

GÜNÜMÜZ SANAT DİNAMİKLERİ SÜRECİNDE MANİPÜLE BİR DURUM; SANAT VE PARA İLİŞKİSİ

*Orhan CEBRAİLOĞLU**

Özet

Toplumların kültürel gelişimlerinin en temel halkası sanattır. Bu halka sanatsal faaliyetlerin sürdürülebilir olması sayesinde süreklilik kazanmaktadır. Kavramsal olarak sanatta süreklilik durumu sanatın ekonomik boyutları ile de yakından ilişkilidir.

Özellikle günümüz sanat dinamikleri ve ekonomi ilişkileri göz önüne alındığında küreselleşmenin çağımızı yönlendiren hatta yöneten kimliğinden/kimliksizliğinden bahsetmemek mümkün değildir. Küreselleşme kavramı bireysel veya toplumsal olarak ele alındığında iktisadi, siyasi ve sosyal ilişkilerin bir anlamda boyut değiştirerek evrimleşmesini sağlamaktadır. 21. yüzyıl ekonomisinin, sanatının, biliminin ve teknolojisinin bu küreselleşme sürecinden farklı boyutlarda etkilendiği şüphesiz gerçektir. Bu etkilenim ve etkileşim günümüz sanat dinamikleri içinde sanat ve onun ekonomik boyutu üzerine değerlendirmeler yapılmasını zorunlu hale getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sanat, Ekonomi, Sanat Ekonomisi, Kültür-Sanat İlişkisi, Çağdaş Sanat.*

THE RELATIONSHIP BETWEEN ART AND MONEY: A MANIPULATED SITUATION IN PROCESS OF TODAY'S ART DYNAMICS

Abstract

The basic characteristics of cultural developments of the societies is art. This characteristic gains continuity thanks to sustainability of art activities. Conceptually, The condition of continuity in art is also closely associated with economic aspects of the art.

When today's art dynamics and economic relations are taken into consideration, it is impossible not to mention the identity/non-identity of globalism that directs, even governs, our age. When globalism concept is handled either individually or socially, it provides the evolution of economic, political and social relations in a sense by changing dimension. It is obviously true that 21st century's economy, art, science and technology are influenced from this globalization process in different aspects. Such influence and interaction obliges to make assessments on art and its economic aspect in today's art dynamics.

Keywords: *Art, Economy, Art Economy, Culture-Art Relationship, Contemporary Art.*

* Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Bölümü, orhancebrailoglu@mynet.com

GİRİŞ

Sanat, dönemsel farklılıklara ve gereksinimlere paralel olarak bazen ritüel bir durum, bazen ideolojik bir araç bazen de maddi değere sahip tüketim malı olabilen, aynı zamanda bir işleyiş sistemine sahip gerçek bir güçtür (Çakmakoğlu, 2008: 76; Kahraman, 2008:79).

Sanatın estetik değeri ve kültürleri yaratan gücü, daima kurum ya da kuruluşların ilgisini çekmiştir. Düşünce tarihini aydınlatan, insanlık tarihinin kanıtlarını sunan bir olgu olarak sanat, var olmanın elit değerini yansıtan gücü nedeniyle kurumlar ve kuruluşlar tarafından yararlanılmak istenilen en temel olgudur (Giray, 2005: 42).

Sanat kurumunun ortaya çıkışıyla tanımlanan, sanat ile toplum arasındaki kutupsallık, birincil düzeydeki bir şey değildir. Bu süreç toplumun tümü tarafından belirlenir. Toplumun, eserin ya da eser grubunun birincil taşıyıcılarının toplumsal durumunu da belirler (Bürger,2004: 48).

Sanatçı-sanat yapıtı-izleyici-küratör-sponsor zincirleme ilişki dizisi, günümüzde postmodernist yapılanmada organize bir biçimde tam tersine çevrilerek sponsor-küratör-izleyici-sanat yapıtı-sanatçı haline getirildiği için, tümüyle kendi farklılığını paranın iktidarını ilan etmekte tam da bu çizgide oldukça belirgin bir kırılma noktası oluşturmaktadır (Kahraman,2001:28).

