

předmět: MPV EEKU Ekonomika kultury

překlad z knihy **A handbook of Cultural Economics**

Veřejná podpora (Bruno S. Frey) - kapitola 50

Když se ekonomové kultury dívají na problém veřejné podpory umění, rozlišují dva aspekty: pozitivní otázku, kde se zkoumá rozsah podpory vládou, a normativní otázku, zda by mělo být umění veřejně podporováno a pokud ano, tak v jakém rozsahu. V druhém případě se kulturní ekonomové snaží informovat veřejnost o vhodné politice, prospěšné veřejné politiky přistupující k umění.

Jak vláda podporuje umění?

V celé historii byly vlády velmi spojeny s uměním. Tabulka 1 ukazuje přehled přímých veřejných výdajů na umění v různých zemích v roce 1994. Údaje v tabulce by měly být hodnoceny s velkou opatrností, protože u jednotlivých zemí v seznamu je značně odlišné jeli s nimi počítáno jako „ s výdaje na umění“ a nebo spadají do oblasti státních výdajů. Nicméně tabulka ukazuje širší rozdílů mezi přímými výdaji na umění. Spojené státy a Irsko utrací mnohem méně, naopak Finsko a Německo podstatně více než ostatní státy uvedené v tabulce. Zdroj veřejné podpory se také velmi liší. Například v Irsku skoro 90% jde přímo od vlády, zatímco v Německu je to méně než 10%, hlavní objem prostředků pochází z správních celků a od měst.

Tabulka 1. Tabulka státní podpory umění, 1994(přímé výdaje v dolarech na osobu

Austrálie	24	Irsko	9
Kanada	44	Nizozemí	48
Finsko	112	Švédsko	65
Francie	57	Velká Británie	26
Německo	90	USA	6

Je důležité si uvědomit, že značné množství veřejných prostředků na umění je dáváno nepřímou cestou, takzvanými daňovými odpočty (úlevami). Fyzické osoby a firmy, které darují prostředky na umění mohou být osvobozeni od daně. Z toho důvodu je méně nákladné dávat na umění, aby se snížila výše základu daňové sazby. Je prozkoumáno, že snížení daňových sazeb vede k menším darům do oblasti umění. Rozsah daňových výdajů na umění u jednotlivých států velmi rozdílný a často závisí na spoustě faktorů. Není sice možné přímo ukázat jejich velikost, ale většina kulturních ekonomů předpokládá, že jsou často větší (např. v USA) než přímé výdaje.

Je základní rozdíl mezi oběma druhy podpory. V případě přímých výdajů, rozhodnutí o výši a příjemci je věcí politickou, většinou vládní byrokracie. V případě daňových výdajů, rozhodnutí o podpoře je přiděleno jednotlivcům nebo firmám. To může vést k rozdílům v tom, které umění a jak moc bude podporováno.

Mnoho rozvíjejících se ekonomik má ústavní finanční rezervy na podporu umění. Je nezbytné, aby tyto zásady byly obecnými pravidly. Vliv na umění závisí ve velkém rozsahu na tom, jak političtí aktéři a úředníci tyto pravidla uplatňují. Je evidentní, že upřednostňují podporu dobře zavedených kulturních institucí poskytující obecně uznávané umění, jako například operní domy, které mají v repertoáru populární díla klasické hudby od Verdiho, Mozarta, Pucciniho či Rossiniho. Naopak kontroverznější a experimentálnější umění má obtíže dosáhnout na veřejnou podporu. Důvodem je problém, že ti, co veřejně rozhodují, jsou závislí na veřejném mínění a snaží se o znovuzvolení, proto se vyhýbají skandálům, které tato skupina umělců mnohem radši vyvolává než je tomu ve skupině první. Nepřímá pomoc skrze daňové výdaje je méně zaujatá takovými tlaky a může podpořit širší okruh uměleckých aktivit.

Měla by vláda podporovat umění?

Kulturní ekonomie klade velký důraz na otázku jaké mohou být racionální odůvodnění pro podporu umění. Rozbory jsou založeny na teorii sociálního státu, která se zaměřuje na to zda soukromý trh nepůsobí špatně při rozdělování zdrojů do oblastí umění. A částečně důvodem proč je příliš malé umění zabezpečováno, jestliže zůstává mimo cenový systém. Je třeba rozlišit mezi stranou poptávky a nabídky.

Nedostatky trhu na straně poptávky

Podle sociální ekonomiky, příliš malé umění je nabízeno, jestliže trh neuvažuje všechny potřeby jednotlivců pro potěšení z umění. Následující druhy poptávky nejsou nebo jen částečně závislé na trhu:

1. *Vnější užitky v produkci a spotřebě*

. Poskytování uměleckých aktivit může přinášet užitky, nebo pozitivní externality jedincům a firmám, které nejsou součástí výrobního procesu. Sklízí tak užitky, za které naplatí a se kterými výrobce umění na trhu nepočítal. Podobně, část užitků umělecké produkce může jít k jednotlivcům a firmám, které tuto spotřebu neplatili, a proto neovlivnili výrobní rozhodnutí na trhu s uměním. V obou případech je výroba příliš málo porovnatelná s tím co je společensky nejvýhodnější.

