

KAMU EKONOMİSİNDE YENİ YÖNELİMLER: SANAT EKONOMİSİ VE TEMELLERİ

Yazar / Author: Hayriye IŞIK¹

Özet

Sanat eseri iktisatta keyif-zevk malları (hedonic goods) olarak isimlendirilen mallar grubuna girer. Bu malların temel özellikleri, talebi, arzı ve fiyat oluşumunun kendine has özellikler göstermesidir. Koleksiyon malları olarak da ifade edilen bu grupta literatürde resim, heykel, pul, halı vb.gibi ürünlerde beraber ele alınmaktadır. Sanat ürünlerinin bir özelliklerinden en önemlisi bu ürünlerin ya da eserin tek olmasıdır, sanat ürünleri heterojen mallardır. Hiçbir eser bir diğerinin, hatta aynı sanatçının eserleri bile birbirinin aynı değildir. Sanat ürünleri talebi refah düzeyi ile ilişkili bir mal ve hizmet grubunu oluşturmaktadır. Koleksiyoncuların varlıkları arttıkça ve toplumun gelir düzeyi yükseldikçe sanat eserine olan talep de artar. Bu özelliği ile sanat lüks mallar grubuna dahil edilebilir. Sanat ve ekonomi, genelde bu iki alanda çalışan araştırmacılar tarafından birbiriyle ilişkisiz görülen veya aralarındaki bağların ihmal edildiği, küçümsendiği iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomi biliminin toplumsal, doğal ve insani kaynakların üretim süreçlerinden geçirilerek paylaşılmasındaki yasaları incelediğini kabul edersek sanatın bu tanımın içinde ilk bakışta bile kendine bir yer bulduğunu görürüz. Sanat, her ne kadar ekonomi biliminin gizemine ve ulaşılamazlığına eleştiri getirse de bir ekonomik faaliyettir. Sanatın bu özelliğini vurgulamak onun yaratıcı ve duygu-yoğun üretiminin arka plana itilmesi anlamına gelmez. Bu çalışmanın amacı sanatın ekonomik yönüne dikkat çekmek ve aynı zamanda kamu ekonomisinde yeni bir alan olan sanat ekonomisinin kamusal temellerini irdelemektir.

Anahtar Kelimeler: Sanat, Ekonomi, Kamu Maliyesi

NEW TRENDS IN PUBLIC FINANCE: ART ECONOMICS AND ITS BASES

Abstract

Artwork enters the group of goods called pleasure - pleasure goods in economics. The main features of this property, demand, supply, price formation is unique. These goods are sometimes called image collection goods group, and often in this case, as well as works of art, such as ancient statues, stamps, goods such as carpets are also included in this group. A feature of the product is a work of art is not the only one. But also, art products are heterogeneous goods. None of the other, even the works of an artist is not the same, even to each other. Art demands is associated with wealth. The presence of a work of art collectors and society's increasing demand for higher levels of income also increases artwork. This feature is from the art luxury goods group. Art and the economy in general by researchers who work in these two areas considered unrelated or neglected the links between them, there appears to be two concepts that overlooked. The science of economy, passed through the production process of natural and human resources and examines the laws that we adopt in this matter, even at first glance, we see that in this definition of art finds its place. Art, although if you get criticism to the mystery of economics is an economic activity. To highlight its creative and artistic sense of this feature - intensive production that does not mean to be pushed into the background. This study aims to draw attention to the economic aspects of the art and also examine the foundations of the economy, a new art space in the public finance and its economy.

¹ Namık Kemal Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, Tekirdağ Türkiye, hisik@nku.edu.tr, bu çalışma yazarın doktora tezinden türetilmiştir.

Key Words: Art, Economy and Public Finance

1.Giriş

Sanat toplumsal yapının bir ürünüdür. Toplumun kültürel, geleneksel ve gelişmişlik yönü sanatın biçimlenmesinde ve gelişiminde etkili olduğu gibi sanat da birçok yönüyle toplum yaşamında etkili olabilmektedir. Sanatsal faaliyetlere doğrudan katılımın veya izleyici olarak katılımın bireylere sağlık, psikolojik ve yeteneksel gelişim, kişilerarası iletişimin sağlanması konusunda katkıları söz konusudur. Bu bireylerin duyarlı, özgüvenli, başarılı, suç işlemeye daha az eğilimli, sosyal, paylaşımcı, kültürel birikimli olmaları, görsel-düşünsel kabiliyetlerini geliştirici olması şeklinde kendini göstermektedir.

Sanatı, gerçekliğin tümüyle birleşme aracı, bireyin kendi dışındaki evrene açılan, kendini kendi olmayanla bir görme isteğinin bir belirtisi olarak gören Fischer, bu durumu şöyle dile getirmektedir: “Her şeyden önce şaşırtıcı bir olayı pek sıradan bir şey sayma eğiliminde olduğumuzu unutmayalım. Hem şaşırtıcı oluşu açıkça ortada bu olayın, milyonlarca kişi kitap okuyor, müzik dinliyor, tiyatroya, sinemaya gidiyor. Neden? Oyalanmak, dinlenmek, eğlenmek istiyorlar demek, soruyu pekiştirmekten öte gidemez. İnsanın bir başkasının hayatına, sorunlarına yönelmesi, kendini bir resim, bir müzik parçası ya da bir roman, oyun film kişisi ile bir görmesi neden oyalayıcı, dinlendirici, eğlendirici olsun? Böyle gerçeklik dışı olaylara neden yoğunlaşmış gerçeklikmiş gibi tepki gösterelim? Ne tuhaf, anlaşılmaz eğlencedir bu? Eğer, yetersiz bir yaşayıştan daha zengin bir yaşayışa, tehlikelerden uzak yaşantılara kaçmak istiyoruz dersek, o zaman yeni bir soru çıkıyor ortaya; yaşayışımız neden yeterli değil? Neden gerçekleşmemiş yaşamlarımızı başka görüntülerle, başka biçimlerle gerçekleştirmek istiyor, karanlık bir salonun aydınlatılmış sahnesinde yalnızca oyun olduğumu bildiğimiz bir şeye soluğumuz kesilircesine kapılıyoruz” (Fischer, 2005: 10).

Toplumsal açıdan sanat, ekonomik, kültürel ve sosyal etki alanları ile katkıda bulunmaktadır. Sanat istihdama katkı sağlar, sanatsal ve kültürel mekânların ve faaliyetlerin yer aldığı bölgelerde oluşan kültürel turizmin de ayrıca ekonomik katkıları söz konusudur. Kültürel ve sanatsal faaliyetlerin uluslararası alanda yayılması ülkelerin tanıtımına olanak sağlarken milli kimlik ve bağlılık duygularını yüceltir.

Bu çalışma, sanatsal üretimin ve tüketimin kamu ekonomisi açısından argümanlarını ele almaktadır. Çalışmada öncelikle sanatın tarihsel süreçte toplumsal gelişmeyle birlikte değişen yönü incelenmekte ve sonraki başlıklar altında sanatın ekonomik yönü ile kamusal özelliklerine değinilmektedir.

2. Sanatın Tarihsel Gelişimi ve Değişimi

Toplumların kültürel, sosyal, ekonomik yapılarının değişimine paralel olarak sanatsal faaliyetlerin ele alınışı, sanatsal üretim ve tüketim kalıplarını biçimleri ve değerlendirilmesi de değişimler göstermektedir.

Sanat, insanlığın tarihi kadar eski bir kavramdır. Tarihsel süreç içerisinde insan topluluğunun olduğu herhangi bir yerde, yaşamı gerekli kılan maddi hayatın yanı sıra sezginin, bilinçaltının, içgüdüsellik bir etkisi olarak ve her toplumun kendine özgü yapısı çerçevesinde bir etkinlik şeklinde kendini gösterir (Artut, 2004: 12-13).

Sanat tarih öncesi paleolitik, mezolitik, neolitik ve kalkolitik çağlardan geçerek bugüne ulaşan ve özel mülkiyetin, işbölümünün, zanaat ve alışverişin gelişmesinin, toplumsal farklılaşmanın, sınıfların, ailenin köklerinin üretici olmayan ekonomiden üretici ekonomiye geçişine kadar dayanır (Falay, 2006: 502).

