

T.C.
KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI



**TÜRKİYE’DE SANATIN PAZAR ALANI OLARAK MÜZAYEDE
VE GALERİLER**

GAMZE BAYAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

PROF. SERKAN İLDEN

EYLÜL - 2022

KASTAMONU

TAAHHÜTNAME

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu; ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını, bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini bildirir ve taahhüt ederim.

Gamze BAYAR

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE’DE SANATIN PAZAR ALANI OLARAK MÜZAYEDE VE GALERİLER

GAMZE BAYAR

KASTAMONU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SANAT VE TASARIM ANA SANAT DALI
DANIŞMAN:PROF. SERKAN İLDEN

Sanatın pazara dönüşümünün temelleri çok eskidir. Milattan önce 5. yy'a kadar dayandığı varsayılan bu anlayışın ilk olarak İbraniler, antik yunan ve roma dönemlerinden geldiği bilinmektedir. Sanat pazarının savaş dönemlerinde elde edilen eser ve kıymetli eşyaların açık alanlarda sergilenmesi ve açık artırma yöntemiyle satılmasıyla oluştuğu görülmektedir. Müzayede ve galerilerin geçmişten günümüze şekil değiştirerek geldiği belirtiliyor. Sanatçıların eserlerini daha önce sadece burjuvazinin bilmesi ve eserlerin atölyede bulunduğu için izleyiciye ulaşamaması bu pazarın gelişimini olumsuz etkiledi. Sanat eserleri veya kıymetli malların alınıp satılmasıyla oluşan piyasalar müzayede ve galerilerin ortaya çıkışına yol açtı. Müzayede ve galerilerin bir sanat pazarı olarak Türkiye'ye gelişi Avrupa'ya göre 300 yıl gecikti. Buna rağmen Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşü ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulması ile ortaya çıkan müzayede evleri sanat piyasasının oluşmasına katkı sağlamıştır. Küreselleşmenin etkisi ile hız kazanan sanat piyasası, sanatın bir yatırım aracı olarak görülmesine neden olmuş ve koleksiyonerlerin yatırım yaptığı bir alana dönüşmüştür. Ancak, sanat eserlerinin sergilenmesi ve yatırım aracı olarak kullanılmasına imkân sağlamak için yeterli yer olmaması nedeniyle bankalar, fuarlar ve bienallerin yanı sıra kar amacı gütmeyen kuruluşlar olarak müzeler sergi alanlarına ev sahipliği yapmışlardır. Bu araştırmada, Türkiye'de yaşayan sanatçıların Avrupa'dan aldıkları eğitim ve yaptıkları gözlemler sonucunda eserlerinin sergilenmeye başlaması ile müzayede ve galerinin gelişimi incelenmektedir

ANAHTAR KELİMELER: Sanat, Müzayede, Pazar Alanı, Galeri

Eylül 2022, 85 Sayfa

ABSTRACT**MSC THESIS****AUCTIONS AND GALLERIES AS MARKETPLACE OF ART IN TURKEY****GAMZE BAYAR****KASTAMONU UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCE****ART AND DESIGN DEPARTMENT****SUPERVISOR:PROF. SERKAN İLDEN**

Art is one of the most important phenomena transmitted by societies from generation to generation. The foundations of the transformation of Art into a market are very old. It is known that this understanding, which is assumed to date back to the 5th century bc, firstly came from the hebrews, ancient greek and Roman Periods. It is seen that the Art market was formed by exhibiting the works and valuables obtained during war periods in open areas and selling them using the auction method. It is stated that the auctions and galleries have reached by changing shape from past to present day. The fact that only the bourgeoisie knew about the works of artists before, and that the works could not reach to audience because they were found in the workshop, adversely affected the development of this market. Markets formed by buying and selling works of art or valuables have led to the emergence of auctions and galleries. The arrival of auctions and galleries as an art market to Turkey delayed by 300 years compared to europe. Despite this, the auction houses that emerged with the collapse of the ottoman empire and the establishment of the Turkish republic contributed to the formation of the art market. The art market, which has gained momentum with the effect of globalization, has caused art to be seen as an investment tool and has turned into an area where collectors invest. However, due to the lack of sufficient space to display works of art and to provide an opportunity them to be used as investment tools, besides banks, fairs and biennials, museums as non-profit organizations have hosted exhibition spaces. In this research, the development of the auction and the gallery with the start of exhibition of works by the artists who live in Turkey as a result of the education they received from europe and the observations they made, is examined.

KEYWORDS: Art, Auction, Marketplace, Gallery

September 2022, 85 Page

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın gerçekleşmesinde fikirlerinden ve bilim insanı kişiliğinden çok şey öğrendiğim, her konuda desteğini esirgemeyen başta danışmanım Prof. Dr. Serkan İliden olmak üzere, maddi, manevi desteğini hissettiğim ailem ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

GAMZE BAYAR

Kastamonu, 2022



İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
TEZ ONAYI	ii
TAAHHÜTNAME	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
RESİMLER DİZİNİ	viii
1. GİRİŞ.....	1
1.1 Müzayede ve Sanat Pazarı.....	3
1.1.1 Müzayede ve Sanat Pazarının Oluşumu	4
1.2 Sanat Galerilerinin Avrupa’da Doğuşu ve Gelişimi.....	9
2. TÜRKİYE’DE SANAT PAZARI OLARAK MÜZAYEDE ve GALERİLER.....	13
2.1 Türkiye’de Sanat Pazarı Olarak Müzayedeler.....	13
2.2 Türkiye’de Sanat Galerilerinin Doğuşu ve Gelişimi	17
3. SANATTA KÜRESELLEŞME ve YATIRIM ARACI OLARAK SANAT... 29	
3.1 Sanatta Küreselleşme	30
3.2 Yatırım Aracı Olarak Sanat	35
3.2.1 Sanatın Finansallaşması	49
3.2.2 Koleksiyonlar ve Koleksiyonerler	52
3.2.2.1 Galeriler.....	58
3.2.2.1.1 Resmi galeriler	60
3.2.2.1.2 Özel galeriler.....	61
3.2.2.1.3 Sanal galeriler	62
3.2.2.1.4 Kurumların ve bankaların sanat galerileri	62
3.2.2.2 Bankalar	63
3.2.2.3 Müzeler	67
3.3 Piyasa Oyuncusu Olarak Sanatçı.....	74
4. SONUÇ VE ÖNERİLER	78
KAYNAKLAR	81

RESİMLER DİZİNİ

Sayfa

Resim 1.1 Müzayede Evi	8
Resim 1.2 Sotheby's, Londra	8
Resim 1.3 Sotheby's müzayede evi	9
Resim 1.4 Damien Hirst, Altın Buzağı, 2008	9
Resim 1.5 Louvre Müzesi, Fransa, Paris.....	11
Resim 1.6 Milo Venüs Heykeli, 203, 1820 ve Leonardo Da Vinci, Mona Lisa, 77x53, 1503.....	12
Resim 2.1 Artam Antik A.Ş., İstanbul	16
Resim 2.2 Portakal Müzayede evi, İstanbul.....	16
Resim 2.3 Artam Antik A.Ş Müzayede evi	17
Resim 2.4 CerModern, Ankara	19
Resim 2.5 Mısır Apartmanı, İstanbul, Beyoğlu	23
Resim 2.6 Galeri Nev, İstanbul, Beyoğlu	25
Resim 2.7 İstanbul Modern, İstanbul	28
Resim 3.1 Londra'daki Goupil Galerisi'nin enteryörü, 1927	31
Resim 3.2 Gérôme, <i>Phryne Revealed Before the Areopagus</i> (Phryne Soylular Meclisi'ne Teşhir Ediliyor), 1861	34
Resim 3.3 Osman Hamdi Bey, Yeşil Cami Önü, tuval üzerine yağlı boya, 185x100, 1882 Artam Antik A.Ş	35
Resim 3.4 2020'deki müzayedelerin en yüksek satış rakamlı ilk 10 lotundan sadece ikisi 50 milyon doların üzerinde fiyatlara ulaşmıştı. 2021'de ise en iyi 10 satışın tamamı 50 milyon doların çok üzerinde fiyatlara satıldı.	36
Resim 3.5 Little Artists, <i>Hirst's Shark Tank</i>	37
Resim 3.6 Sanat Eserleri Özelliği: Sanat ve Bugün, Eleanor Heartney.....	39
Resim 3.7 Bedri Rahmi Eyüboğlu, Soyut-Boğaziçi, duralit üzerine karışık teknik, 183x122, 1967	41
Resim 3.8 Mahmut Cuda, Sara, kontrplak üzerine yağlı boya, 93x72, 1929.....	42
Resim 3.9 Nazmi Ziya Güran, Kırmızı Giysili Çoban ve Koyunlar, Tual üzerine yağlıboya, 81.00 x 65.00 cm., 1919	44
Resim 3.10 Burhan Doğançay, Mavi Senfoni, tuval üzerine karışık teknik, 162x285, 1987.....	44
Resim 3.11 Türkiye Çağdaş sanat koleksiyonu	53
Resim 3.12 İstanbul Modern Sanat Koleksiyonu.....	54
Resim 3.13 William Forsythe, " <i>Soyutlar Kenti</i> "	55
Resim 3.14 Ziraat Bankası Sanat Galerisi.....	64
Resim 3.15 Ziraat Bankası Sanat Galerisi-Resim sergisi.....	65
Resim 3.16 Yapı kredi Bankası Sanat Galerisi	66
Resim 3.17 Ayasofya Müzesi	70
Resim 3.18 Kapadokya Karanlık Kilise	71
Resim 3.19 Dolmabahçe Sarayı-İstanbul.....	72
Resim 3.20 Topkapı Sarayı-İstanbul.....	74
Resim 3.21 Sandro Chia İsimsiz, 1981 Richard Saltoun Galerisi.....	76
Resim 3.22 Nejat EVRİM-Zaman Doğarken.....	77

Resim 3.23 Erol AKYAVAŞ-Kâbe	77
------------------------------------	----



1. GİRİŞ

Sanat ilk olarak Avrupa’da kilisenin ve soylu kesimin istekleri doğrultusunda gelişmiştir. Soyluların salon sergileri özellikle Louvre Sarayı’nda kraliyet akademisinin denetiminde yapılmış, sonradan resmi ve popüler beğenilerin rekabet alanına dönüşmüştür. Zira sanat kapalı mekânlarda duvar resmi olarak dini otoritenin görsel kültürüne hizmet etmekteydi. Avrupa’da başlayan sergiler, galericilik sürecini tetikleyip, bu anlayış doğrultusunda yapılan girişimler paralelinde, hem teknik hem de işleyiş bakımından profesyonel sürece adım atmıştır. Sergi ve galericilik anlayışının gelişmesi, insanlığın özünde var olan toplayıcılık ve biriktirme dürtüsüyle, sanat eseri ve değerli eşyaların bir pazar haline dönüşerek koleksiyonerliğin de ortaya çıkışına sebep olmuştur. Böylece sanat yapıtının el değiştirerek bir statü göstergesi ve yatırım aracı olarak görülmesi bu piyasada satış rekorlarının kırılmasında bir etken olmuştur. Bu bağlamda yatırım aracı olarak kabul edilen sanatın, alıcı ve satıcı arasında rekabet ortamı yaratarak eser sahibi olmanın hem sermayeye etkisinin hem de psikolojik etkilerinin olduğu bilinmektedir. Küreselleşmenin ekonomik ve sosyokültürel etkisiyle üretilen sanat eserinin sınırlarının da ortadan kalkarak tüm dünyaya yayılmasıyla, eser ticari bir mal olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Bu durumun bir sonucu olarak sanat eserinin metalaşması, onun iktisatta zevk malları olarak kabul edilen mallar sınıfına girmesine sebep olmuştur. Toplumların geçmişlerini öğrenmesi amacıyla, kazılarda bulunan eserlerin toplanarak muhafaza edildiği, halka açık olarak sergilendiği ve kar amacı gütmeyen mekânlara müze adı verilmektedir. Müzelerin kurulma amacı eğitim ve öğretime katkı sağlamaktır. Günümüzde Türkiye, Avrupa’yı geriden takip etmesine rağmen, müzayede, galeri, sergi salonları ve müze kuruluşlarıyla dünya standartlarında kabul görebilecek bir seviyeye ulaşmıştır.

Cumhuriyetin ilanından sonra, kültür ve sanat alanında yaşanan sorunlar Atatürk’ün çözümleyici yaklaşımı ile Devlet politikası haline getirilmiştir. Atatürk’ün sanata olan ilgisi ve desteğiyle de sanatçılar bir araya gelerek birlikler kurulmaya başlamıştır. Özellikle Cumhuriyet döneminde eğitim almak amacıyla yurt dışına giden ilk kuşak ressamlar eğitimlerini tamamlayarak yurda döndüklerinde sanat hayatımızda hareketlilik başlamış ve sanatçılar kendilerini tanıtmaya başlamışlardır. 1939- 1945

yılların da savaşta yer almamasına rağmen Türkiye’de savaşın tesirini derin bir şekilde yaşamıştır. Bu yıllarda sanatçıların çoğunun silâh altına alındığı ayrıca yaşanan malzeme ve pahalılık gibi sıkıntıların sanatsal imalatın önünü kapattığı, devlet yatırımlarının sınırlandığı koşullar altında devlet sanatçı ilişkisine dayanan sanat ortamı yeni bir sürece başlamıştır. 1950 yıllarından başlarında sanat kısa bir süre içerisinde soyut kavrayışı kabullenerek atağa geçmiştir. Bu dönemde Türkiye’de bir sanat piyasasının oluşmaması da soyut sanatın hızlı yükselişiyle ilişkilidir. Devletin Sanata olan desteğinin azaldığı 1950’li yıllarda sanatçılar nitelik ve nicelik açısından kendilerini geliştirerek ve üreten kimlik kazanarak, etkinlik ve kurumların da artışı gündem yaratmıştır. Bu bağlamda, devlet tarafından ötelenen sanat hayatı kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenerek doldurulmuştur.

1960’lı yıllardan günümüze ulaşan Türk resim sanatı, geçmiş dönemlerin tersine dernekler, kurumlar ve gruplarca bireysel zenginliği bünyesinde barındırmıştır. Özel galerilerin sayısının artması ve beraberinde koleksiyoncu kitlesinin oluşması da 60’lı yıllara denk gelmektedir. 1970’li yıllarda Türk resim sanatının özel galerilerin önemli rol oynadığı görülmektedir. Özellikle antika eserlere olan ilginin 70’li yıllarda daha fazla öne çıkarak kişi ve kurumlar tarafından düzenlenen müzayede sayılarının da artmasına sebep olmuştur (Ödekan vd., 2007).

1980’lerde Türkiye ekonomik anlamda önemli gelişmeler yaşayarak, sanayi kesiminin değil, hizmet kesiminin büyümesiyle yön değiştirmiştir. Kültür ve sanat alanında yaşanan sorunların çözüme ulaşması için 1970, 1980 yıllarında sempozyumlar düzenlenerek tartışma konusu olmuştur. Ancak hiçbir sonuca ulaşmadan yıllarca sürünceme de kalmıştır. 1980’li yıllarda küreselleşmenin etkileriyle sanat piyasasında canlılık yaşanmıştır. Sanat piyasasında yaşanan bu artışın sebebini anlayabilmek için düzenlenen oturumlar ve bildirgeler incelendiğinde, eser üretiminin benzerliklerden sıyrılarak özgün eserler üretme gerilimi içerisinde inkübasyon (kuluçka) döneminde olduğu görülmüştür. Sanatçıları bilinçli ya da bilinçsiz olarak Pazar segmentasyonun da yer alma çabası içerisinde girmiş oldukları görülmektedir. Bunun yanı sıra küresel, çokuluslu ve merkezileşen bir iletişim ağının aydınlanmak aracı olmak gibi bir işlevi üstlenmiş olan sanatçının bizzat kendisi, yeni yaratıcı fikirlerin ekonomik hale getirilip uygulanmasından vazgeçilmez bir bileşen hale gelmiştir.

Dünya’da ki gelişmeleri takip eden sanat, yeni trendleri de yakalama çabası içerisinde. Fakat dünya piyasası oligopolisinde sanatçılar uluslararası çekişme ortamında yer edinememiş, haliyle iç pazarda istikrarlı bir şekilde yer edinmeye yönelik olmuştur.

1.1 Müzayede ve Sanat Pazarı

Bir nesnenin sanatsal değerini belirleyen şeyin ne olduğu farklı toplum ve kültürlerde yüzyıllardır tartışma konusu olmuştur. Sanat eseri olarak kabul edilen nesnenin değeri, sanat tarihi, arkeoloji sosyoloji, ekonomi gibi pek çok bilim alanındaki araştırmacılar tarafından inceleme konusu olarak ele alınmış ve bu değeri belirleyen çok fazla faktör ortaya konulmuştur. Bir sanat eserine biçilen değer söz konusu olduğunda, bu değere karşılık olarak yatırım, para, satın alma gibi kavramların söz konusu olması da kaçınılmaz hale geldiğinden, pek çok sanat eseri hem bir arada hem de ayrı ayrı, tarihteki en eski piyasalardan biri olan sanat pazarının oluşumuna katkı sağlamıştır. Sanat eserlerinin değerlendirilmesi, sergilenmesi ve bir satın alım ürünü olarak pazarlanması sürecinde, hem sanat galerilerinin, hem müzayedelerin hem de sanat piyasasının birbiri ile kavramsal özellikleri, tarihleri ve nitelikleri açısından ilişkisi yadsınamazdır.

Müzayede yönetimi İbrani’ler, Antik Yunan ve Roma döneminden günümüze kadar şekil değiştirerek varlığını sürdürmektedir. Müzayede, sanat pazarı içerisinde modern olarak kullanılan satış yöntemi şeklinde ifade edilmektedir ve açık arttırma yöntemi kullanarak değerli mal ve eşyaların müzayede yöneticisi yani mezatçı tarafından en yüksek teklif veren satıcıya satışını sağlamaktadır.

Müzayedeler sanat pazarının gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Müzayedelerin ne zaman başladığına dair kesin bir kanıya varmak mümkün değildir ancak köle pazarının oluşmasıyla müzayede mantığının gelişim göstermesinin birbirine paralel olarak geliştiği ifade edilebilir. Bu bağlamda Bozoğlu (2008)’e göre “bazı bilim insanları tarafından ilk müzayede örneklerinin Hz. Yusuf’un atıldığı kuyudan çıkarılarak, köle pazarında satılmasıyla başladığı tartışma konusudur.”

Müzayedeler en ilkel pazarlık usulü satışlardan, akılcı kurallara dayalı modern satışların yapıldığı yerlere kadar pek çok alanda karşımıza çıkmaktadır. Bir sanat eserine yönelik ilk piyasa oluşumları 17. yüzyıl Hollandası'na dayandırılmaktadır. 18. yüzyılda Avrupa'daki kültürel şekillenmeye öncülük eden Fransa olsa da, pek çok müzayede evi, sergi, katalog, aracı ve koleksiyoncuyu bünyesinde barından Londra sanat pazarı çok önemli bir konuma bürünmüştür (Demirdöven ve Ödekan, 2008).

18. yüzyıldan bu yana, sergi yapılan alanlarda pek çok açıdan önemli değişimler görülmüştür. Bahse konu yıllardaki birçok sanatsal etkinlik ve sergi “salon” denilen alanlarda gerçekleşmiştir. 20. Yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde modern avantgarde ile birlikte, mekân sanatın çerçevesini oluşturmuştur. Galeriler, sanatçılar tarafından onların eserlerini tamamlayan bir unsur olarak görülmüşlerdir (Kabakçı ve Başbuğ, 2018).

Yakın dönemde müzayedeciliğin galeri işletmeciliği ile aynı düzleme tutunduğu hatta bazı önemli müzayede evlerinin kendi galerilerinin işletmesini üstlendiği görülmekle birlikte, eski zamanlarda malikâne müzayedelerinin yapılageldiği de bilinmektedir. Gün geçtikçe müzayedeler ve öncesindeki süreçler galeri ve müzayede evleri haricinde otel salonları ve tarihi öneme sahip geniş alanlara geniş yapmıştır. Günümüzde müzayede katalogları için de teknolojik gelişmeler ışığında farklı mecraların kullanımı yaygınlaşmıştır (Demirdöven ve Ödekan, 2008).

Önce Avrupa ve sonra esas olarak Türkiye'deki müzayede ve sanat galerilerinin gelişim süreci bu ilişkiler üzerinden incelenerek bu çalışmaya konu edilmiştir.

1.1.1 Müzayede ve Sanat Pazarının Oluşumu

Müzayedeler sanat eseri, mücevher, doğal kaynaklar ve çeşitli mal ve hizmetlerin dağıtım haklarını içermektedir. Satıcıların çok sayıda alıcıyla karşı karşıya geldiği müzayedelerde, satıcı ve alıcılar arasında ki bilgi, sanat tarihi veya yapıtın piyasa değeri ile ilgili farkı önemli bir konudur. Bir müzayede de satıcı, alıcının malları için ne kadar ödeyeceğini, alıcı ise müzayedede ki mal ve hizmetler için karşı tarafın ne kadar vereceğini bilemez (Sarıkaya, 2002). Müzayedelerde sanat eserleri artan fiyatlarla, düşük tekliflerle satılır ve müzayedeci sayıların artış bilgisini vermektedir.

Müzayededen sonra eser veya ürün alıcıya bırakıldığı ve nihai fiyatın müzayede fiyatı olduğu söylenmektedir. Ancak, eserler her zaman satılmayabilir. Satıcılar genellikle gizli bir minimum müzayede fiyatı belirler, müzayede bu seviyeye ulaşmazsa eser satılmaz.

Müzayedeci, satılmayan eşyaların sahibi adına geri alındığını belirtir. Bir eser satılamıyorsa, müzayede yoluyla satın alınır ve daha sonra başka bir müzayede de satılır veya piyasadan çıkarılır (Ashenfelter-Graddy, 2003). Yapılacak olan müzayedeyi başlatmak, müzayedecinin işinin bir parçasıdır ve satıcı adına yasal bir teklif sunulmaktadır. Müzayede başlamadan önce sanatçının kataloğu, satışa sunulan eserlerin dönemi ve ebatları basılmaktadır. Bu kataloglarda müzayede evi uzmanları tarafından belirlenen her bir eserin minimum ve maksimum fiyatlarına ilişkin tahminler yer almaktadır. Bu tahminler aynı zaman da bir manipülasyon yöntemi oluşturmaktadır. Pahalı resimler için oluşturulan bu tahminlerin, satın alma sırasında büyük bir etki yarattığı ve resimlerin daha yüksek maliyetlere mal olduğu görülmektedir.

Keza Ashenfelter-Grady, 2003 göre bu yapılan manipülasyonların, müzayede evinin değerlendirmeyi stratejik olarak belirlediğini ve buraya katılan yatırımcıların da saf olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Müzayededeki tüm katılımcılar, satılık ürünler için fiyatları belirlemektedir (Ashenfelter-Grady, 2003). Tüketicilerin açık artırmalarda ürünler için fiyatları nasıl belirledikleri ve ürünlerin ortak mı yoksa özel fiyatları mı olduğu şeklinde İktisat teorisi iki genellemeye odaklanmaktadır (Klemperer, 1998; Nanda vd., 1997). Tüketiciler bir ürüne aynı fiyatı verirlerse, ürünün ortak bir fiyatı olduğu söylenmektedir (Vickery, 1961). Bu durumun iki farklı uç olarak görülebileceğini belirmişlerdir (MacAfee ve McMillan, 1987). Fiyatlandırmanın sosyalleşmeden geldiğini dikkat çekmektedir. Sanatçının algısı, eserine olumlu ya da olumsuz etki yapmaktadır. Bu, kişisel fiyatlandırmada oldukça yaygın bir söz olarak bilinmektedir. Tüketiciler ürünleri değerlendirirken yeterli ürün bilgisine sahip değillerse benzer ürünlerin güncel ve tahmini fiyatlarından yararlanmaktadırlar. Tüketiciler için bir başka bilgi kaynağı da ürünün karlılık sürecine dayanmaktadır. Tüketicilerin fiyat artışları konusunda farklı görüşleri olduğu ifade edilmektedir (Woo, 1995).

Hepimizin bildiği gibi, müzayededeki teklif sahiplerinin bağımsız özel değeri varsa, teklif veren sayısındaki artış ortalama fiyatın artmasına yardımcı olabilir. Ortak bir değer müzayedesinde, teklif sahipleri ürünün gerçek fiyatına ilişkin tüm verilere sahip değildirler. Yeterli teklif veren varsa, açık artırma fiyatı gerçek fiyata yakındır (Pesando, 1993).

Sağlanan fiyattan açık artırma modeli dört varsayıma dayanmaktadır: birincisi, alıcı riskten bağımsızdır; ikincisi, bağımsız özel değerler varsayımı uygulanır; üçüncüsü, alıcılar arasında bilgi farkı yoktur; dördüncüsü, maaş ve giderler sadece bir fonksiyondur. Müzayedelerle ilgili iki konu çok önemlidir. Biri, hangi müzayedenin satıcıya faydalı olduğu, diğeri ise ürünün en yüksek rezerv fiyatından satılmayacağıdır. Satıcılar, hangi tür müzayedenin karlarını maksimize edeceğini ve planlamacıların sosyal refahı maksimize edeceğini bilmek isterler. Müzayede organizasyonlarında kullanılan mekanizma tasarımı (ekonomik sistem tasarımı) bu soruları yanıtlamaya çalışır (Sarıkaya, 2002).

Müzayede evinin belirlediği stratejiler şu şekildedir: İlk olarak müzayecinin müzayede öncesi verdiği bilgiler. Müzayeciler için en iyi strateji, satılan ürünlerin değeri hakkında doğru bilgi sağlamaktır (Milgrom ve Weber, 1982). Aksi takdirde, alıcıların ürünün tam fiyatını belirlemesi zordur. Feldman ve Reinhart'a (1996) göre mevcut bilgi arttıkça, en yüksek teklif ile ürünün gerçek değeri arasındaki fark azalmaktadır. Ashenfelter (1989), Londra ve New York'taki İzlenimci grafikler üzerine yaptığı ampirik araştırmasına dayanarak, tahmini fiyatlar ile aldıkları cari fiyatlar arasındaki korelasyonun çok yüksek olduğunu bulmuştur ve bu fiyatların tahmini fiyatlara çok yakın olduğunu kanıtlamıştır.