Özellikle son yıllarda, sanatın bir yatırım nesnesi olarak sermaye ile karşılıklı ilişkisinde ciddi bir artış yaşanmaktadır. Sanat ve para arasında belki de zaman zaman gönülsüz kurulan bu yakın ilişkiyi sadece galeriler, müzayedeler, sanat fuarları gibi doğrudan ticari amaç ile kurulan örgütlenmeler aracılığı ile değil aynı zamanda koleksiyonerler, müzeler ve sanatı destekleyen sponsor şirketler gibi dolaylı anlamlar kazanan *oyuncular* bağlamında da ele almak gerekir.

Bu süreç içerisinde hem sanatın üretime ve finans aracına dönüşmesi hem de yaratıcılığın endüstriye dâhil edilmesiyle iki kavram aynı zamanda kültür ekonomisini oluşturmaktadır. Aslında kültür ekonomikleştikçe, bütün ekonomi kültürelleşiyor (Artun, 2013: 46).

Sanatta Küreselleşme Süreci

Üretilen sanat yapıtının etki alanı artık eskisi gibi yalnız yapıldığı ülke ile sınırlı kalmamaktadır. Onun etki alanı eskiye oranla kısa zamanda genişliyor ve hemen hemen bütün dünyaya yayın yolu ile anında tanıtılabiliyor (Turani,1999:102). Bir kavram olarak küreselleşme hem dünyanın küçülmesine hem de bir bütün olarak dünya bilincinin güçlenmesine gönderme yapar. Küreselleşme kavramının günümüzde gönderme yaptığı süreçler bazı kesintilerle birlikte birkaç yüzyıldır gelişim halinde olmasına rağmen küreselleşme tartışmasının ana odak noktası yakın dönemler üzerinedir (Robertson, 1999: 21).

Ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel boyutlarda olan bir kavram olarak karşımıza çıkan küreselleşme, tüm dünyada 1980’li yılların ortasından itibaren çok daha belirgin olarak hissedilmeye başlanmıştır. Küreselleşme ile ulus-devlet egemenliği güç kaybetmekte ve kültürler birbirlerine daha da yaklaşmaktadır (Aktan ve Şen,2003:145). Bu anlamda küreselleşme kavramı sadece ekonomik, politik ve sosyo-kültürel boyutları ile tüm dünyada 1980’li yılların ortasından itibaren çok daha belirgin olarak hissedilmeye başlanmasının yanı sıra sanat ve onun ekonomik boyutu açısından da değerlendirilmektedir.

Küreselleşme süreç ve sonrası sanat üretiminin sürekliliği açısından ele alındığı zaman ise sanatın ekonomik bir boyut kazanması ve bu boyutun sürekliliğinin/niteliğinin sağlanması durumu güncelliğini korumaktadır. Sanatsal nesnelerin üretilmesinden izleyiciye sunulmasına dek geçen sürenin sonucunda, *sanat* ekonomik bir değer olarak anlam kazanmış ve piyasalarda belirli bir kâr marjına sahip olmuştur. Bu durumda sanatçının bireysel birikiminin ve yaratımsal ifadesinin sonucu olarak ortaya çıkan ve manevi anlamda değeri oldukça yüksek tutulan sanat eseri olgusunun/üretiminin diğer üretim biçimleri gibi ekonomik bir değere dönüştürülmesi yani bir anlamda *metalaştırılması*, genel olarak sanat ekonomisi olarak tanımlanan bir kavramı gündeme getirmektedir.

Sanatın piyasasından bahsederken sanatın bir meta olduğu gerçeğini en baştan kabul etmiş olmamız gerekiyor. Diğer bir deyişle sanat ticari bir maldır. Ama bu gerçek; sanatçının, atölyesinde yapıtı üzerinde çalışırken geçirdiği o özgün süreçte değil, onun yapıtı atölyeden dışarı çıktığı zaman başlayan bir süreçtir (Sezgin,2008:63-65; Graf,2008:73-75;Çevik (a),2007:79; Çevik (b),2007:463-464).

Sanat eseri, iktisatta zevk malları (hedonic goods) olarak isimlendirilen mallar grubuna girer. Bu malların özellikleri, talebi, arzı, fiyat oluşumunu kendine has nitelikler gösterir. Bu mallar grubuna bazen koleksiyon malları (collectable goods) da denmektedir. Bu durumda çoğu kez resim, heykel gibi sanat ürünlerinin yanı sıra pul, eski eser, mobilya, halı gibi mallar da bu gruba dâhil edilmektedir (Karacan,2002:237).