2. *Netržní poptávka*

Lidé mohou ocenit možnost volby navštívit uměleckou produkci, ačkoli ve skutečnosti nikdy neutratili za žádnou návštěvu. Můžou dokonce vědět předem, že nikdy nenavštíví uměleckou produkci, ale ocení existenci příslušné aktivity. Někteří lidé sami nemohou hodnotit umění, ale váží si ho jako odkazu budoucím generacím. V mnoha případech je umělecká produkce úzce spojena s národní identitou, prestiží a společenskou soudržností. Příkladem jsou slavné operní domy, divadla, orchestry a muzea. Umělecká produkce může také přispívat ke svobodnému a rozsáhlému vzdělání a vést ke společenským zlepšením. Experimentální charakter některých uměleckých snah může podpořit snahu inovovat a odvážit se vnímat trochu odlišné části společnosti. Ve všech těchto případech není výrobce umění plně odškodněn, ve smyslu peněžním, za užitky, které vytvořil. Důsledkem toho nejsou občas schopni poskytovat příslušné umělecké aktivity vůbec nebo jen v menší míře než je společensky nejvýhodnější.

3. *Umění jako veřejný statek*

Umění může být kolektivní povahy, ve smyslu toho, že nikoho nelze (včetně těch neplatících) vyjmut požítka z umění a že spotřeba jednou osobou neomezuje spotřebu dalších osob. Tento předpoklad může platit o kultuře jako celku nebo jejich jednotlivých částech (například krásu kulturního města si může užívat mnoho lidí, aniž by museli platit zvlášť za tento užitek). Naopak, kulturní spotřeba stanovená řekněme operními domy nebo muzei, není věcí veřejnou, protože neplatící lidé mohou být a obecně jsou vyřazeni. Navíc, v těchto případech existuje soupeření ve spotřebě. Ti co obsadili sedadla nebo ti co navštívili muzeum, zabírají místo, které již není dostupné

ostatním. Ale natolik jako je kultura veřejným statkem, dodavatelé nejsou plně kompenzováni jeho snahy a nabídka je nižší než je společensky nejvýhodnější.

Ne všechno pronikání umění do ostatních oblastí působí tržní selhání. To kontroluje částečně násobící účinek vytvořený výdaji na umění. Zvyšuje to poptávku po dalších ekonomických aktivitách jako jsou hotely, restaurace, nebo cestovní služby a tak pracuje pro systém cen. Žádné chybné rozdělení zdrojů tím není způsobeno. Mnoho studií souborně nazývaných „účinek dopadu“ kulturních aktivit (jako např. hudební festival, nebo mimořádná výstava) které posuzují přidanou ekonomickou aktivitu nemůže proto být brána jako odůvodnění vládní podpory umění..

Na straně poptávky jsou i další argumenty pro vládní podporu umění vztahující se k hlediskům užítka, který může být nabídnut. Obzvláště důležité jsou následující:

1. *Hodnota statků*

Některé kulturní aktivity mají být nahlíženy z hlediska společnosti jako vhodné pro poskytnutí většímu množství než pouze individuálnímu konzumentovi chtějícímu nakupovat na trhu. Dle tohoto pohledu spotřebitelovy preference nebudou přijaty, ale spíše tvůrce politického rozhodnutí musí rozhodnout podle základní hodnoty nebo podle toho, co vyžaduje většina populace. Samozřejmě tato idea naráží na základní ideu ekonomie, že spotřebitel nejlépe ví co mu vyhovuje.. V mnoha případech hodnota potřeb je užívána jako jiný termín pro externalitu a věci veřejné spojené s uměním.

2. *Potřeba (nedostatek) informací*

Skutečnost, že spotřebitel je často špatně informován o nabídce umění, je často používán jako argument pro zásahy vlády. Zatímco tento fakt je těžko diskutovatelný, je nutné položit si otázku, zda je u méně informovaného spotřebitele logickým důsledkem jeho menší zájem o umění.

3. *Iracionalita*

Jednotlivci mohou být částečně podřízeni odlišnostem a paradoxům v chování, když jednají v oblasti kultury, protože se oblast vymyká jednoduchým definicím nebo třídění. To může dokazovat, že jedinci proto podceňují užitek poskytovaný kulturou. Vláda by proto měla podporovat umění, aby vytvořil potřebu poptávky.

4. *Příjmové rozvrstvení*

Spotřeba kulturních statků by měla být otevřena všem sociálním třídám a nemělo by se to soustředit jen na bohaté. Proto by vláda měla podporovat umění, aby bylo dostupné i těm kteří nejsou schopni za kulturu utrácet velké prostředky.

Nedostatky trhu na straně nabídky

Nabídka umění se může odchýlit ve čtyřech hlavních ohledech od ideálně fungujícího trhu:

1. *Nedokonalá konkurence.*

Trh pro mnoho kulturních statků a služeb je typický monopolistickými činiteli, kteří nabízejí menší množství cen větších než jsou mezní náklady než by byla u konkurenčních dodavatelů. Vláda může tohle ovlivnit díky podpoře další nabídky. Ale tvrzení nelze uplatnit ve všech oblastech umění. Třeba veřejná dražba uměleckých předmětů je příkladem skoro perfektní konkurence na trhu.

2. *Klesající cena*

Nabídka umění může způsobit, že vrůstající výnosy se vyváží, což znamená, že dodatečné množství může způsobit nižší průměrné ceny. V takovém případě jsou mezní náklady nižší než průměrné náklady. Předpoklad pro účinnou tvorbu cen, jmenovitě, že ceny se rovnají mezním nákladům, způsobuje ztráty. Jestliže se chce vláda vložit do tvorby mezních nákladů, musí podporovat dodavatele pokrytím rozdílů mezi mezními náklady a průměrnými náklady.

3. *Výnosy z prodlení*

Dodavatel aplikovaného umění, je vystavován neustálému výdajovému tlaku. Shledává to obtížným, ne-li nemožným, zvýšit produktivitu práce, ale musí platit podobně vzrůstající mzdy. Výsledkem jsou tendence vedoucí k soustavnému vzrůstu dluhů. V delším horizontu se dá tohle aplikované umění nabízet jedině, pokud vláda vyrovnává tyto dluhy.