Louargand ve McDaniel (1991), müzayede evleri arasındaki rekabetin etkili fiyat tahminine izin verdiğine dikkat çekti. Araştırmalarına göre, tahmini fiyat ile nihai satış fiyatı arasında önemli bir fark bulamamışlardır. Bir diğer stratejik alan ise müzayedelerin sırasıdır. Birincisi, İngiliz fiyat artırma ihalesi, Hollanda fiyat düşürme ihalesi ve farklı fiyat ihalesi; ikincisi, parite ihaleleri gibi farklı ihale türleri vardır (D'souza-Prentice, 2002).

(Artun, 2019)’a göre Müzayede stratejilerinde herkesin gözü önünde açık artırma yöntemi kullanılarak yapılan pazarlama yöntemi olarak bilinmektedir. Ancak gerçekler bu durumun aksini göstermektedir. Müzayede tarihi, müzayede öncesi ve sonrasında sanat simsarları tarafından dönen dolaplardan, müzayede sırasında çekici indirmenin türlü hilelerine kadar son derecede karmaşık bir manipülasyon ortamı yaratmıştır. Bu hileler arasında sıkça rastlanan durumlardan biri, satıcı ve alıcı arasında fiyat şişirmeleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumun en sansasyonel örneği kriz zamanında, Eylül 2008’de Sotheby’s tarafından düzenlenen Damien Hirst müzayedesinde yaşandığı belirtilmektedir. Müzayedenin, sanatçının galerisi ile borsa spekülâtörü olan koleksiyonerleri ve ortağı rolündeki “finans büyücüsü” Frank Dunphy’nin birlikte tasarladıkları bir tertibin son hamlesi olduğuyla ilgili haberler ayyuka çıktığı bilinmektedir. Sonuç olarak Hirst’in elini dahi sürmediği ve yapılan hilelerle müzayedenin görünüşte 95 milyon Pound ciro yaptığı açıklanmıştır. (Artun,2019).

Müzayede evleri 17. yüzyılda ortaya çıkmasına rağmen, Güney Avrupa ülkelerinde ki sanat ticareti, sanatçı loncaları tarafından düzenlenmiş ve eserlerin genellikle sanat simsarları aracılığıyla satıldığı görülmektedir. Londra’da Sotheby’s 1774’te, rakibi Christie’s ise 1762’de kurulmuştur. Paris’teki Drouot müzayede evi ise 1854’te faaliyete geçmiştir. 17. yüzyılda teminat olarak kullanılan tablolar, 18. yüzyılın sonlarında özellikle Birleşik Krallık ‘ta piyasa değeri olarak işlev görmeye başlamıştır (Chanel, 1994). Müzayedelerin oluşum tarihi kesin olarak bilinmemekle beraber M.Ö. 5. yüzyıla kadar dayandığı varsayılmaktadır. İlk müzayedelerin köle ve gelinlik kız pazarlanmasıyla oluştuğu bilinmektedir. Romalı kumandanların Anadolu’dan yağmaladıkları savaş ganimeti eserlerde, fiyat artışı amaçlı müzayedeler de yerini almıştır. Böylelikle faîşeler, tanrı suretleri, köleler ve ganimetler şölen havasında sergilenerek satışa sunulmuştur. Yunan eserlerine oluşan merak koleksiyonu beraberinde getirerek sanat piyasası oluşumuna da yol açmıştır (Artun, 2018).

“19. Yüzyılda kilisenin himayesinden sıyrılan sanat, galeriler ve müzayedeler aracılığıyla piyasalaşmıştır. Oluşan sanat piyasası finans yönetimi de içine alarak hiperreal düzeylere yükselerek, fuarlar, müzeler, galeri, bienal gibi sanat ortamlarına hakim oluyor. Giderek sanat pazarı hacmi de %48 oranında artış göstermektedir” (Artun, 2019).



Resim 1.1 Müzayede Evi (URL 1 <https://2.bp.blogspot.com>)



Resim 1.2 Sotheby's, Londra (URL 2. <http://www.birlesikbasin.com>)



Resim 1.3 Sotheby's müzayede evi (URL 3. <https://istinyemuzayede.com>)



Resim 1.4 Damien Hirst, Altın Buzağı, 2008 (URL 4.) <https://www.loughrangallery.co.uk>)

1.2 Sanat Galerilerinin Avrupa'da Doğuşu ve Gelişimi

Galeriler tarihsel süreçte ilk ortaya çıkışı ve günümüze değin ne tür koşullar paralelinde ilerlediğine değinilecektir. Galerıcılık anlayışının doğmasına salon sergilerinin öncü olduğu bilinir. Sanat ilk olarak Kilisenin ve soylu bir kesimin istekleri doğrultusunda ilerlemiştir. Fransız soyluların salon sergileri özellikle Louvre

Sarayı’nda yapılan soylular ve Akademi’nin himayesi altında olan bu sergiler, zamanla kurumsal ve daha çok tercih edilen bir alana dönmüştür. Zira sanat, kapalı mekânlarda duvar resmi olarak dini otoritenin görsel kültürüne hizmet etmekteydi. 12. ve 13. Yüzyıl da sanat ürünlerinin alıcısı kilise ve soylular olmuştur. Avrupa da başlayan salon sergileri galericilik sürecini tetikleyip ve bu anlayış doğrultusunda yapılan girişimler paralelinde hem teknik hem de işleyiş bakımından profesyonel sürece adım atmıştır.

17. Yüzyılda kurulmuş olan Protestan kilisesi mali gücünün yetersiz kalması ve yalın bir anlayıştan yana olmasıyla, sanatçıların eserlerini özellikle ticari anlamda gelişmiş olan ülkelere ve kişilere satışlar yaparak geçimlerini sağlamaya çalışmışlardır. Bu bağlamda eserler sergilenmiş ve ilk resim sergilerinin doğmasında başlangıcı olmuştur.

Ancak O’Doherty galerilerle ilgili yaptığı tarihsel araştırma da galerilerin mekan kökeninin ortaçağ kilisesinin ötesine kadar uzandığını iddia eder. Örneğin:

“Mısır mezar odaları, şaşırtıcı derecede benzer bir etkiye sahiptir. Onlar da dış dünya algısını yok edecek şekilde tasarlanmıştır. Zamanın akışından korunmuş bir sonsuz varoluş yanılsaması yaratılmıştır. İçlerinde sonsuzlukla sihirli bir şekilde uyum içinde, hatta sanki bağlantı içinde olan resim ve heykeller yer alır” (O’Doherty, 2010, s.10).

Dolayısıyla galeri kökeninin tarihi dinler öncesine dayanır.

18. yüzyıldan sonra sergileme yöntemlerinin gelişmesiyle birlikte büyük değişimler yaşamıştır. Bu dönemlerde birçok etkinlik ve sergiler salon adı altında düzenlenmiştir. 1950’li yıllara gelindiğinde modern avangardın etkisiyle mekân sanat anlayışı ortaya çıkmıştır. Sanatçılar galerileri benimseyerek eserlerinin tamamlayıcı olarak kabul etmişlerdir. Bu bağlamda mekân sanatı sanatçıyla izleyici arasında bağ kurarak etkileşim sağlamıştır. Küreselleşmenin etkileriyle Dünya’da sanat ve sanatçı anlayışı da birbirine paralel olarak bir yol izlemiştir (Çalkuş, 2010, s.65).

Galerilerin ortaya çıkmasıyla sanat yeni bir konuma geçip kilisenin ve soyluların egemenliğinden kurtulmuş ve özerk yönetime geçerek bağımsızlığını elde etmiştir. Artun, galerilerin ortaya çıkmasıyla şunu söylemiştir. “Burjuva kültürüne, burjuvazinin bütün ahlaki, siyasi ve bilimsel mitlerine ve her türlü egemenlik temsiline

başkaldırarak sanatın siyasetini yapan avangardın örgütlendiği hücreler de galerilerdir.” (Artun, s.151, 152). Dolayısıyla sanatçı otoritenin tekelinden kurtulup bireysel olarak galerilerle kişisel sergilere başlamıştır. Galeriler barındırdığı misyonla ve görsel etkinlikle, toplumla arasında bir iletişim biçimi sağlamış olurlar. Zira sergiler izleyiciye pek çok farklılık göstermekle birlikte kimi zaman yaşamdan bir kesit kimi zamanda kültürel bir yolculuk olur.

Fethiye Erbay’ın ele aldığı konu açısından değerlendirecek, galerilerin kendini geliştirip amacına uygun bir şekilde ilerlediği zaman çeşitli iş olanakları hedeflediği görülür. Dolayısıyla sanat galerilerin de sergi uzmanı, yönetici asistan ve resepsiyonist gibi kapsamlı bölümler bulunur. Bu duruma paralel olarak profesyonel sürecin işlendiği görülür. Böylece galericilik bulunduğu konumdan daha önemli bir konuma geçişini sağlar. Galeriler kendi içlerin de ayrıldıkça personellerin konumu ve iş olanaklarının da önemi ortaya çıkmaktadır.



Resim 1.5 Louvre Müzesi, Fransa, Paris (URL 5. <https://www.bizevdeyokuz.com>)



Resim 1.6 Milo Venüs Heykeli, 203, 1820 ve Leonardo Da Vinci, Mona Lisa, 77x53, 1503 (URL-6 <https://arkeofili.com>)

20.yüzyıl başlarında galerileri işleyiş ve içeriklerine karşı doğan sanat hareketlenmesi söz konusu olmuştur. Hugo Ball'ın 1916'da Cabaret Voltaire adıyla kurmuş olduğu ve sanatın kavramlarına karşı isyan olarak Dada hareketinin halka açık en önemli kuruluşu olan Dada adlı galeri açılır. Sanatçı önceliğinin ilk örneklerinden sayılabilecek bu girişim, sonraki yıllarda, Sürrealizm, Konstrüktivizm gibi öncü yaklaşımlara da temel hazırlar (Sanouillet, 1999).

“1950 ve 1960'lara gelindiğinde sanatçılar yeni ve farklı mekân arayışı içerisine girdiler. İzleyici ile aradaki bütün bağların koparılması inancı bu dönem sanatçıları kendisini hissettirmektedir. Bu yüzden, ideal sanat mekânı olan Beyaz Küp doğmuştur. Beyaz Küp, sanat ve onun mimarisi arasındaki ilişkiyi yenileyen bir hiper-mekân olarak ortaya çıkmıştır. Bu dünyadan kopuk, sadece yapıta yoğunlaşarak dalınan derin düşüncenin yarattığı bir mekân olmaktadır” (Çalkuş, 2010).

Bahsedilen bu oluşumlar galericilik kavramının oluşmasında etkili olmuştur. Başlarda profesyonellik uzak gibi dursa da zamanla gelişim göstererek günümüze kadar gelmiştir.

Türkiye’de galerilerin gelişmesinde en büyük etken eğitim almak amaçlı Avrupa’ya giden asker ressamılar Ülke’ye tekrar dönerek, almış oldukları eğitimi ve gördüklerini Türkiye’de uygulamış olmalarıdır (Erikçi,2016).

2. TÜRKİYE’DE SANAT PAZARI OLARAK MÜZAYEDE ve GALERİLER

Türkiye’de müzayecilik, batılı ilk örneklerden 300 yıl kadar gecikmeyle, 1850’li yıllara dayandırılabilir. Müzayedesini yapılan ilk eserlerin, o döneme ait kataloglardan elde edilen bilgiler ışığında, kitaplar olduğu görülmektedir. 1940’lı yıllara kadar, müzayedelerde satılanların arasına antika eşyalar ve değerli objeler de eklenmiş, bu tarihten sonra ise müzayedelerin kapsamı genişleyerek bir sektör oluşmaya başlamıştır.

Kapalı Çarşı’da esnafılık yapan Yervant Portakal’ın 1915’de yaptığı müzayede, Türkiye’deki müzayeciliğin ilk örneklerindendir. Antika eşyaların satışa sunulduğu müzayedeler de bu tarih etrafında kümelenmektedir. Rafi Portakal bir röportajında, dedesinin 32 adet saray müzayedesini yaptığı ve elde edilen paraların Atatürk’ün emri ile başka ülkelerin sultanlarına gönderildiğini belirterek, Türkiye’deki ilk müzayecilik olaylarını özetlemiştir (Ertok, 1997).

2.1 Türkiye’de Sanat Pazarı Olarak Müzayedeler

19. yy’da başlayan Türk müzayeciliğinin diğer adı “mezat”tır. Çarşı geleneğine uygun olarak belli günlerde yapılan mezatlar, çarşı içinde kalan bir faaliyettir ve belediyeler tarafından sürdürülmüştür. 19. yy’ın sonlarına doğru çarşı dışına çıkan müzayedeler, evlerde tereke hâkimi karşısında yapılırken, 1980’li yıllarda nitelik değişimi yaşayarak müzayedeler büyük otellerde yapılmaya başlanmıştır. Bu yıllarda ivme kazanan müzayedeler, 1990’lı yıllarda Batı standartlarına ulaşmıştır. Günümüz Türkiye’inde müzayeciliğin en büyük sorunlarından biri eser teminidir: Eser sayısı az olan Türk resminin geçmişi 150 yıla uzanmakta ve müzayedede çıkan ressam sayısı 10 civarındadır. İkinci sorun ise, müzayedede satılan eserlere dünyanın hiçbir yerinde uygulanmayan vergi ödenmesidir. Bir başka sorun da müzayecilik kanunun olmaması, belediye yasaları ve ticaret kanunlarıyla çalışmaktır (Utku, 2006).

Yeni Eğilimler sergileri içi boş bazı biçimsel gösterilerin bir oyun alanı olmamış ve ülkenin üretim dinamizmini belirleyen, gerçek yaratış etkinlikleri doğrultusunda

yenileme coşkusu da yaratan bir faaliyet olarak algılanmıştır. Oysa Yeni Eğilimler, Dünya sanat çevrelerinde 1950'lerden sonra terkedilmiş olmakla birlikte Yeni Eğilimler sergileri içi boş bazı biçimsel gösterilerin bir oyun alanı olmamış ve ülkenin üretim dinamizmini belirleyen, gerçek yaratış etkinlikleri doğrultusunda yenileme coşkusu da yaratan bir faaliyet olarak algılanmıştır. Oysa Yeni Eğilimler, Dünya sanat çevrelerinde 1950'lerden sonra terkedilmiş olmakla birlikte, 1960'lardan sonra, insanın doğal ve kentsel yaşam ile bütünleşmesini amaçlayan bazı sanatsal etkinlikler içinde yeniden değerlendirilmiştir (Tansuğ, 1976). Türkiye'de 1970'lerden başlayan 'Yeni Eğilimler', 'Günümüz Sanatçıları', 'Genç Etkinlik' gibi kurumlara bağlı etkinliklerin yanı sıra 1990'larda Beral Madra'nın A, B, C, D, Vasıf Kortun'un 'Anı/Bellek' sergileri özel girişimlerdir. Ahilik Kurumu'nun Türk tarihinde toplum hayatını derinlemesine etkisi altına aldığı görülmektedir. Anadolu Selçuklu döneminden sonra loncalar aracılığıyla sanatkâr ve esnaflar üzerinde ki etkileri kültürel faaliyetleri düzenlemesiyle, Ahiliğin toplum üzerinde ki olumlu etkileri tartışmaya kapalı bir konudur. Erken Rönesans çağında görülen esnaf örgütlerinin kuruluşunda ve işleyişinde kültürel değerler etkili olmuş ve lonca ilkelerine tabi, ortaklık ruhunun egemen olduğu atölyelerde üretim sağlanmıştır (Öndin,2006).

Türk resim pazarının gelişmesinde antika ve müzayedecilerin önemi, galericilerin etkili olduğu 1970'li yıllarla birlikte ivme kazanırken, açık arttırma ve müzayedelerin çok eskilere dayandığı bilinir. İlk antikacılar alım-satım ve müzayede işlerini objelerin ve tabloların bulunduğu evlerde gerçekleştirilirken, 1970'li yıllardan sonra bu işlemler müzayede merkezlerinde yapılmaya başlanır. 1970'ler ve 1980'ler, Cumhuriyet döneminde siyasi olayların baskısı altında en kaotik ve rahatsız edici dönemlerdir. Sosyoekonomik bunalıma rağmen, şehrin elit bölgelerinde sanat galerilerinin açılması 1970'lerin ortalarından itibaren ilginç bir olay olmuştur.

Türkiye'de 1980'li yıllardan sonra hızlanan koleksiyonculuk, soluğu özel müzelerde almaya başlamıştır. Can Elgiz koleksiyonuna ait özel bir müze, Sakıp Sabancı'nın kendi evini müze haline getirilmesiyle kurulan Sakıp Sabancı Müzesi, Suna ve İnan Kıraç'ın Pera Müzesi, Eczacıbaşı kendi koleksiyonunu sergilemek üzere kurduğu İstanbul Modern Sanatlar müzesi Türk sanatındaki büyük bir boşluğu doldurmaktadır.

(Baraz, 2005, akt. Öztürk, 2013)’e göre “Türkiye’de oluşan sanat piyasasının medya aracılığıyla tanınır halde gelmesi ve gelişmesinde katkıları olmuştur. Yervant Portakal, Aret Portakal, Rafi Portakal, Duran Tantekin, Maksut Varol, Ahmet Keskiner, Ahmet Utku, Can Has, Can Önen, Erdem Ersoy, Hakan Bali, Nurcan ve Turgay Artam, Rüştü Sungur ve gibi sanatçı ve sanatseverlerin ilgisiyle müzayede piyasası gelişim göstererek günümüze kadar gelmiştir.

Türkiye’de yaşanan bu olumsuzluklara karşı Uluslararası Plastik Sanatlar Derneği (UPSD) ve Sanat Galericiileri Derneği (SGD) müzayede evlerine resmi olarak iletilen bildiride “Müzayedelerin yapılış tarzının çağdaş Türk sanatına ve kültürüne verdiği zarara lütfen son verin!” çağrısı yapar. Bu bildiri de devletin, siyasi partilerin ve medyanın önceliklerinde olmayan kültür ve sanatın dışlandığı ülkemizde, sanatçılarımızın ve galericilerimizin büyük çabalarıyla yaratılan artı değerler ve piyasa spekülative çıkarlarla ve “sürümden kazanmak” gibi hesaplarla ortaya çıkan müzayedecilerin saldırılarıyla yerle bir olmakta, var olan değerler, bir saat süren bir müzayede seansı ile her şey çöpe gitmektedir sözleri yer alır (RH+Sanart, 2008).

Günümüz Türkiye’sinde müzayedelerin uyguladığı yöntemler, sanat ortamının temel sorunlarından. Öncelikle müzayedeler, Türk sanat piyasasının güvenilir değerlerini dikkate almadan düzenlenmekte ve yaşayan sanatçının eserlerinin nasıl arttırıldığı bilinmeden olağanüstü değerlere ulaşmaktadır. İkincisi de rekor fiyatların gün geçtikçe artmasıdır.

Eskiden resmin peşinde olan koleksiyonerler, sonra imzanın peşinde olmaya başlamışlardır. Koleksiyoner sayısı arttıkça koleksiyonerlerin bir bölümü spekülative ve al-satçıya dönüşmüştür. Resim artık bir anlamda sanat eseri olmaktan çıkıp borsa kâğıdı şeklinde işlem görmeye başlamıştır (Günyaz, 2007). Koleksiyonerler için aldıkları resmin hem yatırım hem de tanınma açısından uluslararası piyasada ne değer taşıdığı her zaman önemli olmuştur.

Türkiye’de profesyonel anlamda kurulan ilk müzayede, Turgay Artam tarafından Ankara’da Kent otelde gerçekleştirilmiştir. 1981 yılında ilk olarak Artam, bir dostunun çocuklarına yardımcı olmak amacıyla giriştiği bu işi elden ele değil, müzayede yoluyla

satmaya karar vermiştir. Bu ilk müzayedenin sonunda ilgi sonucu olarak yalnızca parapul müzayedesini değil eski ve değerli eşya, tablo, halı, kilim ve aksesuar müzesi yapmayı planlamaktadır. Bu işi yapabilmek için gazeteye, evinde değerli eşya bulunan ve bunları elden çıkarmak isteyen herkese çağrıda bulunur. Bu gelişmeler sonucunda araştırmalarını yapan Artam, müzayede organizasyonlarını gerçekleştirir (Ertok, 1977).

(Öztürk, 2013)’e göre “Günümüzde hala varlığını sürdüren Portakal Sanat ve Kültür Evi ve Antik A.Ş. gibi müzayede evlerinin beraberinde dünyaca tanınan ve benimsenmiş olan müzayede evleri de Türk sanat piyasasına ilgi duymaktadır”.



Resim 2.1 Artam Antik A.Ş., İstanbul (URL 7. <https://artam.com>)



Resim 2.2 Portakal Müzayede evi, İstanbul (URL 8 <http://www.milliyetsanat.com>)



Resim 2.3 Artam Antik A.Ş Müzayede evi (URL 9. <https://artam.com>)

2.2 Türkiye’de Sanat Galerilerinin Doğuşu ve Gelişimi

Sergileme fikrinin gelişmesiyle birlikte 1850 yılı sonrasında, tarım ve sanayi tanıtımının yapıldığı ilk adımların atılıp uluslararası düzenlenen fuar nitelikli sergilere katılım başlamıştır. Düzenlenen bu sergiler sanat sergilerine de öncülük etmiştir. Osmanlı Devleti’nin katıldığı ilk sergi; olan 1851 yılında sanayi ve tarım ürünlerinin tanıtıma sunulduğu “Londra Sergisi” olarak kayıtlara geçmiştir. Bu adımlarla gelişim gösteren sergileme yöntemi 1855 yılında düzenlenen Paris Sergisi’nde güzel sanatlar ve tarım endüstri olarak iki bölüme yer verilmiştir (Çolak, 2019).

1867 yılında düzenlenen “Paris Sergisi” daha önce düzenlenmiş olan sergilerden farklı olarak ilk kez resim sergilemiş olması açısından önem arz etmektedir. Bu sergi de Şeker Ali Ahmet Paşa’nın eserleri ve Sultan Abdülaziz portresi de izleyiciyle buluşmuştur (Yardımcı, 2005). Bu sergide Osman Hamdi Bey, Şeker Ahmet Paşa ve yabancı sanatçılarda eserleriyle sergide yer almıştır (Germaner, 1991).

Türkiye’de ilk sergi 27 Nisan 1873 yılın da Sultanahmet’te Şeker Ahmet Paşa tarafından açılmıştır. Bu sergi Devletin üst kademelerinden de yoğun ilgi görmüştür.

Sanayi-i Nefise Mektebinin kurulması 1883 yılında Salon sergilerinin yapılmasını da etkilemiştir. Sanayi-i Nefise Mektebi sanat alanın da disiplin oluşturmasıyla beraber

yılsonunda sanat eğitimi alan öğrencilerinde eserlerinin sergilemesine olanak sağlamıştır (Tansuğ,1991).

Bu gelişmelerin ardından İstanbul Beyoğlun'da 1901 yılın da “Passage Oriental” sergisi ilk salon sergisi olarak açılmış daha sonra 1902 yılında ikincisi düzenlenmiştir. Düzenlenen bu sergiye, Ahmet Ziya Akbulut, Halid Naci Bey, Şevket Dağ, Hamdi Kenan, Ahmet Rıfat Bey, Mesrur İzzet ve Kamil Bey gibi sanatçıların yanı sıra gayrimüslim sanatçılar da katılmışlardır. Bu sergi de toplam 325 eser izleyiciye sunulmuştur (Cezar, 1995).

1903 yılın da üçüncüsü düzenlenen İstanbul Salonu sergisin de ise 283 eser teşhir edilmiştir. Bu eserler yağlıboya, suluboya, gravür, mimari proje ve mimari eserlerden oluşmaktadır. Bu serginin ardından “İstanbul Salonu’nun kapaması ve dağılımı olmasıyla Sanayi Nefise Mektebi’nin öğrenci sergileri haricinde, 11 yıl boyunca kişisel ya da genel mahiyetli bir sergi açılmadı.” Fakat bu dönem de sanat eserlerinin izleyiciye sunulduğu ve hem yerli hem yabancı sanatçının bir araya gelerek İstanbul Salon Sergileri dikkate değer aktiviteler olarak kabul görmüştür (Ceazar, 1995).

1916’da yılında “Osmanlı Ressamlar Cemiyeti Sergileri” 1916-1952 otuz altı yıllık süreç içinde “Galatasaray Sergileri” olarak bilinmektedir. Türk resim sanatında Galatasaray sergileri yenilikçi görüşlerin yaygınlaşmasını da sağlamıştır. “1916 yılında düzenlediği ve 48 sanatçının katıldığı Galatasaray Lisesi resim atölyelerinde gerçekleşen sergi ilk sergi olarak kayıtlara geçmiştir” (Ersoy, 1998). “Cumhuriyetin ilanından sonra ilkbahar aylarında Ankara’da Güzel Sanatlar Birliği Sergileri olarak her yıl tekrarlanmıştır.” (Yaman, 1995).” 1916’dan başlayarak geleneksel olarak düzenlenen Galatasaray Sergileri, Türkiye’de gerçekleştirilen ilk sürekli sergi olması bakımından önem taşır.” (Özsezgin, 1998).

Cumhuriyet döneminin ilk yılların da sanatı yaygınlaştırmaya yönelik çalışmalar istenilen seviyelere ulaşamamış ve Türkiye ‘de sanat sadece İstanbul ve Ankara’da düzenlenen sergilerle sınırlı kalmıştır. Bu iller de yaşayan halkın da belirli bir kısmı bu etkinliklerin varlığından haberdar olmuştur. Diğer iller de yaşayan halk resim sergisi ve tuval resmiyle hiç tanışmamıştır.



Resim 2.4 CerModern, Ankara (URL 10. <https://www.aa.com.tr>)

1926 yılında Güzel Sanatlar Birliğinin kurulmasının ardından yayınlanan kararnameyle sanat sergilerinin her yıl Ankara’ da düzenlenmesine karar verilmiştir (Ersoy, 1998). 1929 yılında İstanbul Türk Ocağı binasında Genç Ressamların düzenlemiş olduğu sergide (Giray, 2004). Türk Ressamlar bir araya gelmiştir. Ankara’da düzenlenen bu serginin ardından tekrar birleşerek 15 Temmuz 1929’da Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği’ni kurmuşlardır.