Sanat Pazarı ve Para İlişkisi

Sanatsal anlamda yaratma doğanın gereçlerinden yararlanarak özgün bir biçim oluşturmaktır ve bu anlamlı biçim bizi insan olmakla ilgili sorunlara götürecektir. Her sanat ürünü, her yapıt çeşitli ayrışmalar ve birleşmeler sonucu oluşmuş bir *bileşim*dir (Timuçin, 2003: 197).

Modern dönemde devlet, kültür kurumları ve piyasa arasındaki ilişkiler iç içe karmaşık bir görünüm arz eder. Diğer yanda ise, kültür-sanat ürünlerini klasik ticaret anlayışı ile görerek, bunu endüstriyel bir mantıkla sürdüren, dağıtım ve satış miktarına önem veren, piyasadaki talep oranına göre çoğaltan ekonomik anlayış vardır (Aydın,2002:244-245; Erkmen, 1997: 13-15; Aslan,2010:114-119).

Sanat pazarının gelişmesi için yapılması gereken en önemli işlerden biri de çağdaş dünya tarafından denenmiş ve iyi sonuçlar alınmış bir örnekten yararlanmaktır. Buna göre, mimari yapılanmalardaki bütçelerin, örneğin % 5 gibi bir bölümü sanat ürünlerine ayrılmalıdır. Bu bir kanun ile de düzenlenmelidir. Bu şekilde yaratılan bir talep, ülkemizdeki profesyonel sanatı mutlaka geliştirecektir (Çizgen,2006: 65).

Bugün için maliyetleri ciddi rakamları bulan dev organizasyonların sponsorluğunu üstlenen küresel şirketler, bu etkinlikler aracılığıyla reklamlarını daha güçlü bir biçimde yapma çabası gütmektedirler (Şahiner, 2007: 89-91; Şahiner, 2008: 11).

Sermayenin küreselleşmesiyle birlikte kentlerin güzelleştirilmesi de yeni amaçlara hizmet etmeye başlar. Sanatsal yaratıcılık sadece kültür ürünlerinin yaratılmasına değil, aynı zamanda kentin paketlenip pazarlanmasında, başarılı bir gösteriye dönüştürülmesinde de kullanılır. Göz alıcı müzelerin, devasa sergilerin, bienal ve festivallerin son 20-30 yılda ciddi bir biçimde artması, kentsel dönüşüm süreçlerinden bağımsız değildir (Şahiner, 2007:89-92).

Bu anlamda sanata yatırım yapmak sanıldığı kadar kolay bir olgu değildir. Tersine çoğu piyasaya göre farklı dinamikleri olan karışık bir yapısı vardır. Uzun yıllar bu piyasanın aktörü olan galeriler ve koleksiyoncular dahi sık sık yaşanan belirsizlik ortamında büyük hatalar yapabilirler. Sanat piyasasında ayakta kalmanın yolu, şans faktörünün çok ötesinde bilinçli olarak analiz yapabilme yeteneğinin yanı sıra trendleri de iyi izlemeye bağlıdır (Ersöz (b), 2005: 19).

Şirketler ciddi olarak sanat koleksiyonu oluşturmaya 1970'lerde başladılar, bu çabalarını o tarihten beri hemen hemen aynı yoğunlukta sürdürmektedirler. Günümüzün şirketleri, sanat müzelerine benzemek konusunda olağanüstü hırslı davrandılar, hatta kendi bünyelerinde küratörler istihdam etmeye başladılar ve kendi sanat departmanlarını kurdular. Sergiler düzenlediler, yeni sanat galerileri kurdular; hatta bazen kendi binalarında bir kamu müzesinin şubesini bile açtılar (Wu,2005:261).

