

УДК 008:33  
Прегледни рад

# Култура и економија: тржиште у култури и његови савремени трендови

Христина Микић  
Школа модерног бизниса, Београд  
hristinamikic@yahoo.com

## Сажетак

Рад се бави анализом релевантних питања односа уметности, културе и економије у различитим друштвено-историјским контекстима и дискурсима јавних политика. Динамика и међузависност тржишта и културе анализирају се у историјско-компаративном светлу кроз преглед дискусија и противречних ставова практичара и теоретичара, као и импликација на културну политику. Залагање за увођење тржишта у област културе одређене групе виде парцијално, као подржавање неолибералних идеја и вредности које нарушавају друштвену улогу уметности. Због непотпуног увида у читав контекст тржишта у култури, ставови о његовом негативном третману некада попримају екстремне варијанте, тумачећи тржиште као инструмент културног империјализма, те се оно одбацује, чак и у оним ситуацијама у којима би његова адекватна примена водила ка самоодрживости и бољој финансијској позицији културног сектора. С друге стране, претерано инсистирање на деловању државе доводи до бирократизације уметничког система која својом логиком може инаугурисати субјективизам, политички волонтаризам и нефункционалне тржишне структуре. Имајућу у виду ово, циљ рада је да покаже негативне и позитивне аспекте тржишног деловања у култури и области у којима вантржишна решења могу дати ефикасније резултате, те да укаже да је непоходно да се тржишни приступ и државни интервенционизам комбинују на начин који ће омогућити друштвену и економску одрживост културе.

## Кључне речи:

култура, уметност, тржиште, културна политика, културни и економски принципи, вредновање културно-уметничких дела, економика културе, вантржишна решења

## Култура и економија

Области уметности и економије биле су одувек повезане, али су се у различитим друштвима ти односи интерпретирани у зависности од тога како је друштво дефинисало уметност, културу и економију. Од средњег века до ренесансе, уметност се сматрала вештином, а занатлије и сликари се окупљају у еснафска удружења у циљу одбране својих интереса, који су, осим учења заната, добијања статуса мајстора, обухватили и трговање уметничким делима. Средином XVI века сликарство и вајарство постају слободне уметности, а назив *леие уметности* (*beaux art*) почиње да означава уметности које стварају дела чија је основна сврха њихова лепота.<sup>1</sup> Упоредо, оснивају се прве академије уметности, прво у Фиренци крајем XV века, потом у Француској и Великој Британији, уз помоћ чијих активности је изграђен један нови тип уметника.

Он више није занатлија, већ стваралац за кога не важе уобичајене норме: представа о уметнику спаја се са аристократским појмом уметничког дела, које ни на шта друго не може да се сведе.<sup>2</sup> Другим речима, уметност постаје интелектуална активност и стога одвојена од сфере економије и са њом често у противречном односу. У исто време, јавља се и социјално одређење израза култура који је првобитно означавао религијски култ (Енглеска, XVI век), а од XVII века овај израз се односи на развој духа, профињеност манира.<sup>3</sup>

Рађање модерне културне политике започето Француском револуцијом довешће до измештања

<sup>2</sup> Р. Мулен, „Уметност и економика у савременим друштвима“, *Култура* бр. 19 (1972): 13.

<sup>3</sup> С. Петровић, *Културологија* (Београд: Лела, 2000), 9. Етимологија речи „култура“ потиче од латинског глагола *colo, colore, coluri, cultum* са значењем обрађивати, узгајати, његово значање се углавном повезивало са пољопривредом. Иако је прво метафизичко значење културе употребио Цицерон говорећи о култури душе (*cultura anima*), ово значење је постало доминантно тек крајем XVII века, када је објављена књига *Историја културе* (1782). Потом се дефиниција културе појављује и у *Речнику Француске академије* (1798. год). Међу првима који су одвојили појам културе од њене раније пољопривредне конотације био је С. Пуфендорф, теоретичар природног права. Видети више: С. Бранковић, *Историја културе и цивилизације* (Београд: Мегатренд, 2009), 10-21.

<sup>1</sup> То су првенствено биле књижевност, поезија, ликовне уметности, вајарство и архитектура.

једног дела уметности из сфере приватног у сферу јавног и појаве државе као значајног актера уметничког система. Уметничко стваралаштво, као највећим делом естетска категорија, умрежава се са низом професионалних делатности (музеја, галерија, позоришта, архива, библиотека, итд) без којих очување, дисеминација и промоција уметности постају практично немогући.<sup>4</sup> Ови процеси доводе до повезивања уметничких области са културним активностима, као и прожимања антрополошког и хуманистичког разумевања овог феномена.