1933 yılında “D Grubu” Türkiye’de çağdaş eğilimlerin öncüsü olmuştur. Zeki Faik İzer, Nurullah Berk, Elif Naci, Cemal Tollu, Abidin Dino ve Zühtü Müridoğlu’ndan oluşan D Grubu; empresyonist eğilimleri reddederek konstrüktivist akımlardan yola çıkan bir anlayışı benimseyerek çeşitli sergiler düzenler. “1933’deki ilk sergilerinde klasiklerin kopyalarını göstermişlerdi. Amaçları, klasik sanatın modern sanatla paylaştığı yapısal sorunları vurgulamaktır (Duben, 2007).

1942 yılına kadar etkinliklerini devam ettiren Müstakil Ressamlar ve Heykeltıraşlar Birliği Cumhuriyet döneminin kalkınmasına dayanak olma amacıyla Balıkesir, Samsun, Bursa, Zonguldak, İzmit gibi iller de halk evleri salonların da sergiler düzenlemişlerdir (Yaman, 1995). Cumhuriyet döneminin onuncu yılından itibaren devrimleri elen alan ve Devletin tanıtılması amacıyla inkılap sergileri düzenlenmiştir.

1950 yılı sonrasında da ülkede değişen politik, ekonomik, sosyal yapının sanat hayatına olan etkileri kültür politikasında değişim ve gelişimlerin başlangıcı olur.

1970'lerden önce ülkemizde geniş özel galeriler olmadığı için Türk resimleri ulusal sergiler aracılığıyla izleyiciyle buluşmuştur. Özel galerilerin olmaması, grup etkinliklerinde ve okul ortamlarında bazı gelişim standartlarını vurgulamaktadır. Ancak 1970'lerde özel galerilerin yaygınlaşmasıyla birlikte bir sanat piyasası hareketi yükselmeye başlamış, ancak konuları tartışma aşamasına gelememiş ve gerçek bir sanat piyasasının oluşumunu gerçekleştirememiştir.

1970'lerde gelişmeye başlayan resim piyasasında, 1970'lerin ortalarına kadar özel galerilerin genel eğilimi, eski kuşak sanatçıların eserlerini sergilemek ve bunları zengin iş adamlarına satmaktır (Pehlivanoglu, 2006). Bu alandaki canlanma ancak 1970'lerin ortalarında, özellikle 1980'den sonra gerçekleşti.

1970'lerden sonra gelişen üslup özelliklerine sahip bir grup sanatçı, 1968-1980 yılları arasında ülkenin toplumsal bunalımından ciddi şekilde etkilenmiştir. 1960'lı ve 1970'li yıllarda soyut sanatta bir gelişme hareketi olmasına rağmen, bu toplumsal bunalımların dalgalanması önemli bir etken olmuştur. 1970'ler Post-figüratif sanatın hızlı gelişimi. Soyut sanat eserlerinde bulunduğu ortamın günlük olaylara ve deneyimlere ilişkin gözlemlerinin hâkim olduğu görülmektedir. Tansuğ'a göre, "Sanat etkinlikleri, sanat eğitimi yoluyla olsun ya da olmasın, sıkıcı, sıradan standartları aşmaya, geniş kültürel birikime ve açık bir dünya görüşü edinmeye bağlıdır" (Tansuğ, 2007). Bugün Yapı-Kredi Kültür Merkezi, Ak Sanat Sergi Salonu, Garanti Platformu, Pera Müzesi bu dirilişin en önemli örnekleridir. Müzeler ve sanat galerileri kent kültürünün ayrılmaz bir parçasıdır. 1970'lere kadar Beyoğlu, 1900'lerin Paris Salon sergilerinden esinlenen bir sergi etkinliği idi ve bu gelenek Galatasaray sergisinde de devam etti. (Tansuğ, 2007).

Türk resim pazarının gelişmesinde antika ve müzayedecilerin önemi, galericilerin etkili olduğu 1970'li yıllarla birlikte ivme kazanırken, açık arttırma ve müzayedelerin çok eskilere dayandığı bilinir. İlk antikacılar alım-satım ve müzayede işlerini objelerin ve tabloların bulunduğu evlerde gerçekleştirilirken, 1970'li yıllardan sonra bu işlemler

müzayede merkezlerinde yapılmaya başlanır. 1980 ve 1990'lı yıllarda kurumsallaşan antikacı ve müzayedeciler, büyük otellerin balo salonlarında, ciddi açık arttırmalar yaparak Türk resminin gelişimine katkıda bulunurlar. Antika ve müzayede piyasası, Yervant Portakal'dan sonra oğlu Aret Portakal ve torunu Raffi Portakal'ın katkılarıyla ve antika eksperliği yapmış olan Nurcan-Turgay Artam, Rüştü Sungur, Yalçın Deniz Yılmaz gibi isimlerle ilerlemiştir (Baraz, 2007).

1970'lerde sanat ortamımızdaki tüm sorunlara rağmen sanat etkinlikleri devam etmiştir: 1970'li yılların sonuna doğru İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi, sanatı halkla paylaşmak ve yaygınlaştırmak, güncel sanat ortamının dinamiğini belirlemek amacıyla İstanbul Sanat Bayramı'nı düzenlemiştir. Bu etkinlik, sanat ortamımıza getirilen yeni bir soluk olarak değerlendirilmiş ve tüm sanat dallarının bir arada ele alınması açısından da bütünlükçü bir yapıya sahip olmuştur. 2. İstanbul Sanat Bayramı, eğitim ve sanatı halkla buluşturma amacıyla galeri ve kurumların desteğini almıştır. 1983 yılındaki 3. İstanbul Sanat Bayramı kapsamında gerçekleştirilen sanat pazarı, sanatçıyı aracı olmadan halkla buluşturma amacıyla iken galeriler, '83 Çağdaş Türk Sanatı Sergisi' ile 1980'lerin Türk sanat ortamında yükselen galericilik konusunu ve sorunlarını tartışmışlardır. Akademinin bu girişimi, sonraki yıllarda uluslararası bir sanat fuarı düzenleme fikrini gündeme getirmiştir (Akkoyunlu, 2004).

1975 yılından sonra çağdaş Türk resminde özel galeri etkinliklerinin faaliyetleri sonucunda 70'li ve 80'li yıllarda sanat piyasasına yönelik açılımlar başlamıştır. Bu dönemde özgün çalışmalar çıkaran sanatçılar Mehmet Güleriyüz, Neşe Erdok, Gürkan Çoşkun (Komet), Burhan Uygur gibi ressamlardır. Bu sanatçılar, Türk resminde figüratif resmin gelişmesine ve kavramsal nitelikteki işlerin çıkmasına ve de post modern dönem çerçevesine giren üslup çoğulculuğuna ön ayak olmuşlardır (Tansuğ, 2007).

1970'ler ve 1980'ler, Cumhuriyet döneminde siyasi olayların baskısı altında en kaotik ve rahatsız edici dönemlerdir. Sosyoekonomik bunalıma rağmen, şehrin elit bölgelerinde sanat galerilerinin açılması 1970'lerin ortalarından itibaren ilginç bir olay olmuştur. 1950'li yıllardan itibaren devam eden ve bu dönemde güçlenen liberalleşme akımı, sanat eserlerinin maddi değerinin görülebildiği bir ortama ulaşmış, ancak

başlangıçta tamamen yetersiz kalmıştır. 1970'lerin başında Melda Kaptan ve Cumalı gibi galeriler profesyonel bir tavır sergilese de, 1975 yılında Yahşi Baraz'ın Kurtuluş'ta açtığı galeri resim sanatında tüm bu galerilere iyi gelmemiş ve daha sonra açılan galeriler. Galeri Baraz, tüm nitelikli sanatçıları cezbetmek için idealist bir eğilime sahiptir. Bu eğilim hiçbir zaman ortadan kalkmasa da tüccarlarının baskın olduğu görülmektedir.

1980'li yıllarda Türkiye'de siyasal, ekonomik, toplumsal geri kalmışlık birlikte sanatın da geri ve gerici kaldığını söyleyen Madra, 1980'li yılları şöyle özetlemiştir:

“1980'li yıllarda başka yerlerde olduğu gibi sanat pazarı bir canlanma yaşıyorsa da, bu sanat yatırımı bilgiden, belli bir planlama ve uygulamadan yoksundur. Yerel sanat pazarı, sanatçının içe dönük durumunda bir açılma yaratmış olabilir, ancak ona uluslararası rekabet içinde yer alma olanağı vermiştir. 1980'lerde 'patlama' gibi görünen resim pazarı, erken modernizmin birinci ve ikinci sınıf resimlerinin satıldığı, kaynağı belirsiz paranın aklanma alanı olarak kullanıldığı bir pazardır.” (Madra, 2005).

1980'lerde sayısı hızla artan özel galeriler, sanat ortamını devlet himayesinden kurtararak, sanatçılara ekonomik özgürlük sağlamış, ancak bu galerilerin çoğu toplumla sanatçı arasındaki kültürel sorumluluğu üstlenememişlerdir. Galeriler, ticari kaygılara kapılmış olsalar da sanatçıların kitle ile buluşmasını, çeşitli kişi ve kurumların koleksiyon oluşturmalarını sağlamıştır (Dostoğlu, 1999). 1980'lerin ortalarından sonra resimle ilgisi olmayan yeni zengin sınıf resim almaya başlar. Klasik resim hızla tüketilirken, Cumhuriyet sonrası sanatçılar ve çağdaş ressamalarda alıcı bulmaya başlar ki bu ilgi özel galerilerin sayısını artırır. Ancak 1990 yılında Körfez krizi bu gelişmeye darbe vurur ve yeni kuşak sanatçıların eserlerinin alıcısı azalır, eski sanatçılar tekrar öne çıkararak eser fiyatları artar. Fakat koleksiyonerler arasında bir bilinçlenme yaşanır, kısa vadeli ve yatırım amaçlı yaklaşımdan vazgeçilmiştir (Ural, 2007).



Resim 2.5 Mısır Apartmanı, İstanbul, Beyoğlu (URL 11. <https://twitter.com>)

Sanayileşmeyle birlikte tüketim anlayışı, pahalı bir eğlence yada yatırım aracı olarak kabul gören sanatı da etkilemiştir. Sanatın bu durumdaki işlevi ilk olarak zevklerin tatminine, ikinci olarak da iyi bir yatırım yapma arzusuna dönüşmüştür. Sanat eseri, estetik değerinin yanı sıra maddî değeri ile de değer kazanmaya başlamıştır. Bazı kişi ve kurumların ekonomik politikalarına göre sanat eserleri, tahvil ve hisse senedine benzetilmekte, enflasyon dönemlerinde plastik sanat eserleri cankurtaran simidi olarak görülmektedir. Sanat, ekonomik gelişmeyi hızlandırırken aynı zamanda ekonomi de sanatın büyümesine önemli katkılarda bulunmuştur (Karaman, 1991).

1991 yılının kış ayında yapılan bir anket çalışmasıyla 35 galeri (18 yönetici) ile yapılan görüşmelerde şu sonuçlar önem arz etmektedir. Galerilerin %48'i sanat eğitimi kökenli, %8'i işletme eğitimi; galeri yöneticilerin %80'i bayan ve 30 yaşın altında personel oranı düşük; galerilerin %60'ı eser alıp sergileyerek komisyonla satarlar; sanat eseri seçiminde %64'ü sanatçının kişisel ve sanatsal kimliğini, %92'si eserlerin sanatsal değerini, %96'sı eserin tekniğini önemser. Bu anketteki bazı diğer önemli noktalar ise galeri yöneticilerinin çoğu sanat kökenli olmasına rağmen sanat danışmanlığı yapmadığı bilinmektedir. Sanat kökenli olmayanların bu görevi yaptığı; sanat eserlerinin belirlenmesinde galerilerin %68'nin etkili olduğu ve uluslararası ilişkilerde galerilerin %67'si kişisel çabalarla bu bağı kullanırken sergiye katılmanın ötesinde bir ilişki yaşanmadığı görülmektedir (Şahinoğlu, 1991).

(Beral Madra, 2005)'ya göre sanatçı, galerici, koleksiyoncu ilişkilerinin iki boyutu vardır. Biri parasal, diğeri de etik ve estetik boyuttur. Türkiye'nin 20. yy sanatı içindeki galeriler, parasal yöne ağırlık verdiklerinden dolayı estetik ve etikten taviz vermiştir. Sanatçı, galerici, koleksiyoncu ilişkisi gelişi güzeldir. Sanatçı sürekli galeri değiştirir, birden fazla galeride satış yapar, atölyesinden ve evinden satış yapar, çalıştığı galerinin ilkelerine aykırı olarak karma sergilere katılırdı. Koleksiyoncu sanatçıdan satın almak ister, galeri danışmanlığını kullanmaz, koleksiyonunu da sanat ortamının değil, kendi çıkarları konusunda kullanırdı. Sanatçılar, bir pazar olanağı bulmalarına rağmen, etik ve estetik açıdan hak ettiklerini elde edememişler ve yapıtları bir müze tarafından alınmamıştır ve de uluslararası sanat ortamında yer alamamışlardır. Koleksiyoncular ise iç pazarda pahalı olarak satın aldığı sanat eserini yeniden satamamış ve riskli bir yatırım söz konusu olmuştur, çünkü henüz bir sanat borsası oluşmamıştır (Duben, 1991).

Türkiye'de sanatçı ve galerici ilişkilerinin amatörlük düzeyinde olduğunu söyleyen Nur Koçak, yaşamını sanatıyla kazanan insanların hem yok denecek kadar az olduğunu hem de başka işler yaparak zaman ve enerjisini harcadığına değinmektedir. Aynı şeyler galericiler için de söz konusudur. Galerilerin çoğu ya bir bankanın ya da bir pazarlama şirketininindir. Butik artı galeri olan bir iş yeri olduğu gibi, antikacı artı galeri de olabilmektedir. Sadece galeri olarak iş yapan birkaç tane galeri vardır. Koleksiyoner ise, belli bir çizgiyi izlemeden, "sevdim" dediğini alarak toplamaktadır. Aslında işin özünün profesyonelleşmek olduğunu vurgulayan Koçak; sanatçı, geçimini sanatla kazanacak, galerici sanat ürünlerini satma yönünde çaba harcayacak, Koleksiyoner de bilinçlenip, belli bir akımın ya da sanatçının peşinden girerek sanatçı ve sanatçıları keşfedecek olursa, ortak bir amaç üzerinde yürünecektir (Duben, 1999).

1980-90'lı yıllar, özel kesimin desteğinin yoğun olduğu, Türk sanatçısının dışa açıldığı ve evrensel düzeyin yakalandığı bir dönem olmuştur. Çoğulcu görüşler Türk sanatında yerini alırken, sanat dili bu görüşler etrafında şekillenmiştir. 1980 sonrasında Avrupa'ya ve Amerika'ya sanat eğitimi için gidenlerin çoğalması ve Yeni Eğilimler, İstanbul Bienali, Günümüz Sanatçıları, Ankara Sanart, Tüyap Sanat Fuarı, Genç Etkinlik ve galerilerin düzenlediği büyük sergilerin artması bu yılların özellikleridir ve ülkemizde sanatın çağdaş kavramlara ulaşmasına katkı sağlamıştır (Germaner, 1977).

Yahşi Baraz hem Hilton Otelindeki şube galerisinde turistlere basit suluboya peyzaj satışlarını sürdürmüş, hem de en nitelikli sanatçıların yapıtlarını toplamış ve yaşayan, üretimi güncel olan sanatın koleksiyonlara girmesine çaba harcamıştır. Sanatçılar, resim ticaretinin bu denli yoğun olmadığı, daha elit görünümlü galerilere ihtiyaç duyar, bunu da 1976'da açılan Maçka Sanat Galerisi karşılar (Tansuğ, 2007). Bu gelişmelerin ardından 1978'de Hobi ile Kile Sanat Galerileri, 1979'da Ümit Yaşar Galerisi, 1980'de Galeri Lebriz, 1981'de Urart Sanat Galerisi, 1982'de Sevimce Sanat Galerisi, 1984'te Ankara'da Siyah Beyaz Sanat Galerisi ve Galeri Nev ve 1986'da Tem Sanat Galerisi gibi diğer açılan galerilerde sanat ortamına katkılar sağlar. Sanat eserini sergileyen bu galeriler, piyasanın ilgisini biçimlendirmesinin yanı sıra Türk resminin gelişimine, Türk resminin envanterinin yapılmasına büyük katkıları olur. Ayrıca sanatçının üretim sürekliliğini sağlayacak ekonomik koşulları sağlamakla birlikte sanatçılara kimliklerini geliştirme imkânları sunar. 1980'li yıllarda çağdaş sanata ilgi artınca galerilerde çoğalır. Ancak ticari ve kültürel işlevini doğru yapmayan çoğu galeri ekonomik krizlerle birlikte kapanır (Üstünipek, 2007).



Resim 2.6 Galeri Nev, İstanbul, Beyoğlu (URL 12. <https://www.smartbeyoglu.com>)

Türkiye’de yaşanan bu olumsuzluklara karşı Uluslararası Plastik Sanatlar Derneği (UPSD) ve Sanat Galerici Derneği (SGD) müzayede evlerine resmi olarak iletilen bildiride “Müzayedelerin yapılış tarzının çağdaş Türk sanatına ve kültürüne verdiği zarara lütfen son verin!” çağrısı yapar. Bu bildiri de devletin, siyasi partilerin ve medyanın önceliklerinde olmayan kültür ve sanatın dışlandığı ülkemizde,

sanatçılarımızın ve galericilerimizin büyük çabalarıyla yaratılan artı değerler ve piyasa spekülâtif çıkarlarla ve “sürümden kazanmak” gibi hesaplarla ortaya çıkan müzayedecilerin saldırılarıyla yerle bir olmakta, var olan değerler, bir saat süren bir müzayede seansıyla her şey çöpe gitmektedir sözleri yer alır (RH+Sanart, 2008).

Günümüz Türkiye’inde müzayedelerin uyguladığı yöntemler, sanat ortamının temel sorunlarından. Öncelikle müzayedeler, Türk sanat piyasasının güvenilir değerlerini dikkate almadan düzenlenmekte ve yaşayan sanatçının eserlerinin nasıl arttırıldığı bilinmeden olağanüstü değerlere ulaşmaktadır. İkincisi de rekor fiyatların gün geçtikçe artmasıdır.

Eskiden resmin peşinde olan koleksiyonerler, sonra imzanın peşinde olmaya başlamışlardır. Koleksiyoner sayısı arttıkça koleksiyonerlerin bir bölümü spekülâtöre ve al-satçıya dönüşmüştür. Resim artık bir anlamda sanat eseri olmaktan çıkıp borsa kâğıdı şeklinde işlem görmeye başlamıştır (Günyaz, 2007). Koleksiyonerler için aldıkları resmin hem yatırım hem de tanınma açısından uluslararası piyasada ne değer taşıdığı her zaman önemli olmuştur.

Türkiye’de önemli resim koleksiyoncuları şunlardır: İş Bankası, Yapı Kredi, Garanti Bankası, Akbank, Ziraat Bankası, Tekel, Sabancı Ailesi, Koç Ailesi, Eczacıbaşı Ailesi, Doğan Ailesi, Mustafa Taviloğlu, Barbaros Çağa, Aziz Karadeniz, Muhsin Bilge, Fazlı Özcan, Ahmet Meray, Yunus Büyükkuş, Levent Çebi (Yardımcı, 2004).

Türkiye’de sanat eseri toplayan yaklaşık 200 sanat koleksiyoncusu vardır. Onları sanat eserlerini alıp korudukları, sanatçıyı cesaretlendirip, yaratıcılığına katkıda bulundukları için ‘sanatın hamisi’ olarak önemsememiz gerekmektedir. Yaşamını sanat eserleriyle zenginleştiren koleksiyoncu, koleksiyonu ile çevresindekilere ışık tutar ve onlarla paylaşarak itibarını artırır. Koleksiyoncunun merakı, görüşleri, araştırması ve ekonomik gücü onun koleksiyon anlayışını yani vizyonunu belirler. Vizyon sahibi olan sanatseverler, koleksiyonerler özel müzayedeler açarak sanatın gelişmesine de etkili olmuştur (Atagök, 2007).

Koleksiyonculuğun gelişmesiyle sanatçılar, geçimini sağlamakta, müzeler de zenginleşebilmektedir. Koleksiyoncuların olmadığı bir ortamda, sağlıklı ilişkilerin

yürümesi, pazarlamanın doğması, arz ve talep dengesinin oluşması mümkün değildir. Türkiye’de bunların olmaması veya olması için gerekli çabaların yetersizliği sanatın en ciddi sorunlarından. Oysaki sanatçının ekonomik bağımsızlığına katkı sağlayacak, tabloya ekonomik değer kazandıracak pazarlamanın oluşması ve bu pazarlamayı yapacak kişilerin ortaya çıkması gerekmektedir. Çünkü sanat eserlerinin alım-satım işlemlerini ehliyetsiz kişilerin yapması söz konusu olacak ve kötü olarak üretilen sanat eserine ve sanatçısına prim verilecektir. Resmi kurumların depoları, devlet kasasından ödenerek alınan örneklerle doludur ve bankaların sanatı ve sanatçıyı teşvik programı yanlış bir uygulama içinde dönüp durmuştur. İstanbul’daki Resim ve Heykel Müzesi’nin kuruluşundan beri aynı hacme sahip olması, yabancı sanat eseri koleksiyonuna sahip olmaması, bürokrasinin olumsuzluğu kadar, sanat pazarlamasının yetersiz oluşuyla alakalıdır (Özsezgin, 1995).

Türk insanının “hercai gönüllü” olmasından dolayı koleksiyon oluşturma süreci birkaç yılla sınırlı kalmış ve özenerek, boş duvarları doldurmak ve hobi alanı olarak şekillenen sanat eseri alımı “özgün yapıtlar ve uzun vadeli perspektifler” yerine “sıradan yapıtlar ve belirli kişilere kısa vadeli kazançlar” hedeflerine göre bilinçsizce üretilmiştir (Gürel, 2008). Ancak unutulmamalıdır ki, uzun süre çağdaş müzesi olmayan ülkemizde resim piyasası bugünlere koleksiyonerler sayesinde gelmiş ve yönünü bulmaya çalışmıştır.

Canan Beykal, galericilerden hep kültürlü olmasını bekledik, onlar da sanatın tüketimine hizmet ettiklerini, aslında tüccar olduklarını söylemek istemediler. Beklememiz gereken şeyleri bekledik bu insanlardan. Bu bence entelektüel bir yanlışlık (İnci, 2001).



Resim 2.7 İstanbul Modern, İstanbul (URL 13. <https://www.google.com>)

3. SANATTA KÜRESELLEŞME ve YATIRIM ARACI OLARAK SANAT

Bir kavram olarak küreselleşme, ekonomik, politik, sosyolojik ve hatta felsefi olarak pek çok farklı alan tarafından anlamlandırılabilmesiyle birlikte çoğu kavram gibi ortak kabul görmüş bir tarife sahip değildir. Küreselleşme kavramı, sınırların ortadan kalkmasını, ulus devletlerin ötesinde ulus aşırı faktörlerin etkili olmasını sağlamıştır. (Kayserili ve Satır, 2013)

Küreselleşmenin, kültür ve estetik gibi kavramlarla da bağdaşıklığı vardır. Ancak, postmodernizmin önerdiğine benze bir kültürel biçimlenmesi yoktur. Bir edebiyatçı, mimar ya da sanatçı küresel çapta önem arz edebilirken, Küresel bir edebiyat ya da mimariden söz edilemez. Örneğin küreselleşme, kültür kavramını değil tokuş edilebildiğinden anlam kazanan bir eğlence kavramı gibi gösterebilir. Sanat da evrensel bir olgu olmasına rağmen, küreselleşme sanata erişimi kolay hale getirerek, sanat eserinin sanatçıdan ilk tüketiciye geçişi ve onu tüketenler arasında yeniden dağıtımın farklı biçimlerde gerçekleşmesine sebep olmuştur (Bayrak, 2013).

Üretilen sanat eseri sergileme yöntemlerinin ortaya çıkmasıyla atölye ortamından sıyrılarak, galeri ve müzayedelerde yer almıştır. Böylelikle belirli kitlelere hitap eden sanat yapıtı ulaşılabilir olmuştur. Ancak küreselleşme, sanatçıların dağıtım sisteminin içinde yer alabilmek için ortaya koydukları sanat eserlerinin sistem tarafından kabul edilen eserler olmalarını gerektirmiştir. Bu nedenle pek çok sanatçı, sisteme dahil olabilecek eserler üretmeye meyletmıştır (Bayrak, 2013).

Sanatın finansal bir yapıya bürünmesinde sanat piyasasının etkin bir rol oynadığından bahsedilebilir. Sanat galerilerinin ortaya çıkışı, sanatın her türlü baskın gücün hegemonyasından kurtularak zanaat olmaktan çıkmasına, bunun sonucu olarak koleksiyonculuğun başlamasına ve akabinde sanat piyasasının gelişmesine sebep olmuştur (Arıkan, 2019).

Uzun bir süre boyunca sanat piyasasına müze ve galeriler damgasını vursa da, günümüzde ard arda kurulan sanat yatırım fonları, gün geçtikçe sanat finans

piyasaşının gelişimine entegre olmuş ve sanatın yatırım aracı olarak görölmesine katkı sağlamıştır (Arıkan, 2019).

3.1 Sanatta Küreselleşme

Küreselleşme bilindiğı gibi dünya üzerinde her alanda değışimin gerçekleştiğı bir dönüşümü sürecidir. Global olarak en başta ekonomi olmak üzere, sosyo-kültürel, siyasi ve politik ilişkilerin ileri iletişim teknolojileri hızla artması ile gerçekleşmektedir. Tek Pazar anlayışının gelişmesi ve ekonomik, teknolojik, siyasi ve kültürel olarak tek alanda toplanması anlamı oluşturmaktadır (Güner, ve Gülaçtı, 2019).

“Martin Albrow, küreselleşmeyi insan yaşamı üzerinde dünya çapında etkiye sahip olan pratikler, değerler ve teknolojinin yayılması olarak tarif etmektedir. Mario Guillen ise, dünyada ki ekonomik, siyasi ve sosyal bütünleşmelerin arasındaki daha büyük bağımsızlık ve yaygın farklılığa yol açan süreç olarak küreselleşmeyi, mal, hizmetler, para, insan ve kültürün karşı sınırlarda akışında artışla sonuçlanan bir yakıt ikmali süreci olarak betimlemektedir” (Yurttadur, 2014).

Küreselleşmenin olumlu etkileri yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Günümüzde teknoloji ve internet bireylerin birbirine daha yakın olmasını sağlamaktadır. Dünya üzerinde olan bir durumun etkisi ve yankısı kısa süre zarfında yayılmaktadır. Bu durum küresel Pazar anlayışının da kontrolsüz bir şekilde ilerlemesine neden olmaktadır. Bu dezavantajın getirdiğı yüzeyselleşme, sömürgecilik, destabilizasyon olgularını yeni bir düzeyde ortaya koymaktadır (Bayrak, 2013; Yurttadur, 2014).