Sanat yapıtının üreticisi tarafından ortaya konulmasıyla başlayan ve yaratıldığı kapalı ortamdaki alınıp, kamuya ilişkin açık bir alana (piyasaya) çıkarılmasıyla sanat yapıtı yeni bir sürece taşınmaktadır. Bu aşamada yapıtın alınıp satılan herhangi bir marka gibi piyasanın kurallarına bırakıldığını söylemek yanlış bir yargı sayılmamaktadır (Binzet, 2005:30). Sanatın para ile kurduğu yakın ilişkiyi bugün, sadece galeriler, müzayedeler, sanat fuarları gibi doğrudan ticari amaç ile kurulan örgütlenmeler aracılığı ile değil, aynı zamanda koleksiyonerler, müzeler ve sanatı destekleyen sponsor şirketler gibi dolaylı kazanım sağlayan oluşumlar bağlamında da ele almak gerekir (Çakmakoglu,2008:76; Sümer,2007:184-185).

Sanatın ekonomik boyutları göz önüne alındığında sanat eseri hırsızlığı da tüm dünya ülkeleri ama özellikle de İtalyan Hükümeti için önemli bir sorundur. Dünyada gerçekleştirilen eser hırsızlığı oransal olarak en yüksek değere bu ülkede ulaşmıştır. Bu alandaki en önemli sorun farklı ülkelerin yasaları ile eserlerin el değiştirebilirliği ve satılabilirliğidir. Çalınan eserin farklı alıcılar tarafından el değiştirmesi ile sanat hırsızlığı ve onun ekonomik boyutu durumu işin içinden çıkılmaz hale gelir (Erbay,2006: 52).

Sanatta Arz-Talep Dengesi

Sanattaki arz esas olarak sanatçı ve ürettikleri eserlerin sayısına bağlıdır. Her ne kadar sanatçı sayısı bir ülkenin sosyo-kültürel ve ekonomik yapısına ve sanat piyasasının büyüklüğüne bağlı olsa da sanat eserlerine talebin artmasıyla da arasında pozitif bir ilişki kurulduğu açıktır. Sanat eserlerinin arzı ile ilgili olarak bir diğer unsur da sanatçılardan daha önceden satın alınmış eserlerin geri dönüşüdür. Spekülatif amaçlarla sanat eseri almış olanların dışında ölüm, boşanma, savaş gibi nedenler sonucunda sanatçıların daha önceden yaptıkları eserler piyasaya geri dönebilmekte ve arzı arttırmaktadır (Ersöz (b), 2005:28-33).

Ekonomik koşulların iyileşmesi ile birlikte gelir seviyesinin artışının sanat eserlerinin talebine doğrudan arttırmasının yanısıra iyileşen ekonomik koşullarla birlikte konut üretiminin ve satışlarının artışı, devletin veya özel girişimcilerin daha çok müze inşa etmesi, yeni ofislerin açılması ve galerilerin devreye girmesi ve stok oluşturma gibi etmenlerden dolayı talep de artmaktadır. Günümüzde talebi etkileyen en önemli faktor ise müzeler olmuştur. Müzeler toplumun sanata bakışını değiştirmiştir. Aynı zamanda da ayırıştırıcı bir sayaç görevi üstlenmektedir. Müzelerin talep üzerinde bir başka olumlu etkisi de aldıkları eserlerin ancak çok az bir kısmını tekrar arz olarak piyasaya geri sunmalarıdır (Ersöz (b),2005:28-33).

Arz-talep ilişkisine dayalı sanat piyasası koşullarının; sanat adı verilen özel üretimi gerçekleştiren sanatçı, bunu değerlendirecek entelektüel ve ekonomik birikime sahip kişi veya kurumların oluşturduğu bir alıcı kesimi ve bu iki grubun ortak noktası olan sanat eseri her iki tarafın ihtiyaçları doğrultusunda ekonomik ve kültürel nedenlerle arz edecek aracı konumundaki bir sanat taciri üzerine kurulduğu görülmektedir (Üstünipek, 2007: 301). Sanat eseri koleksiyoncularının varlıkları arttıkça ve toplumun gelir düzeyi yükseldikçe ona olan talep de artar. Bu özelliği ile sanat bir lüks maldır. Ancak kuşkusuz bu talebi toplumun zevk anlayışı ve inançları belirlemektedir. Ayrıca toplumsal ve siyasal oluşumlarda sanat piyasasını direkt etkileyen faktörler arasındadır (Karacan,2002:237).