“Tarih boyunca ne kadar geriye gidersek, sanatın hizmet ettiği inanan amaçlar o kadar açık ama aynı zamanda yabansı görünmektedir. Oturduğumuz kentlerden uzaklaşıp köylere giderek veya daha iyisi kendi uygarlaşmış ülkelerimizden koparak, çok uzak atalarımızınkine hala çok yakın koşullarda yaşayan topluluklar arasına gitsek, aynı şeyle karşılaşırız. Biz bu topluluklara bizden daha basit oldukları için değil, tüm insanlığın geldiği ilk koşullara daha yakın oldukları için ilkel diyoruz. İlkeller için, fayda bakımından, bir kulübenin yapısıyla bir imgenin üretimi arasında hiç bir ayırım yoktur. Kulübelere onları yağmurdan, rüzgârdan, güneşten ve kendilerini yaratmış olan ruhlardan korurlar. İmgeler ise, onları, doğal güçler kadar gerçek olan öteki güçlere karşı korurlar. Başka bir deyişle, resimler ve heykeller, büyüselle amaçla kullanılır” (Gombrich, 1980: 20). İlkçağ uygarlıklarında sanat dinsel inançlara, ahlaksal anlayışlara göre şekillenmiştir. Mısır sanatına ait kabartmalarda, firavunların yaşam tutkuları ve acımasızlıkları konu edilir (Tansuğ, 1999: 74).

Ortaçağda din felsefesinden hareket edilmiştir. Dinin koyduğu inançlar ve yasaklar, toplumun bütün yaşamını olduğu gibi sanatı da etkilemiştir (Ersoy, 1995: 74). Skolastik düşüncenin hakim olduğu Ortaçağda siyasal, sosyal olaylar ve doğa olayları çoğu din adamı olan filozoflar tarafından kilisenin çıkarları doğrultusunda açıklanmıştır. Bu çağda kiliseler en önemli sanat yapıtı olarak kabul edilmiş ve sanat dinin yayılmasında, kilisenin görevini yerine getirmesinde yardımcı bir faktör olarak kullanılmıştır. Sanatın sanat olarak algılanması ancak Rönesans ile başlar (Dominique, 1990: 21).

Orta çağda halk, sanatçı, bilim ve din adamı aynı kilise inancına paralel bir din görüşüne sahip iken, Rönesans döneminde kilise ile aynı görüşte olmayan insanların varlığını gösterdiği görülmektedir. İnsanın kendi düşünce ve yorumlarına dogmalardan daha fazla önem verdiği Rönesans çağında Ortaçağ dogmalarının yerini Yeniçağda bilgi, dünyevi güzellik, kişisel başarı, mal ve mülk almıştır (Turani, 2007: 344-346). Bu dönemde toplumsal yapıda görülen değişimler de vardı. Bu da orta tabakanın yani burjuva tabakasının asil tabaka yanında kendini kabul ettirmesi ve zenginleşmesidir. Hatta yönetim de kilise ve asillerin yanında burjuvaya geçmeye başlamıştı. Burjuva ya da kentsoylu, şehirlerde yaşayan ve şehrin imtiyazlarından yararlanan kişidir. Soyluların tarıma dayalı zenginliği karşısına, mal üretimine dayalı burjuva zenginliği ortaya çıkmıştı. Politika, kiliseye göre değil, gerçekliğe, bütçeye ve ticari ilişkilere göre ayarlanıyordu. Burjuva sınıfı Yeniçağda düşünsel gelişimin en önemli yaratıcısı olmuştur. Bu çağın büyükleri arasında Leonardo, Voltaire, Goethe, Beethoven gibi büyük sanatçılar yer almaktadır (Turani, 2007: 351-353).

Burjuvazi sınıfının yükselişi sonucu Rönesans döneminde ve sonraki dönemlerde yeni iktisadi başarılar kazanmış olan burjuvalar ve prensler eli açık sanat koruyucuları

olmuşlardır. Böylece bilginlik, zenginlik, yazarlık, heykeltıraşlık, ressamlık, müzikçilik bu kişilerde toplanır gibi olmuştur. Fransız Devrimi ve sonrasında sanatçılar kendi çağlarının düşüncesini dile getirmiş olmuşlardır. 19. yüzyılda ise kapitalizmin iç çelişmeleri belirlemeye başlamıştır (Falay, 2006: 506).

Sanayi devrimi ile birlikte yeni bir çağ başlar. Önce saray, sonra din ve kısa zamanda bütün kurumlar değişmiş, bireysellik ve kişisel görüşlerin etkin olduğu bir akımlar devri açılmıştır. Böylece tarım kültürü ve ekonomisi ile şekillenen toplumların sanat üslupları, sanatsal üretim ortamları ve modelleri değişmiştir (Demirdöven ve Ödekan, 2008: 58). Örneğin, ressamlar duyu yüklü resimler yapmaktan vazgeçerek, gerçek yaşamdan kesitler betimlemeyi tercih etmişlerdir. Endüstri dönemi dolayısıyla mimaride de değişimler ortaya çıkmış, çeliğin dayanıklılığı sayesinde geniş açıklıklı ve yüksek yapılar yapılmış, süslemelere ve dekorasyona değil, mühendisliğin işlevine ağırlık veren yapılar önem kazanmaya başlamıştır (Çelik, 2008: 41).

Bu değişim, “kültürel düzey”, “bilgili insan” gibi tanımlamaları da ikinci plana itmiştir. Klasik müziğin yerini pop müzik alırken, dramatik tiyatroyun yerini kabareler, yağlı boya tabloların yerini fotoğraf almıştır. 19. yüzyıl teknolojisinin getirdiği seri üretim ile metropoliten yaşam kopuk insan tipini oluşturarak gelecekte toplumdaki yabancılaşmanın da tohumlarını ekmiştir (Erinç, 2004: 159-160).

20. yüzyılda savaşlar, tüketimin çoğalması, insanların beğenilerinin değişmesi, insanların maddi varlıklara bağlılığı gibi etkenler sonucu daha bireyci bir toplum oluşmaya başlamıştır. Endüstrinin gelişimiyle insan, çevresinden uzaklaşmış ve toplum dışına itilmiştir. Bu duygu giderek sanatsal yaşamda da kendini göstermeye başlamış, sanat için doğanın optik görüntüsü yerine psikolojik görüntü önem kazanmaya başlamıştır (Ersoy, 1995: 122-124).

21. yüzyılda; bilimsel, teknolojik ve ekonomik gelişmelere paralel olarak gelişen iletişim ile beraber enformasyon ve bilişim alanlarında gerçekleşen değişimler, toplumsal ve kültürel yaşamı da etkilemeye başlamıştır. Teknolojideki hızlı değişim, ekonomik alanda üretim faktörlerinin uluslararası boyutta mobilitesinin serbestleşmesini ve ulusal düzeyde sınırların kalkmasını beraberinde getirmiştir. Böylelikle uluslararası alanda ülkelerin bu konularda birbirlerine olan bağımlılıkları da artmıştır (Zeren, 2006: 639). İletişimde yaşanan bu paylaşımın markalar, ürünler, yöntemler yerel olmaktan çıkmış artık küresel pazarlarda tüketilen bir mal ve hizmet olmuştur. Pazarın küreselleşmesi şirketlerin üretim anlayışlarında ve ürün yelpazelerinde küreselleşmeyi getirmiştir. Bu gelişmelerin doğal bir sonucu olarak finans olarak küreselleşmiş ve tüm bu paylaşımlarla birlikte küresel bir kültür kavramı ortaya çıkmıştır. Küreselleşme, iletişimdeki gelişmelerin doğal sonucudur ve kaçınılmazdır. Artık üretim tesisleri sadece yerel pazarlar için üretim yapmamaktadır, bunun yanında, para yerel olma özelliğini kaybetmiş ve küresel geçerlilik kazanmıştır. Tüm bu gelişmelerin sonucunda, bilgi küreselleşmiş, üretim küreselleşmiş, tüketim küreselleşmiş, sanat küreselleşmiştir (Şahin, 2003:2).

3. Sanat ve Ekonomi

“Sanatın ekonomik faydaları” kamu politikasının ekonomik rasyonalizmine bağlı olarak dünya genelinde sanat sektörüne yerleşen bir deyim olmuştur. Bugün tüm kamu politikalarında olduğu gibi, kültür ve sanat politikaları da ekonominin inceleme kapsamına girmiş, “kültürel ekonomi” olarak bilinen alan gelişmeye başlamıştır. Sanata ekonominin nasıl uygulanacağı konusundaki tartışmaların temelinde “iktisadi etki” ve “iktisadi fayda” analizlerinin uygunluğu yer alır (Madden, 1998: 3).