4. *Příjmové rozvrstvení*

Umělci, mají(v průměru) sklon být chudší než zbytek společnosti. Rovnostářské argumenty proto můžou vytvořit důvody pro vládní podporu osob aktivních v kulturním sektoru.

Opačné argumenty

Někteří ekonomové oddaní ideji volného trhu zůstávají nepřesvědčeni, že selhání trhu probírané na straně poptávky a nabídky skutečně existuje v nějakém závažném rozsahu. Účinek externalit je prohlašován za malý či dokonce neexistující nebo přinejmenším, ne ve větší šíři, než v dalších oblastech ekonomie.. Je však možné rozpoznat některé účinky externalit ve většině ekonomických aktivit. Avšak většina

kulturních ekonomů na základě poznatků teoretických i empirických je přesvědčena, že kulturní aktivity vytváří více vedlejších a důležitých pozitivních externalit než jinde.

Nežádoucí distribuční hlediska kulturní poptávky budou taky dána ke zpochybnění. Bylo namítnuto, a také v některých oblastech empiricky dokázáno, že vládní podpora umění často dosáhne opaku než bylo zamýšleno. Příjemci nejvyšších zisků jsou hlavně spotřebitelé kulturní služby a tak jsou oni také hlavní příjemci vládní podpory. To je možné ukázat na příkladu vysoce podporovaných evropských operních domů, které jsou navštěvovány především lidmi s nadprůměrnými příjmy nebo mladými lidmi (studenty), kteří později budou patřit mezi ty s nadprůměrnými příjmy. Zatímco tento argument odpovídá faktům, neměl by být přeceňován. Spotřeba kulturních statků a služeb není jistě prováděna jen bohatými, v neposlední řadě proto, že hodně kulturní spotřeby si žádá množství času (například operní představení trvá celý večer). Kvůli možným časovým nákladům, je dražší pro příjemce vysokých zisků. Obecně není nejbohatší část populace ta, která by získávala z veřejně podporovaného umění, ale vyšší střední třída, která má dostatečné časové možnosti na spotřebu umění.

Tvůrci kultury v konfrontaci s vysokými náklady vedoucími k zisku, mají několik možností jak se vyvarovat neustálé ztrátě. Důležitými činnostmi, jak zvednout tržby, jsou vedlejší aktivity jako provozování prodejny, kavárny a restaurace, pronájem prostor pro další účely a hledání podpory ze strany sponzorů. Mnoho uměleckých organizací ukázalo, že velkou část příjmů lze získat právě touto cestou. Je nutné si připustit, že možnosti jsou ale dost omezené a to z několika důvodů. Jeden z důvodů je velikost instituce. Často jsou natolik malé, že nedokáží zajistit provoz výdělečné aktivity, protože nejsou natolik atraktivní pro dostatečné množství diváků a sponzorů. To je případ mnoha lokálních dodavatelů, kteří přesto dělají hodnotné umění. Dalším důvodem je ohrožení obsahu a kvality umění výdělečnou aktivitou. Tvůrci umění by neměli zapomenout, za jakým účelem vznikli a nepokoušet se o to být pouhými baviči. V neposlední řadě proto, že by asi prohráli se zavedeným zábavním průmyslem. Toto nebezpečí je skutečné, což dokazují například některá muzea uvádějící senzační výstavy pochybných uměleckých kvalit. Které jsou navíc často neúspěšné i z komerčního pohledu.. Výdělečný potenciál je také omezením pro samotné dodavatele umění, kteří tím můžou ztratit status neziskovosti. To je dobře vidět na muzejních obchodech, provozovaných mimo jejich prostory, řekněme ve velkých obchodních centrech. Ztratí-li tím svůj status, stanou se předmětem mnoha dodatečných zdanění a dary tím také ztratí oproštění od daně. Obě skutečnosti by měly existenční dopad na mnoho, ne-li většinu dodavatelů kulturních služeb. Celé by to mělo

kontraproduktivní dopady. Například pokud soukromé operní domy a muzea v USA nebudou dále brána jako neziskové organizace, znamená to pro ně rapidní snížení darů a budou velmi těžko přežívat.

Srovnávací pohled

Když jsme teoreticky i prakticky dokázali, že nedostatky trhu mají vliv na umění, zdá se to být na první pohled nejlepším argumentem pro veřejnou podporu. Je třeba ale říci, že i zásahy státu mají nedostatky. Ekonomie politiky (veřejná volba) diskutuje o mnoha důvodech, proč se rozhodnutí vzniklá v politickém procesu můžou soustavně odchylovat od priorit veřejnosti. Nejdůležitější je, že politici jsou motivováni potřebou znovuzvolení, spíše než přímými podněty motivujícími k prospěšné kulturní politice. Tím, že se volby konají každý čtvrtý či pátý rok, dochází k nedostatečné kontrole pomocí voličů. Rozvíjí se tak jejich vlastní politická třída, která má zásadní vliv na rozhodování o rozsahu a podobě podpory kultury. Politické nedostatky taky představuje chování veřejné byrokracie, která díky svým informačním možnostem má velkou sílu v určování kulturní politiky s ní spojené. Stejně tak politici i úředníci jsou vystavováni vlivu nátlakových skupin. Výsledkem je upřednostňování takových kulturních dodavatelů, kteří jsou dobře organizováni. Tím se omezí rozdělení kapitálu mezi několik velkých, dobře zavedených kulturních dodavatelů (jako jsou operní domy, národní divadla a orchestry). Naproti tomu nový dodavatelé nabízející experimentální umění mají ztíženou pozici dosáhnout na veřejnou podporu. Což má za důsledek omezování kreativity v umění.