Модерне идеје о култури и њен однос са економијом махом су утемељени Марксовом анализом капиталистичке робне производње и третманом културно-уметничког стваралаштва у робно-новчаним односима, а касније интерпретирани и ојачани идејама критичара неокласичне економске школе Кејнза и Робинса (J. Keynes, L. Robbins). Иако су још почетком XIX века економски обрасци понашања имали значајни утицај на културно-уметничко стваралаштво, претварајући културно-уметничко дело у тржишну робу (нпр. уметнички сајмови, наруџбине уметничких дела), ставови Марксистичке школе, да уметност и културу треба посматрати као делатности изван тржишта, одржали су се дуго међу теоретичарима културе, филозофима и социолозима и одређеним економистима попут Кејнза и Робинса, а овакво опредељење имало је утицај и на одређене културне политике.

Идеје о нетржишном и непрофитном карактеру културно-уметничког стваралаштва дуго су биле аргументоване тезом да је слободан развој стваралаштва могућ само уколико оно није средство богаћења појединаца и група и уколико се налази изван сваке условљености. Поједини аутори ово називају „естетским синдромом“, а карактеристично га порицање економског утицаја на уметност, те истицање неких виших, необјашњивих намера стварања уметничког дела.<sup>5</sup> Све је то водило јачању идеалистичких клишеа који су и даље били затворени у тумачењу веза између уметности и економије, маргинализујући идеје о економској димензији културно-уметничких садржаја.

Развој капиталистичких односа производње, утицај индустријализације на област културно-уметничких делатности, процеси дерегулације у јавној сфери, итд. утицали су да се релативизују горепоменути

ставови по питању савременог разумевања уметности и економије. Како постојеће теорије о уметности и култури постају неодрживе у новом друштеном контексту, крајем педесетих година двадесетог века, радови Р. Вилијамса (R. Williams, *Society and Culture*, 1958) почињу да шире схватање да култура и културни производи представљају део материјалне производње, чиме је учињен заокрет ка материјалистичком схватању културе. Постмодерне теорије о култури Т. Адорна, М. Хоркхајмера (T. Adorno, M. Horkheimer), свака на свој начин, почињу да се баве феноменима економизације културних садржаја и растућим економским третманом симболичке продукције, указујући на њихове негативне друштвене ефекте, пре свега оне које проистичу из индустријске производње културних садржаја.

Последњих десет година могу се означити као период интензивног економског третмана уметности и културе. Постиндустријски контекст западних држава и постмодерна довели су до редефинисања појма културе и уметности, те су и разматрања о овом феномену усмерена у највећој мери на његову материјалну компоненту, односно садржаје и добра путем којих се могу преносити духовни елементи културе. Узроци ових промена су вишеструки и не само прагматичног, већ и симболичког карактера: прво, прелаз са разматрања културе као креативног сектора подржан је технолошким променама, ширим схватањем културе, повећаним значајем креативности, иновација, вештина и знања у контексту економског раста (и развоја), као и променама у потрошачким навикама, друго, дошло је до промене у разумевању самог концепта културе као ексклузивне и елитистичке категорије и његове трансформације у концепт креативности и креативних делатности који се прихвата као демократски и инклузивни,<sup>6</sup> треће, промена виђења културне продукције као самосталне и изоловане активности у области богатих међусекторских односа и веза и четврто, усмеравање пажње јавних власти са јавног система у култури на оне креативне делатности које могу да послуже као извор богатства и запошљавања покренуло је дискусије о трговинској политици, интелектуалној својини, макроекономским условима за развој сектора и сл.<sup>7</sup>

<sup>4</sup> Х. Микић „Од културе до креативне економије: тенденције у финансирању културе и положај библиотечке делатности“, *Читалиште* бр. 20 (2012): 19.

<sup>5</sup> В. Граскамп, *Уметности и новаца* (Београд: Клио, 2003), 17.

<sup>6</sup> S. Galloway and S. Dunlop, "A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy", *International Journal of Cultural Policy* 13/1 (2007): 21.

<sup>7</sup> T. Flew and S. Cunningham "Creative Industries After the First Decade of Debate", *The Information Society* 26/2 (2010): 5.

### Тржиште у култури: између културолошких и економских принципа вредновања

Динамика и међузависност економије и уметности традиционално су се везивале за улогу и однос тржишта наспрам уметности и културе и вековима биле поприште бројних дискусија и противречних ставова који су окупирали пажњу теоретичара и практичара у потрази за одговором на питање како уметнику обезбедити слободу и економску сигурност и на који начин економизација културно-уметничких структура неће водити вулгаризацији уметности. Економизација културе је одувек постојала, али су се односи између тржишта и уметности разликовали од историјских контекста. Ови односи су одувек имали двојак карактер. С једне стране, посредством тржишта многа дела врхунске уметности постајала су доступна широм света. С друге стране, уметничка дела одувек су представљала неку врсту имовине: Фидијина статуа Атине направљена од злата и слоноваче представљала је ратну финансијску резерву, Рубенс се хвалио да је способен да своја платна претвори у вреће златника...<sup>8</sup> Економизација културе и уметности омогућавала је да се посредством тржишта осигурају материјални услови за стваралаштво.