Ekonomistlere göre sanat değiş-tokuş değeri ihmal edilebilecek, ancak toplumsal daha doğru bir tanımlama ile hayırseverlik faaliyetlerinin konusu olabilecek bir alandır. Sanat kurumları patronların sanatsever, ince beğeni sahibi, dahası, hayırsever görünmelerini sağlayan dekorlar olarak görülür. Sanat dalları dolaylı veya dolaysız yollardan birer endüstri olarak kabul edilmelidir. İlk başta ilgisiz olarak görülen bir alanda şu alanları sıralamak nasıl bir devle karşı karşıya olduğumuzu gösterme açısından bir fikir verebilir (Towse, 2000: 118):

- Sinema endüstrisi (Hollywood, Avrupa Sineması, Uzak Doğu ve Hint Sineması) ve sinema salonları,
- Sanat galerileri, çağdaş sanat müzeleri ve müzayede şirketleri,
- Edebiyat ve yayıncılık sektörü,
- Opera, tiyatro ve diğer sahne sanatları,
- Endüstriyel sanatlar ve tasarım (elektronik, bilgisayar ve internet),
- Müzik ve konser-festival endüstrisi,
- Telif hakları yönetimi,
- Sponsorluk,
- Televizyon ve medya sektörü,
- Kültür- sanat turizmi.

Sanat yalnız kültürel değil, aynı zamanda ekonomik bir kaynaktır. Sanata harcanan para ekonomiyi tümüyle etkileyip üzerinde geliştirici bir etki oluştururken iş ve endüstri çevrelerine çekici hale gelmektedir. Sanatın bireyleri ilgilendiren yönlerinin dışında ülkelerin toplumsal makroekonomik hedeflerine yönelik; işsizliğin azaltılması, katma değer yaratışı, yeni meslek kategorileri oluşturulması, döviz sağlayıcı yönleriyle makro ekonomik politikadaki küçümsenemeyecek boyutları dikkat çekmektedir (Karaman, 1991: 72).

Sanat üretmiş olduğu eserlerle gayri safi milli hasılaya katkıda bulunmakta, kültürel zenginliği artırarak eğitime malzeme hazırlamakta, ayrıca insanın daha uygar olmasını çevreye sanat katarak duygusal ve estetik gelişime katkıda bulunmaktadır. Ekonomik kalkınma ise sanat için finansman sağlamakta, fiziki imkân ve kaynak oluşturmaktadır. Sanatı anlayan ve destekleyen bir toplum ve sanatkar yetiştiren kurumlar meydana getirmektedir. Bu yönüyle sanat ve kalkınma arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur (Bilgen, 1991: 27).

Kültürün ekonomik bir faaliyet alanı olarak görülmesi onun değerini düşürmediği gibi, tam tersine kültürün ekonomik değeri bu alandaki iletişim değerlerini ve etki alanlarını artırmaktadır. Kültür ekonomisi bir ülkenin ya da toplumun öz

değerlerini ve yerli kazanımlarını dünyaya açılmasını sağlamak yoluyla ayrı bir alan ve ekonomik potansiyel yaratmaktadır. Medya, müzik, film, oyun, yayıncılık, moda, tasarım, müzeler, galeriler, kültürel ve sanatsal etkinlikler, kültürel miras ve kültür yönetimi gibi yaratıcı iş hizmetlerinin yüksek bir ekonomik getiri sağlaması ve bunların toplam ekonomi içindeki büyüklüğü değerlendirildiğinde ekonominin kültürel boyutu daha iyi görülmektedir (Uçkan, 2010: 1)

Sanat-ekonomi-devlet kavramları arasındaki ilişki sanat tarihi, sanat felsefesi, sosyoloji, hukuk, yönetim ve ekonomi gibi birçok farklı sosyal bilim alanının ortak konusu olmasına rağmen bu konuda hala kesin fikirler ortaya koymak mümkün değildir. Von Gogh'un tabloları pahalı iken, onun eserinin kopyalarının neden ucuz olduğu konusunda hala tatmin edici cevaplar yoktur. Rafael öncesi ressamlar neredeyse bir yüzyıl boyunca tamamen unutulduktan sonra (fiyatları üzerine aleni bir etkiyle) 1960'larda neden tekrar geri geldi? Avrupa'da kamu veya ulusal müze koleksiyonlarının parçalarını satmalarına neden izin verilmiyor? Müzelerin performansları nasıl değerlendirilmelidir? Hangi binalar (ve verilen kısıtlı bütçelerle kaç tane bina) korunmalı ve gelecek nesillere bırakılmalıdır? Sanatçılar neden devlet tarafından desteklenmelidir? Neden çok para kazanan süper starlar vardır? Satılmış olan eserler telif hakkı kanunlarına konu olmalı mıdır? Bu sorular birbiriyle etkileşim içindedir ama bu, ne sanat tarihçisinin matematiksel ekonomiden anladığı ne de bir ekonomistin Rafael öncesi ressamlarla ilgilendiği anlamına gelmez (Ginsburgh, 2001: 2)

4. Kamu Ekonomisi Açısından Sanatsal Mal ve Hizmetlerin Özellikleri

Tüm iktisadi sistemlerde mal ve hizmetlerin üretilmesi ve mal ve hizmetlerin bireyler ve gruplar arasında adil bir şekilde dağılımının gerçekleştirilmesi temel bir fonksiyon olarak ortaya çıkmaktadır. Sanat ekonomisi kapsamında üretilen sanat ve kültür mal ve hizmetleri için de aynı durum söz konusudur. Günümüzde sanat eserleri ekonomi alanında irdelenmeye başlanmakla beraber, sanatsal mal ve hizmetlerin kamu ekonomisi açısından özelliklerinin incelenmesi önem arz etmekte olup, sanatın korunması, geliştirilmesi ve desteklenmesi konusundaki tartışmalara da gerekeceği düşünülmektedir.

4.1. Kamusal Mal ve Hizmet Özelliği

Kamusal mal kavramı olarak ilk kez İtalyan, Alman ve İskandinav kamu ekonomistleri tarafından kullanılırken, modern anlamda ise Samuelson'un yazdığı iki ayrı makalede ele alınmıştır. Samuelson'a göre kamusal mal veya hizmet kavramı, bireylerden herhangi birinin tüketimi nedeniyle, diğerlerinin aynı malı tüketiminde bir azalmaya yol açmadığı ve aynı zamanda birlikte ve eşit tüketilen mal ve hizmetlerdir (Samuelson, 1954: 387-89).

Diğer yandan devletin artan fonksiyonları nedeniyle kamusal mallar kavramı tam, yarı kamusal ve özel mallar ayrımına da yol açmaktadır. Bazen piyasanın etkisizliğine müdahale, bazen ise diğer nedenlerden dolayı bir özel mal ve hizmet bile kamusal

özelliği kazanabilir (Şener, 2006: 51). Örneğin, halk ekmek fabrikasının ekmek üretmesi pür özel mal olarak nitelendirilemez.

Bir mal ya da hizmette kamusalılık özelliğinin bulunabilmesi için iki kriterin önemli olduğu belirtilmektedir (Bulutoglu, 1988:7-14). Bunlardan birincisi; arza siyasal talebin karar vermesi diğeri ise bütçe ya da kamusal finansmanın varlığıdır. Bu durumda bu iki özellik birlikte ya da tek başına bir malın kamusalılık özelliği taşıması için yeterli olmaktadır, ancak kamusalılığın neresinde olduğunun bilinmesi için de ayrıca diğere özelliklere bakmak gerekmektedir (bölünme, pazarlanabilme, rekabet ve dışlamanın olup olmadığı gibi).

Dorfman ise kamusalılık özelliği ile ilgili olarak bir malın üretimi gerçekleştiğinde, bireyler ister bedel ödesinler ister ödemesinler, bu mal ve hizmetin tüketiminden ve yararlarından dışlanamıyorsa kamusalılık özelliğinin oluştuğunu belirtir (Dorfman, 1965, aktaran; Şener, 2006: 51). Bu tanımlamalara bakıldığında bu tür mal ve hizmetlerin iki karakteri üzerinde durulduğu görülür. Bunlar, rekabetin olmayışı ve dışlanamazlık özellikleridir. Piyasa ekonomisi içinde üretimi yapılan bütün mal ve hizmetlerde dışlanabilirlik ve rekabet önemli unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır ve saf özel bir malın içinde katışıksız bir şekilde bu özellikler bulunur. Piyasa bu özelliklerle eşit şekilde olmasa da etkin kaynak tahsisini gerçekleştirir. Ancak, bu iki özelliğın olmadığı yerde piyasa ekonomisi, araçları ve fonksiyonları etkin çalışmaz.

Sanat piyasaları içinde üretimi yapılan mal ve hizmetlerin bir bölümü saf kamusal bir mal niteliği taşıırken, bazı hizmetler ise yarı kamusal nitelik taşırlar. Burada sanatın geliştirilmesi ve desteklenmesi yönelik önlemler için harcamaların artırılması ve bedavacılık (free-rider) sorunu için fayda elde edenlerin küçük de olsa bir bedel ödemeleri üzerinde durulabilir. Sanatın desteklenmesi için özel kesime teşvik verilmesi, bu mala veya hizmete kamusal finansman nedeniyle kamusalılık özelliği kazandırır, Ayrıca siyasal talebin karar vermesi de kamusalılık özelliğinin bulunması için gerekli olan bir diğere faktördür.

