini tanıtmaktı.”

Bu iki paragraftan anlayacağımız üzere vakfı kuran kişiler ülkenin kültürel anlamda gelişimine katkı sağlamak ve ülkeyi uluslararası alanda görünür kılmak adına bir görev üstlenmişlerdi. Elbette bu görev, kendi şirketlerinin küresel politikasının da bir parçasıydı. Bu kişilerin ve şirketlerinin medyada olumlu bir şekilde resmedildiğini de vurgulamak gerekiyor. Bu durumda hem şirketlerin, hem de sanat ve kültürün işleyişi ve yönetimi değişime uğramıştır diyebiliriz. Şirket politikaları için kültüre yatırım yapmaya ihtiyaç vardı. Ülkenin uluslararası alanda piyasaya çıkmasının bir parçası bu iken, büyük şirketlerin de bu alana yatırım yapması zorunluluk haline gelmişti.

Sponsorluk da bu süreçte önemli bir yere sahiptir. “Örneğin, İKSV festival bütçelerinin % 70’i aşkın bir bölümü sponsorlar aracılığı ile karşılanıyor. Sponsorluğun bu boyutlara ulaşması ve büyük sermaye gruplarının zamanla kendi müzelerini, sanat galerilerini veya yayınevlerini kurmaları kent kültürü ve mekanı üzerindeki tasarruflar dengesinde kamusalda özele ciddi bir kaymaya işaret eder.”³ Sponsorluğun bu denli gelişmiş olmasının da büyük şirketlerin aslında her alanda markalaşma hedefine sahip olduğu üstünden okunmalıdır. Kentte yapılan bir festivale sponsor olmak elbette sadece sanatı seviyor olmaktan ve katkı sağlamak isteğinden ötede bir çıkarı temsil eder. Tüm sponsorluk faaliyetlerinin festival ya da müze ziyaretçilerine potansiyel bir müşteri olarak baktığını unutmamak gerekir. Bu durum gösteriyor ki; kültürün özelleşmesi ile ziyaretçi kitlesinin seçkinleşmesi ya da seçkinleştirilmesi arasında kopmaz bir bağ vardır.

³ Sibel Yardımcı, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul’da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005, s. 94.

Bu durumda sanat ve kültürün de aynı zamanda bir ticari temsile dönüş-
tüğünü düşünebilir miyiz? Tüm özelleşme politikaları ile birlikte kültürün
de özelleşmesi sanatı-kültürü piyasanın bir parçası haline getirmiş olmuyor
mu? Belli ekonomik kaygılar güden bir piyasanın içinde salt sanattan,söz
edebilir miyiz? Pek mümkün gözüküyor. Şöyle ki:

“Serbest ticaret hacminin yetersizliğinin farkında olan şirketler ve dev-
letler, sanatta araçsal talepler yaratarak ticaret hacmini arttırmaya çalıştık-
ça, sanatın neoliberalizmi tamamlayıcı niteliği de daha belirgin hale geliyor.
Şirketler, sanatı kullanarak, reklamla sağlanamayacak bir marka bağlılığı
yaratmak isterler; devlet ise sanatı kullanarak, serbest ticaretin toplumsal
birlik üzerindeki yıkıcı etkilerini dengelemeye çalışır. Yani hem şirket hem
de devlet, elbirliğiyle işlerlik kazandıkları güçleri dizginlemeye çalışırlar.”⁴
Bu durumda sanatın, bir alışveriş merkezinde teşhir edilen ürünlerden nasıl
bir farkı kalıyor? Sanat meraklısının alışverişe giden bir tüketiciden ve sanat
müzesinin bir alışveriş merkezinden ne farkı kalıyor? Sanat müzesinde sergi
gezerken satın alma durumumuz olmasa bile, gerek sponsoruyla gerek şir-
ketiyle potansiyel müşteriler olduğumuz için o şirketler sponsor değil mi za-
ten? Akla gelen pek çok sorudan bir diğeri ise modern dünyanın oluşturmak
istediği birey aslında artık tüketici bir yığına dönüştürülmüş değil midir? Bu
metin sınırları gereğince, tüm bu soruları sormakla yetinmektedir.

Kurgulamış olduğum tüm bu bağlamdan müze, sermaye, şirketler, sa-
nat ve sanat takipçisi kategorileri çerçevesinde İstanbul Modern, Pera Mü-
zesi ve Sabancı Müzesi’nde uzun gezintiler yaptım. Değerlendirmelerim ve
ulaşabildiğim bilgiler çerçevesinde bu üç müzeyi hem bir araştırmacı hem
de bir sanat meraklısı olarak gezerken gözlemlediklerimi ve hissettikleri-
mi aktarmaya çalışacağım. Bu üç müzeyi seçme sebebim, Türkiye’nin önde
gelen üç büyük şirketi tarafından kurulmuş üç büyük müze oluşlarıdır. Ve
bu müzelerin kuruldukları tarihler birbirine oldukça yakındır. 2002 yılında
Sabancı Müzesi, 2004 yılında İstanbul Modern ve 2005 yılında Pera Müzesi
kurulmuştur. Kuruluş hikayeleri birbirinden farklı olan müzelerin fiziki ve
niteliksel olarak pek çok ortak yanı vardır.