Sanat geniş bir yelpazede büyük bir yer kaplayan alanlardan birisi olarak bilinmektedir. Sanat geçmişten günümüze varlığını sürdürmeyi başarmıştır. Sanat evrensellik anlayışı ile birlikte küreselleşmeye dâhil olmaktadır. Küresel boyut içerisinde hızlı yayılma ve sanat alanındaki rekabet ortamı, sanatın küreselleşmesini daha hızlı hale getirmektedir (Bayrak, 2013).

20. yy da sanat anlayışının değışiminin temelinde artık parasal güç dengelerinin girdiğı, yapılan çalışmaların sanatsal boyuttan çok kazanç elde etmek olduğu için yapıldığı görölmektedir. Sanatçılar 1960 sonrasın da artık eleştirmek yerine küresel

Pazar anlayışına kayarak patronlarının istedikleri yolda yürümeyi tercih etmektedir. Sanatın kurumsallaşmaya başlaması ve ekonomik olarak bir döngü içerisinde bir amaç içerisinde olduğu ifade edilmektedir (Yurttadur, 2014). (Julian Stallabrass, akt. Güner, 2019)’ göre “küreselleşmeyi paranın, yatırımın ve metaların daha serbest dolaşımı ve bu özgürlüğü düzenleyen hukuki anlaşmalar ve eşitlikçi olmayan uluslararası ticaretin yarattığı sonuçlar bağlamında düşünmek gerektiğini söyler”. (Medina 2013, akt. 2015)’e göre günümüz sanatçısının durumunu değerlendirirken de küreselleşme etkisini öne çıkarıyor: Küresel kapitalizmin sanatı da kendine uyacak şekilde biçimlendirmesiyle “küresel sanat takviminin bir parçası olma açlığı, gerçek bir estetik uğraş veya meraktan ziyade, zamanın çılgınlığına ayak uydurma umuduyla ilgilidir”, güncel olmak “vazife” haline gelmiştir diyor.



Resim 3.1 Londra’daki Goupil Galerisi’nin enteryörü, 1927 (URL 14. <https://www.e-skop.com/skopdergi/sanat-piyasasi-ve-galerilerin-orgutlenmesi/2602>)

(Levine, 1972, akt. Bayrak, 2013)’e göre “belirttiği gibi, sanatın var olan dağıtım sistemleri içinde bulunmayan sanatçıların içinde bulundukları durum oldukça zordur: Zaman ilerledikçe atölyeleri yapıtlarının sanat izleyicisince beğenilmediğini kanıtlayan yapıtlarla dolmaktadır. Bir sanatçı yapıtlarını satamamasına rağmen halen

üretmeye devam etmekteyse, umutsuzluğa kapılmamak için güçlü olmalıdırlar.” Küresel sanat anlayışına ayak uydurmak zorunda kalan sanatçıların, sanat eserlerinin ekonomik anlamda geri dönüşümünün olmadığı da kaynaklandığı belirtilmektedir. Sanatçı ürete bilmesi için gerekli kazançları elde etmesi gerekmektedir.

(Andy Warhol, akt. Erdoğan, 2013)’e göre “Piyasa sanatı, Sanat’ın ardından gelen aşamadır. Ben bu işe ticari sanatçı olarak başladım ve piyasa sanatçısı olarak bitirmek istiyorum. Adına ister “sanat” densin ister başka şey, bu işi yaptıktan sonra piyasa sanatına yöneldim. Sanatçı iş adamı ya da iş adamı sanatçı olmak istedim. Piyasada iyi iş yapmak, sanatın en büyüleyici yönü. Hippi döneminde insanlar piyasa düşüncesinden uzaklaşmışlar, “para kötüdür” ve “çalışmak kötüdür” gibi şeyler söylemeye başlamışlardı. Oysaki para kazanmak sanattır, piyasada iyi iş yapmaksan iyi sanattır.”

Endüstri Devrimi sonrasında, sanatın metalaşması ve yatırım aracı olarak tanımlanmasında Avrupa’da özellikle Paris’te piyasanın etkili olduğu söylenebilir. Kilise ve saray himayesinde sipariş üzerine üretilen sanat bu düzeninin sona ermesiyle birlikte özgünlüğünü de ele almıştır. Galerilerin ortaya çıkışı da koleksiyonculuğun gelişmesini ve piyasanın oluşmasını da paralel olarak etkilemiştir (Yılmaz, 2012, s. 125). Oluşmaya başlayan sanat piyasası var olan ekonominin parçası olarak gelişmiştir. Sanatın finansallaşmasında en galeriler, müzayedeler, fuarlar, bienaller, bankalar ve şirketler önemli rol oynamıştır. Kültür ile ekonominin bütünleştiği yaşadığımız dönem içinde hayatı ve tüm ideolojik kamplaşmaları kuşatan ekonominin ona karşı en radikal direnişi gösteren sanatı da içine aldığı kabul edilen bir gerçektir. Günümüzde artık sanatta kapitalizme ve onun liberal politikalarına karşı direnmek yerine onunla bütünleşmiş, sonunda vazgeçilmez olan para insanlığın düşlerini ve isteklerini de işgal etmiştir.

Küresel sanat anlayışı, günümüzde büyük yankılar uyandırmaktadır. Sanatın artık küresel boyutta her yere ulaştığı görülmektedir. Gelişen teknoloji ve küçülen dünya düzeni sanata büyük katkılar yapmıştır. Sanat evrenselliğinin daha geniş kitlelere yayılarak küresel oluşumları da yayılmaktadır. Ekonomik olarak büyük getirilerinin

olduğu ve artık her alanla iç içe olan bu sanat anlayışı popüler olarak 21. yy'da varlığını devam ettirmektedir.

Bu duruma bağlı olarak avangardın temizlenmesiyle sanat özerkliğini kaybetmiştir. Sanatın finansallaşmasının ve piyasanın gelişmesinde antik dönemden beri günümüze gelen müzayedeler önemli rol oynamıştır. Bu duruma paralel olarak gelişen müze, fuar, galeri, sergileme tarih açısından yeni sayılmaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle ulaşılabilir hale gelmiş ve kapalı mekanlarda belirli kitlelere hizmet etmekten sıyrılmıştır ve bankaların devrelerine dahil olmuştur. Bu süreçle birlikte müze, müzayede, galeri, akademi, atölye gibi sanatın disiplin mekanları artık bienallere, fuarlara ve finans piyasalarına açılmıştır (Artun, 2015, s. 146). Çağdaş sanat kara para, silah ticareti, seks sektörleriyle uluslararası sanat dünyasının kar marjı en yüksek Pazar alanına dönüşmüştür. Sanata ve sanat ederine yapılan yatırımlar da en çok kazandıran ve ciddi rakamlara ulaşan ticaret hane haline gelmiştir. Bu bağlamda sanat pazarına bacası tütmeyen endüstri merkezi demek mümkündür (Whitham ve Pooke, 2013, s. 255). Artun, Simmel'in 1900 yılında yayınladığı para felsefesinde, piyasalaşan ve değişim değeri öne çıkan sanatın, metaların en soyutu ve evrenseli olan paranın doğasını andırdığından söz eder. Artun, Steve Edwards'tan hareketle yine 20. yüzyılın büyük diliminde sanat tarihinin, sanatın piyasasındaki rolü tarafından şekillendiğini savunur. Ona göre, kataloglar, monogramlar, kişisel sergiler kadar secere gibi sanat tarihinin temel kavramları da piyasaya ayarlıdır (Artun, 2006, s. 314-15). Son dönem sanat tarihi açısından incelendiğinde Steve Edwards'ın da haklı bir yer edindiğini kabul etmemek mümkün değil gibi görünmektedir.



Resim 3.2 Gérôme, *Phryne Revealed Before the Areopagus* (Phryne Soylular Meclisi'ne Teşhir Ediliyor), 1861 (URL 15. <https://www.e-skop.com/skopdergi/sanat-piyasasi-ve-galerilerin-orgutlenmesi/2602>)

Uluslararası hale gelen sanat piyasası, kar marjı yüksek bir ticaret modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Kazançlı ve az sayıda düzenlemenin olduğu bu piyasa küreselleşmenin etkileriyle karmaşa olarak nitelendirebileceğimiz bir konuma gelmiştir. İki yılda bir düzenlenen ve günümüzün en önemli sanatsal organizasyonu olan bienaller de, sanat piyasasıyla yapısal ilişki içine girmişlerdir. Bu gelişmeler incelendiğinde çağdaş sanat piyasasının giderek küresel şirketler, iş, moda, müzik ve futbol dünyasından varlıklı koleksiyoncular ve alıcılar tarafından yönlendirildiği açıkça görülmektedir.



Resim 3.3 Osman Hamdi Bey, Yeşil Cami Önü, tuval üzerine yağlı boya, 185x100, 1882 Artam Antik A.Ş (URL 16. <https://tr.wikipedia.org>)

3.2 Yatırım Aracı Olarak Sanat

1980’li yıllarda, sanat yapıtının hem bir statü göstergesi hem de bir yatırım aracı olarak görülmesi, sanat piyasasında üst üste satış rekorlarının kırılmasına neden olmuştur. Özellikle de özel sermayenin önemli bir kısmına sahip olan koleksiyonerler ve büyük şirketler, bu satışlarda alıcı olarak başı çekmektedir. Bütün bu satışların, ağırlık olarak tuval resimleri üzerinden gerçekleşmesi, sanat piyasasının yeni ve deneysel çalışmalarla ilgilenmediğinin göstergesi gibidir. Dolayısıyla, fotoğraf sanatı bir yana bırakılırsa; yerleştirme (enstalasyon), video sanatı, dijital sanat gibi çalışmalar yapan

sanatçıların ve sanatçı inisiyatiflerinin, piyasa açısından son derece dar bir alanda hareket etmesi gerekmiştir. Bu alanı biraz genişletmek ve çalışmalarını izleyiciyle paylaşmak isteyen sanatçılar için, bağımsız sivil oluşumlar halinde hareket etmekten başka bir yol kalmamış gibi görünmektedir.

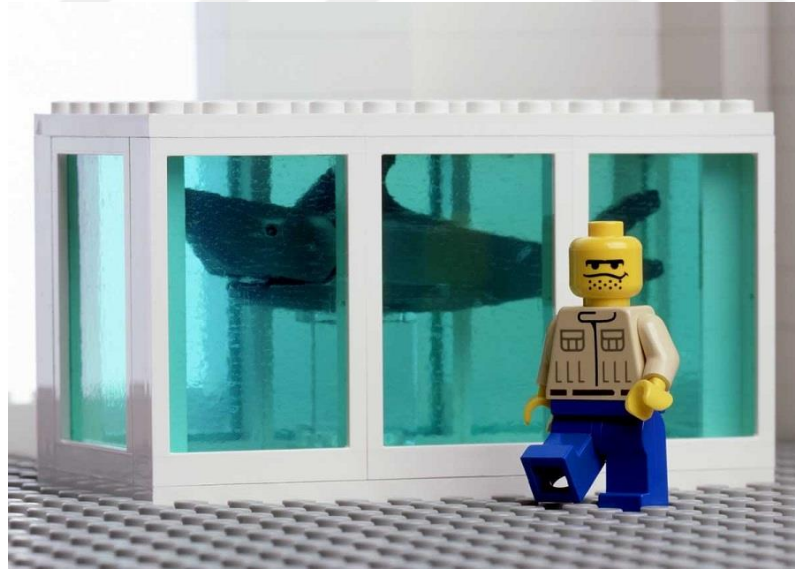


Resim 3.4 2020'deki müzayedelerin en yüksek satış rakamlı ilk 10 lotundan sadece ikisi 50 milyon doların üzerinde fiyatlara ulaşmıştı. 2021'de ise en iyi 10 satışın tamamı 50 milyon doların çok üzerinde fiyatlara satıldı. (URL 17. <https://www.istanbulartnews.com/post/sanat-yatirim-amaci>)

1980'lerin sanatsal faaliyetler anlamında bir diğer özelliğinin de, şirketlerin sadece önemli sanat alıcısı olmaları değil, günden güne artan sanat organizasyonlarına etkin olarak katıldıklarını ve müzelerin de bu durumu koşulsuz kabul ettiklerini belirten Chin-Tao Wu. Zamanla şirketlerin, müzelerde ve sanat dünyasında hükmü geçerli sanat danışmanları sayesinde, sanat piyasasına girmelerinin pek de zor olmadığını ifade etmektedir. Ayrıca sanatçıların özgeçmişlerinde, hangi şirkette hangi eserinin bulunduğu dair bilgilere yer vermeleri, bu durumun sanat dünyası tarafından da benimsenmiştir. Öyle ya da böyle, şirketlerin çağdaş sanat eseri almaları ya da Fransız Sosyolog Pierre Bourdieu'nün deyimiyle “ekonomik sermayenin bir şekilde kültürel sermayeye dönüşmesi”, sanat piyasasının yönünü, bir eserin satın alınıp alınmama durumunu ve yorumlanışını etkilediği gibi; şirketler ile sanat üreticilerinin ilişkilerini

de belirlemiştir. Eskiden sanatçı, alıcıyı görmezken, şimdi sanat hamisi şirketlerin üst düzey çalışanları ile sanatçılar aynı ortamları paylaşmakta, sanatçılar da şirket ideolojisine uygun sanat yapmakta bir sakınca görmediği için, sanat hamileri ile sanatçılar arasında yeni bir ilişki türü doğmaktadır (Wu, 2005).

Çağdaş sanatın ya da yerel sanatçı inisiyatiflerinin deyimiyle ‘güncel’ sanatın gözde araçlarından biri olan yerleştirmenin de (enstalasyon) artık metalaştığını söyleyen Jullian Stallabrass, bugün enstalasyonun, bir yerden bir yere taşınabildiğini, satılabildiğini ifade etmektedir. J. Stallabrass; bir enstalasyonun taşınabilir ya da paketlenabilir olmaması, sergilenmesi için büyük alanlar gerektirebilmesi gibi özellikleri nedeniyle satış zorluğu olmasına rağmen; tasarımları gereği ilgi çektikleri için, bir sergi projesine ziyaretçi çekebilmek amacıyla da kullanılarak, zararına da olsa satışa sunuldukları vurgulamaktadır. J Stallabrass, yine de sanat dünyasının yapısı gereği, bugün hala ilgi odağı olsun olmasın, tuval resminin en kolay pazarlanabilen bir sanat formu olarak, ekonomiye bağlı olarak üretilmeye, bireylere, şirketlere satılmaya devam edildiğini belirtmektedir.



Resim 3.5 Little Artists, *Hirst's Shark Tank*. (URL 18. <http://littleartist.co.uk/artwork/hirsts-shark-tank-lego-sculpture/>)

J. Stallabrass, videonun televizyon için alternatif oluşturduğunu, alışveriş merkezlerinde satış amaçlı olmayan, etkileyici, işlevsiz, bazen devasa boyutlarda, gösterişli nesneler olarak tanımladığı video sanatını, bu rekabetin örnekleri olarak

görünür. 1990'lı yıllar ve sonrasında, büyük ticari başarılar kazanan işlerin, bu taktiğin ürünleri olduğu yorumunu yapan J. Stallabrass; büyük boyutlu fotoğrafların, dev tablolar olarak bazen de alüminyum panellere basılarak, izleyiciye sunulduğunu hatırlatmaktadır. Az sayıda ve farklı boyutlarda üretilen bu fotoğraflar, hem müzeler için hem de koleksiyonerler için alternatifler sunmuşlardır. 1990'ların başında yaşanan ekonomik durgunluk sırasında, çarpıcı ve kolay işler arayan müzeler için bu tür fotoğrafların, önemli bir seçenek oluşturduğu, yoğun alımlar sebebiyle bu tür işlerin fiyatlarının da hızla yükselmeye başladığı görülmüştür. Öyle ki, J. Stallabrass, bazı fotoğrafların fiyatlarının, klasik ustaların tablolarıyla yarışır hale geldiği yorumunu yapmaktadır (Stallabrass, 2009).

Eleştirmen Eleanor Heartney, "Açık Artırmaların Savaşı" başlıklı makalesinde; 1980'li yıllarda Japon spekülâtörler ve Ronald Regan yönetimindeki ABD'de koleksiyoner olmaya karar veren yeni zenginlerinin, bankerlerin ve yatırımcıların desteklediği sanat piyasasında, müzayedelerde kırılan rekorlara değinmekte ve ayrıca 1990'larda sanat piyasasının düşüşe geçtiğine dikkat çekmektedir. Fiyatların böylesine dengesizleşmesindeki önemli nedenlerden birinin, birinci el ile ikinci el piyasasındaki farklılıklar olduğunu söyleyen E. Heartney, 1980'lerde müzayedelerin galerilerle işbirliği içinde olduğunu, 1990'da müzayedelerde fiyatların düşmesiyle, bu birlikteliğin de ortadan kalktığını belirtmektedir. Öte yandan, fiyatları yerleşmiş sanatçıların eserleri, fiyatlarının düşmesine rağmen satılabilmektedir. Bu düşüşün; özellikle de mesleklerinin ortasında olup da belli bir yükseliş yaşamakta olan galerileri daha da tedirgin ettiğini söyleyen E. Heartney, serbest olarak resim ticareti yapan Jeffrey Deich'in, müzayede satışlarının genç ve orta nesil sanatçıların pazarını yok ettiğine dair şikâyetlerini örnek verir. E. Heartney, yukarıda bahsi geçen makalesinde, ayrıca, sanat piyasasında galerilerin, müzayedeler karşısındaki adaletsiz konumuna değinerek; galerilerin sadece satış yapan kurumlar olmadığını, aynı zamanda genç sanatçıların eserlerini tanıtır kariyer yapmalarına, müze yöneticilerinin, sanat eleştirmenlerinin onları görmesine olanak tanıyan ortamlar yaratmaya çalıştıklarına dikkat çekmektedir. E. Heartney, böyle bir ortamda galerilerin maddi sıkıntılar yüzünden, müzayedelerin yarattığı hareketlilikle baş etmekte çok zorlandıklarının, rekabet edemediklerinin de altını çizmektedir (Heartney, 1995).



Resim 3.6 Sanat Eserleri Özelliği: Sanat ve Bugün, Eleanor Heartney (URL 19 <https://www.abc.net.au/radionational/programs/archived/artworks/artworks-feature-art-and-today-by-eleanor-heartney/3197428>)

2000’li yıllara gelindiğinde, 1980’li yıllarla birlikte yükselişe geçen şirket koleksiyonculuğu ve bireysel koleksiyonculuk; sanatsal alanda manipülasyon yapıldığı yönündeki tartışmalara rağmen, devam etmektedir. Yazılı ve sözlü basında, müzayedelerde ulaşılan rekor rakamların haberlerine daha sıklıkla rastlanmaktadır artık. Çağdaş Sanatın tuval dışı örnekleri ise, ülkelerin sınırlarını belirsiz hale getirircesine, kocaman bir sanatçı ordusuyla, dünyanın pek çok köşesinde, bienallerle, sanat fuarlarıyla kendini göstermeye devam etmektedir. Sanatçılar, internet üzerinde kurdukları web siteleri ve bloglar vasıtasıyla hem diğer sanatçılar için hem de sıradan insan için daha kolay ulaşabilir hale gelirken, bu sistem içinde sanal galeriler, müzeler de yerini almaya başlar. Sanat kurumları; şirket mantıyla hareket etmeye devam etmekte, sanatsal etkinliklerini büyük boy reklam panolarıyla duyurmakta, bu etkinlikleri en bilinen ‘moda’ olmuş ya da trende uygun isimlerin sanat yapıtlarıyla süslemeye çalışmaktadır. Bütün bu etkinlikler, aynı zamanda sanat koleksiyonu da olan şirketlerce de desteklenmeye devam edilmektedir. Geleneksel sanatın, sanat piyasası üzerindeki hâkimiyeti sürerken, sanatçı inisiyatiflerinin esas uğraş alanı olan güncel sanat da bu piyasadaki kendine düşen payı, büyötmeye çalışmaktadır.

Batı’nın Sanatsal Alandaki Arayışlarının Türkiye’deki Yansımaları ve Sanat Piyasası 1970’lerdeki sanat ortamını dahi iyi anlayabilmek için; günlük yaşamı, ekonomiyi yakından etkileyen önemli siyasi gelişmelere kısaca bakmak yerinde olacaktır. Zira bu gelişmeler, doğal olarak sanat piyasasını da etkilemiştir.

İthalatın artıp ihracatın azaldığı, dış borcun sürekli büyüdüğü, ekonomik sıkıntıların fazlasıyla hissedildiği bir dönemdir 1970'ler. Ülke sağ ve sol eğilimler arasında ikiye bölünmüş gibidir. Çatışmalar, lise ve üniversitelerde boykotlar, işçi yürüyüşleri devam ederken, 1970 İzmir ve İstanbul'da sıkıyönetim ilan edilir. 1971'de ise, silahlı kuvvetlerin verdiği muhtıra ile hükümet istifa eder. Yeni hükümet kurulur ancak, çatışmalar, kargaşa sonlandırılmamıştır. Sıkıyönetim ilan edilir ve bazı partiler kapatılır ilan edilir. 1973'de koalisyon hükümeti kurulur ancak, sorunun kökenine inilemediği için terör, şiddet ve anarşi aynı hızla devam etmektedir. 1973'de yaşanan petrol kriziyle birlikte, Türkiye'nin dış borcu daha da yükselmiştir. 1974'deki Kıbrıs Harekâtı, zaten ekonomik bir darboğazda olan ülkenin maddi yükünü daha da artırırken, ABD de askeri ve ekonomik ambargolarla ülkenin ekonomisini daha da zora sokmuştur. Pek çok temel ihtiyaç maddesi için kuyruklar, karaborsa eksik olmamaktadır. Enflasyon giderek yükselirken, özel sermayeyi elinde bulunduranlar için büyüme devam etmektedir. 1977'lere gelindiğinde, yapılan seçimlerde hiçbir parti çoğunluğu sağlayamaz. Sürekli bir koalisyon hükümetinin olması; anarşi olaylarını tetikleyen koşulları da yaratmıştır. Çıkan olaylarla baş etmek için, pek çok ilde sıkıyönetim ilan edilmiştir. 1979'da başında ise, yeni bir parti (Adalet Partisi) tek başına iktidara gelir.

Bu şartlar altında, doğal olarak bir sanat piyasasından söz edilememektedir. Üniversite görevlileri, yazarlar ve basın mensupları gibi kültürel hayata duyarlı, batıyı yakından takip edebilen aydın kimseler ve cumhuriyetten itibaren geleneksel hale gelen devlet desteğiyle belli bir alışkanlık kazanan üst düzey bürokratlar sayesinde, doğru dürüst bir galeri olmamasına rağmen, İstanbul ve Ankara'da sergiler açılmaya devam eder. Resmin yanı sıra, heykel ve seramik sergilerinde de artış olur.

Bu süre içinde, sanat piyasasına bakıldığında; öncelikle alıcı ile sanat yapıtı arasına araçlar girmeye başlamıştır. Milliyet Sanat Dergisi'nin Eylül 1978 sayısında, Ahmet Köksal'ın kaleme aldığı makaleden, resmin artık bir yatırım aracı olarak görülmeye başlandığı anlaşılmaktadır. Yine aynı derginin Aralık sayısında Orhan Duru'nun "Devlet Elindeki Resimler: Kapalı kapılar ardında duran ve kıyıma uğrayan yüzlerce tablo" adlı yazısında; son birkaç yıl içinde, hali vakti yerinde olanların, iş adamlarının,

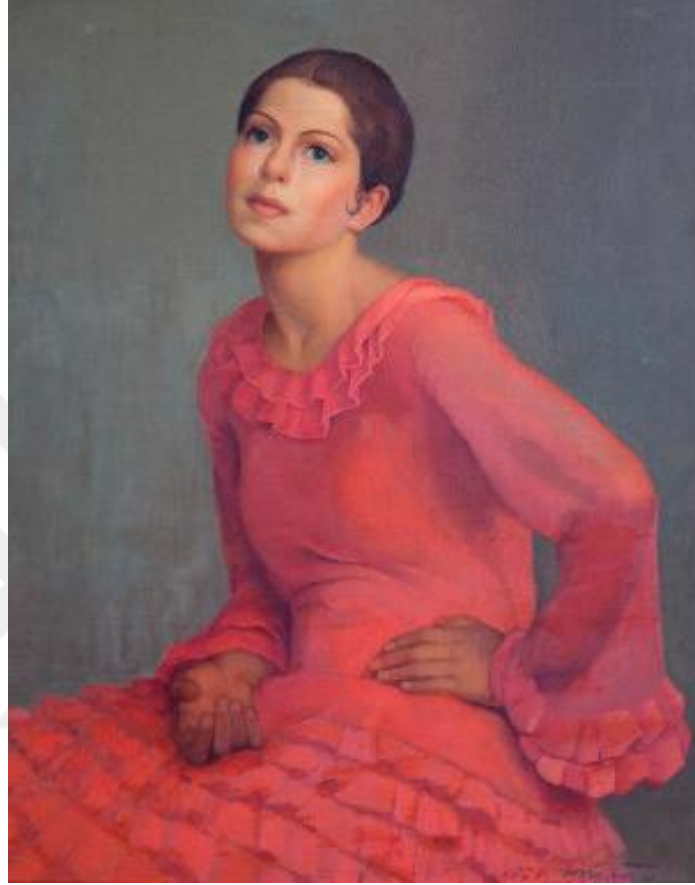
müteşebbislerin, Paris ve New York'takine benzer şekilde, yatırım amaçlı olarak sanat eserlerine yöneldiğine vurgu yapılmaktadır (Üstünipek, 1998).