Највећи број дискусија о односу економије и културе одвија се на пољу разумевања појма вредности, као и начина на који се он утврђује. Реч је о појму који је тешко прецизно дефинисати, а и уколико би се приступило томе, апаратура за његово дефинисање задржала би у област психолошког стања и личне перцепције сваког појединца. Социолошки дискурс промишља о вредности као категорији која представља стандард о томе шта је ваљано, корисно и пожељно за појединца, групу, заједницу, друштво, државу.<sup>9</sup> Како постоје различите вредности и подручја њиховог испољавања (сазнајне, економске, естетске, моралне, итд), тако се и културно-уметничко дело може процењивати кроз своју дуалност, као сазнајна и естетска, али исто тако и као економска вредност, а у зависности од потреба и интереса појединца и група. Тако се долази до ситуације да је утврђивање уметничке и економске вредности и сам процес вредновања на неки начин сличан и за теоретичаре културе и за економисте, осим што

су корени вредновања другачији. До културног модернизма основе утврђивања уметничке вредности виђене су у унутрашњим, често универзалним квалитетима естетског и културног значења, да би постмодернизам донео, уместо традиционалних идеала, интерпретације вредности у релативистичким, често субјективним и неизвесним категоријама.<sup>10</sup> Пракса је показала да је културно-уметничка вредност уметничког дела субјективна категорија која настаје консензусом оних који дело процењују (кустоси, критичари, културолози, историчари уметности, теоретичари естетике, итд), и њу чине углавном све оне вредности конституисане у уметничкој сфери – естетика, историјска вредност, реткост, аутентичност, социјална и симболичка вредност, итд.

С друге стране, рана економска промишљања о културно-уметничком делу у светлу одређивања његове вредности везују се за радове Болдина (J. Boldin, 1578), Мандевила (B. Mandeville, 1732) и Галијанија (F. Galiani, 1751) који су разматрали факторе који утичу на утврђивање цене уметничких дела на тржишту, као и специфичне услове у којима се ова цена одређује у односу на опште економске законитости.<sup>11</sup> Разматрање културе и уметности у економској мисли одвија се из антрополошке перспективе и историјског контекста (Д. Хјум/D. Hume, А. Тирго/A. Turgot, А. Смит/A. Smith...) све до појаве класичне економске анализе. У покушају долажења до сазнања о вредности робе која је дефинисана изван система цена, искристалисала су се три приступа: теорија трошкова производње, теорија граничне корисности и теорија радне вредности.<sup>12</sup> Међутим, у оквиру ових

<sup>10</sup> S. Connor, *Theory and Cultural Value* (Oxford: Blackwell, 1982), 14; S. Regan, ed., *The Politics of Pleasure: Aesthetics and Cultural Theory* (Buckingham: Open University Press, 1992), 147.

<sup>11</sup> C. Goodwin, "Art and culture in the history of economic thought", in *Handbook of the Art and Culture*, eds. V. A. Ginsburgh, D. Throsby (North-Holland; Scorcu, 2006), 28-68.

<sup>12</sup> Теорија трошкова производње у утврђивању вредности робе полази од чињенице да се роба продаје на тржишту према њеним трошковима производње, те као таква није се могла применити на уметничка дела, која су била ретка, оригинална и неадекватна за умножавање. Теорија граничне корисности одређује вредност робе према њеној корисности у односу на различите околности у којима се она процењује. У оквиру ове економске школе уметничка дела су се разматрала из угла њихове корисности, као и ефекта позитивних екстерналија које потичу од културно-уметничких делатности. Ове идеје ће даље интерпретирати критичари неокласичне школе и представници савремене економске мисли, али фокус њихове анализе се усмерава на екстерне ефекте које уметност и култура имају на друштвене и економске структуре, као и аргументовање државног интервенционизма у области културе. Видети више: М. Јакић и А. Прашћевић, *Историја економије* (Београд: Економски факултет, 2011); С. Goodwin, "Art and culture in the history of economic thought", in *Handbook of the Art and Culture*, eds. V. A. Ginsburgh, D. Throsby (North-Holland; Scorcu, 2006), 28-68.

<sup>8</sup> Р. Мулен „Уметност и економија у савременим друштвима“, *Култура* бр. 19 (1972): 15.