Üç Büyük Şirket, Üç Büyük Müze

İstanbul Modern

İstanbul Modern 2004 yılında Nejat F. Eczacıbaşı tarafından kurulmuş ilk
modern sanat müzesidir. Müzenin tarihçesini İstanbul Modern’in sitesinin

⁴ Julian Stallabrass, *Sanat A.Ş., Çağdaş Sanat ve Bienaller*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2009,
s. 117.

“Tarihçe Bölümü”nden alıntılarla paylaşmak istiyorum.

“Bina

İstanbul Modern’in tohumları, 1987 yılında, 1. Uluslararası Çağdaş Sanat Sergileri’nde, bugünkü adıyla Uluslararası İstanbul Bienali’nde atıldı. Serginin İstanbul sanat ortamına getirdiği ilgi ve dinamizmden etkilenen İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı’nın kurucusu Dr. Nejat F. Eczacıbaşı, İstanbul’da daimi bir modern sanat müzesi kurmak üzere harekete geçti.

Uzun bir arayış sonrasında Haliç’te, 19. yüzyıl sanayi alanı olan Feshane, çağdaş sanat müzesine dönüştürüldü. Bina, 1991 yılında 3. İstanbul Bienali’ne ev sahipliği yaptı, fakat uzun vadeli proje gerçekleşemedi. O günden bu yana pek çok projeye İstanbul’da bir modern sanat müzesi düşünün gerçekleşmesi denendi, ama uygun bir yer bulunamadığından veya ana koleksiyon oluşturulamadığından girişimler sonuca ulaşamadı.

Projenin kaderi, 2003 yılında 8. İstanbul Bienali’nin, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Akademisi’nin yanında yer alan dört numaralı gümrük antreposu- nu ana mekânı olarak kullanmasının ardından yeniden değişti.

Dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan alanın daimi olarak kullanılması onayladığında, müze projesinin önündeki ana engel kalkmış oldu.

T.C. Denizcilik İşletmeleri için kuru yük antreposu olarak inşa edilmiş olan 8000 m²’lik bina, Tabanlıoğlu Mimarlık tarafından, tam donanımlı, modern bir müzeye dönüştürüldü.

Bölge

İstanbul Boğazı’nın Haliç’i çevreleyen bölgesi, binlerce yıl boyunca doğal bir liman işlevi görerek kenti, dünya üzerindeki diğer ticaret ve kültür merkezleriyle birleştirdi.

13. yüzyılda, çeşitli Latin kolonileri bu bölgede liman kurmaya başladı. Bunlardan biri, Tophane mahallesinin yer aldığı Galata bölgesini yaratan Ceneviz limanıydı. 17. yüzyıla gelindiğinde Tophane rıhtımları Avrupa’dan gelen gemilerin ana limanı haline gelmişti.

İlk başta, her gemicilik şirketinin gemilerini demirlediği ayrı bir şamandırası ve mallar ile yolcuları karaya çıkaran ayrı bir kürek takımı vardı. Taşımacılık trafiği ve yolcu sayısı artınca bu sistem yetersiz hale geldi ve 1879 yılında sahil boyunca rıhtımlar inşa edilmeye başladı.

1910 yılında rıhtımlara antrepo ve hangarlar inşa edildi. 1923 yılında Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulması ile birlikte bu rıhtımlar, 1984 yılında Türkiye Gemicilik İşletmesi adını alan Gemicilik ve Limanlar İşletmesi yönetimine verildi.

Şu andaki bina, Tophane Meydanı’nın 1957-58 yıllarındaki düzenlenmesi sırasında ambar olarak, ünlü mimar Sedat Hakkı Eldem yönetiminde inşa edildi. Rıhtım, 1990 yılına kadar İstanbul’un ana limanı olarak kullanıldı ve

bugün pek çok ticari gemiyi ve yolcu gemilerini karşılamayı sürdürüyor.”

Öncelikle bu tarihçede dikkat çeken; bina ve bölge ayrımı yapılmış olmasıdır. Bina ve bölge ayrı ayrı anlatılırken her ikisinin de tarihsel niteliğine vurgu yapılmıştır. Kuruluş hikayesinin 1987’de başlamış olması elbette tesadüf değildir. Yukarıda da anlatmaya çalıştığım gibi 1980’li yıllarda neoliberalizm ile tanışan Türkiye’de kültürün özelleşmesi çabaları müzecilik özelinde 1987’de başlamıştır diyebiliriz. Bu kuruluş serüveni 2004 yılında dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan’ın duruma müdahale etmesiyle tamamlanmıştır. Buradan anlamamız gereken; şirketlerin kültürel alana yatırım yapmasını devletin teşvik etmiş ve kolaylaştırmış olduğudur. Müzenin kurulması için seçilen bölgenin jeopolitik olarak önemi metin içinde de vurgulanmıştır. Müzenin kurulduğu yerin de ticaret ve kültür merkezlerinin tam da ortasında yer alması şaşırtıcı değildir. Müzenin olduğu bölge bugün hala İstanbul’un tarihi, turistik ve kalabalık semtlerinden biridir. Çevresinin de aynı tarihe, kalabalığa ve turistik ruha sahip olduğunu söylemek mümkün. Sermayenin akışının sağlandığı alanların yakınlığının vurgulanmasının da önemi olduğunu düşünüyorum.