Sanatın devlet tarafından desteklenmesi geçmişte ve günümüzde genellikle olumlu karşılanmıştır. Bu durum sadece piyasa ekonomisinde yer alan ancak kamusal mallara dair genel bir tartışma içinde ele alınabilir. Teknik anlamda bu terim ekonomide kullanıldığında 'kuramsal bir kamu yararı' vardır çünkü- hem hesaba katılmayan özelliklere sahip olması (örneğin; sunulan servisler için para ödememesi ya da tüketim miktarının takip edilememesi, faydanın bölünememesi ve böylece ücretlendirilememesi) hem de ortak tüketim (örneğin; hizmet ya da malın çıkışının belirli miktarı için, ek bir tüketicinin diğere tüketimine zarar vermeden ya da mal olamadan tüketiminde yer alabilir, yani yeni bir tüketicinin diğere tüketicilere marjinal maliyeti sıfırdır) örneği verilebilir. Bunun anlamı iktisatta yeni bir tüketicinin diğere tüketicilere ek bir marjinal maliyet yüklememesidir (Marshall, 2007:1-3).

Kültürel/sanatsal ürünlerin bazı türleri kolektif tüketim özelliği gösterir. Örneğin, bir ülke genelinde mevcut radyo/TV iletim ve yayın şebekesi, daha sonra bir izleyici/dinleyici kitlesi iletim sistemine ya da yayın sistemine eklendiğinde ve bu yayından bir fayda elde ettiğinde, genel olarak topluma neredeyse önemsiz bir maliyet yükler ve bu durum diğere bireyler için kısıtlayıcı sonuçlar doğurmaz (Burton, 1990: 2).

Eğer sanat bir kamu malı ise, imtiyazlı olmayan, rakip olmayan ve/veya dışsallık özelliğini taşıması gereken bir ürün olmalıdır. Sanat, hem kültürü tanımlar hem de toplumun içinde var olduğu kültürü şekillendirmede rol oynar. Sanatın bu şekildeki etkileri yaygın ve her yerde mevcuttur. Örneğin, sanatın yararları toplumun tüm üyelerine ya doğrudan sanatı takdir etme yolu ile ya da dolaylı olarak istikrarlı ve iyi tanımlanmış bir kültür tarafından sunulan gelişmiş kalitedeki yaşam ile gerçekleşir. Sanatın etkilerinin çoğu, etkilediği insanların çoğu için ayırt edilemez ve sürekli bir temelde yaygın ve topluca yaşayan birçok kültürel etkilerden ayrı olarak tanımlanamayabilir. Toplumun bütün üyeleri bu kültürel tanımlamadan çeşitli yollar ile faydalandığı için, sanat ya da onun ürettiği kültürel etkinin imtiyazlı bir ürün olduğu iddia edilebilir. Hiç kimse onun etkisinden hariç tutulamaz bu yüzden bir ölçüde kamu ürünü olmalıdır görüşü yaygındır (Marshall, 2007:4; Burton, 1990: 3).

Refah ekonomisine göre kaynakların en uygun tahsisi için basit bir kurala uyulması (Pareto-optimumu) gerekir. Buna göre fiyat, marjinal maliyete (yaklaşık olarak) eşit olmalıdır. Böylece, eğer ilave tüketicinin marjinal maliyeti sıfır ya da göz ardı edilebiliyorsa, onlara ödetilecek bedel de sıfır olmalıdır (özellikle bu durum hizmetten yararlananlar veya dâhil olanlardan toplanan paralarla maliyetler karşılanırken, ödemeyenlerin hariç tutulmasını denetlemeyi de içerir). Kültürel eğlencenin maliyetinin ödenmemesi sonucu oluşan artık maliyet karşılanmalıdır görüşü ortaya çıkmaktadır. Bunun doğal cevabı da devlet bütçesi yani kamusal finansman olmaktadır (Rosen, 2004: 55).

Bu tür bir bakış açısı sanat ve kültürel ürünlerin tüketim ilişkisine dair tartışmanın da yapılabilmesinin yolunu açar. Ancak, bununla ilgili bazı ciddi sorunlar vardır, bunların arasında tartışmanın sadece kültürel üretimin belli türlerine ulusal yayın vericileri aracılığı ile uygulanabileceği gerçeği olağan üstü deneysel bir gerçektir. Tam tersine, bir canlı tiyatro performansının ek tüketicilerinin varlığı, ilave yer, bakım, personel ve diğer maliyetleri oluşturur. Buradaki ilave tüketicinin marjinal maliyeti sıfır değildir. Sanat galerileri, müzeler için de benzer durum söz konusudur. Katedraller de buna örnek verilebilir çünkü, İngiltere'nin önde gelen turizm merkezleri arasında katedraller ön sırada yer almaktadır. İlave turist demek, özellikle ikinci planda, genellikle gerekli para yoksa uzman, onarım ve bakım maliyetlerini arttırır – bu nedenle bir girişin karşılığında alınan ücret ile bu maliyetlerin karşılanmasına çalıtılır. Örneğin, İngiltere'nin kuzeyinde yer alan Hereford Katedrali'nin artan mali sorunları ile başa çıkmak için ünlü Mappa Mundi'sini satmaya karar vermesi hiçte şaşılacak gibi değildir. Ayrıca, TV ve radyo yayınlarının ekstra izleyicilerine uygulanan göz ardı edilebilir marjinal maliyetleri, Noel Gününde sahneye çıkan kiliselerin koro şarkıcılarını yayınlamak ile TV de pornografik filmleri göstermesine eşit olarak etkili olur. İki olayı ayırt etmek için aşağıda tartışılacak erdemli mallar kavramının iyi anlaşılması gerekir (Marshall, 2007: 5).

Bu konuda yine de şunun dikkate alınması gerekir ki dışarıda bırakma ya da hariç tutma prensibi çoğu sanat ve kültürel ürünlerde kullanılabilir. Açıkçası, çoğu müze ve sanat galerileri istenilmeyen ve gizli girişleri vazgeçirmek ya da engellemek için iyi bir şekilde hazırlanmıştır, gişeler ve güvenlik odaları bunun bir parçasıdır. Aynı amaçla tiyatroların hepsi biletleri kontrol etmek için bilet ofislerine ve yer göstericilere sahiptir. Tam anlamıyla, benzer giriş ve fiyatlandırma politikası katedrallere uygulanacak prensiplerle aynı olması durumunda sorunların azalacağı ileri sürülebilir.

4.2. Erdemli Mal ve Hizmet Özelliği

Erdemli mal ve hizmetler toplum için faydalı diğer bir deyişle, tüketimleri sonucu sadece tüketicisine değil, dışsal fayda da sağlayan mal ve hizmetlerdir. Bu kavram literatüre ilk olarak Musgrave tarafından kazandırılmıştır. Sanat ürünleri olarak bakıldığında, sanatsal mal ve hizmetlerin üretimi yararlı bir maldır. Piyasa tercihlerine bırakıldığında yetersiz miktarda üretim yapılacağından dolayı etkin düzeyde sunum gerçekleştirilmez ve bu nedenle birey ve toplum açısından refah kayıpları ortaya çıkabilir. Bireyler bu tür hizmetlerin maliyetlerini karşılamada yetersiz olabilirler. Bu durumlarda sanat faaliyetlerinin üretimine kamu kesimi tarafından destek sağlanması gerekecektir.

Şener'e göre opera, senfoni orkestra konserleri, müze girişleri gibi sanat mal ve hizmetleri yararlı özel mallar (merit goods) olarak ele alınmaktadır. Yararlı özel mallar veya erdemli mallar, piyasa ekonomisi tarafından üretilmelerine rağmen, tüketiminin toplum için yararlı kabul edildiği mal ve hizmetlerdir. Kişilerin refahını ve yaşam kalitesini artırıcı özellikleri nedeniyle, toplum için yararlı sayılan bu özel mallar bütçe ile finanse edilmekte ve bedava sunulmaktadır. Bu mallara olan talep, bilgi yetersizliği ya da değerinin tüketiciler tarafından anlaşılabilmesi nedeniyle siyasal karar alma mekanizması tarafından açıklanmakta ve gelişmiş ülkelerde oldukça yaygın bir uygulama alanı bulmaktadır (Şener, 2006: 62).