Pro získání vyváženého pohledu je nutné srovnat rozsah tržních politických nedostatků s ohledem na kulturní otázku.

Podstatné otázky pro a proti veřejné podpoře umění

Zatím uvedené argumenty pro a proti veřejné podpoře umění jsou zasvěceny teorii o nedostacích trhu a politiky. Ale proti tomu můžeme oponovat, že svět není dokonalý. Srovnání nedostatků a ideální situace má jen malou hodnotu, protože celou ekonomie a společnost ovládají nedostatky. V rámci tohoto pohledu nemá smysl určování v jakém rozsahu se kulturní sektor odchyluje od ideálních tržních, či politických podmínek. a v jak důležité šíři jsou všechny sektory ve společnosti. Užitečnější je přístup přímého srovnání sektorů mezi sebou. Pak vyvstane otázka, zda oblast kultury dostává méně či více oproti jiným oblastem a zda je tato podpora zužitkována většinou populace. Na první otázku je jednoduchá odpověď, kultura získává značnou podporu od státu, ale je malá ve srovnání

s dalšími oblastmi jako je zemědělství, vzdělávání, doprava nebo obrana. Druhou otázkou není možné přímo zodpovědět, alespoň tak dlouho, dokud se neshodneme, že tu není nic jako funkce kolektivního sociálního prospěchu., která nám umožní zhodnotit a srovnat výkonnost jednotlivých sektorů. Zatímco zhodnocení není možné uskutečnit empiricky platnou cestou, problém může být úspěšně nazírán z pohledu posunu při základní úrovni rozboru. Podpora oblasti státem musí být podrobena obecně uznávanému rozhodovacímu procesu. V demokracii musí být taková podpora schválena občany. V zastupitelské demokracii rozhodování musí být převzato řádně zvoleným parlamentem a vládou, ačkoli nejsou dokonalými institucemi. V demokracii s právem přímé účasti občanů, skrze referendum (jako v USA, Austrálii a Švýcarsku) je určeno hlasováním o různých problémech a odpovídající úrovni podpory umění.

Empirické výzkumy dokazují, že občané chtějí podporu umění dostatečnými dotacemi, když se rozhoduje v referendu. Obavy občas způsobují, že populace není schopná problémy spojené s kulturou posoudit, a proto odmítne podporu umění z veřejných prostředků, nehledajíce žádné ospravedlnění. V obou typech demokracie, musí, cokoli rozhodnuté v politickém procesu, brát v potaz uspokojení přání populace. Naproti tomu, když je demokratický princip porušen nebo, když je rozhodnutí prováděno autoritářskou nebo diktátorskou cestou, veřejná podpora umění (nebo i jiných sektorů) nerespektuje přání populace. V tomto případě, se podpora umění shoduje s tím co lidé z politického vedení považují za „umění“. Jedině při vysokých kulturních pravidlech (jako příklad rod Medici v Itálii) bude mít umění veřejně podporované trvalou hodnotu. V opačném případě, jen aktivity umělců, kteří tvoří zisk autoritářských pravidel, jsou podporovány.

Důležitá základní rozhodnutí týkající se veřejné podpory umění odkazují na to, zda bylo rozhodnutí učiněno centrálně nebo federálním systémem vládnutí. V druhém případě nejsou dodavatelé umění odkázáni jen na jednu autoritu, ale můžou vyzkoušet svoje nápady na několik veřejných dárců. To zvyšuje možnosti a podněty pro inovaci umění.

Podpora umělců (Hans Abbing) – kapitola 55

Podpora umělců je věcí výjimečnou či alespoň částečně zvláštní. Důležitou vlastností, která činí ekonomii umění odlišnou od ostatních oblastí ekonomie je to, co

Thorsby nazývá „záliba umělců v práci“. Když tvořivému umělci jako je skladatel, spisovatel nebo i tanečník a herec, poskytnete větší příjmy, nevyužije je ke zkrácení své pracovní doby, aby měl více volného času. Naopak prostředky použije, aby mohl tvořit déle. Evidentně v umění je užitek v podobě volného času vyrovnáván užitek z práce. Tato odlišnost má pro ekonomii umění dalekosáhlé důsledky. To znamená, že nízké průměrné příjmy umělců jsou podstatné a že podpora určená ke zvýšení příjmů může působit neúčinně a lehce se mohou stát kontraproduktivními. Ve stejné chvíli si můžeme položit otázku o smyslu nízkých příjmů a profesionálním statutu umělců. Jsou umělci tak silně znevýhodněni jak se zdá být? Nebo měla by být většina umělců brána za spokojené spotřebitele namísto ubohých tvůrců?

Umělci se můžou chovat rozdílně, ale nejsou žádní svatí

Záliba v práci u umělců může navozovat, že mají kvality světce. Při tvorbě „svatého“ umění, zapomínají na sebe, starají se jen o umění. Jestliže jediná cesta, jak dělat umění je přijmout mizernou druhou práci, aby si vydělal na živobytí a měl dost peněz právě na koupi barev nebo nájem ateliéru, nebude se muset meškat obsluhování v restauraci, pracovat jako noční poslíček nebo uklízet domy. Jakmile dostane nějaké peníze z podpory, od společníka či vydělá z umění, omezí svoji druhou práci namísto toho aby více času věnoval tvorbě. Proto jsou příjmy zábranou a nezpůsobují získání spotřebitelských statků, včetně více volného času. To je ve smyslu představy o donucení k přežití. (Thorsby 1994: Rengers and Madden, 2000)