İstanbul Modern’in internet sitesi oldukça kapsamlı ve ulaşılmak istenen her bilgiye ulaşabileceğiniz bir sitedir. Bu sitede benim için dikkat çekici olan “Hakkında” bölümünden bazı paragrafları paylaşmak istiyorum:

“İstanbul Modern’e Hoşgeldiniz!

İstanbul Modern Sanat Müzesi, Türkiye’nin sanatsal yaratıcılığını kitlelere ulaştırmak ve kültürel kimliğini uluslararası sanat ortamıyla paylaşmak amacıyla disiplinlerarası etkinliklere ev sahipliği yapan bir müzedir.

Modern ve çağdaş sanat alanlarındaki üretimleri uluslararası bir yönlemlle koleksiyonunda toplar, korur, belgeler ve sergileyerek sanatseverlerin erişimine sunar.

Türkiye’nin ilk modern sanat müzesi olarak 2004 yılında, İstanbul Boğazı’nın kıyısındaki 8.000 metrekarelik bir alanda kurulmuştur.

Sürelî ve sürekli sergi salonları, fotoğraf galerisi, eğitim ve sosyal programları, kütüphane, sinema, restoran ve mağazası ile çok yönlü bir hizmet alanı sunar.

Müzenin koleksiyonları, sergileri ve eğitim programları, her kesimden ziyaretçiye sanatı sevdirmeyi ve onların etkin biçimde sanata katılımlarını sağlamayı hedefler.”

Bu paragraflar İstanbul Modern’in yönetim kurulu başkanı Oya Eczacıbaşı tarafından yazılmıştır. Anlaşılan o ki, müze, kurucuları tarafından bir misyon üstlenilerek kurulmuştur. Kuruculuğu Nejat Eczacıbaşı tarafından yapılan müze Eczacıbaşı Şirketinin bir parçasıdır ve yönetimi ve yönetim kurulu da şirketin önde gelen kişileri tarafından yürütülmektedir. Neoliberal

dönemde kurulan modern sanat müzelerinin şirketlerin kültürel alanda da ön plana çıkma kaygısı taşıdığını yukarıda belirtmiştim. Oya Eczacıbaşı'nın yazdığı bu paragrafta ise hem Türkiye'nin uluslararası alanda kültürel anlamda temsilini sağlamak amacı güdüldüğü, hem de sanatı halkın her kesiminden insana sevdirmek ve katılımlarını sağlamak amacı güdüldüğünü görmekteyiz. Bu söylemler aslında müzenin olduğu kadar sanatın da bir amaç olduğuna karşılık gelmektedir. Fakat işin pratiğinde bu durumun gerçekliğini sorgulamak gereklidir. Öncelikle İstanbul Modern'in halka açık tek günü vardır. Bunun dışında müzeye giriş ücretlidir. Öğretmen ve öğrenci indirimleri daima mevcut olmakla beraber nihayetinde bu bir indirimdir. "Her kesimden ziyaretçiye" diye başlayan cümlemin samimiyetini sorgulayabilir miyiz o halde? Burada mesele fiyatların düşük ya da yüksek olması değildir. Belli bir ücret politikası güdülüyor olması demek belli bir kesimin de dışlanıyor olması anlamına gelmez mi? Gerçekten her kesimden ziyaretçiyi kabullenir mi İstanbul Modern? Her alan, gerek fiyat politikası, gerek işleyişi, gerek iç dekorasyonu, gerekse atmosferi gereği birilerini dışlamaz mı? İstanbul Modern'e çok kez gittim ve her gittiğimde gözlemlediğim şey, ziyaretçi kitlesinin orta sınıf, üst orta sınıf ya da üst sınıf olduğudur. Yani "müşteri kitlesi"nin kültürel olarak üst kültüre, belli değerlere ve "edeb"e sahip bir insan profilini temsil ettiği çok açıktır. Nihayetinde modern sanat müzesi gezmeye gitmeniz için belirli bir kültürel değerler bütününe sahip olmanız ve ayrıca da o müzede nasıl davranacağınızı bilmeniz gerekir. Beden hareketlerinize, sesinize, duruşunuza dikkat etmek zorundasınızdır ve bunları bilmek de belirli bir sınıf için mümkün olabilecek bir şeydir. Demeye çalıştığım şey, bu müzelerin aslında toplumun her kesimine değil de, belirli kategorilerde homojen diyebileceğimiz bir kitleye hitap ediyor olduğudur.

İstanbul Modern'in iç örgütlenmesinden bahsedecek olursak eğer, öncelikle geniş bir alana yayıldığını söyleyerek başlayalım. Girişte otopark ve bahçede güvenlik bulunmaktadır. Binanın içine girdiğiniz an sağ tarafta müzenin mağazasını ve sol tarafta danışmayı görürsünüz. Girişte, sol duvarda ise sayısız sponsorun yazılmış olduğu göze çarpar. Müzenin girişinde mağazanın ve sponsor bilgilerinin verilmiş olması bize ne anlatır? Öncelikle bir pazarlama kaygısı olduğunu söyleyebileceğimizi düşünüyorum, çünkü giriş ve aynı zamanda çıkış olan yerde mağazanın varlığı bize bir ticari kaygının varlığını göstermektedir. Sponsorların adlarının yazılmış olması ise, hem sponsorların gelen ziyaretçileri birer potansiyel müşteri olarak gördüğü gerçeğini, hem de bir reklam amacı güdüldüğünü göstermektedir. Bu sponsorlardan pek çoğu kalıcı olmakla beraber proje odaklı olarak değişim de gösterebilmektedir. Üst katta büyük bir sergi salonu ve çocuk atölyelerinin yer aldığı bir alan vardır. Çocuk atölyelerinin bazıları ücretsiz, bazıları ise