Sanat Piyasası Dinamikleri: Galerici ve Koleksiyoncu

Sanat piyasasında koleksiyonculardan da söz etmek gereklidir. Onların uzun vadeli alım yapmaları fiyatları olumlu olarak etkilemektedir. Koleksiyon sayısının artması talebi en olumlu etkileyen unsurların başında gelmektedir. Ancak spekülasyon alıcılar ve zevklerin değişmesi sonucu sanat piyasasında zaman zaman dalgalanmalar görülebilir (Ersöz (b), 2005: 28-33).

Galerici ve sanat tacirleri plastik sanatlar dünyasında yeni akımları geliştiren, sanatçıları keşfedip sunan, önemli koleksiyonların oluşmasını sağlayan aktörlerdir (Baraz, 2005:30-33). Özellikle sanat eseri almaya yeni başlayanların yaşadığı tedirginlik galericiler tarafından çok iyi anlaşılır. Sanat eserini düzenli olarak satın alanlar ve bunları biriktirenler ise koleksiyoncu sınıfına girmektedirler (Ersöz (c), 2005:42; Yetişkin, 2008: 60). Bu anlamda sanatçı gibi sanatın kendisi de ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel koşullarının ürünüdür. Kuşkusuz sanatın kendi iç dinamiğinde sanatçı tarafından üretilen ve piyasaya katılan/katılmayan tüm çalışmalar bireyselliğin yanısıra tümüyle özgünlük de gerektirir.

Bunun için sanatçının ortaya koyduğu ürünü onu tüketmeye ihtiyaç duyan bir kitleye arz etmesi gerekmektedir. Talebi biçimlendiren unsurlar çeşitlilik gösterebilmektedir ancak hiçbir durumda talebin niteliğinin sanat üretiminin niteliğinin bir ön koşulu haline gelmemesi beklenmektedir (Üstünipek,2007:301; Elgün, 2002: 24).

Sanat ve üretimlerinin ekonomik boyutu değerlendirilmek istendiği zaman sanat piyasasında yer alan fiyatların yada fiyatlandırmaların hangi kriterlere göre belirlendiği en çok sorulan ve merak edilen konuların başında gelmektedir. Bu soruları ve durumları açıklamak ve anlamak sanat üretimlerinin özel niteliği ve pazar piyasasının kendi iç dinamiklerine göre değerlendirildiği zaman elbette çok kolay olmamaktadır. Bu durum, üretim ve satış etkinlikleri sanat piyasasında alışılmışın dışında bir tarzda denetlenir (Stallabrass,2004: 94).

Günümüz Sanat Piyasasında Sanatçı Olgusu

Sanat akımlarının oluşma aşamasında anlaşılması, su yüzüne çıkması, değerli sanatçıların keşfedilmesi, sanat severlere sunulması, müzelerin bu eserlere ilgi duyması, koleksiyoncu ve yatırımcıların sanat eserlerini satın almaları ile sonuçlanan bir zincir sanat piyasasının dinamiğini oluşturur (Baraz, 2005: 30-32). Sanat özel bir üretim

olduğuna göre sanatçının sanatına yoğunlaşması, zamanını ve emeğini sanata ayırması beklenmektedir ve bu bir gereksinimdir (Üstünipek,2007:301; Karacan,2002:237).

Sanat piyasaları hemen hemen dünyanın her yerinde 1970'li ve 1980'li yıllardaki hızlı büyümesinin ardından 1990'lı yıllarda önemli bir durgunluğa girmiştir. Ardından 2000'li yıllarda tekrar yeniden canlanan sanat piyasalarında artık daha önceki dönemlerden çok daha fazla katılımcı olduğunu görüyoruz. Sanat giderek, iletişim çağında daha da uluslararası hale gelirken sanatçı sayısında, müze sayısında, galeri sayısında, alıcı sayısında ve sanatı izleyen seyirci sayısında önemli artışlar meydana gelmiştir. En önemli konu, aşağıda saydıklarımız doğrultusunda, artan rekabet konusudur (Ersöz (a), 2005: 34-35).

Sanat eserlerinin üretiminde esas maliyet kaliteli ve emektir. Bu doğrultuda sanatçı üretimlerinin piyasaya uygun koşullarda katılımı aracılığı ile sanatçı ve alıcı arasında karşılıklı memnuniyeti sağlayacaktır. Bu memnuniyet ortamı genç sanatçılar içinde teşvik edici bir zemin sağlamaktadır.