<sup>9</sup> И. Шијаковић, *Социологија* (Бања Лука: Економски факултет, 2008), 77.

теорија, утврђивању вредности културно-уметничког дела није се посвећивала довољна пажња све до разматрања ове теме од стране Марксистичке школе. Она је сматрала да културно-уметничко дело није примарно роба намењена размени већ естетском доживљају примаоца, што је определило читав њен опус разматрања уметничког дела у робно-новчаној размени. Да би дело дошло до примаоца оно мора да се укључи у процес размене роба и тиме добије свој робни карактер.<sup>13</sup> Комплексност проблема између уметности и тржишта, како их је видела Марксистичка школа, огледала се у неколико чињеница: „да културно-уметничко дело није створено да буде роба, а мора да постане роба како би допрло до публике и испунило своју суштинску функцију – естетско деловање; затим, да се уметничка вредност дела мери квалитетом његових својстава, а не количином радног времена неопходног за производњу, као што се то чини код других роба“<sup>14</sup> уметничко дело које добије робни карактер примарно се посматра из угла његове прометне вредности, а занемарује његова употребна вредност; двојака природа уметничког рада у зависности од тога да ли се њиме оплођује или се не оплођује капитал.<sup>15</sup>

У контексту ове дискусије, интересантно је поменути и Бечку школу (Бем-Беверик/ Bem-Baverik, Карл Менгер/Karl Menger и Фридрих Визер/Friedrich Vizer) која је вредност робе објашњавала на основу психолошких ефеката, односно на основу субјективне оцене коју потрошачи имају о корисности одређене робе. Овај приступ, као и ране идеје Болдина, Мандевила и Галијанија имале су највећи утицај на савремена промишљања о вредности уметничког дела и његовим детерминантама, која су даље разрађивана и потврђивана у оквиру економије културе настале средином шездесетих година прошлог века.<sup>16</sup> Као резултат тео-

ријских међуутицаја, дошло се до закључка да се тржишна вредност дела може посматрати као збир њене имовинске (колико оно вреди као имовински еквивалент) и хедонистичке компоненте (колико њен потенцијални власник субјективно оцењује да је вредност дела из угла уживања, социјалног статуса, престижа, жеље за поседовањем).<sup>17</sup> С друге стране, неки од неокласичара заступали су идеје да уметничка дела као јавно добро са значајним екстерним ефектима за друштво захтевају јавну подршку која ће омогућити финансирање ових активности и учинити их бесплатним свим корисницима.<sup>18</sup>

Развој индустријског начина производње изменио је приступ културно-уметничким делима, уводећи у исто време и трансформацију у утврђивању њихове економске вредности. Индустријализација културних садржаја углавном доводи да претварања културно-уметничког дела из елитистичке творевине у којој могу уживати само повлашћене групе (примарно на основу економске моћи), у специфичну робу која постаје широко доступна свима.<sup>19</sup> Демократизација културе омогућила је раст техничке и економске доступности културе свим слојевима публике, али је са собом донела и опасност да се масовна култура претвори у негативну друштвену појаву кроз поједностављено тумачење садржаја и вредности, где културни садржаји постају средство манипулације и остварују негативни утицај на друштво.

У сфери елитне културе, кроз историју се показало да је вредност уметничког дела најчешће настајала консензусом оних који су дело

<sup>17</sup> Позитиван утицај хедонистичке компоненте на вредност уметничког дела показала су истраживања попут V. A. Ginsburgh et al., "The computation of price indices", in *Handbook of the Art and Culture*, eds. V. A. Ginsburgh, D. Throsby (North-Holland; Scorcru, 2006); E. A. Scorcru and R. Zanola, *The right price for Art Collectibles: A quantile Hedonic Regression Investigation of Picasso Paintings*, WP10-01, Working Papers and Professional Report Series (Rimini: The Rimini Centre for Economic Analysis, 2010), [http://www.rcfea.org/RePEc/pdf/wp01\\_10.pdf](http://www.rcfea.org/RePEc/pdf/wp01_10.pdf) (преузето 15. 6. 2012) и др.

<sup>18</sup> L. Robbins "Art and the State", in *Politics and Economics: Papers in Political Economy* (London: Macmillan, 1963), 53-72.