Aslında bu gruptaki mallar tamamen özel ihtiyaçları gidermektedir. Ancak, önemli ölçüde dışsal faydalar yaratmaktadır. Yarattıkları dışsallıklar ölçülemediğinden bu özel malların devlet tarafından üretilmesi, kaynakların optimal tahsisi yönünden de gerekmektedir. Kamuca desteklenen erdemli malların üretimi piyasa düzenine bırakılırsa yeterli seviyede üretilmeyecektir. Ayrıca bu çeşit ihtiyaçları giderici mallar ihtiyaç sahiplerince de finanse edilememektedir (Musgrave, 1959: 14).

Herhangi bir malın yarattığı pozitif dışsallık arttıkça karma ve erdemli mallara doğru geçilir. Yani bir malın marjinal sosyal faydası içerisindeki marjinal dışsallık boyutu, marjinal kişisel faydasından daha fazla ise bu malın erdemli mal ve nihayetinde karma mal özelliğine bürünmesi söz konusudur.

Erdemli mallar kişisel malların özel bir kesimini oluştururlar. Aslında bu mallar kişisel mallar olup, piyasa tarafından pazarlanabilen, fiyatlandırılabilen mallardır. Kesinlikle tüketimleri rakip olup, dışlanabilirler. Bir başka deyişle, toplumun genel iyiliğini ve bireyin refahını daha iyi düşündükleri varsayılan seçkinlerin ve/veya yöneticilerin serbest tüketici tercihlerine sınırlı bir müdahalede bulunmaları dolayısıyla, sosyal mal kabul edilen kişisel malların özel bir kesimidir. Kısacası devletin müdahalesi ile serbest tüketici tercihlerinden çıkartılan veya tamamen ya da kısmen kamu bütçelerinden finanse edilen mallardır. Erdemli malların varlığının gerekçeleri şöyle sıralanabilir (Akalin, 2000: 58-59):

- Birincisi, bireyin kendi refahı konusundaki en iyi hakemin kendisinin olduğu kuralı, genelde geçerli olmakla beraber, bunun için bireyin söz konusu tüketici tercihleri hakkında yeterli bilgiye sahip olması gerekir.

Mübadele konusu mal ve hizmet hakkında yeterli bilgi ve uzmanlığa sahip olunmaması halinde serbest tüketici tercihinin fayda maksimizasyonunu sağlayabilmesi kuşkuludur.

- İkincisi, bireylerin fayda fonksiyonları arasındaki karşılıklı etkileşme/dayanışmanın varlığıdır. Eğer, seçkinlerin/yöneticilerin fayda fonksiyonlarına halkın eğitim, sağlık, barınma, gıda tüketimlerinin düzeyi de giriyorsa, bu takdirde kamu bütçeleri aracılığıyla bu malların finansmanı genel refahı ve toplumdaki bireylerin faydalarını artırır. Bu tutum açıkça paternalistik davranıştır.

Erdemli mallar, toplumsal bir değer olarak sayılan, herhangi bir bireyin ya da tüm bireyler için sahip olduğu değerın ötesinde tüm toplum için önemli olan mallardır. Örneğin, müzelerin gerçek etkisi şimdiki nesil için açık olmayabilirken, gelecek nesiller için ise, o ana kadar korunan yakın tarihimizden faydalanma imkanı sunarken, aynı zamanda toplumun tarihsel kaydının korunması ve aktarılması nedeniyle oldukça önemlidir (Burton, 1990: 3).

Kültürel hizmetlerin üreticileri ve/ya da tüketicilerinin çoğu şimdiki tartışmalara dâhil değillerdir çünkü belki daha doğmamış bile olabilirler. Bu olaylarda, toplum için olan tam değer özel bir değişim süreci içinde yansıtılamaz ve kolektif bir karar alma süreci ile yansıtılması gerekir.

Erdemli mallar terimi kültürel ürünler için ünlü maliye kuramcısı Richard A. Musgrave tarafından otuz yıl önce kullanılmıştır ama bunların yapısı ekonomik analiz için anlaşılabilir olarak kalmıştır, çünkü bunların fikirleri ile ortodoks ekonomistlerin tahminleri ile çatışır. Bunun nedeni ise Pareto refah teorisinin asıl ilkesinin bireylerin kendi çıkarlarına karar verecek en iyi kişiler olduğu varsayımıdır. Bu varsayım ile bireyi dönüştürecek / değiştirecek örneğin, dünyaya “yeni bir bakış açısı” ya da yeni duygular ya da önceden ulaşılamaz güçlü duygular kazandıracak erdemli mallar meselesi değildir. Ayrıca, bu dönüşümden ortaya çıkan birey daha önce o kişi tarafından akla gelmeyen ya da yapılamayan algı, hareket ya da yansımaları becerebilen farklı bir insan durumundadır. Bu bireye ya da bulunduğu ortama, eğitim ve bilime ve her türlü katkıyı sanatsal ve kültürel mal ve hizmetler sağlayacaktır (Marshall, 2007: 4).

Ayrıca, bu alanda “kusurlu” mallar var olabilir, yani erdemsiz mallar gibi, bu tür ürünlerde tüketim, herhangi bir nedenle kendi kültürel ufuklarını yükseltmek bireye ve topluma fayda sağlamak yerine, gerçekte bireysel faydayı oldukça düşürebilir hatta zarar verebilir. Pornografi ve ekstra şiddetli filmlere maruz kalmak genel olarak sanat ekonomisi alanında bu tür kusurlu mallara örnek olarak gösterilebilir.

İyi ya da kusurlu mallar tarafından ortaya çıkarılan kamu tercihi için oluşan problem, kamu mallarının (ve kamu zararları) varlığının sonucundan oluşan problemlerden farklıdır. İkinci olayda, problem var olan öncelikli tüketici değerlendirmelerine etki yapmaktır. Çünkü, her birey başkaları tarafından sağlanan maliyetsiz edinimleri kullanma umudu ile kendi gerçek tercihini saklama dürtüsüne sahiptir. Erdemli mallar ile bir birey deneyim yaşayana kadar tüketimin gerçek faydalarını tam olarak algılayamaz (Marshall, 2007: 4-5).

Bu teknik olarak şu demektir ki, sanatsal ve kültürel ürünler gibi erdemli mallar için piyasa talebi yetersizdir, Bu durum Paretocu anlamında değil, ama tüketicilerin kendileri tarafından da bir zaman önceki tüketim durumundan da anlaşılacaktır. Pek çok kişi, örneğin, kendi yaşamlarının bazı özel kitapları okuyarak başkalaştığını ifade ederler – bu Kuran, İncil ya da Cathcer in the Rye olabilir (Cathcer in the Rye J.D. Salinger'in tek romanı. Kahramanı Holden Caulfield aslında hiç de kahraman değildir. Kendi halinde büyüme sancularıyla yoğrulmakta olan bir gençtir). Kitap bu alanda kült kitap sayılabilir (Burton, 1990: 3-6 ve Marshall, 2007: 5).

Bu da demektir ki, erdemli mallar için ortaya çıkan talep, oybirliği kuralı, çoğunluk kuralı ya da Tullock Tideman talebi türü kamu seçim tarzı oylama planları ile tahmin edilemez. Bu bir anlamda “eğitimsiz” müşteriye dayatılmış bir mal ve hizmet gibi kabul edilmeli ya da uygun toplum desteği ile teşvik edilmelidir. Bunu kabul etmek, dolaylı olarak günümüzde bütün dünyada sanat ve kültür politikalarını teşvik etme eğilimini desteklemek demektir. Belirli tiyatro toplulukları, sanatçılar, sanat okulları, müzisyenler ve dansçıların seçici desteğine dayanan bir sanat ve kültür politikası tam olarak aynı problemler ile karşılaşır. Bu problemler, “meritlerin ya da erdemliliğin seçiminin” nasıl olması ve “saçma desteklerden” nasıl kaçınılacağı üzerinde yoğunlaşır. Sanayi politikalarında kazançlı olanları ya da alanları seçme kolaylığı ya da yöntemi söz konusu iken, sanat ve kültürel ürünlerin üreticileri “öne çıkan meritleri saptamak” konusunda kolay ve uygun yöntemlere sahip değildirler ve bu büyük bir sorun oluşturmaktadır. Çalışmaları kendi dönemlerinin sanatsal kurumları ve müşterileri tarafından fark edilmemiş, tavan aralarında bulunan ya da hayatlarını idareli kullanan birçok büyük sanatçı vardır. Resimleri şu an Japon mali kurumlarına çift haneli milyon dolarlar ile satılan Vincent Van Gogh buna örnek olarak verilebilir ve bu sanatçı yoksulluk içinde ölmüştür (Roselli, 1984: 13).