Resim 3.7 Bedri Rahmi Eyüboğlu, Soyut-Boğaziçi, duralit üzerine karışık teknik, 183x122, 1967 (URL 20. <https://artam.com>)

1970-80 yıllarında Türkiye’de sanat pazarına olan talebinin artmasının en etkili sebepleri arasında orijinal bir sanat eserine sahip olmanın verdiği haz, saygınlığın artması ve pozitif anlamda psikolojik etkilerinin de önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Söz konusu dönemde, bankaların ve şahısların koleksiyonlarının teşhirine devam edilmiştir. 1970’li yılların başında, artan talep nedeniyle özel galerilerin sayısında da artış görülür. Galerileri işleyişleri profesyonel anlamda gelişerek satışlardan belli bir miktar komisyon alarak prensiple çalışmaya başlamışlardır artık. Böylece sanatçının üzerindeki satış sorumluluğu da göreceli olarak, galericiye geçmiş olur. Türk Resim Sanatının ilk örneklerinin sınırlı sayıda olması nedeniyle; galericiler ve sanat piyasasının diğer aktörlerinin de yönlendirmesiyle, bir anlamda piyasasın devamı için, Cumhuriyet’in ilk dönemine, ancak hayatta olmayan sanatçılarına doğru, bir eğilim oluşmuştur. Bu sanatçılardan bazıları Bedri Rahmi Eyüboğlu, Fikret Mualla, Aliye Berger gibi isimlerdir. Başlangıçta 19. yüzyıl ve 20. yüzyılın ilk yıllarında etkinlik gösteren ve hayatta

olmayan sanatçıların yanı sıra, zaman için 1914 Kuşağı ve Cumhuriyet Dönemi'nin ilk kuşağının hayatta olmayan sanatçılarının yapıtları da pazara dâhil edilir (Üstünipek 1998).



Resim 3.8 Mahmut Cuda, Sara, kontrplak üzerine yağlı boya, 93x72, 1929 (URL 21 <https://www.istanbulsanatevi.com>)

1973-1980 yılları arasında eski tarihli kısıtlı bir kaynak olması, galericilerin de tavsiyeleriyle, sanat alıcısıların bu defa da yaşayan sanatçıların güncel eğilimleri taşıyan çalışmalarına yönelmiştir. Bu anlamda, öncelikle yaşayan ancak ustalığını da kanıtlayan sanatçılar gündeme getirilir. 1914 Kuşağının son temsilcisi olup 1977'de vefat eden Hikmet Onat, İbrahim Safi, Adil Doğançay, Ayetullah Sümer, Eşref Üren, Elif Naci, Ali Çelebi, Cevat Dereli, Sabri Berkel, Nurullah Berk, Zeki Faik İzer, Abidin Dino, Hakkı Anlı ve Hamit Görele gibi sanatçılardan sonra, onları izleyen kuşaktan. Nuri İyem, Cihat Burak, Neşet Günel, Avni Arbaş, Adnan Varınca gibi sanatçılar; resim sanatındaki kariyerleri ve saygınlıklarıyla doğal olarak yeni yeni oluşmaya başlayan alıcı kitlesinin ilgisinin çekileceği düşünülmektedir. 1970'lerin ortasında, rağbet gören sanatçılar ve eserlerin fiyatlarıyla ilgili olarak Ahmet Köksal'ın

Milliyet Sanat Dergisi Eylül 1978 sayısındaki yazısında belirttiğine göre. Şeker Ahmet Paşa, Osman Hamdi Bey, Hüseyin Zekai Paşa, Şevket Dağ kuşağından sanatçıların yapıtları ile daha sonraki kuşaktan Cevat Dereli, Turan Erol, Necdet Kalay gibi sanatçıların çalışmalarının satış fiyatları arasında; hayatta olmayanların lehine olmak üzere büyük farklar vardır.

Başlangıcından 1970'lere kadar giderek bireyselleşen bir üslubun, sanatsal alanda bir çeşitlilik meydana getirdiği de görülmektedir. Böylece alıcı, kuşaklar arasında olduğu kadar, üsluplar arasında da bir tercih yapmaktadır. M. Üstünipek, dönemin üsluplarını özetle üç başlık altında toplamıştır: İzlenimci-gerçekçi manzara geleneğini sürdürenler, modern figüratif resim yapanlar, toplumsal gerçekçiler ve naifler ve soyut eğilimler (Üstünipek, 1998).

İzlenimci-Gerçekçi manzara geleneğini sürdürenlerin büyük çoğunluğunu eski ustalar oluşturursa da, Güzel Sanatlar Birliği'nin de desteğiyle orta ve genç kuşaktan bazı sanatçılar da bu üslubu kullanmıştır. Soyut eğilimlere gelince, 1960'dan itibaren hız kesse de, önemli bir üslup olarak dönemin sanat ortamında yerini almıştır. Ancak, genellikle klasik izlenimci tarza yönelen alıcıların ağırlığını koruduğu sanat piyasasında, soyut sanat yapanların satış hacmi tahmin edilebileceği gibi pek yüksek olmamıştır (Üstünipek, 1998).



Resim 3.9 Nazmi Ziya Güran, Kırmızı Giysili Çoban ve Koyunlar, Tual üzerine yağlıboya, 81.00 x 65.00 cm., 1919 (URL 22. <https://artam.com>)



Resim 3.10 Burhan Doğançay, Mavi Senfoni, tuval üzerine karışık teknik, 162x285, 1987 (URL 23. <https://www.ntv.com.tr>)

Cahit Aral 1970’li yılların bir kırılma noktası olduğunu söyleyerek; Türkiye’de hem toplumsal hem de siyasi yaşamda önemli değişikliklerin yaşandığını vurgulamaktadır. C. Aral, aynı zamanda, 1970’lerde akademiden mezun olan birinin, günümüz şartlarında bir sanat ortamıyla karşılaşmadığını, galerilerin sayıca azlığı, yeni mezunları sadece yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak üzere öğretmenlik ya da gelir getirebilecek başka alanlara doğru yönlendirildiklerinin de altını çizmektedir. Aynı dönemde, yükselen siyasi olaylarla birlikte, sanatçıların hayata daha farklı bakıp üretim yapabilmeleri amacıyla, Görsel Sanatlar Derneği’ni oluşturduklarını söyleyen Aral, başlangıçta çok az üyesi olan derneğin zamanla üyelerinin de arttığını sözlerine eklemektedir. Aynı dernek içinde, C. Aral, birbirinden çok farklı ifade tarzları ya da farklı dünya görüşünü paylayan insanların bir arada sanat üretmeye çalıştıklarını ifade etmektedir (Bek, 2007).

Gülsüm Karamustafa, Cahit Aral gibi 1970’li yıllardaki anarşi ortamına dikkat çekerek, 1970 ve 1980’li yıllarda genel olarak dışa kapalı içe dönük bir hayat yaşadıklarını belirtmektedir. G. Karamustafa; bu ortama sanatçıların da tepkisiz kalmadığını, bilinçli ve örgütlü bir çalışmanın Görsel Sanatlar Derneği ile başladığını ifade etmektedir. 1970 öncesi sanatsal ortamın, akademi ve her yıl düzenlenen Devlet Resim Heykel Sergilerinden ibaret olduğunu söyleyen G. Karamustafa, bu durumun değişip zenginleşmesi, yıkılıp yeniden yapılanmasının 1970’lerde başladığını vurgular. G. Karamustafa, söz konusu dönemin, aynı zamanda akademinin egemenliğinin yıkılmaya başladığı, özel galerilerin sayısının artmaya başladığı, devlet sergileriyle sınırlı kalmayan sanatın, kendine uygun alanlar bulduğu bir dönem olduğunu da sözlerine eklemektedir (Bek, 2007).

Sanat Tanımı Topluluğu (STT) kurucularından sanatçı Şükrü Aysan, 1970’de Avrupa sınavını kazanarak birkaç sanatçıyla birlikte Paris’e eğitime gönderildiğini ve döndüğünde Akademi’de görevlendirildiğini belirtmektedir. Akademi’de Adnan Çoker ile birlikte çalışırken, kavramsal sanatın içeriğini de öğretmeye çalıştığını söylemektedir. Akademinin her zaman ilerici ve öncü bir kurum olduğunu vurgulayan Ş. Aysan; hocaları olan Zeki Faik İzer, Cemal Tollu, Nurullah Berk gibi sanatçıların yurtdışında da okullarda ve atölyelerde eğitim aldıklarını ve 1927 itibarıyla Türkiye’ye çağdaş sanatı getirdiklerini belirtir. Daha sonra yurtdışına giden kişilerin de,

dönüşlerinde güncel sanatı da beraberinde getirdiklerini ifade eden Ş. Aysan, akademide hiçbir şeyin engellenmediğini, bugünden daha özgür bir ortam olduğunu da sözlerine eklemektedir (Bek, 2007).

1970’li yıllarda adından söz ettiren sanatçı örgütleri, ortak sanat anlayışından çok, ortak bir amaç etrafında toplanmış gibidir. Meslek dayanışmasının esas olduğu, resmi kurumlarla ilişki kurmayı kolaylaştıran örgütlenmeler şeklindedir. 1970’lerde kurulan belli başlı sanatçı grupları; Birleşmiş Ressamlar ve Heykeltıraşlar Derneği, Suluboya Ressamlar Grubu, Ankara Kadın Ressamlar Derneği, Altılar Grubu, Görsel Sanatçılar Derneği, Türkiye Muharipler Derneği Plastik Sanatlar Kolu, Sanat Tanımı Topluluğu (STT) ve Maltepe Ressamları şeklinde örneklendirilebilir (Bek, 2007).

Sanat Tanımı Topluluğu (STT), Türkiye’de Kavramsal Sanat uygulamalarını ilk yapan gruplardan biri olması dolayısıyla özel bir önem gerektirir. Topluluğa ilişkin olarak, 1977’de Şükrü Aysan, öğrencisi Serhat Kiraz, Ahmet Öktem ve Avni Yamaner’den oluşan grubun kuruluş amacını, Ş. Aysan şöyle aktarmaktadır: “bir araya gelme, o günlerdeki sanat anlayışının belirsizliğine, tuval yüzeyinde anlatımcı dışavurumcu öğelerin hayli geçerli olduğu döneme, bir tepki oluşturabilmenin yönlendirmesi olarak düşünülebilir” (Bek, 2007).

STT’nin batıdaki Sanat ve Dil (Art and Language) benzer özellikler taşımaktadır. Grubun 1978’deki ilk sergisinin ardından, Şükrü Aysan; satın alınabilir sanat nesneleri oluşturmak yerine, sanatsal üretim alanının genişletebilen bir etkinlik yapmayı amaçladıklarını ifade etmektedir (Bek, 2007).

1970’lerin sanat ortamı ve STT ile ilgili olarak sanatçı Nancy Atakan; yakın tarihte, batıdaki sanat ortamında Yeni Dada’cılar, sonra Pop Sanat akımının öncüleri tarafından getirilen eleştiri ya da tepkiler ve onları izleyen eylem. Yoksul Sanat, Vücut Sanatı, Kavramsal Sanat, Yeryüzü Sanatı, Fluxus, Oluşumlar, Gösteri Sanatı ve Süreç Sanatıyla başlayan gelişmelerden, Türkiye’deki sanatçıların da etkilenmesinin kaçınılmaz olduğu yorumunu yapmaktadır. Bütün bu eğilimler; yalnızca klasik resim ya da heykel geleneğini sorgularken, sanatçının kullanabileceği alternatif teknik ve malzeme önerisi getirmekte, ayrıca, sanatçı-sanat eseri-izleyiciyi kapsayan

sacayağının dengesini de yeniden kurmaya çalışmakta, sanatın tanımını günlük hayatın içine doğru yaymaktadır. Nancy Atakan, 1960'lar ve 1970'lere ilişkin batı kaynaklı yeniliklerle ilgili olarak, örneğin, Altan Gürman ve Füsün Onur'un, Fransız Yeni Gerçekçilik akımının etkisiyle Pierre Restany'in "Sanatın Öteki Yüzü" adlı çalışmasını, Türkiye'de uygulamaya başlamıştır. Böylece, Türkiye'deki sanat piyasasını Pop Sanat, Dada ve Gerçeküstücülükle ve M. Duchamp'ın başlattığı anlayışla da tanıştırmış olduklarını ifade etmektedir. Bir süre sonra, Devlet Güzel Sanatlar Akademisinin, 1977-1987 yılları arasında İstanbul Sanat Fuarı kapsamında iki yılda bir düzenlemiş olduğu Yeni Eğilimler Sergisiyle de bu akımlar iyice pekişir. Bu sergilerin ilk örneklerinde yer alan sanatçıların başlıcaları; Serhat Kiraz, Cengiz Çekil, Canan Beykal, Ayşe Erkmen, Füsün Onur, Gürel Yontan ve Gülsüm Karamustafa'dır. Bütün bu sanatçılar, klasik resim heykel geleneğinden gelmekle birlikte, bu geleneğin dışında yaptıkları çalışmalarla izleyicileri şaşırttıkları ve Türk Sanat piyasasını Çağdaş Sanatla tanıştırdıkları söylenebilir. Bu sanatçılardan bazıları bir araya gelerek, STT'yi kurarken, bazıları da Sanat ve Dil Grubunu kurmuştur. Bu grupların genel özelliği, Türkiye'de Kavramsal Sanatın tanınmasına katkıda bulunmaları, imge ile dil arasındaki ilişkiyi sorgulayan atölye çalışmaları yapmalarıdır.

N. Atakan; 1980 kuşağı sanatçılarına gelince, onların yukarıda bahsi geçen dönemi, farklı gruplara ya da akımlara rağmen, bir bütün olarak algıladığını ve aynı kuşağın o dönemin genel özelliklerini ya da amaçlarını aşağıdaki gibi özetlediklerini belirtir:

- Güçlü sanat kurumlarının varsayımlarını yıkmak
- Sanat nesnesinin önemini ve sanatın alınan-satılan bir mal olması düşüncesini azaltmak
- Algılama sınırlarını sorgulamak
- İmge ve dil arasındaki ilişkileri irdelemek
- Sanat kavramını estetikten ayırmak
- Süreç/ürün ilişkisini sorgulamak
- Galeri/müze/sanat dergisi sistemine bir alternatif geliştirerek, sanat yapıtlarını yaygınlaştırma için yeni yollar bulmak
- Sanat yapıtı, sanatçı ve izleyici arasındaki ilişkileri yeninden yapılandırmak.

STT'nin aynı dönemlerde kurulan Sanat ve Dil grubuyla ortak pek çok özelliği olduğunu belirten N. Atakan, her iki grubun da, biçimselliğe alternatif olarak M. Duchamp veya Sol le Witt'e gönderme yaptıklarının altını çizer. STT, bünyesindeki sanatçılarla birlikte, satılabilir nesneler üretmek yerine, sanatın sınırlarını ve işlevlerini soruşturur. Benzer bir amaç çerçevesi içinde her iki grup da, tartışmalar ve ortak etkinlikler düzenlemektedir (Atakan, 2008).

1980'lerde, geleneksel sanata ve mevcut siyasi ortama karşı konumda oluşturulan sanatçı örgütlerine gelince; öncelikle, kendini siyasi söylem bir içinde konumlandıran ve bugün bir sanatçı inisiyatifi olarak kabul edilen Karşı Sanat Çalışmalarından bahsetmek yerinde olacaktır. Karşı Sanat Çalışmaları, 1980'lerden günümüze, kesintisiz olarak gelebilmiş tek sanatçı inisiyatifi gibi görünmektedir. Karşı Sanat'ın kurucusu olan Feyyaz Yaman, grubun resim yapma ihtiyacından doğduğunu belirtir. 1980'de akademiden mezun olan F. Yaman; hem dönemin siyasi, hem de sanat ortamı açısından resim yapmanın ve ayakta kalabilmenin zorluklarından bahsederek, bu anlamda grup olmanın birçok sorunu öteleyeceğini düşünerek başladıklarını belirtir. Öncelikle bir atölye disiplini kurulmaya çalışılır. F. Yaman; Bedri Rahmi atölyesinden, 'tuval resmi bitti şiarıyla' mezun olmuş insanlardan biri olduğunu belirtmekte, buna paralel olarak, duvar resmi, fresk, değişik rölyefler deneyerek, sanat için başka alanlar açmaya çalıştıklarını vurgulamaktadır. F. Yaman, öğrencilik yıllarından itibaren politik bir ortam içinde, 70 kuşağı olarak sıkı bir şekilde Marksizmle ilgili olduklarını vurgular. Bu çalkantılı ortam içinde, okulun içinde akademisyenlerin dayattığı gelenekçi sanat düşüncesi vardır. F. Yaman, o dönemde, gerçek, hakikat veya toplumsal sorumluluk gibi konularda kendilerini aşma, akademik ortamdan ayrıksı bir duruş gibi bir zorunluluk hissettiklerini söyler. Üstelik mezun olduktan sonra, yaşanması muhtemel ekonomik problemler vardır. Bu noktada, grubun belli bir yerde ve karşı tavırda olması gerektiğini düşündükleri için "Karşı Sanat Çalışmaları" kurulur. F. Yaman, Karşı Sanat Çalışmalarının geçmişte yaptığı sergilere baktığında onları 'slogancı, devrimci-romantik' tarzda çalışmalar olarak yorumlamaktadır. "Pankart 78" bu sergilerden biridir. F. Yaman, batı dünyasına göre çok daha geç yani 1970'li yılların sonunda, Berthold Brecht, George Lucas veya Christopher Caudwell eleştirileriyle ancak tanışabildiklerini belirtmektedir. F. Yaman,

sonuçta, o döneme ilişkin olarak, yaptıkları işlerden para kazanmadıklarını, düşünsel olarak da yeterince beslenemediklerinin altını çizmektedir (Çalıkoglu, 2007).

3.2.1 Sanatın Finansallaşması

İnsana özgü becerilerle ortaya çıkan, biricik oldukları için değiş tokuş edilmeyen, bu yüzden de para ile eşitlenmeye başkaldıran sanat eserleri vardır; bunların satışı olsa, fiyatları ancak keyfi olarak saptanır. İnsanların sanat yapıtlarıyla ilişkisi, eskiden “onlardan yararlanma” üzerine kurulmamıştır; aksine sanat yapıtı diğer nesnelerden özenle ayrılmıştır. Büyü, mit ve din ile iç içe olan ilişkisinden ayrıldıktan sonra da sanat yapıtı, dünya üzerinde en çok göz önünde olandır ve günlük kullanıma sunulmamıştır (Lenoir, 2005).

Kant’ın “güzel sanat”ın ölçütü olarak koyduğu “ereksiz ereklilik” kavramını burada belirtmek yerinde olacaktır. Kant, özgür sanat ile zanaatı, onun deyimiyle “ücret-sanat”ı birbirinden ayırmaktadır. Zanaat, ondan alınacak ücret için yapılır. Başka bir deyişle onun kendi dışında bir ereği vardır. Oysa güzel sanatın, kendi dışında bir ereği yoktur. Ona göre sanat özgürdür, sanki o yalnızca oyun olarak, yani hoşı giden bir uğraş olarak amaca uygun gerçekleştirilmiş gibi kabul edilir (Soykan, 1995).

Antikçağda, Ortaçağda, Rönesansta, sanat kamusal hayat ile bütünlenir ve toplum, sanatçılara zorla bir ideoloji, anlatım biçimleri dayatır. Sanatçı, toplum için zorunlu olan şeyi gerçekleştirdiği için, yaratma özgürlüğünden yararlanmaz. Kapitalizm ise halkla sanatçı arasındaki bu dolaysız bağı koparır. Özgür olduğunu zanneden sanatçı, aslında, pazar için üretmeye başlar ve yaratılan eser, zorunlu mallardan daha güç satılabilen bir meta haline gelir. Her şeyin para ile alınıp satıldığı bir çağda, para özgürlük anlamına gelmekte ve toplumda yaşamak için sanatçı köleleşmek zorunda kalmaktadır. Sanat için sanat akımı, sonunda para için sanat haline gelmektedir. (Freevile) Gregory Jurdanis’e göre, “1855’ten sonra imalatçı sınıfların mensupları sadece estetik nedenle değil aynı zamanda, mali nedenle de çok sayıda resim almaya başlarlar. Resimlerin yatırım amacıyla satın alınması sanatı halesinden yoksun bırakıp bir metaya dönüştürür” (Zeytinoglu, 2003).

Kapitalist toplumdan önce sanatsal üretim çok düşük, genelde sanat yapıtları satın alınmamış ve kişiler veya kurumlar tarafından el konulmuştur. Çünkü firavunlar, çarlar, prensler, asilzadeler, malikâne sahipleri, kiliseler gibi bu kişi ve kurumlar, sanatçının geçimini üstlenecek durumda olmuşlardır. Bu durumda, yaratım özgürlüğü hiç olmadığı için sanatçılar, kendi manevi-estetik beğeni ve isteklerinin yerine efendilerinin beğeni ve isteklerini dikkate almışlardır. Kapitalizm ise, meta üretimini, toplumdaki ekonomik yaşamın evrensel ve her şeyi içine alan biçimi haline sokmuştur. Artık manevi, özellikle sanatsal üretim, meta üretimi alanına girmiş; sanat eseri, satışa çıkmış bir meta, sanatçı da meta üreticisi olmuştur. Sanatçının emeğinin verimliliği, kendi sanatsal niteliklere, etik-estetik değere göre değil, pazar konjonktürüne bağlı mübadele değerine göre ölçülmeye başlamıştır. Karl Marx'ın dediği gibi kapitalist toplumda, "bir yazar, düşünce ürettiği sürece değil, yazılarını basıp yayınlayan kitapçıyı zengin ettiği sürece, üretici bir emekçidir" (Kagan, 1993).

Sanat eseri, giderek sanatçının serbest piyasada satma durumunda ya da satmak isteğinde olduğu bir mal haline gelmiştir. Bu durumda eserin üzerine konan fiyat zengin bir kişinin ödeyebileceği fiyattır. Bu da sanat eseri yalnızca mal haline gelmekte kalmayıp lüks bir üretimde olmuştur. Üretilmiş lüks bir eşyayı satın almaz, kazancı meslek haline getiren ya da aileden zengin ve halk tüketimini denetim altında tutanların işi olmuştur. Açıkça bu işi yapan insanların hem duygusallıktan ve zevkten uzak, hem de bayağı oldukları ortadadır. Onları, hayal gücüne dayalı yaratma için gerekli olan beyinsel melekeleri durmuş kişiler olarak tanımlayabiliriz. Onlar iş adamlarıdır. Rönesans'tan günümüze sanat tarihi, sanatçı ve patronlar arasında beliren trafik, anlaşmazlık örnekleriyle doludur (Read, 1981).

Geçmişte resimler ve objeler lüks mallar olarak tanımlanırlar ve hediyeler gibi ticari değer taşırlardı. Bu açıdan lüks mallar, günlük kullanımı olmayan, yarar amacı güdülmeyen objeler olarak tanımlanırdı. Dinamik rakiplerine oranla güç kaybeden ekonomiler için lüks malların üretim ve tüketiminin hayati değer taşıdığı bilinir. Lüks ekonominin 15. ve 16. yy'larda İtalya'da başladığını ve düşüş dönemlerinde lüks ekonominin canlı kaldığını ve İtalya ekonomisinin kaliteli mal üretimiyle şekillendiği görülür. 17.yy'dan 19. yy'a kadar İtalya'dan Kuzey Avrupa'ya olan sanat objeleri ve

lüks mallarında artış olur, yine 18. ve 19. yy'larda İtalya'dan İngiltere'ye sanat ihracatı gerçekleştirilir (Ciriaco, 2006).

Sanat eseri yararsızlığıyla belirlenemez. Şöyle ki, sanat eserinin mal değeri taşımadığı için üretim ilişkileri dışında tutulmaktadır ve Marksçı kurama göre, bir ekonomide işgücünün yeniden üretimi (beslenme, uyku) rahatlıkla sağlanamadığı sürece, sanatın üretim evresinin dışında bırakıldığı bir gerçektir. Ancak, bu sanatın yararsız olduğunu göstermez. Sanatın din ve düşünce alanlarında, iletişimde, boş zamanların değerlendirilmesinde önemli işlevleri vardır. Bir ekonomi ne kadar çok gelişirse, bireylerin temel ihtiyaçları da o oranda doyuma ulaşır ve toplumda kültüre, özellikle sanata duyulan ihtiyaçlarda artar. Bunların doyurulması ise, işgücünün daha fazla üretilmesine katkıda bulunur (Jameux, 1990). Eugene Lunn, Marksizm ve Modernizm adlı kitabında bahsettiği gibi:

“Marx’a göre kapitalist koşullar altında sanat, piyasada neredeyse meta statüsüne indirgenmesi nedeniyle, önemli ölçüde bir yabancılaşmış emek biçimi haline gelmiştir. Marx, modern kapitalist koşullar altında emeğin yabancılaşması ve böylece amaçlarına ters düşmesi analizine sanat üretimini de kattı. Sanat eserinin yaratılması, sanatçının benliğini geliştirdiği, doğayı insanileştirdiği bir süreçten, sanatçının kendi fiziksel varlığını sürdürmek için kullandığı bir araca dönüştürülmüştür.” (Zeytinoğlu, 2003).

Marx’ında belirttiği gibi sanat yapıtının ticari değerinin maliyet tutarıyla karşılaştırılmaz olduğunu söylemek hem doğru hem de yanlıştır. Tek sorumlusunun sanatçı olduğu somut nesnenin yapımı söz konusu olduğunda doğru; sanat yapıtı kutsal ve benimsenmiş bir nesne olarak, üretime katkıda bulunan sanatçı, eleştirmen, satıcı ve müşteriler bütünü tarafından geniş bir sembolik simyanın ürünü gibi görüldüğünde yanlıştır. Yeni tanımıyla sanat, her zaman sanatçının kendi üzerine bir çalışmasını içeren bir sanat çalışması konusundaki düşünceleriyle birlikte yapıtın üretimine doğrudan katkıda bulunan yorumculara daha fazla bağımlı kalmaktadır (Bourdieu, 1999).

Sanat eserinin arzulanması, maddi değeri yüksek olan bir objeye sahip olursan senin de değerin o kadar artar; yani neye sahipsen o’sundur mantıkla sağlanmaktadır. Sanat artık herhangi bir şeydir, manevi yönü bertaraf edilmiş; şeyleştirilmiştir. Böylece sanat da tekdüze bir düşüncenin ışığında kitlesel bir afyon halini gelmiştir (Görk, 2006).

Estetik artı-değer terimleri bağlamında yer alan sanat, kendini gerçek değer ekonomisinden soyutlayarak bütüncül bir özerklik elde eden, fantastik bir biçim alan sanat pazarına eklenmektedir. Bu sanat pazarı, estetik anlamda gerçek bir dünyaya yabancı olan görüntülerle uğraşmakta ve kendi oyun kurallarına göre yapılanmaktadır. Sanat, değere dönüştürülmüş durumdadır ve biz değerın tuzağına düştüğümüzü, hatta sanat pazarı bağlamında, bir tür değer esrimesine, ur gibi büyüyen bitimsiz bir değer açlığı hastalığına tutulduğumuzu kabul etmeliyiz (Sanat Dünyamız, 2000).