ücretlidir. Alt katta ise kütüphane ve süreli sergilerin sergilendiği salonlar ve sinema salonu vardır. Edindiğim bilgi doğrultusunda İstanbul Modern'in binası kiralanmış olan bir binadır ve hala kiralık olarak kullanılmaktadır. Bu binanın sahibi Eczacıbaşı şirketi değildir. Üst katta müzenin restoranı bulunmaktadır. Bu restoranın işletmesi müzeye ait değildir. Başka bir şirketin yönetiminde olan restoran İstanbul Modern'e kira vermektedir. Kira da bir gelir kaynağıdır elbette.

Edindiğim bilgiler doğrultusunda, Eczacıbaşı Holding'in yönetim kurulu İstanbul Modern'in de yönetim kuruludur ve aynı bir şirket gibi müzenin de belli departmanları vardır. Pazarlama departmanı serginin nasıl kurulacağı, nasıl etkinliklerde bulunulacağı gibi kararları almaktadır. Sergilerinin belirleyicisinin pazarlama departmanı olması manidar bir durumdur. Bu durumda içerideki serginin ve sanatın da pazarlama kaygısı güdülerek hazırlanmış olduğu sonucuna varmamız yanlış olmayacaktır. Ve yine belirtmem gerekiyor ki, aslında İstanbul Modern Eczacıbaşı Holding'in bir parçasıdır. Müzenin kurumsal departmanı sponsorluk ilişkileriyle ilgilenmektedir. Sponsorluk anlaşmaları yukarıda da belirttiğim gibi uzun süreli olmakla beraber proje odaklı da olabilmektedir. Eğitim ve sosyal projeler departmanı ise çeşitli eğitim projeleri, sanat atölyeleri gibi düzenlemeleri yapmaktadır. Tüm bunların bize bir kez daha gösterdiği şey İstanbul Modern'in resmen bir şirket olduğu ve içerisinde gerçekleşen tüm faaliyetlerin belirli iktisadi çıkar ve anlaşmalara dayanıyor olduğudur.

Müzenin mağazası içinde çeşitli tasarım ürünler satılmaktadır. Ve mağaza için çalışan özel tasarımcılar bulunmaktadır. Tematik çalışmalar olmakla birlikte sergilenen sanat eserleriyle uyuşan ürünlerin de satıldığını görebilirsiniz. Yani sanat eserlerinin basılı olduğu çantalarla, şallarla vb. metallerle karşılaşabilirsiniz. Bu durumun sanatı alınıp satılan bir şey haline getirdiğini söyleyebilir miyiz? "Kozadan Modaya" isimli bir proje kapsamında Vakko ile beraber çalışılmış ve sanat eserleri kullanılarak şallar ve kravatlar üretilmiştir. Bu tasarım ürünler hem müzenin mağazasında, hem de Vakko'nun bünyesinde satışa sunulmuştur. Bu örnek bize sermayeler arası bir akışın ve ortaklığın yaşandığını ve sanatın bu akışın merkezinde yer aldığını göstermeye yetmektedir. Bu projenin, sanatın bir sermaye kaynağına dönüştüğünü görmemiz açısından önemli bir örnek olduğunu düşünüyorum.

Bir diğer proje ise yine mağaza bünyesi kapsamında yürütülmüş olan "Zanaattan Tasarıma" isimli projedir. Bu proje el zanaatlarının kaybolan bir alan olduğuna vurgu yapmaktadır ve tasarımcılar ile el zanaatçıların bir araya gelerek hazırladığı tasarım ürünler mağazada satılmaktadır. Buradan da algılayabileceğimiz, şirketin belli değerleri "koruma" noktasında hassas olduğudur. Ve yine proje kapsamında bu değerleri görünür kılma misyonu

yüklendiğini söylememiz mümkün. Fakat el zanaatçılarının tasarımcılarla bir araya gelerek ürettikleri ürünlerin mağazada satıldığını görmek yine bir metalaşma örneğini sunmaktadır.

İstanbul Modern'in sitesi incelendiğinde "sanal mağaza" bölümü olduğu görülecektir. Bu sanal mağazada da binanın içerisinde bulunan mağazada satılan ürünler sipariş yoluyla satılmaktadır. Ayrıntılı ve özenli hazırlanmış bu sitede ürün özelliklerinin tek tek yazıldığı ve belli indirimlerin olduğunu da görmek mümkün. Bu indirimler İstanbul Modern üyelerini kapsamaktadır. (İstanbul Modern üyeliği müze dahilinde pek çok farklı bağlamda size avantajlar sunan bir üyelik sistemidir.) Sanal mağaza ve internet üzerinden satış yapılması da müze ve sanatın yeni bir ticari boyut kazandığını da gösterir niteliktedir.

Müzenin bir direktörü vardır ve müze kurulduğundan beri aynı kişidir ve bu direktöre bağlı olan bir küratör grubu vardır. Küratör grubunun içinde bir küratör ve iki asistan küratör bulunmaktadır. Asistan küratörler değişmektedir, ama bir küratör kuruluşundan beri aynı kişidir (görüştüğüm danışman bu küratörün ayrıldığını belirtmiştir). Direktörün ve küratörün uzun yıllar aynı kişiler olması da yine kurumsal bir şirketin yapısını anımsatmaktadır.