Bugün, sanat okullarından mezun olan birçok yetenekli öğrenci yaptıkları işleri karşılayacak bir piyasa bulamadığından veya çok düşük fiyatlar önerilmesi yüzünden geçimlerini sağlayamamaktadırlar ve bu sebeple başka işlerde çalışmaktadırlar (Ersöz (b), 2005: 28-33). Diğer bir taraftan da değişik *sanatçıların eşdeğer olarak algılanmasının* artması olmuştur. Özellikle bazı sanatçıların fiyatlarının artması hem rekor fiyatları ve koleksiyon yapma cazibesini getirirken, diğer taraftan, fiyatların yükselmesi de ikame etkisini beraberinde getirir. Sanatın, özgünlük ve farklılık konusundaki içyapısından dolayı ikame olayını anlamlandırmak çok kolay olmamasına rağmen, değişen pazar koşullarında, alıcılar kendilerine kolayca alternatifler yaratabilmektedirler (Ersöz (a), 2005: 34-35).

Bu gün sanatçının konumu tümüyle farklı bir boyuta taşınıyor. Sanatçı, ekonomi zincirinin içine de dahil olmuş durumdadır. Atölye, yaratıcılığın önemli bir yeri olmaktan, yani bir mabed gibi anılmaktan hızla uzaklaşıyor. Hem atölyelerin boyutu hem de uygulana gelen artistik proje görüntüleriyle de, söz konusu atölye olgusunun bu günkü görüntüleri şekil değişmektedir (Bourriaud,2004: 24;Baraz, 2005: 30;Aydın,2002:244-245). 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: 314-315).

SONUÇ

Küreselleşen dünya sistemi içerisinde sanat yapıtının etki alanı, iletişim ve ulaşım olanaklarının artışı sayesinde neredeyse tüm dünyaya yayılmaktadır. Bu nedenle günümüzde dünyanın farklı bir bölgesinde yaratılan sanat yapıtının etki alanı artık geçmişte olduğu gibi sadece üretildiği ülkenin sınırları içinde kalmamaktadır. İnterdisipliner bir yönetim anlayışına sahip olan bu sistem, kamu veya özel sektör alanlarında profesyonel insan kaynağının yanı sıra, etkili politikaların geliştirilmesini/yönetilmesini gerekli kılmaktadır. Bu istikrarlı yönetim sayesinde günümüz sanat ortamında sanat piyasasının ve ekonomisinin güven, süreklilik ve işlerlik kazanması gerekmektedir. Bu genel düzenlemelerin yapılabilmesi için de yasa dâhilinde kültür ve sanat alanında yapılacak yatırımların ve projelerin değerlendirilmesi için komisyon veya kurulların oluşturulması gerekmektedir.

Sonuç olarak sanat dünyası elbette başrolünde üretici konumunda sanatçıların olduğu ama gelişmesi ve en önemlisi gelecek nesillere nitelikli aktarımı için yatırımcısıyla, koleksiyoncusuyla, küratörüyle, eleştirmeniyle, galericisiyle ve sanat eğitimi veren kurumlarıyla birbirini destekleyen bir sarmal yapı oluşturmalıdır.

KAYNAKÇA

ÇAPAN, Aışan (2010). "Botero", Milliyet Sanat Dergisi,(5):36-37

AKTAN, Coşkun Can ve Şen, Hüseyin. (2003). Global Ekonomide Değişim: Globalleşme. Konya: Çizgi Kitabevi.

ARTUN, Ali. (2013). Çağdaş Sanat ve Kültüralizm: Kimlik ve Estetik, Piyasa Yönetimi-Sanat Yönetimi. İstanbul: İletişim Yayınları.