<sup>19</sup> Код културно-уметничких дела која су ретка и непоновљива, тржишна вредност се утврђује као збир њихове имовинске и хедонистичке компоненте. Код културно-уметничких добара код којих постоји могућност за репродукцију (књиге, новине, часописи, итд) или се колективно могу конзумирати (позоришна представа, филмска пројекција, музички концерт) економска вредност се углавном утврђује на основу трошкова који су неопходни за продукцију (теорија трошкова производње), док хедонистичка детерминанта има минимални утицај на њу. Још један разлог томе јесте и чињеница што је природа ове две групе добара различита. Првој групи припадају добра код којих се испољава искључивост и ривалство у потрошњи на веома високом нивоу, док су друга, полујавног карактера, код којих се искључива природа ублажава ниском ценом, потрошња углавном одвија колективно, а потенцијални ривалитет у потрошњи ублажава њиховом масовном доступношћу.

<sup>13</sup> М. Ранковић, *Општа социологија уметности* (Београд: Завод за уџбенике и наставна средства, 1996), 219.

<sup>14</sup> Исто, 219.

<sup>15</sup> Видети више: М. Илић, *Социологија културе и уметности* (Београд: Научна књига, 1987), 62.

<sup>16</sup> У оквиру економије културе, научне расправе о економској валоризацији културе, започеле су седамдесетих година прошлог века, првим радовима о економији извођачких уметности, W. Baumol и W. Bowen "On Performing Arts: Anatomy of their Economic Problems" (1965), а потом о уметничком тржишту економиста попут Andersena (*Paintings as an Investment*, 1974), Staina (*The Monetary Appreciation of Paintings*, 1977) и Baumola (*Unnatural Value: or art investment as Floating Scrap Game*, 1986), што је утицало на боље разумевање односа између тржишта и уметности и његових детерминанти. Видети више: B. Frey "Art Markets and Economics: Introduction", *Journal of Cultural Economics* 21 (1997): 165-173.

процењивали (економска, политичка или културна елита). Уметничка и економска вредност, иако подложне субјективизму, никада нису биле у дискрепанци, како одређени кругови теоретичара често ову каузалност интерпретирају.<sup>20</sup> У свим временима и друштвима уметничка дела су била носиоци вредности чији је степен признавала група која је одређивала вредности за читаво друштво, а иста дела су се уједно налазила и на највишем нивоу економске валоризације.<sup>21</sup> Међутим, одступања од ових тенденција настају најчешће у случају негативних појава омасовљења културе – дела без вредности у ликовној и другим визуелним уметностима (шунд) и сумњиве вредности у музици и литератури (шунд), где се заправо најбоље виде парадокси тржишта у култури.

### Тржиште у култури у дискурсу културних политика

Деловање једног уметничког дела неизоставно зависи од његовог пласмана до крајњег корисника. Тржиште, путем посредничке улоге, омогућава аутору пласман дела, а уживаоцу задовољавање културних потреба. Тржиште у култури омогућава сучељавање понуде и тражње за уметничким делима као исходима креативности, имагинације, оригиналности, умећа и вештина. Динамичност размене тржишта у култури углавном остварује позитивне учинке у погледу повећања, пре свега естетске комуникације уметничких дела у разним крајевима света, док се са развојем информационих технологија она и интензивира. Стварањем глобалног тржишта културно-уметничких садржаја омогућено је да се прошири круг релевантних актера који учествују у преиспитивању уметничких критеријума валоризације дела, да се унапреди квалитет и установе светски стандарди културно-уметничког стваралаштва, итд.<sup>22</sup> Тржиште у култури своје позитивне ефекте остварује и у домену

побољшања услова рада и живота уметника, унапређењу институционалног система образовања у култури и уметности, као и признавању културно-уметничких творевина.

Мада су по карактеру културно-уметничке делатности различите, заједничко за све њих је да су добра и услуге које оне испоручују специфични, како у економском, тако и у друштвеном смислу. Размена културно-уметничких творевина има низ неекономских ефеката, што указује на присуство екстерналија. Наиме, уживање културно-уметничких дела омогућава за целину друштва или поједине његове делове различите користи као што су очување и неговање културног диверзитета, јачање колективног идентитета, унапређење општег културног нивоа, обезбеђење континуитета културе, итд. „Сасвим је извесно да је утемељење позитивних друштвених вредности (моралних принципа, социјализације, толеранције, поверења, прихватање нових идеја, колективне и индивидуалне мотивације, систем навика и обичаја, итд) опште добро за свако друштво. Савременом друштву се нико не може прилагодити, уколико не поседује елементарне вредносне обрасце и одређени ниво социјализације и адаптације на животне услове. Обезбеђивање одређеног нивоа прилагођавања опште је добро, јер сметње у њему проузрокују трошкове за друштво (нпр. насиље, неповерење, нетолерантност према различитости, неадаптибилност појединца и друштвених група, итд)“.<sup>23</sup> Постојање позитивних екстерналија је најчешћи аргумент активног деловања државе у култури у правцу заштите културно-уметничких делатности од дејства економских законитости.