Tenhle pohled nemusí znamenat, že umělci jsou nezištní při tvorbě, stále mohou hledat osobní uspokojení. Nicméně to vede k zesílení mytologizace umění a soucitu s nezištností umělců, kteří jsou neteční k vnějším odměnám. Bližší seznámení vede ke snížení mimořádného nazírání na umělce. Umělecká tvorba není tajemná samoodměňující aktivita, ale stejně jako u jiných profesí, umožňuje získat odměnu. A to nejen ve formě peněz nebo osobního uspokojení, ale také v podobě uznání, postavení a jiných nepeněžních odměn, které přichází ze strany ostatních lidí. Což je stejné jako u jiných pracovníků. Rozdíl mezi průměrným umělcem a jinými profesemi je proto ve věci postavení. Zdá se, že umělci více tíhnou k hledání nepeněžních odměn, jako uznání druhých a osobní uspokojení, než je tomu u ostatních profesí. Rychleji se zříkají peněz nebo, přesněji řečeno více tíhnou ke směně peněžních příjmů za nepeněžní.

Silné sklony k zřikání se peněz může být v dnešní době považováno za jedinečnou kvalitu umělce a přednost v moderní společnosti. Je však nutné říci, že umělci si tuto vlastnost nevybrali. Od rodičů až po akademie je jim vštěpována nepodstatnost peněz a důležitost uznání druhých. Tato vlastnost se tak stává součástí habitem (znakem podmíněným dědičností a přizpůsobením) umělce. (Abbing. 2000)

Trvale nízké hodinové příjmy způsobují, že umělci směřují k nepeněžním odměnám

Na základě průzkumu, Throsby (1994) a Rengers, Madden (2000) poskytující důkaz, že se umělci liší od průměrných odborníků. Dříve dokáží oželeť peněžní příjem výměnou za možnost více pracovat ve svém oboru.

Silný důkaz o širokém rozsahu mimořádného sklonu k výměně peněz za nepeněžní odměny je vedlejší. Na prvním místě je fakt, že v průměru si umělec tvorbou vydělá mnohem méně. Roční, a lépe hodinové, příjmy jsou nesrovnatelně nižší, sledováno na úrovni profesionálních umělců. Výzkumy ukázaly příjmové znevýhodnění umělců skrze jejich práci v porovnání s podobnými profesemi a to o 30%. V některých případech znevýhodnění bylo až 100% .(Například: 40% holandských umělců má nedostatečné příjmy včetně podpory, aby pokryli svoje náklady. Tudíž jejich znevýhodnění je více jak 100% (viz Meulenbeek, 2000). Co je zajímavé, že do umění vstupují stále noví tvůrci. Navzdory nízkým příjmům je umění očividně atraktivní. V druhé řadě umělci, více jak jiné profese, stále více nahrazují svoje příjmy čerpáním z jiných zdrojů, a to od partnerů, veřejnými příspěvky a také díky dalším zaměstnáním.

Skutečnost, že průměrný příjem v umění je nižší než v jiných profesích a že mají umělci často druhé zaměstnání, potvrzuje předpoklad, že průměrný umělec celkem silně tíhne k výměně peněžní za nepeněžní odměny. A proto nižší životní standard, který je blízko přežívání v nouzi. Doplňkové vysvětlení pro nízké příjmy může být dáno například velkým sklonem k vyhledávání rizika a víry, že to je součástí neuměleckých profesí. (Abbing 2002), což ale není celkem důležité. Nesprávné je však tvrzení, že je na vině víra, že budou moci bohatě sklízet odměnu v nepeněžní podobě, zvyšuje nízké příjmy.

Chudoba v umění je skladebním prvkem

Kvůli více než průměrnému sklonu jít za nepeněžní odměnou a v kombinaci s vírou, že umění může poskytnout spoustu této nepeněžní odměny, je umělecká oblast velmi atraktivní. Význam tohoto fenoménu je dalekosáhlý. Jestliže sklon i víra jsou silné,

způsobuje to zakořeňování chudoby do umění. Více peněz tekoucích do umění, ať z prodeje, darů, podpory nebo příspěvků, přitahuje více umělců a tím se nezvyšuje příjem. Postup je úplně stejný pro různé zdroje příjmů. My budeme mluvit o podpoře z veřejných zdrojů, kterou se stát snaží zvýšit příjmy pro umělce.

Prvně je třeba říci, že slovo „chudoba“ je tu bráno v určitém smyslu. To naznačuje, že průměrný hodinový příjem za uměleckou činnost je tak nízkým, že se tím není možné uživit (ačkoli díky jiným zdrojům příjmů se nedá mluvit o chudém umělci). Druhým protikladem obecného názoru je, že umělec nemusel být vždy chudý. Větší míra chudoby v umění začala až ve 20. století a byla více vidět až v druhé polovině století. Zdá se, že mýty o umění a s tím spojenými sklony umělců, se změnili na počátku 20. století (a mohou se znovu změnit). Základ chudoby může být i v současnosti, a změna může přijít dřív nebo později. Třetím prvkem, zvyšující neutěšené ekonomické podmínky umělců, byla na vrcholu v rychle rostoucí poválečné snaze o podporu umělců v pevninské Evropě. také tento motiv není v dnešní době zdůrazňován tak jako předtím, ačkoli v pozadí, je stále důležitým. Dáno sociální politikou, sociální státy nemohly dovolit, aby se jedna skupina odborníků měla v průměru o tolik nižší standard než měly srovnatelné profese.