Verdiğim örneklerin gösterdiği üzere, İstanbul Modern küreselleşme ve neoliberalizm ile beraber özelleşen kültürel alanın bir parçasıdır ve Eczacıbaşı Holding'in belli misyonlar yüklenerek açtığı, şirketin bir parçası olan müze, şirketi hem uluslararası alanda daha görünür bir hale getirmektedir, hem de şirketin belli iktisadi politikalarının bir hattını oluşturmaktadır. Eczacıbaşı Holding küreselleşen dünyada uluslararası bir şirket olmanın gereklerini yerine getirmektedir.

Sabancı Müzesi

Sabancı Müzesi'nin resmi sitesinden "Kurumsal/Müze Tarihi" bölümünü alıntılarla başlamak yerinde olacaktır:

"Müze Tarihi

Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi, İstanbul'da Boğaziçi'nin en eski yerleşimlerinden Emirgan'da yer almaktadır. Müzenin ana binası olan villa, 1925 yılında Mısır Hidiv ailesinden Prens Mehmed Ali Hasan tarafından İtalyan mimar Edouard De Nari'ye yaptırılmış ve Hıdiv ailesinin değişik mensupları tarafından uzun yıllar yazlık konut olarak kullanılmıştır. 1951 yılında Adanalı sanayici Hacı Ömer Sabancı tarafından Hidiv ailesinden satın alınan köşk, aynı yıl satın alınarak önüne yerleştirilen Fransız heykeltıraş Louis Doumas'ın 1864 yapımı at heykelinden ötürü "Atlı Köşk" olarak anılmaya başlanmıştır. Atlı Köşk'ün arazisi içindeki ikinci at heykeli ise, 1204

yılında 4. Haçlı Seferi sırasında Haçlı kuvvetlerince yağmalanan İstanbul Sultanahmet meydanından alınarak, Venedik San Marco kilisesi önüne yerleştirilen 4 attan birisinin dökümüdür.

1966 yılında Hacı Ömer Sabancı'nın vefatından sonra aile büyüğü olan Sakıp Sabancı tarafından sürekli konut olarak kullanılmaya başlanan Atlı Köşk, uzun yıllar Sakıp Sabancı'nın zengin hat ve resim koleksiyonunu barındırmış, 1998 yılında da Sabancı ailesi tarafından içindeki koleksiyon ve eşyalar ile müzeye dönüştürülmek üzere Sabancı Üniversitesi'ne bağışlanmıştır.

Modern bir galerinin eklenmesiyle 2002 yılında ziyarete açılan Müze'nin sergileme alanları 2005 yılındaki düzenleme ile genişletilerek, teknik düzeyde uluslararası standartlara kavuşmuştur. Bugün Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi zengin koleksiyonu, kabul ettiği kapsamlı uluslararası geçici sergileri, konservasyon birimleri, örnek eğitim programları, yapılan çeşitli konser, konferans ve seminerleriyle çok yönlü bir Müzecilik ortamı sunmaktadır."

Bu metin içerisinde dikkat etmemiz gereken vurgulardan bahsedelim öncelikle; müzenin bulunduğu semtin önemi vurgulanarak başlanmış ve binanın tarihi ayrıntıyla anlatılmış. Sabancı Müzesi'nin bir koleksiyon ile yola başladığı ve Sabancı Üniversitesi ile bağlantısı da aktarılmıştır. Son paragrafa ise müzenin uluslararası standartlara uygunluğu vurgulanmıştır.

Bildiğimiz üzere Sakıp Sabancı Türkiye'nin önemli işadamlarından biridir ve Sabancı Ailesi pek çok sektörde görünürlüğü olan büyük bir sermayenin sahibidir. Küresel kapitalist dönem büyük şirketlerin kültüre yatırım yapmasının zorunluluk halini aldığı bir dönemdir. Büyük şirketlerin kültürel alanlara da sermaye akıtmaya başlaması sadece müzeyi değil üniversiteyi de kapsamaktadır (küreselleşme ve neoliberalizm ile beraber özel üniversitelerin de sayısı artmıştır). Sabancı Üniversitesi 1994 yılında Sabancı ailesi tarafından kurulmuştur. Sabancı Müzesi de Sabancı Üniversitesine bağışlanarak üniversite bünyesine dahil olmuştur. Sabancı Üniversitesi ve Müzesi kültürel alana akan sermayenin birleşimi niteliğindedir. Sabancı ailesi kültürel alanda varlığını hem üniversite hem müze anlamında ortaya koymuştur. Eğitim, kültür ve sanat beraber düşünülmektedir.

Sabancı Müzesi'nin fiziki özelliklerinden bahsedecek olursak; denize sıfır bir köşk olduğunu söyleyerek başlayalım, geniş bir bahçesi vardır, bahçeden girdikten sonra hemen karşıda müzeye giriş için bilet alabileceğiniz danışma ofisini görüyorsunuz, bahçenin içinde bulan merdivenler ya da yokuş yoluyla yukarı çıkarak müze binasına ulaşıyorsunuz, müzenin içinde hemen girişte sağ tarafta müze mağazası ve girişin karşısında vestiyer bulunmaktadır. Sergi salonları aşağıya doğru üç kata yayılmıştır, girişin üst katında ise

müzenin restoranı bulunmaktadır. Aydınlatma için loş ışık tercih edilmiştir.