Sanat ve para arasındaki karşıtlık, sanat olanla olmayan, “kentsoylu” sanatla “aydın” sanat, “geleneksel” sanatla “öncü” sanat arasında sınır getirmeyi sağlayan yargıların birçoğunun üretici ilkesidir. “Mesleği, gereci, vd. bakımlardan nitelikli bir ressam tanıyorum, ama yaptığı şey bana göre tümüyle ticari; ekmek yapar gibi yapıt üretiyor. Sanatçılar üne kavuştuklarında, genellikle uyduruk şeyler yapma eğilimine kapılıyorlar” (Bourdieu, 1999).

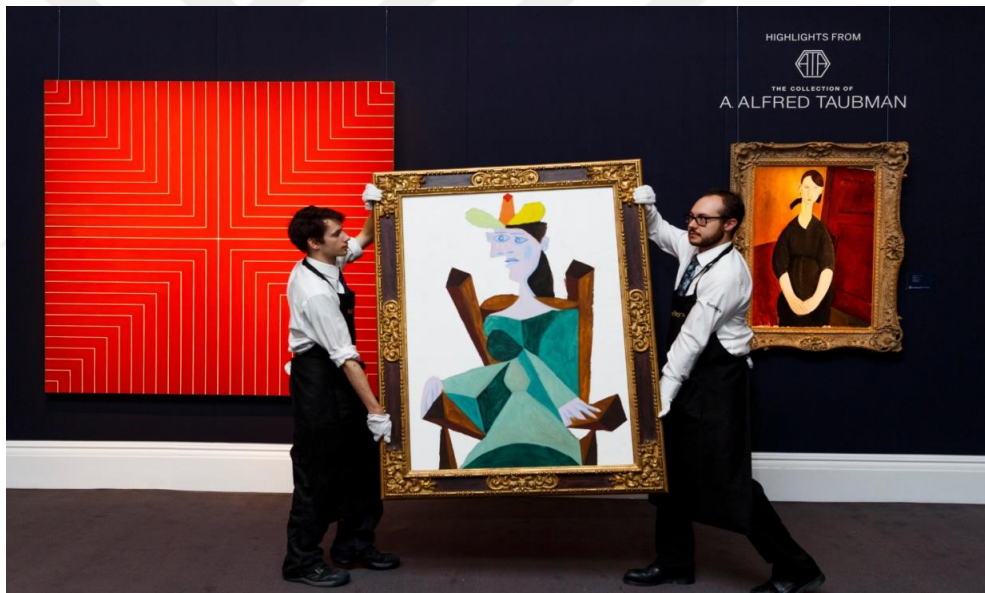
Modern kapitalist dünyada ressamlar, sanat tüccarları tarafından sömürülür, onlar olmadan sanat sergilerinin düzenlenmesi, sanat eserlerinin satışı, reklamı ve toplumda kabul görmesi imkânsızdır. Film yapımı, kapitalist toplumlarda güçlü bir endüstri dalıdır. TV ve yayıncılık endüstrileri kadar, eğlence müziği ve dans gibi eğlence endüstrisi de etik ve estetik değerleri tahrip etmekte, sanat kültürü, insan ruhunu erdemleştirmenin bir aracı haline dönüşmektedir. Burjuva sanatın bu yönde gidişini sağlayan asıl neden, kazanç ve artı-değer peşinde koşmaktan başka amaç tanımayan, sermaye artırımı için hiçbir yasak tanımayan kapitalist üretimdeki ekonomik yasalara sanatın bağlı kılınmasıdır. Bu nedenle, kapitalizmin sanata olan düşmanlığı, öncelikle ekonomik ilişkiler alanında, daha sonra siyasal, ideolojik ve psikolojik alanlarda kendini göstermektedir. Bu durumu, Amerikalı sanat bilimcisi Lewis Mumford, “burjuva anlamda, beğeni, paralı şöhret demektir sadece” sözleriyle özetlemiştir (Kagan, 1993).

3.2.2 Koleksiyonlar ve Koleksiyonerler

Koleksiyonculuğun temelin de insanların geçmişten günümüze, değerli gördükleri eşyaları biriktirme anlayışı ile geliştiği görülmektedir. İnsanlığın yerleşik hayata

geçmesi ile başlayan bu serüven günümüze kadar gelişerek büyük bir aşama kaydetmektedir. İnsanlığın biriktirme güdüsüne işaret eden koleksiyonculuk, önceleri sadece yiyecek ve giyecek olarak başlasa da daha sonrasında da temel eşyalardan daha çok insanlar için önem arz eden değerli eşyalar yerini almaktadır (Apaydın, 2019).

Dönemsel olarak bu koleksiyon anlayışının değişmesinin temelinde dünya düzenin değişmesi ve gelişmesi görülmektedir. Orta çağ döneminde inşalar savaşlardan kalan ganimet ve hazineleri biriktirirken, yeniçağda bu durum tamamen özel ve değerli nesnelere indirgemektedir. Genel anlamda bakıldığında da inşaların temel ihtiyacından doğan bu kavram daha sonra insanların lüks ve değer anlayışına göre şekil aldığı görülmektedir. Küresel dünya düzenin de çeşitli çalışma alanlarının yanı sıra geçmişten gelen kavramların günümüzde meslek haline dönüştüğü görülmektedir.



Resim 3.11 Türkiye Çağdaş sanat koleksiyonu (URL 24. <https://argonotlar.com>)

İnsanların birikimleri sonucunda ortaya çıkan koleksiyon kavramından sonra, koleksiyon biriktiren kişilere de koleksiyoner denmektedir. Ülkemiz’de koleksiyonculuk anlayışı 1900’lerin başında başlamış ve Avrupa ile olan olumlu ilişkiler sonucunda koleksiyonculuk saray dışına taşınmaya başlamıştır (Ertok, 1997).

Ülkemiz de 1970’li yıllardan sonra koleksiyonculuk anlayışı Türk ressamalara döndüğü görülmektedir. Koleksiyonerler artık Avrupa’nın yerine bizim ressamlarımızı tercih etmeye başlamışlardır. Dünyada ve ülkemizde artık koleksiyonerlik bir hobi olmaktan

çok bir meslek halini aldığı ve insanların bu işi bir ticari kar gütmeye amacı ile gerçekleştirdiği görülmektedir. 1980'li yıllar markalaşmanın, özelleşmenin ortaya çıktığı bir dönem. 1990'lar ise Dünya'da yaşanan siyasi ve iktisadi olaylar koleksiyonculuğu derinden etkilemektedir. Schengen anlaşmasıyla birlikte Avrupa birliğine giren 27 ülkenin, ülkeler arası sınırların kalktığı uluslararası birliğin oluşmasıyla hem siyasi olarak hem küresel olarak ekonomi piyasasını etkilemiştir. 90'lar da siyasi iktidarsızlığın özellikle Türkiye'de koalisyonlar dönemi, Avrupa birliğine uyum yasaları, özelleştirme yasalarının ve karmaşalarının üst noktaya ulaştığı dönem olarak belirtilmektedir. Aynı zamanda faili meçhul cinayetlerin olduğu Türkiye ve dünya genelinde karanlık bir dönemden söz etmek mümkündür (Kramer, 2003, akt. Sülün, 2018).

1989-1991 körfez krizi, Berlin duvarının yıkılışı, Sovyetler Birliğinin yıkılması, Türk Cumhuriyeti ülkelerinin yeni ticari diyaloglarının gelişmesi dolayısıyla eser alıp getirdikleri bilinmektedir. Bu alanda en güzel örnek, Naim Kabakçı olarak gösterilmektedir. Dünya üzerinde yaşanan ekonomik krizler, koleksiyonerlik açısından da önemli tartışmalara yol açmaktadır. Bu dönemde değişen dünya düzenine ayak uyduran Türkiye'de medya ve popüler kültürün etkisinde kaldığı görülmektedir. Gelişmekte olan bu dönemde, iş insanlarının sayısında ki artış, girişimciliğin yoğunlaşması ve sanata yatırımın giderek yaygınlaştığı belirtmektedir (Armaoğlu, 2004, akt. Sülün, 2018)



Resim 3.12 İstanbul Modern Sanat Koleksiyonu (URL 25. <https://www.istanbulmodern.org>)

Fransız aktör ve aynı zaman da iş insanı olan Alain Delon, 1989 yılında müzayededen satın aldığı Van Gogh eseri ve koleksiyonunda yer alan 40 tan fazla eserini borçlarını ödeyebilmek için satışa çıkarmıştır. 1990-1997 yıllarında yaygınlaşmaya başlayan özelleştirme politikalarına dikkat çeken araştırmaya göre güvenilir olan kuruluşlar içerisinde sanata yatırım yapan kurum ve kuruluşlar öne çıkmaktadır. Kültür sanata yatırım yaptıktan sonra kurumun güvenilirliği %28'den, %62'ye yükseldiği görülmektedir. Son dönem Türkiye'nin devlet- sanat ilişkisine baktığımız da Kültür ve Turizm Bakanlığının bir arada olması, turizme ayrılan bütçenin fazlalığı devlet koleksiyonunun gelişmemesine yol açtığı görülmektedir (Kösemen, 2012, akt. Sülün, 2018).



Resim 3.13 William Forsythe, “Soyutlar Kenti” (URL 26. <https://i0.wp.com>)

İtalyanca’da "her bir diğer yıl" anlamı taşıyan ve iki yıl arayla yapılan faaliyetlere bienal adı verilmiştir. 1895'ten beri yapılan Venedik Bienali bilinen en eski bienaldir.

Küreselleşen dünya görüşleriyle kavramlar da iç içe geçmiştir. Uluslararası düzenlenen organizasyonlar, kültürlerin etkileşimi amacını hedeflemiştir. Sanatsal olguların gündeme gelip sorgulanmasıyla, yeni kavramların ortaya çıkmasına da sebep olmuştur (Dolunay, 2016).

1987 yılında Türkiye’de Uluslararası İstanbul bienali düzenlenmektedir. İzmir’de “İstanbul Bienali’ne eleştiri olarak bazı sanat aktiviteleri gerçekleştirilmiştir. 2005 yılında ilk kez gerçekleştirilen ve Dokuz Eylül Üniversitesi’nin liderliğinde düzenlenen sanatsal oluşum, son zamanlarda gerçekleşen sanat olaylarının sorgulanmasına sebep olmuştur “1. Uluslararası Buca Eğitim Fakültesi Görsel Sanatlar Buluşması” olarak bilinen oluşum, İzmir’de bir şeylerin yaşandığını, yaşanan bu gelişmelerin belli kuruluşlara yüklenemeyeceğini bildirmekteydi. “Dışarıdakiler” teması altında başlatılan faaliyet, İzmir’e mütedair bir proje olmaktadır. “İzmir’in günümüzde ki halinden yola çıkarak sanatçının durumunu, kavramsal sanatı ve kavramsal sanatın sanat eğitimi ile olan ilişkisini tartışmaya açmayı hedeflemiştir” (Karayağmurlar, 2007).

Planlanan bu oluşuma Türkiye ve yurtdışından 128 tasarı ve 45 bildiri gelmiş, aralarından 63 çalışma izleyiciye sunulmaya ve 20 manifesto da arza uygun bulunmuştur. Bütün bu çalışmalar ve sunumlar İzmir’de beş farklı mekânda izleyici ile buluşmuştur. 2007 yılında yine D.E.Ü. Buca Eğitim Fakültesi’nde ikincisi organize edilen ve “Lirik Denge” düşünceli bir çalışma daha yapılmış, uluslararası düzenlenen bu aktivite yurtiçi ve yurtdışından 90 kişiye yakın sanatçı katılımıyla ciddi bir boyut kazanmıştır.

Bienale katılım sağlayan sanatçı çalışmaları, İzmir Resim Heykel Müzesi, Agora Alışveriş Merkezi, Buca Belediyesi Kültür Merkezi, Konak Belediyesinin değişik mekânlarında gerçekleştirilmiştir. “Güdümlü sanat olmaz” anlayışını benimseyen sanatçılar bazı fikirlerin geniş ölçüde sorgulanması gerektiği yolundaki inançlarını bu etkinlikte gösterme fırsatı yakalamışlardır. “Kültür eksenli bir dönüşüm oluşumunun İzmir kentinin geleceğine dair olarak kesin ifadelerle kabul edildiğine dair herhangi bir kentsel politika üretiminden söz edilemeyecek olmakla beraber, kentin sahip olduğu altyapı ve gelecek olasılıklarının bu yöndeki sorgulamalar anlamında

yönlendirici olabileceği düşünülmelidir. Kuşkusuz, kent kültürel alan üzerinden izlenebilecek bir yol anlamında kayda değer potansiyellere sahiptir. Kaldı ki, geçmiş deneyimleri itibarıyla de bu yönde bir tercihin kentin gelişimi üzerinde önemli katkıları olacağı öngörüsünde bulunulabilir. Ancak her koşulda yaşanacak olan sürecin bir politika ve strateji çerçevesinde geliştirilmesi gerektiği açıktır.” (Dündar, 2006).

İzmir’de, bienal boyutu dışında Ege Üniversitesinin öncülüğünde gerçekleştirilmekte olan “Ege Art Sanat Günleri” adlı oluşum, kentsel mekanların sanat organizasyonları düzenlemek amacıyla kullanılabileceğini kanıtlamaya çalışmaktadır. Ege Üniversitesi tarafından düzenlenen “Ege Art Sanat Günleri Buluşmasının” araştırmanın yılaşırı kısmında konu edinmesinin nedeni, kurumların fuar düzenlemesi hakkında getirilen yasal sorumluluklardır (Dündar,2006).

Birincisi 2005 yılında, Ege Üniversitesi'nin 50. kuruluş yıldönümünün kutlama etkinlikleri çerçevesinde gerçekleştirilmiş olan EgeArt Sanat Günleri'nin üçüncüsü, 2009 yılında İzmir'in ve Ege Bölgesi'nin en eski ve köklü üniversitesi, Ege Üniversitesi öncülüğünde gerçekleşmiştir. İzmir'in farklı mekânlarını sanatla ve sanatçıyla buluşturan olan bu önemli etkinliğin gerçekleşmesi, Ege Üniversitesi ile birlikte, İzmir'e ve sanata gönül vermiş bütün kurum ve kuruluşların yanında bireyleri de heyecanla bir araya getirmiş ve gelişmiş toplumların en önemli ölçütü olan sanatı, İzmir Kenti içinde belirleyici bir nitelik haline getirmiştir.

Ticari faaliyetleri gerçekleştirme amacıyla farklı ülkelerin bir araya geldiği alanlara fuar adı verilmektedir. Üretilen malların reklamı ve tanıtımın yapılmasını amaçlayan fuar alanları ciddiyete de önem veren alanlar haline gelmiştir. Dilimize Fransızcadan geçen ‘fuar’ kelimesi sıkça karşımıza çıkmaktadır. Satıcı ve alıcıların bir araya gelerek karşılıklı iş olanaklarının ve alışverişin gerçekleştiği, yılın belirli zamanlarında aynı yerde tekrarlanan tanıtım ortamlarıdır (Toker, 1999).

Fuar sözcüğünü incelediğimizde bu sözcüğün kökeninin Latince kaynaklı olduğunu ve festival-şölen anlamında kullanılan “forea” kökünden türemiş olduğunu görmekteyiz. Fuar kelimesinin Almanca karşılığı olan “messe” sözcüğü ise Latince “missa” türetilmiş olup kitle anlamını taşımaktadır. Her iki sözcüğü birleştirip

yorumladığımızda o zamandan günümüze fuarların kitlelerin bir araya gelişini sağlamak amacıyla yapılan organizasyonlar olduğu ortaya çıkmaktadır (MEB, 2011)

Bu bağlamda “Türkiye'nin dışa açılan penceresi kimliğine sahip İzmir Enternasyonal Fuarı'nın temeli, Atatürk'ün "Siyasi ve askeri zaferler ne kadar büyük olursa olsun, iktisadi zaferlerle desteklenmezse sürekli olmaz." düşüncesi ile anlam kazandı. Birinci Türkiye İktisat Kongresi'nin İzmir'de düzenlenmesinden sonra 1923 "9 Eylül Yerli Malları Sergisi" açılarak 1933'te uluslararası kimlik kazanan İzmir Enternasyonal Fuarı 1936'da bugünkü mevcut 421.000 m2'lik alanda hizmet vermeye başladı” (Sülün, 2006).

İzmir Enternasyonal Fuarı, 1936 yılında uluslararası kimliğe kavuşmuş, 10 yıl aradan sonra 1946 yılında da Uluslararası Fuarlar Birliği'ne (UFI) üye olmuştur. Birçok firma yeni çıkardıkları malların tanıtımı için fuar alanından yararlanmak istemektedir. Açılan fuarlardan bazıları; 3T Fuarı (Uluslararası Metal işleme, Kalıp ve Otomasyon Teknolojileri Fuarı), MINEX (Madencilik, Doğal Kaynaklar ve Teknolojileri Fuarı), İzmir Motor Show (Otomobil ve Hafif Ticari Araçlar Fuarı), Marble Fuarı (Uluslararası Mermer, Doğal Taş ve Teknolojileri Fuarı), İzmir Ayakkabı, Çanta ve Aksesuarları Fuarı, İzmir Kitap Fuarı.

Türkiye’de 133 fuar organizatörü vardır. Bu organizatörler yılda 500 – 550 civarında fuar organize etmektedirler. Fakat Türkiye’de fuar organizasyonu konusunda eğitim veren hiçbir okul olmadığı gibi, fuarlar üzerine yazılmış kaynakların sayısı da oldukça azdır. Ayrıca fuar alanı içerisinde yer alan İsmet İnönü Sanat Merkezi ve İzmir Sanat tiyatrosu, sergi, müzik dinletilerine de ev sahipliği yapmaktadır. Ulusal ve uluslararası düzeyde birçok organizasyona ev sahipliği yapan fuar alanı alan itibarıyla yetersiz kalması, düzenlene fuarlarında başarısı üzerine olumsuz tepkiler alması İzmir için olumsuz bir hava yaratmaktadır. Fakat “fuarlar kenti” olma yolunda aday olan İzmir’in çok daha büyük ve modern bir fuar alanına ihtiyacı bulunmaktadır.

3.2.2.1 Galeriler

(Başlioğlu, 1997) “göre galeri üstü örtülü uzunluğu en az enine iki katı olan büyük salon. Bunlar sütunlar ya da gömme sütunlarla oturturulmuş kemerlerle veya benzeri

desteklerle pekiştirilerek bölmeler halinde yapılmıştır” (Başlıoğlu, 1997). Galeriler öncesinde insanların gezmeleri ve eğlenmeleri için yapılmış alanlar olarak bilinmektedir. Bir dönemden sonra sanat eserlerinin sergilendiği yerler olarak anılmaya başlamaktadır.

Başlıoğlu, (1997)’a göre Ülkemiz de ilk olarak 1950’den sonra güzel sanatlar akademisi seramik bölümü hocalarından İsmail Hakkı Oygur tarafından açıldığı bilinmektedir (Başlıoğlu, 1997). Önceleri İstanbul’da Galatasaray Lisesi salonları, Güzel Sanatlar Akademisi, Fransız Konsoloslugu, Eminönü Halkevi Salonları Ankara’da sergi evi, Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Arkeoloji Müzesi, bir süre bu hizmetleri görmüşlerdi. Sonraları Ankara’da ve başlıca kentlerde Güzel Sanatlar Galerileri kurulmuş Bankalar ve bazı özel sektörde bu hizmete katılmışlardır” (Başlıoğlu, 1997).

Türkiye’de 1999 yılında ortalama 120 özel sanat galerisi vardır. Bu rakam banka galerileri ile 200’e çıkmaktadır. Türkiye sanat galerileri derneğine üye sayısı ise 33 olduğu bilinmektedir. Geçmişten günümüze ülkemizde bulunan sanatçı sayısı, 3.700 iken, New York’ta bu sayı 330 bin, Rusya’da, 200 bin ve Paris’te ise 70 bin olarak tespit edilmiştir. Türkiye, bu verilere göre dünya üzerinde sanatçı sayısı olarak diğer ülkeleri geriden takip etmektedir.

1990’lı yıllarda Türkiye’de profesyonel olarak küratör olan üç isimden bahsetmek mümkündür. Vasıf Kortun Ali Akay ve Beral Madrabu sayı 90ların ikinci yarısından sonra artmaya başlamıştır. İlk iki İstanbul Bienali’ni gerçekleştiren Beral Madra, 1980’li yılların ikinci yarısından sonra Füsün Onur, Ayşe Erkmen, Canan Beykal, Serhat Kiraz, Ahmet Öktem gibi sanatçıların Türk sanat ortamında meşruiyet kazanmasını sağlamıştır. Ayrıca, Türk ve yabancı sanatçıları gündeme getiren sergiler gerçekleştirmiştir. Madra’nın Türkiye’nin Venedik Bienali’ne katılımı konusunda önemli çabaları olmuştur. Vasıf Kortun, ‘Anı Bellek’ sergileriyle önemli bir çıkış yaptıktan sonra bir süre Amerika’da yaşamıştır. Türkiye’ye döndükten sonra, yoğun bir uluslararası ilişkiler ağı kurarak yurt dışından gelen küratörler ile Türk sanatçıları arasında bir köprü kurmaya çalışmıştır. Kortun sergilerinde özellikle genç sanatçılara öncelik tanımıştır. Benimsediği sanatçıları uluslararası ortama taşıması genç

sanatçıların rağbet ettiği bir küratör olmasını sağlamıştır. Ali Akay en çok sergi yapan küratörlerden biridir ve bir sosyoloji profesörüdür. Sergilerinde ilgilendiği felsefi konuların açılımlarını aramaya yönelik bir yaklaşımı olduğu söylenebilmektedir. 1990’larda bir dönem, Emre Zeytinoğlu, Şeyma Reisoğlu, Mürteza Fidan gibi 80’lerin genç kuşak sanatçılarıyla çalışan ve sergi yapan Akay, daha sonraki yıllarda farklı sanatçılara yönelmiştir. Ancak hemen hemen her sergisinde sanatçı Seza Parker ile çalışmıştır (Beldan, 2017 s.140-141).

Günümüz bazında Ülkemizde galeri kuruluşları ele alındığında türlerinin artmış olduğu söyleyebiliriz. Geçmiş yıllarda iki farklı alanda (özel, resmi) incelerken, şimdilerde galerilerin her alanda karşımıza çıktığını görmekteyiz. Banka galerileri, otel salonları, eğitim kurumları, müzeler ve çeşitli şirketlerinde kendi bünyelerinde galerilerinin olduğundan söz edilebilir. Sanatçı ve alıcılar açısından bakıldığında bu kadar çeşitliliğinin var oluşu yeni fırsatlar yaratılmasına da sebep olmuştur. Bu bağlamda galerilerin de işeış yönetimi açısından profesyonel anlamda gelişmeler yaşanmıştır. Sanattan her hangi bir alanından söz ederken sanatsal anlamda yöneticiliği ve ilişkileri de ele alarak söz etmeliyiz. Kurumlar içerisinde de ki yönetim şekli, ilişkiler ve yöneticilerin donanım ve kalitesi de galeri kuruluşlarının kalitesini ortaya koyan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.

3.2.2.1.1 Resmi galeriler

Resmi galeriler diğer galeri modellerinden farklı olarak devlet kurumlarının denetimi altında olan kurumlardır. Türkiye’de yönetime bağlı müze ve galerilerin örneklerini fazlaca görmekteyiz. En iyi örneklerinden bir tanesi Devlet Resim ve Heykel galerisidir.

Güzel Sanatlar Galerilerinde, öncelikle plastik sanatlar değer ve kriterlerine uygun nitelikte sergiler olmak üzere yan faaliyet olarak da konferans, açık oturum, film ve dia gösterileri atölye ve kurs çalışmaları düzenleme yolu ile yaygın bir eğitim sağlayarak, halkımızın sanat zevk ve kültürünü geliştirmek amacıyla bu alanda çalışan usta ve genç sanatçılarımıza eserlerini sergileme ve çalışma olanağı sağlanmaktadır.

Türkiye’de bahsettiğimiz amaçlar doğrultusunda kurulmuş olan, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri çatısı altında barınan kırk sekiz adet Güzel Sanatlar Galerisi olduğu bilinmektedir. Açılan bu galerilerin Ankara ili dışında, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne bağlı olup, hizmetlerini devam ettirmektedir.

Günümüze kadar uzanan bu sisteme bağlı olarak, her belediyenin de kedisine ait sanat galerisinin olduğu bilinmektedir. Aktif olarak halka açık sergiler düzenlenmektedir. Düzenlenen bu sergilerde müzik ziyafetleri kokteyl tarzında atıştırmalıklarda sunulmaktadır.

3.2.2.1.2 Özel galeriler

Türkiye’de sanatın başkenti olarak İstanbul bilinmektedir. Çünkü resmi ve özel galerilerinin sayısının en fazla olduğu il İstanbul’dur. Thompson (2011:71) Sanat galerilerinin New York ve Londra gibi şehirlerde yoğunlaşmasının sebebini bu şehirlerin servetin yoğunlaştığı yerler olmasına, insanların gelirinin yüksek olmasına, beğenileri biçimlendiren sanatçıların ve galerilerin bu şehirlerde olmasına ve bu durumun galerilerden alışveriş etmek isteyen koleksiyonerler için kolaylık sağlamasına bağlamaktadır. Galerinin eser tercihleri tuval resmi ve heykellerden oluşmaktadır. Tercihler doğrultusunda bu durumun da geleneksel isteğe bağlı olduğunu göstermektedir. Türkiye’de gelenekselliğe bağlı kalarak işleyişin devam etmesi söz konusuysa, Fransa’daki galerilerde de sergilenen eserlerin tuval resmi, heykel sanatı olmaktan çıktığı görülür. Enstalasyon, figüratif sanat, fotoğraf, video, figüratif olmayan sanat eserlerine yer verilmiştir. Stallabrass da (2010:31) tuval resmi sanatının en yaygın ve satışı en kolay olan çalışmalar olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Ancak son yıllarda bu düşünce anlayışı değişmeye yüz tutup, video, enstalasyon sanatının da yaygınlaştığı görülmektedir.

Ülkemizde açılan galeriler çeşitli vakıf, şahıs ve iş yerleri tarafından kurulmuştur. Bahsedilen galerilerin İstanbul’un çeşitli semtlerinde özellikle nüfus yoğunluğu ve sanatsever kitlenin fazla olduğu merkezlerde açıldığı bilinmektedir. Nişantaşı, taksim, İstiklal caddesi, tophane gibi semtlere ağırlık verilmiştir. Bu galeriler sergi açmakta, eser alışverişini yapmaktadır. Galeriler müzayedeleri de içlerinde barındırmaktadır.