Aby byl doložen mechanismus, že více peněz vede k většímu počtu umělců, uvedu příklad z vlastní zkušenosti umělce. Před 10 lety jsem obdržel grant od holandské vlády pro takzvané „pokrokové umělce“. V tom okamžiku se moje pracovní hodnoty, použiji-li Throsbyho frázi, začaly dělat svoje. Rozhodl jsem se ukončit „ztrátu času“ portréty na prodej, což pro mě byla podřadná práce částečně spojená s uměním. Nicméně navzdory celkem velké podpoře, moje příjmy nerostly. Navíc jsem přišel o malé místo v obchodě s portréty, které bylo přímo či nepřímo zabráno nově příchozím. Nakonec podpora vedla jen k většímu počtu umělců. To je to co může jednotlivec očekávat v tak atraktivním sektoru. A to atraktivním ne pro peníze, ale pro příslib osobního uspokojení, uznání, postavení a další nepeněžní odměny.

Protože se díky dotacím zvýšilo procento umělců, zvedlo se tak i procento chudoby mezi umělci. Tento mechanismus může fungovat pouze pokud jde podpora skutečně úspěšným umělcům, kteří nevytvoří mezery, které mohou být zaplněny větším počtem nově příchozích. Proto alespoň v krátkém horizontu dotace a nákup státem (a jinými) jenž přímo a nepřímo vedou primárně k úspěšným umělcům může znamenat částečné zvýšení příjmů. (Nicméně střední výše příjmů zůstane stejná jako předtím, a proto se chudoba nezmění). Z toho vyplývá, že ne každá podpora má vliv na počty a příjmy. Například, snížení daní pro nakupující umělecká díla má menší dopad na počty

než systém zvláštních sociálních dávek pro chudé umělce. Avšak dáno velkou atraktivitou umění, je sporné, zda je více rozdílů při delších horizontu. Na jednu i druhou stranu, více peněz, které prosáknou, zvýší množství spíš než průměrné příjmy.

Dotace zvyšují množství a chudobu

Předpoklad, že dotace vedou k zvětšení počtu umělců by mohl být vyzkoušen tvrdým srovnáváním zemi s odlišným přístupem k dotacím. Když je podpora umění celkem bohatá, počet umělců na 100 000 obyvatel by měl být větší než v tam, kde je podpory méně. Nicméně neexistují data dovolující takové srovnávání. Náhodná pozorování, i když jsou nejistá, můžou být smysluplnější než závěry z nevhodných statistik. Například, několik pozorovatelů by nesouhlasilo, že je více výtvarných umělců na jednotlivce v Holandsku, s relativně velkou mírou podpory, než v USA, kde je tomu naopak. Předpoklad může být také zkoumán srovnáváním jevu v různých časových obdobích v jedné zemi. Jestliže úroveň podpory prochází spíše náhlými změnami, mělo by se měnit i množství umělců. Také v případě změny definice kdo je umělec a nepřiměřenými metodami je zabráněno návrhu přímých závěrů.

Proběhly dvě hlavní změny v dotování výtvarných umělců v Holandsku a celkem jistě byly provázeny velkými změnami množství umělců (Abbing, 2002). První v roce 1949, dobře známá *Beeliend Kunstenaars Regeling* (Visual Art Scheme), byla zavedena pro ty profesionální výtvarné umělce, kteří vydělávali méně než byl minimální příjem. Bylo jim dovoleno prodávat svoje díla místním úřadům, aby byly doplněny jejich příjmy. Když jejich díla splňovala jistá, spíše nízká, kritéria kvality, místní úřady byly povinny nabídnout odkoupení díla. Mezi lety 1949 až 1983 výrazně vzrostl počet umělců využívající tento projekt, navíc v této době ročně vzrůstal počet studentů na uměleckých akademiích a to mnohem rychleji než v ostatních uměleckých kurzech. a dalších odborných školách. Postupným rušením projektu mezi lety 1983-1983, který se stal příliš drahým, zastupuje druhé období. Roční růst v počtu studentů výtvarného umění klesl pod průměrnou úroveň. A v následujících deseti letech mnoho dalších umělců původně podílejících se na projektu, zanechalo umění.

V současnosti je v Holandsku nový program, *Wet Inkomensvoorziening Kunstenaars* (Zákon o provizích z příjmu umělců), který byl ustanoven pro všechny umělce s nízkými příjmy, kteří by jinak potřebovali sociální dávky. Umělci, kteří jsou ve špatné finanční situaci a dostávají, nebo mají nárok dostávat sociální dávky, mohou po několik let získávat zvláštní WIK dávky, zatímco stále budou schopni vydělávat si

uměním a bez povinnosti ucházet se o jinou práci. Dle údajů z prvního roku projektu, 1999, se to ukázalo být mnohem atraktivnější než pro jaké množství se očekávalo. Umělci toho využívají nejen jako sociální dávky, ale jako druhého zaměstnání, aby mohli více času věnovat tvorbě. Čímž tento projekt také omezuje zvyšování množství umělců.

Matoucí informace, vedoucí k nevyrovnané chudobě.

Stát si evidentně myslí, že finanční chudoba mezi umělci je špatná věc, kterou je třeba napravit. A umělci to přirozeně vítají a často i požadují podporu ze strany státu. Ale vede se umělcům opravdu špatně? Odpověď na to závisí na rozdílu mezi nahraditelnou a nenahraditelnou chudobou. Jestliže dobře obeznámený umělec vymění finanční odměnu za nepeněžní odměnu, je tím finanční odměna nahrazena. Zahrneme-li do výsledku ostatní formy příjmů, nevzniká tu žádná škoda. Ale jestliže umělec je hůře informovaný než ostatní o svých možnostech získat nepeněžní odměnu, pak jde o nenahrazenou škodu příjmů nebo jen částečně nahrazenou škodu a tím pádem chudoba je skutečná.