ASLAN, Tamer. (2010). Kültürel Yeniden Üretim Süreçlerine Etkisinde Postmodern Tüketim Estetiği. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

- AYDIN, Çakır Mukadder. (2005). Sanatta Eleştirelilik, İstanbul: Beta Yayınları, 2002.
- Baraz, Yahşi. "Türkiye'de ve Dünyada Galerıcilik ve Sanat Piyasası", Artist.
- Bourriaud, Nicolas. (2004). Bu Gün Sanatçı Nedir?. Çev: Sara Hatem, Sanat Sanat, Üç Aylık Sanat Kültür Dergisi.
- BÜRGER, Peter. (2004). Avangard Kuramı, İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÇAKMAKOĞLU Barut, Nevin. "Türkiye'de Sanat Pazarının Oluşum Süreçleri", Genç Sanat (Haziran 2008).
- ÇEVİK (a), Naile. "Küreselleşme Sürecinde Net Art", Ankara: Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 2007.
- ÇEVİK (b), Naile. "Plastik Sanatlarda Sanat Ekonomisi Sorunsalına Sanatçı Perspektifinden Bir Bakış", Ankara Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 2007.
- ÇİZGEN, Gültekin. "Sanat Pazarı", Artist Sayı 10/72 (2006).
- DOĞRUSÖZ, İhsan. "Sanat Galerilerinin Sanatçının Eserlerinin Sanatsal ve Ekonomik Değerlerini Belirlemedeki Rolünün Sanat Piyasasına Olan Etkisi". Ankara: Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 2007.
- ERKMEN, Aslıhan. (1997). Halkla İlişkilerde Bir İletişim Aracı Olarak Sanat ve Sanat Sponsorluğu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- ELGÜN, Tülay. "Sanatçı Olabilmek". Türkiye'de Sanat, Plastik Sanatlar Dergisi Sayı:54 (2002).
- ERBAY, Mutlu. "Eser Dedektifiği". İstanbul: Artist Sayı:7/69 (Temmuz/Ağustos 2006).
- ERSÖZ, Erhan (a). "2000'li Yıllarda Sanat Eserinin Pazarlanması". İstanbul: Artsist (2005).
- ERSÖZ, Erhan (b). "Arz-Talep Bir Ekomik Model". İstanbul: Arstist (Ekim 2005).
- ERSÖZ, Erhan (c). "Sanat Eserlerine Yatırım Yapanların Değer Kazançları", İstanbul: Artsist (Aralık 2005).
- GİRAY, Kıymet. "Sanat ve Kurumlar". İstanbul: Rh+ Sanat Sayı:16 (2005).
- GRAF, Marcus. "Sanat ve Para". İstanbul: Genç Sanat (Haziran 2008).

- KAHRAMAN, Ekrem. “Düdüğü Hep Parayı Veren mi Çalar?”. İstanbul: Genç Sanat (Haziran 2008).
- KAHRAMAN, Ekrem. (2001). “Küratörlük Egosu ya da Plastik Sanatlarda Postmodernizmin Kırılma Noktası”. İstanbul: Türkiye’de Sanat Sayı:51.
- KARACAN, Ali İhsan. “Sanat, Tablolar ve Ekonomi”, Sanat Dünyamız, No:82, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2002.
- SEZGIN, Eda. “Sanat ve Para Hakkında Bilinmesi Gereken Gerçekler”. İstanbul: Genç Sanat, (Haziran 2008).
- STALLABRASS, Julian. Çağdaş Sanat A.Ş.: Çağdaş Sanat ve Bienaller, Çev: Esin Soğancılar, İstanbul: İletişim Yayınları, 2004.
- SÜMER, Güner. Türkiye’de Sanat ve Sanayi İlişkisi, Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, T.C. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2007.
- ŞAHİNER, Rıfat. “Küresel Ekonomi ve Sanat”. Ankara Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 2007.
- ŞAHİNER, Rıfat. Sanatta Postmodern Kırılmalar ya da Modernin Yapıbozumu, İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi, Sanat Serisi, 2008.
- TİMUÇIN, Afşar. (2003). Estetik, İstanbul: Bulut Yayınları.
- Turani, Adnan. (1999). Çağdaş Sanat Felsefesi, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- ÜSTÜNİPEK, Mehmet. “Türkiye’de Özel Sanat Galerilerinin Sanatın Ekonomik Boyutuna Katkıları”. Ankara Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 2007.
- WU, Chin-Tao. (2005). Kültürün Özelleştirilmesi 1980’ler Sonrasında Şirketlerin Sanata Müdahalesi. Çev. Soğancılar E., İstanbul: İletişim Yayınları.
- YETİŞKİN, Ebru.” Güncel Sanat: Sanat ve Para İlişkisini Aşan Bir (B) Ağ”, İstanbul: Genç Sanat, (Haziran 2008).