Bunun tersine, uzun süre moda olan birçok sanatsal ve müzikal ‘akımlar’ ise zaman testini geçememiş ve yok olmaya yüz tutmuşlardır. Örneğin, 20. yüzyılda en iyi durumunda olan ve 1945’ten sonra uluslararası tarz denilen hale gelen mimari stili Oud, Gropius, Le Corbusier ve Mies Van Der Rohe tarafından geliştirilmiş ancak bu işlevselciliği, 1960’lı yıllarda “uluslararası tarzdan” başka akımların gelişmesi nedeniyle, hatların tam basitliğini ve yalınlığını ve beton ve çelik gibi modern materyallerin kullanımının önem kazanması ile güncelliğini yitirmiştir (Veljanovski, 1989: 144-7).

Sanat pek çok insan ile birlikte aynı anda, birincil tüketicinin aldığı yarara zarar vermeden tüketilebilecek bir üründür. Sanat ya da kültürel olaylar bireyler tarafından özel bir şekilde sevilse de birçok olayda eğlence başkalarının varlığı ile arttırılır. Sanat rakip olmayan ürünlerin pek çok özelliklerine sahiptir ve böylece bir açıdan kamu ürünüdür. Pozitif dışsallıklar, başkası tarafından tüketilen bir ürün diğerlerine planlanmayan yararlar sağladığında oluşur. Sanatın bazıları tarafından tüketilmesi sürece doğrudan katılmayanların bile ya kültürel etki ile ya da deneyimin pozitif etkisi doğrudan tüketici ve etrafındakiler üzerindeki ile meydana gelir. Sanatın kültürel bir egzersiz olarak, doğrudan sanatı tüketenlerden diğer insanlara doğru ulaşan doğrudan ve dolaylı yararları vardır. Bu nedenle, sanat bazı pozitif dışsallıklara sahiptir ve böylece bir bakıma bir kamu malıdır.

Sanatın salt varlığından sosyal ve kültürel önemli yararlar sağlayan temel bir kamu varlığı olduğunu belirtecek en önemli örnek, var olan kültürün gelecek nesillere yansması ve yeni nesillerin bundan fayda sağlamasıdır. Sanat, nesiller arası ortak bir değere sahiptir ve en azından bu yönüyle bir kamu malı olarak nitelendirilebilir.

Özel mal ve hizmetlerin üretimi tüketicinin kişisel tercihleri doğrultusunda sunulduğu halde bu tür mal ve hizmetlerin taşıdıkları özellikler bu mal ve hizmetlerin çoğu zaman devlet tarafından sunulmasını ya da kontrol edilmesini gerektirir. Bu durumda devlet toplum için faydalı olan bu tür malları bütçe yoluyla finanse edebileceği gibi (tamamen ya da kısmen sübvans etmek gibi) düzenleyici kurallar koymak ya da vergisel düzenlemeler ile desteklemek yoluyla sanatsal mal ve hizmetlerin üretimini ve tüketimini daha etkin hale getirebilir.

Sanat erdemli bir olarak kabul edildiğinde siyasi bir tercih birliğini kapsamaması gerekir. Kamu ekonomisi açısından sorun da burada başlamaktadır. Sanatın desteklenmesi gerekiyorsa bunu vergileriyle finanse eden bireyler bu sanat etkinliklerine hiç katılmadıysalar ve ödedikleri vergilerin bu amaç için kullanılmasını istemiyorlarsa yani siyasi birlik tercihi tam olarak oluşmuyorsa buna çözüm bulmak zor olacaktır (Gore, 1997: 242).

Alan Peacock, devletin sanatı desteklemesiyle bazı faydaların ortaya çıkacağını savunur ve bu faydaları şöyle sıralar (Peacock, 2000: 186-188):

- Diğer üreticilere yayılan fayda: Sanatın desteklenmesi turizmin gelişmesini, canlanmasını sağlayabilir. Bu durumda diğer üreticiler bu canlılıktan faydalanırlar, yani üretimlerinde bir artış meydana gelir.
- Diğer tüketicilere yayılan fayda: Sanat ortamının gelişmesi sanata ilgi duymayan ve talebi bulunmayan kesimin de bu etkinliklere ilgi duymasına katkıda bulunabilir. Üstelik ücretsiz ya da kısmi ücretli olarak sunulduğunda bireyler ya kendileri ya da çocukları adına katılımı arttırabilirler.
- Seçimlerin kalitesi: Sanatın desteklenmesi, var olan sanat eserleri arasında kaliteli olanın bilinmesi veya tercih edilmesinde etkili olacaktır.

4.3. Dışlama Özelliği

Birçok ürün içerisinde tüketici, sadece tüketimi yararına olanını seçebilir. Bir birey bu tarz ürünleri tükettiğinde bu başkalarının ya çok az ya da hiç yararına olur. Bu hariç tutmanın özelliğidir. Tüketimde, diğerlerini üründen herhangi bir fayda kazanmayı engellemek kolaydır. Ama tüketiminin ürünü tüketen kişiden başkalarına faydası olduğu başka ürünler de vardır ve daha da önemlisi bu kişileri o üründen çıkar kazanmaktan engelleyebilecek başka hiçbir pratik yol yoktur (Marshall, 2007: 2).

Bu ayrımı göstermek için genellikle kullanılan örnek, ulusal savunma hizmetidir. Kimse, herhangi bir kimseyi bir ülke sınırlarından milli savunma hizmeti bedelini ödmeden yararlandı diye çıkarmanın uygun bir yolunu düşünemez. Bir kere birisi koruma alanını tanımlarsa, genele bakılmaksızın o iki ülke arasındaki geçit ve alanların içerisinde yer alan herkes bütünüyle korunacak ve dışarıda bırakılmayacaktır.

Bireyler bir ürünün varlığından onun üretim bedeline katkıda bulunmadan faydalanabildiklerinde ise (dışlama veya hariç tutma uygulanmadığında) bunlar “free-rider, beleşçi veya otlakçı” olabilirler ve diğerlerinin ürünleri satın almalarına izin vermesi durumunda ve üretim maliyetlerine katılmaksızın ve hiçbir ücret ödemedi kendilerine memnuniyet ya da fayda sağlayabilirler.

Dışlama uygulanmadığı zaman, ya da ürünler “hariç tutulmamak” (münhasırlık) özelliklerini aldıkları zaman, piyasa takas mekanizması kendi toplam değerini topluma yansıtan bir değişim ile sonuçlanmaz, çünkü kenarlarda bekleyen ve fayda kazananlar piyasa fiyatına giden süreçteki süreçlere dahil olmayacaklardır.

Bedavacılar bir malın üretiminden fayda kazanırken, ürünün toplumsal değerini ayarlayacak masada (kendi seçimlerine göre) olmayacaklardır. Böyle yapmak ‘kendi tercihlerini ortaya koymak’ olacaktır ve malların üretiminin maliyetine katkıda bulunmaya çağırılma riskini oluşturacaktır. Bedavacılar bir üründen, ister kazanç sağladığını kabul etsin ya da etmesin, aynı kazancı sağladığı için herhangi bir kazancı inkar edecek kadar zekidirler ve ürünün toplumsal piyasa değerlendirmesi bedavacılar tarafından edinilen değeri içermezler. Ürün piyasada göz ardı edilecek ve böylece az üretilecektir.

Mevcut kaynaklar için var olacak genel eğilim üretimde bir yerde tamamen istihdam edilecektir. Eğer bireysel / hariç tutulmayan ürünlerin üretimine yönelik kaynakların tahsisi piyasa alışveriş sisteminde bu tür ürünlerin ‘göz ardı edilmesi’ eğiliminden dolayı (hem tamamen hem de kısmen) yetersiz ise, bireysel olmayan malların az üretimi toplumdaki özel malların eşit bir ‘aşırılığ’ ile eşleşmesini ya da üretilen ürünlerin karışımı, üretilen ürünlerin toplumun göreceli değerlendirmesinin bir yansıması olmadığını gösterecektir (Marshall, 2007: 4).

Bu nedenle, herhangi bir bireysellik durumunda, “ne üretilmeli”, “ne kadar üretilmeli”, “nasıl üretilmeli” ve “kimin için üretilmeli” sadece üreticiler ve tüketiciler arasında müzakere yolu ile yapılacak gibi bir tercihe izin vermek toplumsal bir bakış açısı (ve dolayısıyla, diğer özel ürünlerin daha fazlası) ile talep edilebilenden daha az bireysel mallar ile sonuçlanacaktır. Böylece (toplucu) istediğimizden daha az bir milli savunma hizmet ile karşılaşılabilir. Bu sorular görünmez el mekanizması tarafından cevaplanamaz ve farklı ve toplu bir karar verme sürecini gerektirir.