Kvůli silné mytologizaci umění souhlasíme, že chudoba není úplně nadhazována. Skrze matoucí informace musí být část chudoby skutečná, ale je těžké říci, jak rozsáhlá tato část je. Z toho důvodu se u ekonomů více mluví o nadměrné chudobě umění a umělců. (Menger, 1999; Towse, 2001). Když by byla chudoba plně kompenzována, pojem nadměrný by byl neznámý, ne-li neoprávněný, bez ohledu na počet umělců a množství existujícího vytvořeného umění.

Nicméně je tu malá, ale rozrůstající se oblast v umění, ve které je možné chudobu plně kompenzovat. Například je tu rostoucí skupina umělců, kteří si drží zajímavá četná zaměstnání. Jejich umělecká i neumělecká zaměstnání jsou potěšením a dobře placena. I kdyby měli možnost se plně věnovat umění, nechtěli by to. Evidentně jejich ochota měnit peněžní odměnu za nepeněžní je menší než u průměrných umělců. Navíc jsou asi celkem dobře informováni.

V případě vícenásobně zaměstnaných, je hranice mezi amatérským a profesionálním umělcem ne vždy zřejmá. To mě přivádí k poslední poznámce, která dává chudobu v umění zase do jiného úhlu pohledu. V ekonomii, výrobce vydělává peníze, zatímco spotřebitel je utrácí. Použijeme-li toto rozlišení umění, všichni umělci neschopní žít se uměním, a proto musí za svoje aktivity peníze utrácet, se počítají do spotřebitelů. Čímž utrácí peníze za koníček a ne jako výrobce. Velká skupina umělců by tak měla být přesunuta z kategorie profesionálního umění a náhle by figurující příjmy byly značně vyšší. Přeměnil by se chudý a nuzný umělec ve šťastného amatéra. Jestliže si něco málo

svým koníčkem vydělá, je to jako dárek: chudoba neexistuje. Nicméně finanční problémy spojené s uměním nemůžou být řešeny tak jednoduše. Rozdíl mezi profesionálním a amatérským uměním není záležitostí učebnicové definice. Rozdíl je vytvořen společensky. To záleží na velkém počtu proměnných, které se pomalu mění v průběhu času a v současné ekonomii umění jsou proměnné jako příjmy celkem nedůležité. Proto výše uvedený účetní trik nefunguje.

Shrnutí

Moderní státy se starají o dobré zajištění svých umělců. V moderním veřejném státě nesmí žádná skupina zůstat opomíjena, nejméně všichni umělci, tvůrci „posvátného“ umění. Nicméně můžeme argumentovat, že podpora je kontraproduktivní, zvyšuje chudobu, protože se díky podpoře rozšiřuje počet umělců a tudíž víc z nich je chudých. Jediný způsob jak snížit chudobu je odradit další, aby se stávali umělci. A to dvěma cestami: dostatečnou informovaností, aby se popřelo mytologické umění a omezením podpory. V dnešní době státy pevninské Evropy nejsou schopny přijmout obě strategie. Mají totiž zájem na mytologizaci umění a stejně tak zájem být zapojeni do umění

Hodnota kultury (Arjo Klamer) – kapitola 59

V první řadě, hodnota kultury představuje předmět zkoumání v oblasti ekonomie kultury. Protože oba pojmy „ hodnota“ i „kultura“ mají různé významy, téma Hodnota kultury má různé interpretace a vykazuje alespoň čtyři odlišné roviny bádání.

„Hodnota“ může odkazovat na „ekonomickou hodnotu“ a kultura na „ vysokou kulturu“ nebo „umění“. V tomto pojetí může výzkumný program zahrnovat zkoumání umění v tématech jako návratnost investic do uměleckých předmětů, ekonomii kulturního dědictví, pružnost poptávky po kulturních statcích, ekonomický dopad státních dotací do umění, atd. tato linie je obvykle ekonomy využívána při přístupu ke světu umění.

V druhém případě může hodnota odkazovat na hodnotu ve společenském a kulturním smyslu. Vliv na kulturu jako umění a zkoumání obracející se na jiné hodnoty, které může umění mít odděleně od ekonomických jednotek. Něco jako pomník vyvolávající národní cítění a identitu, socha Mondriana pro Holanďany a Elgin Marbles (mramor) pro starověké Řecko. Společenská hodnota hraje roli například při argumentech

pro dotační podporu umění. Může pozitivně působit při snaze o začlenění menšin, má vzdělávací charakter a je dobré pro osobní rozvoj. Nehledě na takové společenské hodnoty jaké může mít estetika, posvátná nebo duchovní hodnota. (viz. Throsby, 2001) Tyto linie zkoumání mohou vést k objevům fenoménu hodnoty a jejich mnoha projevů. To může být antropologického charakteru, např. jak hodnota funguje v různých prostředích, nebo etnografického, např. jak umělec, majitelé galerií, ředitelé divadel a herci chápou svoje hodnoty a jsou jimi vedeni při činnosti. A také charakteru pojmového, např. různé významy hodnot a jejich vzájemné působení, atd.

Nehledě na tázání se sama sebe na hodnotové funkce umění a jak se badatelé mohou ptát sami sebe na hodnoty, jak se staly, kterými způsoby jsou uskutečňovány, potvrzovány a hodnoceny. Hodnota specifických jednotek kulturního dědictví, například, není hned zřejmá každému. Proč chránit staré budovy, když nové budou mnohem užitečnější a z ekonomického hlediska výnosnější? Důležité hodnoty starých budov nemohou být zjištěny v tržním prostředí, protože potom developéři a obchodníci vítězí při sledování jiných cílů než je ochrana kulturního dědictví. Ochrana hodnot starých budov proto možná vyžaduje jiné souvislosti jako státní byrokracii, ve které expert na kulturní dědictví musí říci důvody pro výhodnost ochrany kulturního dědictví. Stejně se na tomto procesu může podílet i nějaká nezisková organizace.