Специфична природа организације у култури, као и глобализација светских токова, довеле су до концентрације ресурса и интензивне конгломерације. Поједини аутори истичу да концентрација и стварање медијских конгломерата значи надзор над производњом, запошљавањем, дистрибуцијом и публиком.<sup>24</sup> Она се повезује са доминантним положајем над информацијама и медијским садржајима. Опасности концентрације одувек су се

<sup>20</sup> Размислила је некада водила суженом поимању уметничког тржишта које се углавном доводило у везу са „догмом о комерцијализацији уметности“. Она се користила ради описивања начина размишљања, врсте односа и поступања у уметничком стваралаштву која је утемељена на логици трговине. Такав начин размишљања углавном се доводио у везу са производњом културно-симболичких добара код којих се више води рачуна о њиховој тржишној вредности него употребној. Видети више: М. Илић, *Социологија културе и уметности* (Београд: Научна књига, 1987), 62-65.

<sup>21</sup> Р. Мулен „Уметност и економија у савременим друштвима“, *Култура* бр. 19 (1972): 10.

<sup>22</sup> Видети више: М. Ранковић, *Општа социологија уметности* (Београд: Завод за уџбенике и наставна средства, 1996), 225-226.

<sup>23</sup> Х. Микић „Економски профил тржишта уметности и његови савремени развојни трендови“, у *Западни Балкан: регионално уметничко тржиште, а не фикција?*, ур. Г. Рикаловић (Београд: Anonymous said), <http://www.kreativnaekonomija.net/wp-content/uploads/2012/08/2-Ekonomski-profil-umetnickog-trzista-Hristina-Mikic.pdf> (непознато 1. 9. 2012).

<sup>24</sup> D. Mc Quail, *Mass Communication Theory: An introduction* (London: Sage, 1994); J. Смирс, *Уметност и одришиском: промоција културне разноликости у гоба* (Нови Сад: Светови, 2005).

виделе у смањењу разноликости и могућностима избора наслова, програма или идеја. То се нарочито односи на уређивачку концентрацију која може настати у великим медијским конгломератима, где се информације бирају у само једном уређивачком седишту и пласирају исте идеје кроз различите медијске формате.<sup>25</sup> Начин финансирања, нематеријална природа културно-уметничких садржаја, присуство ефекта асиметричности информација на тржишту културних добара и услуга,<sup>26</sup> а у новије време све веће деловање технологије на раст и развој културног сектора, још су нека обележја која доводе до одређених хендикепа у функционисању тржишта културних добара.

Све ове специфичности тржишта у култури говоре о чињеници да оно у пракси није никада једини механизам координације одлука, већ да се несавршености тржишне економије често отклањају државном интервенцијом. Међутим, залагање за активно увођење тржишта у области културе одређене групе виде парцијално, као подржавање неолибералних идеја и вредности које нарушавају друштвену улогу уметности. Због непотпуног увида у читав контекст тржишта у култури, ставови о његовом негативном третману некада попримају екстремне варијанте, тумачећи тржиште као инструмент културног империјализма, те се оно често одбацује, чак и у оним ситуацијама у којима би његова адекватна примена водила ка самоодрживости и бољој финансијској позицији пре свега самих стваралаца. Поменуто промишљање о културно-уметничком стваралаштву допринело је да тржиште дуго времена нема своју примену у савременим културним политикама европских земаља (изузев у Великој Британији). Као инструмент координације одлука који се уобичајено повезује са дисеминацијом и уживањем у уметничким делима, прикупљањем и алокацијом средстава за финансирање уметности, тржиште постаје значајније заступљено с краја осамдесетих година. Међутим, култура у основи и даље остаје изван потпуне и искључиве примене тржишног механизма и

економских законитости, иако се данас у дискурсу јавних политика могу наћи случајеви у којима се путем тржишта углавном обезбеђује флексибилно разрешавање проблема алокације и дистрибуције ресурса у култури (САД, Велика Британија).

Без сумње је да постоје негативни ефекти деловања тржишта у култури. Они су нарочито видљиви у друштвима која немају јасно артикулисану културну политику, системски приступ развоју културе, те у којима се делује малим бројем инструментата и неефикасним структурним механизмима. „Земље које имају дугу традицију и развијено тржиште у култури, најчешће под овим концептом подразумевају примарно ослањање на институције тржишта и његове актере у економском димензионарању културе, уз деловање државе у правцу надомешћивања тржишних недостатака и изградње ефикаснијих тржишних структура“.<sup>27</sup> Успостављање механизма координације у културно-уметничким делатностима одвија се у проналажењу сразмере између тржишних и вантржишних решења, како би се на једној страни обезбедило задовољавање друштвених потреба, а с друге ефикасност употребе средстава. Ово балансирање у великој мери треба да испуни циљеве културне политике, интересе и очекивања културне заједнице, што се најчешће постиже налажењем најразличитије комбинације оних организационих димензија које одговарају традицији, постојећем систему институција културе, економском развоју земље и сл.