Müzeeye gelen ziyaretçileri incelediğiniz takdirde gelen kişilerin orta/ orta üst/ üst sınıftan kişiler olduğunu göreceksiniz.

Sanat sergileri dışında çeşitli eğitimler ve etkinlikler de düzenlenmektedir ve bunların hepsi internet sitesinde ayrıntısıyla aktarılmaktadır. İnternet sitesinin kurumsal bölümünde “yönetim kurulu” ve “uluslararası danışma kurulu” başlıklarının olduğunu görmek bize müzenin şirketleşmiş, hatta küresel bir şirket haline gelmiş olduğu konusunda bir örnek sunmaktadır.

Müzenin mağazasında sergi katalogları, takılar, kitap ayraçları, çanta vs gibi çok çeşitte ürün satılmaktadır. Aynı ürünler internet mağazasında da mevcut bulunmaktadır.

Sabancı Müzesi de küreselleşme sürecinde değişim geçiren müzecilik algısının bir fotoğrafını sunmaktadır. Müzede bulunan mağazanın içerisinde satılan “Bir Kuruluşun Öyküsü” isimli kitap müzenin kuruluş öyküsünü anlatmaktadır. Kitabı açar açmaz göreceğiniz ilk yazının başlığı “Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi Misyonu” başlığıdır. Küreselleşme ile beraber uluslararası alana açılmanın bir koşulu olan kültüre yatırılan sermaye aynı zamanda büyük şirketler için ulusal bir misyon yüklenmenin de aracıdır. “Sabancı Üniversitesi’nin kurumsal çatısı altında yer alan Müze’nin amacı ulusal kültürümüzün korunması için eğitim ve uygulama çalışmalarına önderlik etmek, onu evrensel boyuta yorumlayan, yurt ve dünya kuruluşları ile işbirliği yaparak, tüm kültürleri kucaklayan bir ortam yaratmaktır.”⁵ Bu alıntı bize küresel kapitalizmin birden fazla boyutunu aynı anda göstermektedir. Büyük bir şirket öncelikle kurduğu üniversite ile belli bir eğitim misyonu yüklenmiş, daha sonra üniversite bünyesine dahil edilmek üzere bir müze açmıştır. Ulusal kültürün taşıyıcılığını yapmak ve evrensellik iddiası taşımakla birlikte uluslararası alana açılmakta da önderlik vasfını yüklenmiştir. Küresel bir şirket olmanın koşulları küresel kapitalizm ile birlikte finansal bir değer taşımaktan öte kültürel bir değer taşımaya doğru genişlemiştir.

Pera Müzesi

Pera Müzesi’nin sitesinden “Hakkımızda/Hakkında Bölümü”nü doğrudan alıntılacağım:

“Pera Müzesi Hakkında

8 Haziran 2005’te açılan Pera Müzesi, Suna ve İnan Kıraç Vakfı’nın nitelıklı ve geniş ölçekli kültür-sanat hizmeti vermek amacıyla kurduğu bir özel müzedir.

⁵ Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi, *Bir Kuruluşun Öyküsü*, İstanbul, 2002, s. 5.

Orijinali 1893 yılında mimar Achille Manoussos tarafından tasarlanan Bristol Oteli binasının, 2005'te cephesi korunarak çağdaş ve donanımlı bir müze olarak renove edilmesiyle inşa edilen yeni binasında faaliyet göstermektedir.

Pera Müzesi, Suna ve İnan Kıraç Vakfı'na ait "Oryantalist Resim", "Anadolu Ağırlık ve Ölçüleri" ve "Kütahya Çini ve Seramikleri" koleksiyonlarını ve bu koleksiyonların temsil ettiği değerleri; sergiler, yayıncılık ürünleri, sözlü etkinlikler, eğitim etkinlikleri ve bilimsel çalışmalar aracılığıyla kamuyla paylaşmakta, gelecek kuşaklara aktarmayı amaçlamaktadır.

Aralarında Tate Britain, Victoria ve Albert Müzesi, St. Petersburg Rus Devlet Müzesi, JP Morgan Chase Koleksiyonu, New York School of Visual Arts, Maeght Vakfı gibi dünyanın önde gelen müze, koleksiyon ve vakıflarıyla ortak sanat projeleri üreten Pera Müzesi, düzenlediği dönemli sergilerle, "Jean Dubuffet", "Henri Cartier-Bresson", "Rembrandt", "Niko Pirosmanni", "Josef Koudelka", "Joan Miró", "Akira Kurosawa", "Marc Chagall", "Pablo Picasso", "Fernando Botero", "Frida Kahlo", "Diego Rivera", "Goya" gibi dünyanın usta sanatçılarının yapıtlarını ülkemiz sanatseverleriyle buluşturmuştur. Açıldığından bugüne her yıl ulusal ve uluslararası eğitim ve sanat kurumlarıyla işbirliği yaparak genç sanatçıları destekleyen sergiler de düzenleyen Pera Müzesi, tüm sergilerini kitaplar, sözel etkinlikler ve çocuk eğitim programlarıyla da desteklemektedir. Dönemsel programları ve etkinlikleriyle dikkat çeken Pera Film ise ziyaretçilere ve sinema meraklılarına, klasiklerden bağımsız filmlere, animasyon ve belgesellere uzanan, kimi zaman sergilere paralel kapsamlı gösterimler düzenlemektedir.