Hizmet endüstrilerinde sanat da dahil olmak üzere, verimi ölçmek imalat endüstrisine göre daha zordur. İlk olarak, tatmin edici miktar birimlerini belirlemek dahi zor olabilir. Bir banka, polis karakolu veya sanat müzesinin verimini nasıl ölçebilirsiniz? İkinci olarak, hizmet endüstrisinde miktarı belirlemekten daha zor olan, kalitenin ölçümüdür. Tarım veya imalat sektöründe üretilen ürünlerin birçok türünde standart kaliteyi yakalamak mümkündür. Bu sanat ürünlerinde nadiren söz konusu olan bir durumdur. Amatör bir grubun senfonisi ile en profesyonel orkestranın senfonisinin nitelik olarak aynı olduğunu kimse tartışamaz. Ancak, farklılığın ne kadar olduğu ve nasıl ölçülebileceğinin tespiti oldukça zordur. Sanatta kalitenin çok önemli olduğunu bildiğimiz halde onu direkt olarak ölçemeyiz, bunun yerine ancak dolaylı ölçümler veya temsili örnekler kullanılabilir (Lipsey ve diğerleri, 1990: 61).

4.4. Dışsallık Özelliği

Bir ekonomik birimin üretim ve tüketim faaliyetlerinin doğrudan ilgili olmayan bir diğer ekonomik birim veya birimler üzerinde meydana getirdiği pozitif ve negatif yönlü etkileri dışsallık olarak adlandırılmaktadır. Sanat piyasalarının bir diğer önemli özelliği ise dışsallık özelliğidir.

Sanatsal mal ve hizmetler birey ve toplum üzerinde önemli ölçüde pozitif dışsallığa sahip bir hizmettir. Bu hizmetin yerine getirilmesi ve sonuçlarının elde edilmesi sırasında bunu sağlamaktadır. Tarihi eserlerin korunması, restorasyonu, yetenekli sanatçıların okullarda tespitine yönelik testler ve uygulamalar gibi hizmetler bireyleri doğrudan doğruya ilgilendirmez ancak, bunlardan elde edilecek faydadan toplumun tamamı yararlanır.

Sanatsal hizmetlerin sınırlı da olsa negatif dışsallıkları olabilmektedir. Sanatın etkileri konusundaki çalışmalar genellikle sanatın potansiyel olumsuz etkilerini görmezden gelmektedir. Örneğin, Gazel Las Vegas kentinde “sanat” adı altında gerçekleşen çılgın partiler veya rock konserleri gibi olayların ekonomik etkilerini ele aldığı çalışmada, bu tür faaliyetlerin kentte ekstra güvenlik harcamaları oluşturduğunu ortaya koymuştur. Diğer yandan, bir sanat programı bazı etnik gruplar arasında sosyal dayanışmayı sağlarken, aynı zamanda toplumun kutuplaşmasında etkili bir faktör olabileceği de ileri sürülmektedir (Gazel, 1997: 45).

Ayrıca, şiddet ve pronografik yayınlar sadece bireylerin kendileri için tehlike yaratmakla kalmazlar aynı zamanda akrabaları, aileleri, arkadaşları, komşuları ve ilişkide buldukları herkes için maliyet veya zarar riskini yükseltirler. Bireylerin bu etkilerden korunması için önlemler alındığı zaman kendileri bir fayda elde etmekle beraber, aynı zamanda etraflarında bulunan ve yukarıda söz edilen kişi ve gruplar da bu faydadan dolaylı olarak yararlanırlar. Örneğin bir bireyin şiddet eğiliminin azalması özel fayda sağlar. Bireyin aldığı sanat ve kültür malının maliyetleri (parasal, zaman gibi) ile özel faydaları (şiddet eğiliminin azalmasından doğan fayda) karşılaştırıldığında ilk bakışta sosyal açıdan bu maliyetin daha fazla olduğu ileri sürülebilir. Ancak, gerçekte durum tersinedir.

Milton Friedman sanatın pozitif ya da negatif zararlarını devletin müdahalesi açısından ele almıştır. Bir topluluğun tercihleri (a) şarkıları yerine (b) şarkıları yönündeyse, topluluk birinci şarkıcıya göre ikincinin ekonomik refahını yükseltiyordur. Eğer (b) şarkıcısı iş bulabiliyor ama (a) şarkıcısı iş bulamıyorsa bu durum (b) şarkıcısının topluluğun para ödemeye değer bulduğu bir hizmeti sunuyor olması, (a) şarkıcısının ise olmaması anlamına gelir. Bu durumda (a) şarkıcısı topluluğun beğenisinden zarar görmüştür. Topluluğun tercihi (a) şarkıları yönünde olsaydı bu defa diğer şarkıcı zarar görürdü. Bu tür bir zarar, üçüncü kişilere isteklerinin dışında herhangi bir alışverişi zorunlu kılmaz, onlara ek olanaklar sağlamaz. Bir kişinin pozitif zarar vermesini, diğer bir ifadeyle zor kullanmasını engellemek için devletten yardım gerektirecek herhangi bir neden yoktur. Tam tersine bu tür bir devlet müdahalesi özgürlükleri azaltır ve gönüllü işbirliğini sınırlar (Friedman, 1988: 186, Dülger, 2006: 131).

4.5. Özel Mal ve Hizmet Özelliği

Özel mallar tüketimlerinde rekabetin geçerli olduğu ve finansmanına katılmayanların kolayca dışlanabildiği mal ve hizmetlerdir. Bu tür mal ve hizmetleri özel sektör ya da piyasa mekanizması etkin bir biçimde üretebilmektedir. Ancak, azalan maliyet koşullarının varlığı ve olumlu olumsuz dışsallıklara yol açılması durumlarında devlet çeşitli yasalarla piyasa mekanizmasının işleyişini düzenler. Uygulamada özel mallar ancak üretimin teknik koşullarından kaynaklanan teknik nedenlerin varlığında ve gelir dağılımının iyileştirilmesine önem verildiği durumlarda kamu kuruluşları tarafından üretilmektedir (Akalin, 2000: 63).

Piyasa üretiminin sunduğu mallarda tüketicilerin her biri ayrı bir mal ve hizmet biriminden faydalanır. Tüketicinin kullandığı mal ve hizmet biriminin tüm faydası yalnızca kendisine aittir, kendisinden başkası faydalanamaz. Nihayet firmalar ürünlerini sadece fiyatını ödeyen alıcılara teslim ederler. Bu üç şart tam olarak varsa, ayrıca serbest rekabet de tam ve zaman için de sürekli ise (üretim kolunda kapasite genişledikçe verim artmıyorsa) piyasa firmaları bu ürünlerde talebe en uygun üretim türünü ve miktarını sunabilirler.

Bazı mal ve hizmetlerde ise, aynı birimden çok sayıda tüketici faydalanır. Bu özellik üretimin piyasa firmalarınca etkinlikle yapılmasına engel olmaz. Tiyatro, sinema, maç hizmetleri aynı birimden ortak tüketimin örnekleridir, bunları serbest piyasa etkinlikle sunabilir. Ancak ortak tüketimin hizmetin kapladığı alan çok genişse, firma hizmetten faydalananların fayda alanına girişlerini ödemedede yetersiz kalır yani pazarlama maliyetleri çok yüksek olur ve hizmeti firmalar sunamaz. Aslında bir hizmetin ortak tüketimi mutlaka pazarlanama sebebi değildir ancak toplu tüketimin alanı büyük olduğu takdirde bu hizmetleri ancak kamu birimleri üretebilir (Bulutoğlu, 2008: 25-46).

Akdede'ye göre, resim, heykel ve seramik sanatları doğası gereği toplu üretim ve toplu tüketimi gerektirmeyen sanatsal mallardır. Müzayedelerde birçok sanat alıcısı ve sanat eseri bulunabilir ancak, müzayede ortamının tipik bir piyasa ortamı olması nedeniyle devletin herhangi bir özendirici ya da caydırıcı politikasına ihtiyaç bulunmamaktadır. Tiyatro, bale, opera ve senfoni müzik gibi yüksek kültür ürünler ise, ulaşılabilen seyirci bakımından etki alanı düşük olan kültürel ve sanatsal hizmetlerdir (Akdede, 2011: 10-22).

Rekabet piyasasında kaynakların optimum düzeyde tahsis edilmesi arz talep ilişkisine dayanmaktadır. Tüketicilerin bir mala olan talebini belirleyen faktör, tüketicinin sağlayacağı faydadır. Piyasanın faydayı sağlaması durumunda müdahale gereği doğmaz. Sanat piyasası ise doğası gereği piyasa başarısızlığını içerir. Sanatsal malların üretiminde tekel, dışsallıklar ve kamusal faydalar ele alındığında devletin müdahalesi gerekli olmaktadır. Tekelci fiyatları marjinal değerlerinden yükselterek kâr sağlayan kişidir. Sanat kurumları temelde tekelci bir sisteme göre üretimde bulunurlar (Heilburn ve Gray, 2001: 187-200).