Тако, на пример, једна од конкретних функција државе јесте да делује у правцу регулације тржишта постављајући и институционализујући норме општих правила понашања на тржишту (регулатива). Затим се ту појављује и не мање важна реди-стрибутивна функција државе, где се кроз систем фискалне апаратуре делује у правцу правичније расподеле ресурса у ситуацијама када се она не може у потпуности димензионирати путем тржишног механизма (блаже границе опорезивања дохотка уметника и радника у култури, социјалне компензације, итд). На крају, улога државе је и да инструментима административне (обавезна куповина, медијске квоте) и економске природе (субвенције, дотације, пореске олакшице) коригује или

<sup>25</sup> З. Перушко „Медијска концентрација: изазов плурализма медија у Средњој и Источној Европи“, *Медијска истраживања* бр. 1 (2003): 45.

<sup>26</sup> Ефекат асиметричне информисаности углавном се јавља у облику различитог нивоа информација које поседују учесници у трансакцијама на културно-уметничком тржишту. Најчешћи је случај да купци и уживаоци уметничких дела немају потпуно знање о квалитету, уметничкој, естетској или тржишној вредности дела, те често могу бити изманипулисани маркетиншким средствима. Ефекат асиметричне информисаности је веома чест у трансакцијама на тржишту уметничких дела (уметничка дела, колекције и антиквитети).

<sup>27</sup> Х. Микић „Економски профил тржишта уметности и његови савремени развојни трендови“, у *Зайадни Балкан: рејонално уметничко тржиште, а не фикција?*, ур. Г. Рикаловић (Београд: Anonymus said, 2012), <http://www.kreativnaekonomija.net/wp-content/uploads/2012/08/2-Ekonomski-profil-umetnickog-trzista-Hristina-Mikic.pdf> (преузето 1. 9. 2012).

надомешћује његово функционисање. При том треба водити рачуна да деловање државе не доведе до бирократизације уметничког система и прекомерних административних интервенција које својом логиком могу инаугурисати субјективизам и политички волунтаризам, или пак могу створити нефункционалне тржишне структуре.<sup>28</sup>

Стога су изазови савремених културних политика проналажење адекватног модела деловања тржишта и државе у култури, те успостављање равнотежности између тржишних и бирократских механизма. У процесу моделирања ефикасног система развоја културног сектора требало би во-

дити рачуна како о културним, тако и о економским захтевима. Традиционални модели деловања државе у сектору културе обично представљају уобичајену праксу која се тешко мења, тако да реформе у моделу културне политике посежу за мерама које имају пре корективни карактер него радикално мењање модела. То доводи до извесне конвергенције у моделима државног деловања уз ублажавање разлика које су карактерисале културне системе појединих земаља (тржишни vs. бирократски). Упоредо са овим процесом уводи се конкуренција у јавни сектор, те за ресурсе које држава усмерава према култури конкуришу актери културног сектора нижим трошковима и повећаним бројем посетилаца, што представља такође примену тржишних принципа.

<sup>28</sup> Нефункционално тржиште означава ситуацију у којој економски и административни инструменти немају никаквог дејства на понашање релевантних актера у култури.