Kuruluşundan günümüze gerçekleştirdiği etkinliklerle Türkiye'nin en nitelikli, öncü ve sevilen müzelerinden biri haline gelen Pera Müzesi kentin bu çok canlı bölgesinde çağdaş bir müze-kültür merkezi olarak hizmet vermektedir."

Pera Müzesi bir vakıf tarafından kurulmuş ve tıpkı İstanbul Modern ile Sabancı Müzesi'nde olduğu gibi, " kültür ve sanat hizmeti vermek amacı" ile yola çıkmıştır. Suna Kıraç ve İnan Kıraç Koç Holding Bünyesinde uzun yıllar görev yapmış, Türkiye'nin tanınır ve zengin ailesi olan Koç Ailesinden kişilerdir. Suna Kıraç Koç Üniversitesi'nin kuruluşuna (1993 yılında kurulmuştur) da öncülük etmiştir. 2005 yılında da vakıf tarafından Pera Müzesi açılmıştır.

Metinde öne çıkan vurguların binanın tarihi ve bulunduğu bölgenin değeri olduğunu söyleyelim öncelikle. İçerisinde bulunan koleksiyonların kültürel bir değer taşıması ile birlikte müzenin uluslararası boyutu da vurgulanmıştır. Misyon yüklenme meselesinin önemini Pera Müzesi dahilinde de görmekteyiz.

Pera Müzesi içerisindeki sürekli koleksiyonlarla beraber çeşitli sergilere ev sahipliği yapmakta olan bir müzedir. Detaylı bir internet sitesine sahiptir ve çocuklar için eğitim programları, film gösterimleri gibi etkinlikler de yapılmaktadır.

Müzenin fiziki koşullarına değinecek olursak; içeriye girdiğiniz an güvenlikle karşılaşsınız. Girişte solda müzenin mağazası bulunmaktadır ve girişte karşıda danışma vardır. Yine girişin sol tarafında büyük bir restoran vardır. Bu restoranda belirli günlerde konsept partiler verilmekle beraber müze açık olduğu sürece müşteriye açıktır. Alt katta çocuk atölyeleri yapılan salonlar vardır, fakat sergi salonları yukarıdaki dört kata yayılmıştır. Aydınlatma için kullanılan ışık merdivenlerde ve sergi salonlarında farklı olmakla beraber dengeli şekilde kurulmuştur.

Belirli bir ücret politikaları olmakla beraber bazı günler indirimli ve ücretsiz girişleri olmaktadır. Müzenin mağazasında; sergi katalogları, takı, çanta, kitap ayracı, bardak gibi çok çeşitte ürün satılmaktadır. İstanbul Modern ve Sabancı Müzesi'nde olduğu gibi bir sanal mağazaları (internet satışları) yoktur.

Sergiyi gezerken içerideki insan profiline baktığınızda orta/orta üst/üst sınıf insan profili ile karşılaşacaksınız. Kültür ve sanat hizmeti vermek amacı güden bir vakfın kime ne ölçüde hizmet verdiği sorusunu sormamak bu çalışmayı eksik bırakacaktır.

İçeride bulunan koleksiyonlardan biri "Oryantalist Resim Koleksiyonu", "Anadolu Ağırlık ve Ölçüleri Koleksiyonu", "Kütahya Çini ve Seramikleri Koleksiyonu", "Fotoğraf Koleksiyonu"dur. Bu koleksiyonların her biri (müzenin web sayfasında) belirtildiği üzere geçmişe ve Anadolu'ya ait bir hafıza yaratma hedefini açığa çıkartmaktadır.

Pera Müzesi de 2005 yılında Koç Holding bünyesinden ve ülkenin tanınır zengin bir ailesi öncülüğünde belirli misyonlar yüklenerek kurulmuştur. İş dünyasının kültüre ve sanata yatırım yapmasının neredeyse bir zorunluluk haline gelmiş olduğunu Pera Müzesi örneğinde bir kez daha görmekteyiz. Müze, hem ulusal bir kültürü taşımayı hedeflemiş, hem ülkede kültürü ve sanatı geliştirme rolü üstlenmiş, hem de uluslararası alanda tanınmayı hedef belirlemiştir.

Sonuç

Müze/müzeciliğin neoliberalizm ve küreselleşme öncesi ve sonrasında farklı amaçlara hizmet ettiğini ve 20. yüzyılın son çeyreğine kadar devletin ideolojik aygıtlarından biri olduğunu, fakat neoliberalizm dalgası ile beraber her alanda özelleşmenin kültürel alanda da kendini gösterdiğini aktarmaya

çalıştım. Esas olarak da neoliberalizm ve küreselleşme çerçevesinde kültürel değerlerin, müzenin nasıl şirketleştüğünü, sanat severlerin ise modern dönemde bir yurttaş olarak görülürken neoliberal dönemde bir müşteriye dönüştüğünü ve ülkelerin büyük finans kaynaklarının artık bir kültür, eğitim kaynağı olduğunu vurgulamaya çalıştım. Bunu yaparken de dönemin şartlarını gerek yapıları gerek internet siteleri gerek yayınları ile açık şekilde gösteren ve Türkiye’de yakın tarihlerde kurulmuş üç büyük müzeyi seçtim.