SONUÇ

Sanatsal mal ve hizmetler yararlı özel mallar (merit goods) olarak kabul edilmektedir. Yararlı özel mallar veya erdemli mallar, piyasa ekonomisi tarafından üretilmelerine rağmen, tüketiminin toplum için yararlı kabul edildiği mal ve hizmetlerdir. Kişilerin refahını ve yaşam kalitesini arttırıcı özellikleri nedeniyle, toplum için yararlı sayılan bu özel mallar bütçe ile finanse edilmekte ve bedava sunulmaktadır. Bu mallara olan talep, bilgi yetersizliği ya da değerinin tüketiciler tarafından anlaşılabilmesi nedeniyle siyasal karar alma mekanizması tarafından açıklanmakta ve gelişmiş ülkelerde oldukça yaygın bir uygulama alanı bulmaktadır.

Sanatçılar ve ürettikleri sanat eserleri için devlet desteğinin verilmesi ya da hangi ölçüye kadar verilmesi hakkında devam eden bir tartışma vardır. Bazen, bazıları sanat için devlet desteğinin bir “ekonomik değeri” ya da “ekonomi için iyi olduğu”nu göstermeye ve devlet desteği için ekonomik bir gerekçe bulmaya çalışır.

Sanatçının refahını arttırmaya yönelik çabaların, tamamen finansal bir bakış açısı ile ele alınması durumunda bunun büyük ölçüde toplum yararına olduğunu tartışmak zorken, sanat için devlet desteğinin pozitif ekonomik etkisi lehine başka alanlarda tartışma zenginliği vardır. Bu tartışmaların çoğu “kamu maliyesi” olarak adlandırılan bir ekonomi alanına dayanmaktadır.

Sanat bir kamu malı ise, imtiyazlı olmayan, rakip olmayan ve/ya da dışsal olmayan özellik taşıması gerektiği gibi merit bir ürün olmalı ve/ya da en azından yukarıda tartışılan şeylerin özelliklerini taşımalıdır. Sanat, hem kültürü tanımlar hem de toplumun içinde var olduğu kültürü şekillendirmede rol oynar. Sanatın bu şekildeki etkileri yaygın ve her yerde mevcuttur. Sanatın yararları toplumun tüm üyelerine ya doğrudan sanatı takdir etme yolu ile ya da dolaylı olarak istikrarlı ve iyi tanımlanmış bir kültür tarafından sunulan gelişmiş kalitedeki yaşam ile gerçekleşir. Sanatın etkilerinin çoğu, etkilediği insanların çoğu için ayırt edilemez ve sürekli bir temelde yaygın ve topluca yaşayan birçok kültürel etkilerden ayrı olarak tanımlanamaz. Toplumun bütün üyeleri bu kültürel tanımlamadan çeşitli yollar ile faydalandığı için, sanat ya da onun ürettiği kültürel etkinin imtiyazlı bir ürün olduğu iddia edilebilir. Hiç kimse onun etkisinden hariç tutulamaz bu yüzden bir ölçüde kamu ürünü olmalıdır görüşü yaygındır. Ayrıca, sanatsal mallardan bilgisi olmayan ya da hayatında hiç operaya hatta tiyatroya bile gitmemiş bir nüfusa sahip olan toplum için özellikle devletin üretici ya da özendirici kültür, sanat politikalarına ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

Adorno, Theodor, W (2007) *Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi*, Ali Artun (editör), İletişim Yayınları, İstanbul.

Akalın, Güneri (2000). *Kamu Ekonomisi*, Akçağ Yayınları 314, Ankara.

Akdede, Sacit Hadi (2011). *Kültür ve Sanatın Politik Ekonomisi, Devlet Tiyatroları Örneği*, Efil Yayınevi, Yayın No: 109, I.Basım, Ankara.

Artut, Kazım (2004). *Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri*, Anı Yayıncılık.

Bilgen, Nihat (1991). *Kalkınma ve Sanat*, III. Ulusal Sanat Sempozyumu, “Ülke Kalkınmasında Sanatın Yeri, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, No: 14, Ankara.

Bulutoğlu, Kenan (2008). *Kamu Ekonomisine Giriş, Demokraside Devletin Ekonomik Bir Kurumu, Maliye ve Hukuk Yayınları*, 7. Baskı, Ankara.

Burton, John (1990). *Why The State Should Stay Out Of Culture: An Economist's View*, <http://www.libertarian.co.uk/lapubs/cultn/cultn021.pdf>, 22.09.2011.

Çelik, Sabriye (2008). *Türkiye'nin Toplumsal ve Ekonomik Dönüşümünde Sanat Piyasasının Oluşumu, Plastik Sanatların Rolü ve Osman Hamdi Bey Örneği*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Demirdöven, Jülide ve Ayla Ödekan (2008). *Müzayedelerin Sanat Piyasalarındaki Rolü ve Türkiye'deki Yansımaları*, İTÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:5, S: 1, Aralık.

Dorfman, Robert (1965). *Measuring Benefits of Government Investment*, Brookings, Washington.

Dominique, Jameux (1990). *Sanat Estetik*, Çev: Gönen Güzey, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayını, İstanbul.

Dülger, Cumhuriyet (2006). *Türkiye'de Devlet Sanatı Desteklemeli midir? Devlet Tiyatroları Örneği*, Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayın No:1.

Erinç, Sıtkı, M. (2004). *Sanatın Boyutları*, Ütopya Yayınevi.

Ersoy, Ayla (1995). *Sanat Kavramlarına Giriş, Yorum Sanat Yayıncılık*, İstanbul.

Falay, Nihat (2006) “*Sanat ve İktisadi Yaklaşım Bağlantıları Üzerine Bir Deneme*” Uluslararası Katılımlı Sanat Ekonomisi Sempozyumu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayın No:1, Çanakkale.

Fischer, Ernest (2005). *Sanatın Gerekliliği*, Çev: Cevat Çapan, Payel Yayınları, İstanbul.

Friedman, Milton (1988). *Kapitalizm ve Özgürlük*, Çeviren: Doğan Erberk, Nilgün Himmetoğlu, Altın Kitaplar Yayınevi.

Gazel, Ricardo (1997). *Beyond Rock and Roll: The Economic Impact of the Grateful Dead on a Local Economy*, *Journal of Cultural Economics* 21.

[Ginsburg, V.A.](#) (2001). Art and Culture, Economics of, [International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences](#).

Gombrich, E. H. (1980). *Sanatın Öyküsü*, Çev: Bedrettin Cömert, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Heilburn James and ve Gray M., (2001). *The economics of Art and Culture*, Cambridge University Pres, Second Edition, Cambridge, England.

Lipsey, Richard G., Peter O. Steiner, Douglas D. Purvis, and Paul N. Courant (1990). *Microeconomics*, New York: Harper and Row.

Madden, Christopher (1998) "Discussion Paper: The 'Economic' Benefits of Art", <http://www.creativenz.govt.nz/files/madden.rtf>, 17.11.2010.

Marshall, Jim (2007). *The Economic of Public Support for the Arts*, SIPP Briefing Note, Issue 22, December, http://www.uregina.ca/sipp/documents/pdf/BN22_arts_econ_online.pdf, 06.04.2011.

Musgrave, Richard A. (1959). *The Theory of Public Finance*, Tokyo; MacGraw-Hill

Peacock, Alan (2000). *Public Financing of the Arts in England*, *Fiscal Studies*, Vol: 21, No: 2, June.

Rosen, Harvey S.(2004). *Public Finance*, Seventh Edition, Princeton University, MacGraw Hill Inc., ISBN 0-07-287648-4.

Roselli, J. (1984). *The Opera Industry in Italy from Cimarosa to Verdi*, Cambridge University Press.

Samuelson, Paul A. (1954). *The Pure Theory of Public Expenditure*, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 36, No. 4.

Şener, Orhan (2006). *Teori ve Uygulamada Kamu Ekonomisi*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 8.Baskı, İstanbul.

Tansuğ, Sezer (1999). *Çağdaş Türk Sanatı*, Remzi Kitabevi, 5. Basım.

Turani, Adnan (2007). *Dünya Sanat Tarihi*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Towse, Ruth (1997). *Cultural Economics: The Arts the Heritage and the Media Industries*, Edward Elgar, Cheltenham.

Uçkan, Özgür (2010). *Kent Ekonomisi Kümelenme Stratejileri ve Kültür Endüstrileri Politika Gereklere*", www.scribd.com/doc, 27.11.2010.

Zeren, Gülbin (2006). *Bilgi Çağı ve Küreselleşme Sürecinde Sanat Eğitimcisi Kimliği Sorunsalı*, Gazi Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi, Cilt: 14, No: 2.