## Литература:

1. Anderson, R. C. "Paintings as an Investment". *Economic Inquiry* 12 (1974): 13–26.
2. Baumol, W. and W. Bowen. "On Performing Arts: Anatomy of their Economic Problems". *American Economic Review* Vol. 55-1/2 (1965): 495-502.
3. Baumol, W. J. "Unnatural Value: or Art Investment as Floating Crap Game". *American Economic Review* 76 (1986): 10–14.
4. Бранковић, С. *Историја културе и цивилизације*. Београд: Мегатренд, 2009.
5. Connor, S. *Theory and Cultural Value*. Oxford: Blackwell, 1982.
6. Flew, T. and S. Cunningham. "Creative Industries after the First Decade of Debate". *The Information Society* 26/2 (2010): 1-11.
7. Frey B. "Art Markets and Economics: Intruduction". *Journal of Cultural Economics* 21 (1997): 165–173.
8. Galloway, S. and S. Dunlop. "A critique of definitions of the cultural and creative industries in public policy". *International Journal of Cultural Policy* 13/1 (2007): 17-31.
9. Ginsburgh V. A., J. Mei and M. Moses. "The computation of price indices". In *Handbook of the Art and Culture*. Eds. V. A. Ginsburgh and D. Throsby. North-Holland: Scorcu, 2006.
10. Goodwin, C. "Art and culture in the history of economic thought". In *Handbook of the Art and Culture*. Eds. V. A. Ginsburgh and D. Throsby. 28-68. North-Holland: Scorcu, 2006.
11. Граскамп, В. *Уметности и новац*. Београд: Clío, 2003.
12. Илић, М. *Социологија културе и уметности*. Београд: Научна књига, 1987.
13. Јакшић, М. и А. Прашћевећ. *Историја економије*. Београд: Економски факултет, 2011.
14. Mc Quail, D. *Mass Communication Theory: An intruduction*. London: Sage, 1994.
15. Микић, Х. „Економски профил тржишта уметности и његови савремени развојни трендови“. У *Зайагни Балкан: реионално уметничко тржиште, а не фикција?*. Ур. Г. Рикаловић. Београд: Anonymous said. <http://www.kreativnaekonomija.net/wp-content/uploads/2012/08/2-Ekonomski-profil-umetnickog-trzista-Hristina-Mikic.pdf> (преузето 1. 9. 2012).
16. Микић, Х. „Од културе до креативне економије: тенденције у финансирању културе и положај библиотечке делатности“. *Читалиште* бр. 20 (2012): 18-32.
17. Мулен, Р. „Уметност и економика у савременим друштвима“. *Култура* бр. 19 (1972).

18. Перушко, З. „Медијска концентрација: изазов плурализма медија у Средњој и Источној Европи“. *Медијска истраживања* бр. 1 (2003).
19. Петровић, С. *Културологија*. Београд: Лела, 2000.
20. Regan, S., ed. *The Politics of Pleasure: Aesthetics and Cultural Theory*. Buckingham: Open University Press, 1992.
21. Robbins, L. "Art and the State". In *Politics and Economics: Papers in Political Economy*. London: Macmillan, 1963.
22. Ранковић, М. *Ойшша социологија уметности*. Београд: Завод за уџбенике и наставна средства, 1996.
23. Scorcu, E. A. and R. Zanola. *The right price for Art Collectibles: A quantile Hedonic Regression Investigation of Picasso Paintings*. WP10-01, Working Papers and Professional Report Series. Rimini: The Rimini Centre for Economic Analysis, 2010. [http://www.rcfea.org/RePEc/pdf/wp01\\_10.pdf](http://www.rcfea.org/RePEc/pdf/wp01_10.pdf) (преузето 15. 6. 2012).
24. Stein, J. P. "The Monetary Appreciation of Paintings". *Journal of Political Economy* 85 (1977): 1021–1035.
25. Смирс, Ј. *Уметност под притиском: промоција културне разноликости у доба*. Нови Сад: Светови, 2005.
26. Шнијаковић, И. *Социологија*. Бања Лука: Економски факултет, 2008.
27. Williams, R. *Culture and Society*. London: Chatto and Windus, 1958.

## Culture and Economy: Market in the Culture and Its Contemporary Developmental Trends

### Summary

Economy and art have always been connected, but their relationships have been interpreted in different ways, depending on how society defined the art, culture and economy. Modern ideas concerning creator and creation and their relation to the market are established in Marx's analysis of capitalistic production and treatment of art within the commodity-money relations. For a long time those ideas have been dominant in economy and sociology, with practical implications in cultural policy. For long, the ideas about non-profit and non-market nature of cultural and artistic creativity had their arguments in the thesis that freedom of creative work is possible only if it is not a means of enrichment of individuals and groups, and if it is beyond any financial reasoning. The last ten years could be marked as the period of changing this paradigm. Transformation of elitist concept of culture into creative sector was supported by technological changes, growing public awareness of developmental potentials of creativity, innovation, skills and knowledge, encouraging intersectoral connections and relationships between culture and other activities, as well as changes in consumer habits. By the end of eighties, market became the instrument of coordinating decisions in culture. Under the concept of "cultural market", countries with a long tradition and developed markets in culture and art, often imply primary reliance on the institutions of markets and its actors in economic dimensioning of culture, with the state action in the direction of compensation of market failures and construction of more efficient market structure. Contemporary cultural policies are often focused on discovering balance between market and non-market solutions in order to ensure the fulfillment of cultural needs and economic efficiency of using public resources. This balancing should meet, to a large degree, the objectives of cultural policy and cultural needs and expectations of the cultural community, which is usually achieved by finding various combinations of those organizational dimensions that correspond to tradition, current system of cultural institutions, economic development, etc.

### Keywords:

culture, art, market, cultural policy, cultural and economic principles, valuation of cultural and artistic works, economics of culture, non-market solutions