3.2.2.1.3 Sanal galeriler

Teknolojinin yaygınlaşmasıyla birlikte her bireyin kullanmış olduğu telefon ve bilgisayarlar ulaşılabilirliği kolay hale getirmiştir. Bu sebeple artık galeri ve sergi salonlarına da ulaşımı rahatlatmıştır. Hayatı boyunca galeri de bulunmamış bir kişi internet erişimi ile sanat eserlerine ulaşabilmektedir. Bu sayede artık internet üzerinden de galeri ve müzayedelerden eser alım satımı ticareti yapılmaktadır.

Kültür ve turizm bakanlığı da sanal müzeler başlatarak, erişimi kolay bir hale getirmiştir. Sanal müzelere yenileri de eklenmektedir. "www.kultur.gov.tr" ile www.guzelsanatlar.gov.tr bu adrese bağlanarak Türkiye’de 20 farklı müzeyi ortamda yer alıyormuşçasına, 360 derece panoramik görüntüyle izleme imkânı sunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı sitesinde yer alan sanal müzeler şunlar: "Ayasofya Müzesi, Dolmabahçe ve Topkapı Sarayları, Sümela Manastırı, Aya İrini Müzesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Galata Mevlevihanesi Müzesi, Kapadokya Açık hava Müzesi, Ankara Devlet Resim ve Heykel Müzesi, Antalya Müzesi, Konya Mevlana Müzesi, Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi, İshak Paşa Sarayı, Burdur Arkeoloji Müzesi, Çorum Müzesi, Denizli Hierapolis Arkeoloji Müzesi, Efes Müzesi, Efsaneler Diyarı Gordion, Ertuğrul Gazi Müzesi, Gaziantep Müzesi, Kars Müzesi, Mardin Müzesi, Side Müzesi, Uşak Arkeoloji Müzesi, Uşak Atatürk ve Etnografya Müzesi." Sanal müzecilik dalında sadece bilinen müzelerle yetinmeyen bakanlığın bir de "Sanal Müzik Müzesi" bulunuyor.

Ülkemizde sanal galeri denilince akla ilk gelen Lebriz galerisidir. Sanal galerilerin işlevi açısından düşünüldüğünde arşivi ve düzgün işleyiş biçimleri adına öncülük eden bir galeri olduğunu söylemek mümkündür. Ulaşılabilirliği açısından bir tık uzakta olan galeriler hızla büyümekte ve sanat eseri, alıcı ve satıcıya rahatlık sağlamaktadır.

3.2.2.1.4 Kurumların ve bankaların sanat galerileri

Sanat galerilerinin şahsi kişi ve kuruluşların dışına çıktığı dönemde birçok bankada galeriler açarak hizmet sunmaya başlamıştır. Türkiye’de aktif olarak faaliyet gösteren banka galerilerin başında şunlar gelmektedir. Ak sanat galeri, iş sanat galerisi ve yapı

kredi sanat galerisi. Bahsedilen bu galeriler çağdaş sanata katkıları olan, işleyiş açısından oturmuş düzenlerini sürdürmektedir.

Sibel Yardımcı, İstanbul'da Bienal adlı kitabında banka galerileri ile ilgili olarak bir yazısında yer vermiştir.

“1978’den sonra, özellikle bankalara bağlı galerilerin açılmasıyla birlikte, tek seferlik sergilerin sayısında önemli bir artış olur. Sürekli etkinlikler arasında ise, özel galerilerin ellerindeki koleksiyonları sergileme ve satış yapma amacına yönelik olarak düzenlenen İstanbul Sanat Fuarı sayılabilir. Aynı dönemde Ankara’da düzenlenen Asya-Avrupa bienalleri, Asya sanatına dikkat çekmiş olmaları açısından önemlidir. Yine de bu bienaller, bürokratik kalıpların dışına çıkamadıkları için eleştirilmiştir. Bütün bu etkinlikler, kuşkusuz İstanbul Bienalinin bir parçası olduğu sanat ortamını beslemiş ve şekillendirmiş, ancak hiçbiri dünya kamuoyunun ilgisini bienal kadar çekememiştir.” (Yardımcı, 2005).

3.2.2.2 Bankalar

Sanat piyasasında fiyatların talebe göre artmasıyla artık sanatın bir yatırım aracı olarak kabul edilmesi paralel olarak birbirine bağlantılıdır. Sanata olan talebin parayla ilişkisinin yanı sıra, almanın vermiş olduğu haz, isim duyurma (reklam yapma) ve biriktirme isteği de önemli artış sebepleri arasındadır. Sanatın sergilenmesi ardından koleksiyonculuğun artması, kurum ve kuruluşların kendi bünyelerinde yatırım amaçlı eser biriktirmesine yön vermiştir. Sergi alanlarının sınırlı olması sanatçıların önceleri okullar da, dış mekanlarda daha sonra da galerileri ve banka salonlarını kullanmasıyla banka galerileri ortaya çıkmıştır.

Sanat kurumlarının maliyeye doğrudan doğruya ilgisi, şüphesiz sanat bankacılığı ve sanata yatırım fonlarıdır. Bankalar müşterilerini sanat yatırımı yapmaya yönlendirmekte ve sanat eseri karşılığında borç vermekte ayrıca borçlarını da eser karşılığında sigortalamaktadır. Böylece sanata değer biçerek, sanat-servet ilişkisini eğitimi vermektedir. Deutsche Bank, UBS, Credit, Suisse ve Türkiye’den de Akbank, Garanti ve Yapı Kredi bu bankalar arasındadır (Artun, 2018, s160).

Alfabetik sıraya göre bankaların sanat galeri listesi şu şekildedir;

- Akbank Bahariye Sanat galerisi
- Akbank Bebek Sanat galerisi

- Etibank sanat galerisi
- Garanti Bankası sanat galerisi
- İş bankası Erenköy sanat galerisi
- İş bankası Parmakkapı sanat galerisi
- Yapı kredi BEYOĞLU Sanat Galerisi

Sanata eserlerinin bir yatırım aracı olarak kabul edilmesiyle birlikte sanata olan ilgide paralel olarak gelişim göstermiştir. Bununla birlikte sanat danışmanlığı, kredi kullanımlarında artışlar yaşanmıştır.



Resim 3.14 Ziraat Bankası Sanat Galerisi (URL 27. <https://www.ziraatbank.com.tr>)

Değerli sanat eserlerini sanatseverler ile buluşturan müzayedelerde, sanat eserlerinin fahiş fiyatlarla alıcı bulması sadece koleksiyonu olan kişilerin değil, bankaların da ilgi odağı haline gelmesine neden olmaktadır. Bankalar yatırım fonu olarak görülen sanat eserleri için fiyat tahmininde bulunarak sanat danışmanlığı hizmeti de sunmaktadır.



Resim 3.15 Ziraat Bankası Sanat Galerisi-Resim sergisi (URL 28. <https://www.ziraatbank.com.tr/tr/bankamiz/kultur-sanat/galeriler>)

Sanat eserleri pazarının dünya üzerinde büyüklüğünün 75 milyar olduğu düşünülürken, Norveçli ressam Edvard Munch'un "Çılgılık" adlı eserinin New York'ta düzenlenen müzayedede yaklaşık 120 milyona dolara, 8 Mayıs tarihinde ise Mark Rothko'nun "Turuncu, Kırmızı, Sarı" adlı eserin 86,8 milyar dolara alıcı bulması, sanata harcanan paranın da gelişen sanat piyasasının etkisiyle arttığını göstermektedir.

Ülkemizde bu durum 2001 yılında 5 milyon dolar seviyelerindeyken 2010 yılında 105 milyon dolar seviyelerine çıkmıştır. Son iki yıl içerisinde sanat piyasasının hacminin 300 milyon dolara yaklaştığı tahminler arasındadır (<https://www.cumhuriyet.com.tr>, erişim:24.07.2022).

Bankalar bir çok kültür ve sanat etkinliğine sponsor olurken verdikleri krediler ile 'güvenilir liman' olarak bilinen sanata yatırım yapmayı ve koleksiyonerliğe de teşvik eder hale gelmiştir. Bankaların müşterilerine vermiş olduğu "sanat eserleri kredisi" ile tablo, heykel, hat eserleri, değerli sikke ve antikalar artık birer yatırım enstrümanı olmuştur.



Resim 3.16 Yapıkredi Bankası Sanat Galerisi (URL 29. <https://www.yapikredi.com.tr/yapi-kredi-hakkinda/kultur-ve-sanat/galeri>)

Zaman geçtikçe sanat alanına rağbetin arttığını belirten Yapı kredi bankası özel bankacılık pazarlama direktörü İmre Tüylü "geçtiğimiz yıllarda Fikret Mualla veya Zonaro eserleri önünde kuyruklar oluşurken, çitanın yükselmesiyle Dalı, Picasso ve Goya sergilerini görmek kabullenilir hale geldi. Büyük şirketler ve holdinglerin sanatı desteklemesi sanata olan ilgi ve saygıyı artırmıştır. Artık özel galeriler hobi olmaktan çıkıp Pazar alanına dönüşmüştür. Sanat okullarının açılması, özel okullarda sanat derslerine verilen ağırlıkla birlikte sanatın izleyici kitlesinde 1980 yıllarına oranla %200 e varan artış görülmektedir. Günümüz sanatına duyulan ilgi, bienaller, çağdaş sanat fuarları, açılan ciddi, güncel sanat sergileriyle hiç olmadığı kadar popüler, toplumun her kesimi tarafından beğenilen ve ilgi gösterilen bir hal aldı Türkiye'de sanat eserleri pazarının büyüklüğünün dünyayı takip eden şekilde arttığına ve bu artışın son yıllarda hız kazandığına işaret eden Tüylü, Londra'da düzenlenen Çağdaş Türk Sanatı Müzayedesinde Nejad Melih Devrim'in "Soyut Kompozisyon" adlı eserinin 735 bin 650 sterline satılması ve Erol Akyavaş'ın "En-el Hak" adlı eserinin 2,78 milyon liraya alıcı bulmasının, günümüzde çağdaş sanat eserlerinin, 2000'li yıllarda müzayedelerde satılmasıyla başlayan gelişiminin "ne kadar ciddi bir noktaya geldiğinin göstergesi" olduğunu, ayrıca, Türkiye'den birçok çağdaş sanatçının eserinin de dünyanın önemli müzeleri tarafından alındığı görülmektedir" (<https://www.cumhuriyet.com.tr>, erişim:24.07.2022).

3.2.2.3 Müzeler

Müze kelime anlamı; geçmişten günümüze kazılarda bulunmuş olan değerli eşya ve yapıtların muhafaza edilerek halka açık olan mekânlarda sunulması anlamı taşımaktadır. Her toplumun öğrenmesi gereken geçmişi ve kültürel değerleri vardır. Müzelerde bu konularda eğitim almış olan insanlar seyirciye rehberlik etmektedir. Müzeler kar amacı gütmeyen, toplumun eğitim ve öğretimine katkıda bulunan yapılardır.

Müzelerin pazarlama yöntemleri uygulaması henüz çok yenidir ve araştırılan bir konu olarak tartışmaya açıktır. Kar amacı gütmeyen müzeler, pazarlama ve servis pazarlaması konuları üzerinden yapılmaktadır. Pazarlama kar etme amacından çok müşteri memnuniyetini hedeflemiştir. Bireysel ihtiyaçlarla uzun dönemli sosyal amaçların ele alınması pazarlama modeline yeni bir yön vermiştir. Müzeler hizmet sunma amacı taşıyan kurumlardır ve günümüzde asıl amaçları olan kolleksiyon toplamak ve araştırma yapmaktır. Amaçlarından ziyaretçilere hizmet sunma amacına yumuşak bir geçiş yapmışlardır (Kotler-Kotler, 2000). Pazarlamanın müzecilik alanına girmesinin iki önemli sebebi olduğu söylenebilir. Bunlar (Tobelem, 1997: 341): a) Müzelerin büyümesi: Günümüzde müzeler çok farklı faaliyet alanlarında artan sayıda personel ve hizmet ile görevlerini yerine getirmek durumundadırlar (sergiler, araştırma, eğitim programları, fon bulma ve idare etme, basım yayım, kültür servisi, ticari aktiviteler vb). b) Rekabet: Kültürel aktivite sunan organizasyonların sayısının ve halkın eğlence için harcayabilecekleri zamanlarının çoğalması müzeleri rekabetçi bir çevreye sokmuştur.

Müzeler bireyin dolaysız öğrenmesini ve kalıcılığını sağlamasına yardımcı olmayı hedeflemiştir. (Atagök, 1999; Gartenhaus, 2000; Mercin, 2006). Özellikle okul çağında ki çocukların müzelerde gerçekleşen derslerinin, gerçek objelerle görsellik sunarak ve tarihin canlandırılmasıyla işlenmesi konuyu akılda kalıcı hale getirdiği uygulamalarla kanıtlanmıştır (Geleş, 2002: 166).

İki grup altında incelenen pazarlama anlayışı geleneksel ve çağdaş olarak karşımıza çıkmaktadır. Geleneksel pazarlama anlayışının amacı malın satılmasıyken çağdaş

pazarlama anlayışında tüketicinin pazarda egemen olması ve ön planda yer almasıdır. Ayrıca çağdaş pazarlama modern pazarlamayı ve sosyal pazarlama anlayışını içine almaktadır. Tüketicinin tahminine dayalı olan modern pazarlama anlayışı, daha fazla tahmin edilerek fazla mal satılıp işletmenin karının artmasını sağlamaktadır. Bu durumda arz talep ilişkisine göre tüketicinin ihtiyaçları tespit edilip mal ve hizmetlerin bu yönde verilmesini sağlamaktadır. Tüketicilerin istekleri en üst seviyede tatmin edilmeye çalışılır. (Yazıcı, 2001: 156). Bu bağlam da müzelerin gelişimi incelendiğinde geleneksel pazarlama anlayışı döneminde müzeler haklın isteklerini göz ardı ederek koleksiyon toplamaya önem vermekteydiler. Ziyaretçilerin isteklerine önem veren modern pazarlama anlayışıyla, müzeler ana amaçlarının dışına çıkarak eğitim amaçlı eğlencelerle ekstra faaliyetler düzenlemiştir. Müzelerin potansiyel ziyaretçi davranışları gözlemlenerek gelmeme nedenlerinin üzerinde durulmuştur.

Müzelerin aracılığıyla birey açısından sağlanan kalıcı öğrenme aynı zamanda toplumlar açısından da önemlidir. Farklı kültürlerin tarihini kolaylıkla kavrayan bireyler, kendi kültürüyle aralarında ki ilişkiyi ve toplumların değerlerini de anlayabilirler (Levent, 2006).

Müzeler toplumlar arası uyum, birbirini anlama, yönlendirme ve hoşgörü yaklaşımını sergileyebilmede de önemli görev üstlenir. Müzeler bu hoşgörüyü, farklı kültürlere ait eserleri ancak insanlığa hizmet eden objeler olduğunu iddia ederek, farklı nesneler arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak, her birinin kendine has özelliklerinin olduğunu doğal karşılanması gerektiğini belirterek ve bunların her birinin evrensel değerleri bünyesinde taşıyan ender örnekler olduğunu anlatarak gerçekleştirebilirler (Levent, 2006).

2020 yılında Türkiye’de müze sayısı 27 adet artarak 494’e ulaştı. 205 tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde, 289 tanesi ise özel müze kategorisinde yer aldı. Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müzelerdeki eser sayısı, 2020 yılında 2019 yılına göre %0,5 artarak 3 milyon 278 bin 114 oldu (<https://data.tuik.gov.tr/>, erişim:24.07.2022).

Genel olarak müzeler ziyaretçi ya da müşterilerine çeşitli hizmetler sunarlar. Sunulan hizmet birbirini etkileyerek performansı belirler. Birçok müze alışlagelmiş ve en eski

ürünlerini sergilemekte ısrarcı olurlar. Ancak bir süre müze ziyaretçileri sıkılarak sürekli gelmeyi bırakırlar. Haliyle müze yöneticileri bu durumundan rahatsız olarak müşterilerin istekleri doğrultusunda hareket ederler. Sunulan hizmette en önemli olgu çeşitlilik ve farklılık olmasıdır. Dolayısıyla müzelerde pazarlanacak ürünlerin çekiciliğinin sağlanması ve devam ettirilir olmasıdır. Sağlanamayan bu şartlarda fiyat, promosyon, dağıtım unsurları işe yaramaz hale gelir. (Lovelock-Weinberg, 1988: 201).

Asıl görevi müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak olan müzeler, tahmini sağlayarak müşterilerin isteklerini belirlemesi gerekmektedir. Müzeler üç ihtiyacı karşılarlar. Bunlar: alışılmadık deneyimler, toplumsal dürtüler ve eğitimidir. İnsanlar müzelerde müzelerin genel atmosferi ve koleksiyonların güzelliği ve çekiciliği vasıtasıyla günlük yaşamlarındaki sıradanlığın ötesine geçebilir ve farklı dünyalara yelken açabilirler. Yine insanlar müzelerde arkadaşlarıyla, sevdikleriyle, aileleriyle, sınıf arkadaşlarıyla velhasıl yakınlarındaki insanlarla daha da fazla yakınlaşma ve ortak bir deneyime elde ederek dostluk ve sevgi bağlarını güçlendirme olanağına sahip olurlar. En son olarak ta insanların etraflarındaki dünyayı daha iyi anlamak için geçmişi bilmek zorunda olduklarını hissetmeleri ve bundan dolayı öğrenmek ihtiyacında olmalarıdır. Müzeler geçmişi onların gözleri önüne getirerek doğrudan öğretim görevini üstlenirler.

Bunlardan birkaçını örnekleyecek olursak,

Ayasofya Müzesi: Yenilikçi mimarisi, zengin tarihi, dini önemi ve olağanüstü özelliğiyle yüzyıllardır zamana direnen Ayasofya; İstanbul'daki en büyük Doğu Roma kilisesi. Aynı yerde üç kez inşa edilen, dünyanın en eski ve hızlı tamamlanmış katedrali. Havada asılı gibi duran baş döndürücü kubbesi, yekpare mermer sütunları ve eşsiz mozaikleriyle mimarlık tarihinin başyapıtlarından biridir (<https://www.yerelnet.org.tr/kesfet/muze/tumu>, erişim: 24.07.2022).



Resim 3.17 Ayasofya Müzesi (URL 30. <https://www.yerelnet.org.tr>)

"Ayasofya'nın, cami statüsüne dönmesinin siyasi ve kültürel tartışmaların ötesinde ekonomiyi de ilgilendiren tarafı var. İzmir'deki Efes Ören Yeri ile birlikte Türkiye'nin en pahalı müze bileti Ayasofya için satılıyor. Yabancı turistler için giriş ücreti geçtiğimiz aylarda yapılan zamla 100 TL'ye çıktı. Ayasofya bu zamla birlikte yıllık 400 milyon liraya kadar bilet ücreti topluyor. Gece gezilerinin de düzenlendiği Ayasofya'da ücret tarifesi ise oldukça yüksek. Gece turu için ödenen fiyat ise 2 bin 500 TL. Bir de buna çift bilet yani kişi başı 200 lira eklenince, Ayasofya'dan elde edilen gelir, daha da yükseliyor.

Sergide, entari, ravza-ı mutahhara, sanduka kılıfı, kaftanlar, kabe iç parça örtüsü, kisve-i şerif parçası, **Ayasofya**'nın tarihi şamdanları, 16. yüzyıldan kalma el yazması Kur'an-ı Kerim, vahleler, Sultan Abdülmecit'in mozaikten yapılan tuğrası, hatıra madalyası gibi toplam 18 eser yer alıyor.

Kapadokya Karanlık Kilise: Göreme Açık hava Müzesi'nin en önemli yapısı sayılan Karanlık Kilise, alanda kendisine ayrılan özel girişi sonuna kadar hak ediyor. İnanç turizminin yaygın olduğu Kapadokya vadilerinde yumuşak lav kayaların içine inşa edilmiş 600'ün üstünde oyma kilise bulunuyor. Karanlık Kilise canlı freskleri sayesinde bunların arasından sıyrılıyor. Göreme'deki kilise kompleksi içinde bulunan kilise 11. yüzyıl sonu ile 12. yüzyıl başına tarihleniyor. Narteks kısmındaki küçük bir pencereden çok az ışık alması nedeniyle "Karanlık Kilise" diye adlandırılmış. Ancak

ışık görememesi sayesinde içindeki fresklerin renkleri zamana direnerek canlı kalmıştır.



Resim 3.18 Kapadokya Karanlık Kilise (URL 31. <https://www.yerelnet.org.tr>)

Haç planlı kilisenin planı haç kollar, çapraz tonozlar, merkezi kubbe, dört sütun ve üç apsisten oluşuyor. Kuzeydeki kavisli merdivenden, kilisenin dikdörtgen beşik tonozlu narteksine çıkılıyor. Narteksin güneyindeyse bir mezar bulunuyor (<https://www.yerelnet.org.tr>, erişim: 24.07.2022).

Kilise içinde var olan resimler ışığın az alması sebebiyle canlılığını korumuştur. Bu görsel şölen her ne kadar korunmuş olsa da dört millet, 12 kişi tarafından yenilerek günümüze gelmiştir.

Zamanla kilisenin giriş noktası olan narteks kullanıma kapalı durumdadır. Yukarı kısma ulaşım ise alt kısımda var olan tünellerden ahşap merdivenler aracılığıyla sağlanmaktadır. Kilisenin iç kısmında yer alan kubbe ve sütunlardan oluşan duvarlarında Hristiyanlık için önemli olan olaylar resmedilmiştir.

Üst kısımda yer alan kubbede baba, oğul ve kutsal ruh üçlemesinin sembolü olan Hz. İsa'nın resmi yer almaktadır. Sütunlardaki işaretler ise Hz. İsa'nın isimlerini sembolize etmektedir. Bunların yanı sıra Tevrat'tan alınan pek çok olay da kilisede resmedilmiş durumdadır. Ancak tüm bu tarihi sanat eserlerinin zarar görmemesi amacı ile kilisede fotoğraf çekimi yasaklanmıştır.

Göreme Açık Hava Müzesi yaz mevsiminde 08:00-19:00, kış mevsiminde ise 08:00-17:00 saatleri arasında ziyaretçilere açık durumdadır. Müzenin giriş ücreti 30 TL'dir ve aynı zamanda Müze Kart ile giriş yapmak da mümkündür. Bu giriş ücretinin diğer kiliselerin giriş ücretlerinden fazla olmasının nedeni ise yoğunluğu azaltarak kilisenin daha az tahrip olmasını sağlamaktır.

Dolmabahçe Sarayı: Evliya Çelebi; Dolmabahçe Sarayı'nın bugünkü yerinde Yavuz Sultan Selim'in bir köşk yaptırdığını yazar. I Ahmet zamanında, mekân taşla doldurulur ve köşk büyütülür. Sarayın ve yerleşimin adı buradan gelir. 19 yy.da II. Mahmut aynı yerde yeni bir saray bina eder. Bugünkü yapı ise; 1842 yılında I. Abdülmecit tarafından, Karabet Balyan'a inşa ettirilir (<https://www.yerelnet.org.tr>., erişim: 24.07.2022).



Resim 3.19 Dolmabahçe Sarayı-İstanbul (URL 32. <https://www.yerelnet.org.tr>.)

Topkapı Sarayı: Topkapı Sarayı, İstanbul'un fethinin ardından Fatih Sultan Mehmed tarafından 1460-1478 yılları arasında yaptırılmış olup takip eden padişahların yaptırdıkları ilave yapılarla günümüzdeki hâlini almıştır. Zeytinlik olarak adlandırılan Sarayburnu'nda bahçe düzenlemeleri ve köşklerle başlayan inşaat, Sûr-ı Sultânî (Kal'a-i Sultânî) adı verilen surlarla devam etmiştir. Saraya uzun yıllar Beyazıt'taki eski saraydan dolayı Sarây-ı Cedîd-i Âmire denilmiş, ardından Toplu Kapı denilen köşkün isminden dolayı Top Kapısı Sarayı adı kullanılmaya başlanmıştır. Zaman

içerisinde ilavelerin yapıldığı saray, 19. yüzyıl ortalarına kadar yaşam ve yönetim merkezi olmaya devam etmiştir. 1840'lara gelindiğinde, mevcut sarayın 19. yüzyıl devlet protokolü gereklerini karşılamakta yetersiz kalması sonucu 1843-1856 yılları arasında Dolmabahçe Sarayı inşa edilmiş ve bir süre sonra hanedan için yaşam ve yönetim merkezi tamamen Dolmabahçe Sarayı'na taşınmıştır.

Milli Saraylar Başkanlığı'na bağlı saray, köşk ve kasırlar, bu yılın ilk 6 ayında ziyaretçi sayısı ile rekor kırdı. Topkapı Sarayı, bir milyon 404 bin 697 ziyaretçiyle en çok ilgi gören saray oldu. Topkapı Sarayı, ziyaretçi artışında bir milyon 404 bin 697 kişiyle en çok ziyaret edilen saray oldu. Topkapı'yı, 635 bin 56 turist ile Dolmabahçe Sarayı takip etti. Yabancı ziyaretçi sayısında da önemli bir artış gözlemlendi. Milli Saraylar'ı gezen yabancı ziyaretçi sayısı, yüzde 233 artışla 360 bin 107'den, bir milyon 199 bin 943'e çıktı. Ziyaretçi verilerinde, 8 Nisan'da açılan İslam Medeniyetleri Müzesi (İMM)'ni 3 ayda 334 bin 87 kişinin ziyaret ettiği görüldü. 2022 verilerine göre, Topkapı, Dolmabahçe ve Beylerbeyi Sarayı başta olmak üzere Aynalıkavak, Maslak, İhlamur, Beykoz Mecidiye ve Küçüksu gibi tarihî kasırları bünyesinde barındıran Milli Saraylar'ın, geçen yılın aynı dönemine oranla ziyaretçi sayısında önemli bir artış yaşandı. Söz konusu artışa Topkapı ve Dolmabahçe Sarayı öncülük etti. Bu iki sarayı, Beylerbeyi izledi. Anadolu yakasının en çok ziyaret edilen sarayı Beylerbeyi, turist sayısını 23 bin 778'den, 154 bin 523'e çıkardı. Ziyaretçi artışında, 2021'in nisan ayında açılışı yapılan Beykoz Cam ve Billur Müzesi de dikkat çekti. Müze, bu sene 110 bine yakın kişinin uğrak noktası oldu (<https://www.millisaraylar.gov.tr/saray-kosk-ve-kasirlar/topkapi-sarayi>., erişim:24.07.2022).