İstanbul Modern, Sabancı Müzesi ve Pera Müzesi, Türkiye’de neoliberalizmin koşullarının 1980’lerle başlayarak en üst seviyeye ulaştığı 2000’lerin başında, birbirine çok yakın tarihlerde ve üç büyük şirket öncülüğünde açılmış üç büyük müzedir. Eczacıbaşı Ailesi, Sabancı Ailesi ve Koç Ailesi Türkiye’nin sayılı sermaye sahibi ve zengin ailelerindendir. Dönemin şartları gereği 21. yüzyılda kültürün özelleşmesi, devletin elinden sermaye sahiplerinin eline geçmesi ile bu üç büyük sermayedar da kültürel ve sanatsal alana yatırım yapmışlardır. Üç müzenin de sitesinden alıntıladığım örnekler üç ailenin de bir misyon yüklenerek, hem kültürel değerlerin taşıyıcısı olmayı, hem ülkeyi tanıtmayı, hem de uluslararası alana açılmayı hedeflemişlerdir. Üç müzenin de fiziki koşulları, kuruldukları yerler ve bina yapılarının seçimleri elbette tesadüfi değildir. Üçü de İstanbul’un özel, tarihi yerlerinde kurulmuştur. Aynı ayrı aktardığım üzere gerek internet siteleri, gerek mağazaları, gerekse restoran bölümleri müzenin içerisinde benzer fiziki bölgelere kurulmuştur. Üç müze de belirli ticari kaygılar taşımakta ve sponsorlar ile çalışmaktadır. Müze ziyaretçilerinin belirli bir profili taşımak zorunda olduklarını da aynı ayrı belirttiğim üzere, küreselleşme ile kültürel alan ve müzecilik özelinde, belirli ekonomik seviyeye sahip olan müşteriler olduğunu da kanıtladığımı düşünmekteyim. Belirli farkları olmakla beraber genel özellikleri itibarıyla bize neoliberal politikalar ve kültür ilişkisini Türkiye özelinde göstermektedirler.

Tüm bunların yanında şunu da belirtmek gerekiyor; bu üç büyük sanat müzesi dünya çapında pek çok sergiye ev sahipliği yaparak Türkiye’de sanat meraklısı diyebileceğimiz hatırı sayılır sayıda insan için de özel alanlar olmuşlar ve belli bir buluşmayı gerçekleştirmişlerdir.

Belirli bir kesimin sanat yapıtlarıyla buluşuyor olması ile müzenin bir finans kaynağı olarak şirketler tarafından sahiplenilmesi ve özelleştirilmesi birbirine karıştırılmaması gereken meselelerdir. Bu ayrımı iyi kavrayabilmek ve esas noktayı kaçırmamak gerekir.

Ve sonuç olarak; küresel kapitalizm ile beraber özelleşen kültür, özelleşen müzeler, birer şirkete, müze ziyaretçileri birer müşteriye ve içeride sergilenen sanat da bir metaya dönüşmüştür iddiasında bulunmaktayım.

Kaynakça

- Artun, Ali, *Mümkün Olmayan Müze, Müzeler Ne Gösteriyor?*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2017.
- Artun, Ali, *Tarih Sahneleri, Sanat Müzeleri 1, Müze ve Modernlik*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2006.
- Becker, S. Howard, *Sanat Dünyaları*, Çev. Evren Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2013.
- Çağdaş Sanat Nedir?*, *Modernlik Sonrasında Hayat*, Editörler: Ali Artun, Nursu Öрге, Çevirenler: Özge Çelik, Elçin Gen, Suna Kılıç, Kemal İz, Ayşe H. Köksal, Zeynep Baransel, Nursu Öрге, İletişim Yayınları, İstanbul, 2013.
- Stallabrass, Julian, *Sanat A.Ş., Çağdaş Sanat ve Bienaller*, Çev. Esin Soğancılar, İletişim Yayınları, İstanbul, 2009.
- Tarih Sahneleri, Sanat Müzeleri 2, Müze ve Eleştirel Düşünce*, Editör: Ali Artun, Çevirenler: Renan Akman, Esin Soğancılar, Tanıl Bora, Elçin Gen, Ufuk Kılıç, Kemal Atakay, İletişim Yayınları, İstanbul, 2006.
- Shaw, M.K. Wendy, *Osmanlı Müzeciliği, Müzeler, Arkeoloji ve Tarihin Görselleştirilmesi*, Çev. Esin Soğancılar, İletişim Yayınları, İstanbul, 2004.
- Sabancı Üniversitesi Sakıp Sabancı Müzesi, Bir kuruluşun Öyküsü*, İstanbul, 2002.
- Yardımcı, Sibel, *Kentsel Değişim ve Festivalizm: Küreselleşen İstanbul'da Bienal*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2005.
- <http://www.iksv.org/tr> (erişim: 24.12.2017)
- <http://www.istanbulmodern.org/> (erişim:24.12.2017)
- <https://www.peramuzesi.org.tr/> (erişim: 05.01.2018)
- <http://www.sakipsabancimuzesi.org/> (erişim: 05.01.2018)
- <https://www.sunaveinankiracvakfi.org.tr/> (erişim: 05.01.2018)