Resim 3.20 Topkapı Sarayı-İstanbul (URL 33. <https://www.millisaraylar.gov.tr>)

3.3 Piyasa Oyuncusu Olarak Sanatçı

Sanat piyasasının dinamiğini oluşturan sanatçılar, sanat akımlarının oluşma aşamasında keşfedilmeye başlanmıştır. Sanatçıların sanatseverlerle buluşması ise kilise ve soylu kesimin himayesinden sıyrıldıkları an gerçekleşmiştir. Sanat kapalı mekânlarda olduğu süre içerisinde sanatçı sanattan ziyade zanaat yapmaktaydı. Geçimini eser üreterek sağlayan birçok sanatçı siparişe dayalı eserler üretmekteydi. Zamanla gelişen anlayışla sanatçılar özgün eserler üretmeye ve ürettikleri eserleri sergilemeye başlamışlardır. Sanat özel bir üretim olduğuna göre sanatçının sanatına yoğunlaşması, zamanını ve emeğini sanata ayırması beklenmektedir ve bu bir gereksinimdir (Karacan, 2002; Üstünipek, 2007). 1970, 1980’li yıllarda hızla gelişim gösteren sanat piyasaları 1990’lı yıllara gelindiğinde durgunluğa girmiştir. 2000’li yıllarda ise tekrar canlanan piyasaya katılımcının arttığını görüyoruz. İletişim çağında uluslararası hale gelen, sanatçı ve sanat eserine ulaşımın kolaylaşması galeri, müze, izleyici, alıcı ve satıcı sayısının artmasına sebep olmuştur. Bu değişimler beraberinde rekabet ortamı yaratmıştır. Sanatçılar, alıcılar, satıcılar arasında yaşanan rekabetler eser üretimini ve fiyatlarını etkilemiştir. Özgün çalışmalar üretme isteği olan sanatçılar, rekabetten etkilenerek arz talep doğrultusunda üretmeye başlamışlardır.

Üretilen eserlerin asıl değeri emek ve kalitedir. Bu durumda sanatçı üretimlerinin sanat piyasasına uygun olmasına ve alıcıyı memnun etmeye özen göstermektedir. Özellikle genç sanatçılar için memnuniyet teşvik edici zemin hazırlamaktadır. Sanat okullarından mezun olan genç sanatçılar, sanat piyasasında yaptıkları işlerin karşılığını alamadıkları, düşük fiyatlar önerilmesi sebebiyle geçimlerini farklı işler yaparak sağlamaktadırlar. Bir yandan sanat piyasasında yer edinmiş olan bazı sanatçıların da fiyatlarının artması, rekor fiyatları koleksiyon cazibesinin oluşmasına sebep olmuştur. Değişen piyasa koşullarında koleksiyonerlerde kolayca alternatifler yaratabilmektedirler.

Sanat piyasasının genişlemesiyle sanatçıların konumları değişerek ekonomi zincirinin içinde yer almışlardır. Atölyeler yaratıcılığının önemli mekanları olmaktan uzaklaşmıştır. Hem atölyelerin boyutu hem de uygulana gelen artistik proje görüntüleriyle de, söz konusu atölye olgusunun bu günkü görüntüleri şekil değişmektedir (Aydın, 2002; Bourriaud, 2004; Baraz, 2005). Unutulmamalıdır ki, sanatçının sanat eserine değer biçmesi veya biçilmesi onun teorik ve uygulamalı sanatsal birikiminin zamansal açısından değerlendirilmesinin mekansal bir sunumu niteliğindedir. Bu durumun niteliksel ve niceliksel olarak artışı bu eserlere olan kaliteli ilginin seviyesine bağlıdır (Doğrusöz, 2007).

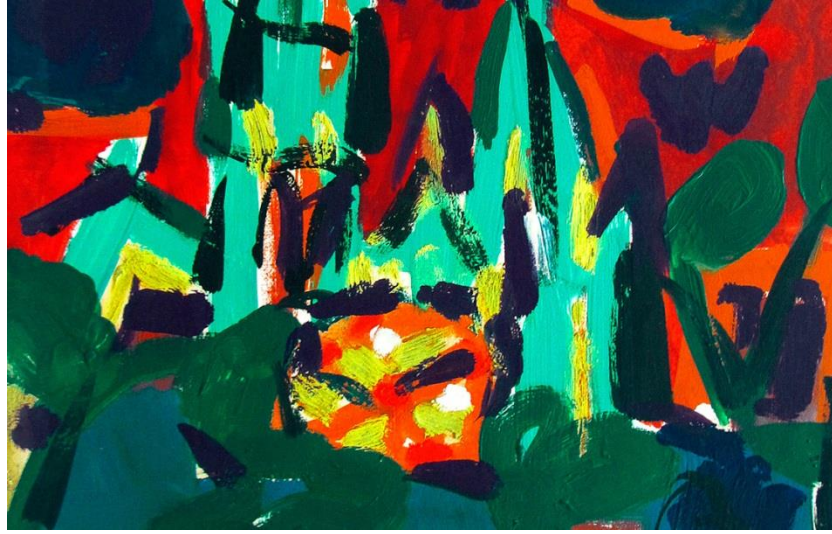
Sanat piyasasına yön veren sanatçı, sanat yapıtı, galerici, müzayede evi, koleksiyoner, sponsor gibi etkenlerdir. Sanat piyasasının etkinliği ve piyasanın işleyişinde, sanatçılar ve paydaşları çağdaş sanat eserlerinin ortaya çıkarılmasına katkı sağlamaktadır. Sanat piyasasına yön vermede etkin rol oynayan koleksiyonerler de bu piyasa da önemli bir figürdür. Charles Saatchi ile onun çağdaş sanat piyasasına taşıdığı Sandro Chia ve Damien Hirst gibi sanatçıların piyasa ile ilgili olan çalışmaları temel örnekler olarak verilebilir. Koleksiyoner ve sanatçının varlık mücadelesi öne çıkmaktadır. Sanat piyasasında tanınma, şöhret, reklam ve pazarlamanın etkisi yadsınamaz. Piyasa ve sanat birbirinden bağımsız değildir. Sanatçının piyasa şartlarında kendine yer bulması ve pazar oluşturmaları sanat eserlerinin niteliği ve niceliği ile de yakından ilişkilidir.



Resim 3.21 Sandro Chia İsimli, 1981 Richard Saltoun Galerisi (URL 34. <http://www.artnet.com/artists/sandro-chia/>)

Sanat piyasası finansal sistemin bir aracı haline gelmiştir. Sanatçıyı ekonomik açıdan tatmin edecek olan da bu sistemdir. Bu sistemde sanatçıların maddi açıdan doyuma ulaştığı söylenebilir. Piyasa da artık sanatçılar “markalaşma” ve “reklam” anlamında gelişme göstermişlerdir. Bunun sonucunda piyasa sanatçıya, ekonomik doyum, ün ve şöhret kazandırmıştır. Günümüzde sanatla uğraşan sanatçı sayısı arttığından, sanat pazarı genişlemiş ve büyük bir rekabeti getirmiştir. Hem para kazanmak hem de sanat yapmak, piyasada kendini ve eserlerini kabul ettirmek önemli hale gelmiştir.

Örneğin Nejad Merih Devrim, Paris Soyut Ekolü’nün en önemli Türkiye temsilcilerinden Devrim’in eserleri, 2012’de Sotheby’s Londra müzayedesinde bir tablonun 1 milyon 770 bin TL’ye satılması sonrası patlama yaşadı. Devrim, 47 tablosunun satışa çıktığı 2012’de 1 milyon 60 bin TL ciro yapmıştı. 2013’teyse 63 eseri müzayedeye çıkarıldı; toplam ciro da 8 milyon 928 bin TL’yi buldu. Böylece, Devrim’in eserlerinin ortalama fiyatı da 29 bin TL’den 172 bin TL’ye çıkmış oldu (<https://www.diken.com.tr/en-cok-ciro-yapan-10-turkiyeli-ressam/>, erişim: 23.07.2022).



Resim 3.22 Nejat EVRİM-Zaman Doğarken (URL 35. <https://www.diken.com.tr>)

Örneğin Erol AKAVAŞ, 2013'te 2 milyon 300 bin TL'ye satılan 'Kabe' isimli tablosuyla rekor kıran Akyavaş'ın ciro değişim oranı yüzde 8,6. Erol Akyavaş'ın 2012'de satışa çıkan 29 eseri 6 milyon 721 bin TL ciro yaparken, 2013'te bu oran 48 eserle 7 milyon 302 bin TL'ye yükseldi (<https://www.diken.com.tr>, erişim: 23.07.2022).



Resim 3.23 Erol AKYAVAŞ-Kâbe (URL 36. <https://www.diken.com.tr>)

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz de önemli bir yere sahip olan sanat galerileri ve müzayedeler, küresel olarak büyük bir etki alanına sahip olmaktadır. Sanatın çıkış sebebinin ilk olarak kilise ve soylu kesimlerinin istekleri doğrultusunda ilerlerken sonrasında bu durum rekabet alanına dönüştürülmüştür. Sergi ile başlayan bu serüven günümüz de galericilik anlayışına hizmet etmektedir.

Müzayedeler ve sanat pazarları oldukça eskiye dayanmaktadır. Bilinen kaynaklar doğrultusunda ilk olarak İbraniler zamanından günümüze kadar gelen müzayedeler şimdi ise oldukça popüler bir anlayış sergilemektedir. Bir sanat eserinin değerinin oluşturulduğu ve bunun akabinde bu eserin satışa sunulduğu alanlar olarak bilinmektedir.

Müzayedeler de satışa sunulan ürünler arasında sanat eseri, mücevher, doğal kaynaklar ve çeşitli mal ve hizmetlerinin haklarını içermektedir. Oldukça önemli olan bu ürünlerin piyasa değerinin üzerinde satışa sunulması ve alıcı ile satıcıların bir arada bulunduğu ortam olarak ifade edilmektedir. Müzayedeler de çok çeşit insan anlayışı ile karşılaşmaktadır. Genel olarak günümüz de zengin kitlelere hitap edilen bu alanlar da kültürel farklılıklarında görüldüğü aynı zaman da büyük paraların döndüğü yerler olarak görülmektedir. Ülkemizde müzayedecilik anlayışı batıya göre uzun bir süre geç kalınmış bir alan olarak görülmektedir. Özellikle son 300 yıl içerisinde de ülkemize de 1940 yılında ilk adımların atıldığı ve bu konuda girişimlerin başladığı bilinmektedir. 1915 yılında ülkemizde ilk müzayede örneğinin görüldüğü ifade edilmiştir.

Bu gelişmeler sonucunda da ülkemiz de sanat galerinin gelişmesi ve aynı zaman da sanat pazarının oluşmasına da olanak sağlamıştır. Gelişmekte olan ülkemiz de sanat pazarının önemli bir yer kapladığı ve ekonomik olarak büyük bir alana yayıldığı görülmektedir. Günümüz de İstanbul, İzmir ve Ankara önemli müzayedelerin kurulduğu ve sanat pazarlarının oluştuğu yerler olarak göze çarpmaktadır.

Gelişmiş ülkeler düzeyine ulaşmanın en dinamik metotlarından biri de kuşkusuz sanat ve kültürü geliştirecek çalışmalar yapmaktır. Sanat ve kültürde yozlaşmanın başlıca

problemi, insanların estetik beğenisine sunulmak istenen sanat eserlerinin yeterince izleyici kitlesine ulaşamamasından kaynaklanmaktadır. Bunun üstesinden gelmenin yolu ise müzayede ve sanat galerilerinin gelişmesini sağlamaktır.

Sanat galerileri özellikle sanata ve sanatçıya verilen değerin gelişmediği ülkelerde ayakta kalmakta zorlanmaktadır. Kamu sektörünün bu anlamda destek vermesi ve teşvik etmesi gerekmektedir. Bu teşvikler vergi indirimi şeklinde olabileceği gibi sanat işletmelerinin piyasaya girişini kolaylaştıracak düzenlemeler şeklinde de olabilir. Çünkü bu işletmeler toplumsal gelişimin sağlanmasına büyük katkı yapmaktadır. Sanatla ilgilenmek, sanat eseri üretmek ve bundan gelir sağlayabilmek, sanatçının ve sanatla ilgilenen toplum kesimi açısından önemlidir.

Sanat galerileri ve müzayedeler, ekonomik koşullardan ve ekonomik durağanlıktan etkilenen, bir piyasa alanıdır. Bu olumsuz etkenler sanat galerileri ve müzayedelerin etkinliğini azaltmaktadır. Ekonomik açıdan piyasa koşullarının bozulması sonucunda, galerilerin ve müzayedecilerin gider maliyetlerini yükselmekte bunun sonucunda sanat pazarını olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca siyasal ve politik etkenlerde bu pazarın daralmasına ve geniş kitlelere yayılmasına engel teşkil etmektedir. Ülkemizde ki siyasal, ekonomik, sosyal ve coğrafi koşullardaki olumsuzluklar, yabancı yatırımcıya da olumsuz yansır. Netice de sanat pazarı daralır ve üretkenliğini kaybeder. Tüm bu etkenlerle doğrudan ilişkisi olan sanat piyasasının bu değişken yapısı göz önüne alındığında sanatın varlığı ve sürdürülebilirliği ancak bir hukuk devletinde ve sanata değer veren bunun için destekler sunan bir kamu düzeninde gelişebilir. Haksız rekabet koşullarının ortadan kalkması buna bağlıdır.

Günümüzde müzayedeler, profesyonel yöntemlerle planlanan büyük organizasyonlar haline dönüşme de önemli mesafeler almıştır. Müzayede evleri ve sanat galerileri, sanatsal etkinlikte ki etkinliği kadar ticari alanda da hissedilir hale gelmiştir. Sanat pazarının gelişmesi, küresel anlamda yatırım yapılabilir konuma oturmuştur.

Günümüzde sosyal medyanın yaygınlaşması, teknolojik ve kişisel iletişimin kolaylaşması ile sanat galerileri tanıtım faaliyetlerini çok düşük düzeyde kullanmaya başlamıştır. Reklam imkânı kısıtlı olan galeriler, halkla ilişkiler ve reklam

faaliyetlerinden daha verimli şekilde yararlanmalı ve bu yolla tanınırlıklarını arttırmalıdır.

Sanat piyasası, son yıllarda olumlu yönde gelişen sanat eserlerinin paraya dönüştürülmesi olanakları yükselme eğilimine girmiştir. Sanat eserleri artık yatırım aracı olarak kullanılabilir hale gelmiştir. Böylece sanat eseri ekonomik gelişmeyle birlikte, gelişim düzeyine uygun bir şekilde değişen tüketim ve kullanım amacı doğrultusunda sermaye piyasasında kendine yer bulmuştur. Sanat eserleri önce satılmak için üretilmeye başlanmış olsa da, daha sonra sanat şirketleşmiş, reklam aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu gelişmeye sanatın şirketleşmesi diyebiliriz. Sanat ürününün yeni bir finansal araç olarak görüldüğü yeni bir dönem, sanat piyasalarının finansallaşması izlemiş ve sanat ürünü artık daha çok artan bir oranda finansal güç haline gelmiştir. Bunun sonucunda sanata yatırım ve şirketleşme artmış ve etkin bir Pazar haline gelmiştir.

Ülkemizde koşullara paralel olarak bu alanda geç kalınmış olsa da önemli müzayedelerin ve sanat galerinin olduğu, bienallerin yapıldığı bir konuma gelmiş bulunmaktayız.

KAYNAKLAR

- Akkoyunlu, B. (2003). *Çağdaş Türk sanatında istanbul sanat bayramı yeni eğilimler sergileri ve 'yeni'nin kimliği* [Yüksek Lisans Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Artun, A. (2016). *Çağdaş sanatın örgütlenmesi: Estetik modernizmin tasfiyesi: estetik modernizmin tasfiyesi*. İletişim Yayınları.
- Artun, A. (2010). *Çağdaş Sanatın Örgütlenmesi: Estetik Modernizmin Tasfiyesi*. <https://www.eskop.com/skopbulten/sanatinmuzayedelesmesi/1996>
- Ashenfelter, O., & Graddy, K. (2003). Auctions and the price of art. *Journal of Economic Literature*, 41(3), 763-787.
- Aspin, D., & Chapman, J. (2001). *Towards a philosophy of lifelong learning*. International handbook of lifelong learning.
- Ashenfelter, O. (1989). Şarap ve sanat için müzayedeler nasıl işliyor? *Ekonomik Perspektifler Dergisi*, 3(3), 23-36.
- Atagök, T. (2007). Beş özel koleksiyon ile 1950-1970 dönemi Türk resmine bakış. *Artist Dergisi*, 1(1), 43-45.
- Baraz, Yahşi., "ESSL Koleksiyonu, Sanata Aşık Örnek Bir Çift: Agnes ve Karlheinz Essl", RH+Sanart, Kasım 2007, Sayı:45, s.90-92.
- Bek, G. (2007). "1970-1980 Yılları arasında, Türkiye'de kültürel ve sanatsal ortam." [Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Yalçın Beldan, N. (2017). *Çağdaş Türk sanatında küratörlük olgusu ve öne çıkan küratörler*. [Doktora Tezi]. Hacettepe Üniversitesi.
- Bozoğlu Demirdöven, J., & Ödekan, A. (2009). Müzayedelerin sanat piyasalarındaki rolü ve Türkiye'deki yansımaları. *İTÜDERGİSİ/b*, 5(1).
- Bozdemir-Yüzbaşıoğlu, H., Aşkın-Tekkol, İ., ve Faiz, M. (2019, Ekim 16-20). *Sınıf öğretmeni adaylarının "İdeal Öğretmen"e ilişkin metaforları*. 18th International Primary Teacher Education Symposium, Antalya, Türkiye.
- Cezar, M. (1995). *Sanatta batıya açılış ve osman hamdi*. İş Bankası Yayınları.

- Chanel, O., Gerard-Varet, L. A., & Ginsburgh, V. (1994). Prices and returns on paintings: An exercise on how to price the priceless. *The Geneva papers on risk and insurance theory*, 19(1), 7-21.
- D'Souza, C., & Prentice, D. (2002). *Auctioneer strategy and pricing: evidence from an art auction*. Marketing Intelligence & Planning.
- Çalkuş, F. (2010). *II. Dünya Savaşından sonra İzmir'in kentleşme sürecine sanat galerilerinin etkisi*. [Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Çolak, B. (2011). Ondokuzuncu yüzyıldan günümüze türkiye'de değişen sergileme. *Sanat Dergisi*, (19), 1-8.
- Demir, Ö. ve Yurdagül, H. (2013). Self-directed learning with technology scale for young students: a validation study. *E-International Journal of Educational Research*, 4(3), 58-73.
- Demirel, Ö. (2005). *Eğitim sözlüğü*. PegemA Yayıncılık.
- Demirel, M., & Coşkun, Y. D. (2010). A study on the assesment of undergraduate students' learning preference. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4429-4435.
- Dolunay, A. (2016). Teknolojinin görsel sanatlar ve sanat eğitime katkısı. *Journal of International Social Research*, 9(42).
- Dostoğlu, H. (1999). *Son 25 yılda sanat piyasası*. Cumhuriyet'in Renkleri, Biçimleri. İstanbul: Türkiye Tarih Vakfı.
- Duben, İ. A. (1999). *Cumhuriyet'te tenkit*. Cumhuriyet'in Renkleri.
- Duben, İ. A. (2007). *Türk resmi ve eleştirisi (1880-1950)*. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erikci, Ö. (2016). *Kurum galerilerinde sanat yönetimi*. [Doktora Tezi]. İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Ertok, A. (1997). *Sanat galerileri ve müzayedeler*. [Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Feldman, R. A., & Reinhart, V. (1996). Auction format matters: evidence on bidding behavior and seller revenue. *Staff Papers*, 43(2), 395-418.
- Germaner, S. (1991). Osmanlı imparatorluğu'nun uluslararası sergilere katılımı ve kültürel sonuçları. *Tarih ve Toplum*, 16(95), 289-296.

- Günyaz, A. (2007). *Nerede o eski koleksiyonerler? Artist Modern*.
- Gürel, H. N. (1997). *Çağdaş Sanat Koleksiyonlarından Çağdaş Sanat Müzelerine*. Genç Sanat Yayınları.
- Kabakcı, B., & Başbuğ, F. Türkiye’de İktisadi Girişimcilik Olarak Özel Sanat Galerileri ve Müzayedeler1.
- Karaman, İ. (1991, Mayıs 6-8). *Ülke kalkınmasında sanatın yeri. Ülke Kalkınmasında Sanatın Yeri*, III. Ulusal Sanat Sempozyumu. Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Yayını, Ankara, Türkiye.
- Kaya, F. (2013) *Sanat ve pazarlama: Türkiye’deki sanat galerilerinde pazar odaklılık ve performans ilişkisi*. [Doktora Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Kayserili, M. E., & Satır, M. (2013). Küreselleşme sürecinin ulusal kültür ve sanata etkisi. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi (TAED)*, 50(12), 306-318.
- Kılıç, D. ve Sökmen, Y. (2012). Sınıf öğretmen adaylarının kendi kendine öğrenmeye yönelik hazır bulunuşluklarının incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 223-228.
- Köksal, A. (1999). *Türkiye’de çağdaş sanat, Cumhuriyetin renkleri, Tarih Vakfı Yayınları*.
- Klemperer, P. (1998). Neredeyse ortak değerlere sahip müzayedeler: TheWallet Game' ve uygulamaları. *Avrupa Ekonomik İncelemesi*, 42 (3-5), 757-769.
- Knowles, M. S. (1975). *Self-directed learning: A guide for learners and teachers*. Englewood Cliffs.
- Louargand, M. ve McDaniel, J. (1991). Sanat müzayede piyasasında fiyat etkinliği. *Kültür Ekonomisi Dergisi*, 53-65.
- Madra, B. (2005). *Bir bilanço: 80'li yıllarda Türkiye'de sanat üretimi*. Karşı Sanat Çalışmaları.
- Merriam, S. B. (2001). Andragogy and self-directed learning: pillars of adult learning theory. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 89, 3-13.
- Milgrom, Halkla İlişkiler ve Weber, RJ (1982). Açık artırmalar ve rekabetçi teklif verme teorisi. *Ekonometrik: Ekonometrik Toplum Dergisi* , 1089-1122.

- McAfee, RP ve McMillan, J. (1987). Açık artırmalar ve teklif verme. *İktisat Edebiyatı Dergisi*, 25 (2), 699-738.
- McCurdy, D. W. (1973). *An analysis of qualities of self-directedness as related to selected characteristics of I.S.C.S. students* (ED092355). ERIC. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED092355.pdf>
- Nanda, V. ve Yun, Y. (1997). İtibar ve finansal aracılık: Halka arzın yanlış fiyatlandırmasının sigortacı piyasa değeri üzerindeki etkisinin ampirik bir araştırması. *Finansal Aracılık Dergisi*, 6 (1), 39-63
- Oester, T., K. & Oester, D., E. (1997). *Life-long learning: learning to be productive*. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED425409.pdf>.
- Özkan, H. N. (2010). *Müzelerde pazarlama ve istanbul müzelerinin interaktif pazarlama uygulamaları*. [Doktora Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Öndin, N. (2006). *Türk budist resim sanatının sembolik dili: Lotus*. Orta Asya'dan Anadolu'ya Türk Sanatı ve Kültürü Prof. Nejat Diyarbakırlı'ya Armağan.
- Özsezgin, K. (1995). Özerk kültür ve sanat kurumu, sanatta özerk yapılanma ve yaratma özgürlüğü, sanatçılar kurultay. *UNESCO AIAP Türkiye Ulusal Komitesi ve Uluslararası Plastik Sanatlar Derneği*.
- Pehlivanoğlu, B. (2006). Cumhuriyet İdeolojisi ve Yurt Gezileri. *Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Edebiyat Dergisi*, 1(6), 157.
- Pesando, JE (1993). *Bir yatırım olarak sanat: Modern baskı pazarı*. Amerikan Ekonomik İnceleme, 1075-1089
- Roderick, C. (2003). *The development of self-directed learning abilities: experiencing first-year at renaissance college*. [Master Thesis]. The University of New Brunswick.
- Salas, G. (2010). *Öğretmen adaylarının kendi kendine öğrenmeye hazırbulunuşlukları (Anadolu Üniversitesi örneği)*. [Yüksek Lisans Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- San, İnci., “Biz Hala Baharat mıyız?”, Güz 2001, Sayı:81, s.60-75.
- Sanouillet, M. (1999). Marcel Duchamp et la tradition intellectuelle française.
- Sarıkaya, Murat., “Asimetrik Bilgi Çerçevesinde Müzayedeler”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:3 Sayı:2, 2002, s.99-110.

- Sarıkaya, M. (2002). Asimetrik bilgi çerçevesinde müzayedeler. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(2), 99-110.
- Şahinoğlu, Elvan Tekcan., “Türkiye’de Güzel Sanatlar Sektöründe İşletme ve Yönetim Performansı Üzerine Bir Çalışma”, *Sanat Çevresi*, Temmuz 1991, Sayı:152, s.42-43.
- Tansuğ, S. (1976). *Sanata yaklaşım: eleştiride duyarlık çağı*. Künmat Yayınları.
- Tansuğ, S. (1986). *Çağdaş türk sanatı*. Remzi Kitabevi.
- Ural, M. (2007). Türkiye’de Resim Koleksiyonerliği. *Sanat Dünyamız*, (103), 46-55.
- Utku, A. (2006). *Eserin Er Meydanı: Müzayedeler, Rh+Sanart Yayınları*.
- Üstünipek, M. (2006). Türkiye’de özel sanat galerilerinin sanatın ekonomik boyutuna katkıları. *Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu*, 01-02.
- Üstünipek, M. (1998). Cumhuriyet’ten Günümüze Türkiye’de Sanat Yapıtı Piyasası. *Mimar Sinan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Yardımcı, Bülent., “Batik Patronları Piyasadan Çekildi, Tablo Piyasası Dip Yaptı”, 23 Kasım 2004
- Yasa, Y. Z. (1995). Sanat tarihimizde eski bir konu: Müstakil ressamlar ve heykeltıraşlar birliği mi, d grubu mu?. *Türkiye’de Sanat*, 20, 34-43.