Za třetí, kultura může mít také svůj antropologický význam a potom odkazovat na sdílené hodnoty, příběhy a úsilí, které odlišuje jednu skupinu lidí od druhých. (myšlení komunity, organizace, etnické skupiny, národa nebo kontinentu). Ekonomická hodnoty kultury by byl ekonomický přínos, který tyto sdílené kultury formuje. Jak trefně podotýká sociolog Max Weber: kultura kalvinismu možná přinesla vzestup kapitalismu a ekonomického růstu, který přišel s ním. Jednotlivé kultury mohou rozvíjet ekonomický růst a nebo mu bránit. Kultura nedůvěry může vážně bránit tržním procesům. Kultura shody, jaká existuje v Japonsku a Nizozemí, může tlumit podnikavost, ale také může být zodpovědná za stabilitu v době krize.

Vedlejší otázkou je jak umění působí na kulturu, nebo s ní souvisí. Výchozí předpoklad mnoha kulturních politik je státní podpora umění nebo kreativní průmysl potřebuje rozvoj kultury národní. Proto Francouzi chtějí chránit svůj filmový průmysl skrze zabezpečení francouzské kultury proti amerikanizaci skrze dominanci amerických filmů. Evropská komise brání evropskou kulturu rozvojem evropské identity. Ve skutečnosti nevíme jak toto spojení funguje. Další postupy mohou být stejné a možná i víc důležité při vytváření kulturní identit. Například sporty mohou hrát tyto role, stejně jako

monarchie nebo zpravodajství, které skupina sdílí. Dokonce Belgičané a Holanďané žijící tak blízko u sebe fandí odlišným týmům, mají svoje vlastní království, se svojí vlastní slovesností a dramaty, mají svoje vlastní zpravodajství, vlastní denní tisk a televizní stanice. Jak dokázalo umění, mající sklon překračovat hranice, napomoci odlišit Holanďany od Belgičanů není jasné. Překřížení herců a režisérů je jednoduché a Holanďané a Belgičané mají rádi literaturu těch druhých.. Je Rubens.Belgičan? Koho to zajímá?

Ekonomická důležitost kultury je argumentem, se kterým se můžeme často setkat v literatuře o organizacích a managementu. Společná kultura je považována za faktor, se kterým je třeba počítat při výkonu společnosti. Zase je možné zmínit, že investice do umění (myšleno obrazy na zdi, umělecké sbírky, sponzorování kulturních událostí) přináší plodnou kulturu.

Čtvrtá, nejvíce bohatá, interpretace hodnoty a kultury by nás měla vést ke zvážení všech předchozích pohledů plus některých dalších. Kultura může znamenat oboje, umění i kulturu, v antropologickém smyslu, pojem hodnota zahrnuje ekonomickou stejně jako společenskou a kulturní hodnotu. Bádání se těmito poznatky nechává vést k odchylce od tradičního ekonomického výzkumu. Spíše než použití ekonomických nástrojů na fenomén světa umění, by si badatelé měli vzít podněty z jednotlivostí uměleckého světa a rozvíjet odlišný pohled na jiné ekonomické fenomény jako výsledku. Uvedu několik příkladů.

Pozorujeme širokou nedůvěru vedoucí k tržním transakcím ve světě umění. Jsou tu umělci, kteří neradi prodávají svoje díla nejvyšším dražitelům, dávají přednost svěřit to někomu, kdo se o to postará. Oceňování uměleckých děl je obvykle složitý proces, který zdá se vyjadřuje víc než hledání tržní rovnováhy (viz Velthuis,2002). Dokonce když kulturní instituce dělají víc ve smyslu marketingu a managementu, uvažování umělců má tendence vytěšňovat ekonomické jednotky. Umělečtí kritici, historici, ale také tvůrci politici a státní zaměstnanci směřují důraz na kulturní a společenské hodnoty skrze ekonomické jednotky. Ekonomové tíhnou k nazírání na problém ve smyslu našeho prvního bodu. (ekonomie umění). Bu odmítat tento odpor jako nepodstatný pro výzkum a budou ukazovat, že ekonomické faktory přežívají všude. V rámci druhého pohledu budete překvapeni jak je ona nedůvěra v trh v oblasti umění výrazná. Proč se sponzoři straní a pro je stanovení ceny umění složitá a citlivá záležitost. Je možné, že nedůvěra slouží jako úmysl?

Hans Abbing (2002) zdůrazňoval rozdělení povahy světa umění. Zatímco podporování nezištnou horlivostí uměleckých ideálů, budou umělci dychtivě využívat

finančních výnosů za své úsilí. Majitelé galerií si osvojí postoj umělců ve svých galeriích, budou se vyvarovávat poukazování na možné obchodní transakce – a tak žádné peněžní záznamy a žádné čtečky kreditních karet nebudou vidět. Kulturní obchodníci jsou úspěšní jen když zvládají obojí rétoriku umění s důrazem na kulturní stránku a rétoriku tržní, která volá po znalosti úměrných cen, nákupní síle, marketingu, propagaci a zajištění financí.

Smysle kterým Abbing pohlíží na svět umění může být způsobem, kterou budou hodnoty kultury naplněny. Trh nutí měření ve smyslu ceny. Takové hodnocení, ale zdá se snižuje jisté statky jako je láska, přátelství, politickou volbu, náboženství, vědeckou práci, etické principy a v určitém rozsahu i umění. Znamením toho je, že lidé takové statky dotují. Tak jako ekonomové poukazují, že žádná věc není bez ceny, tedy získána bez výdaje. Zamilovanost může být nákladná věc a mravní charakter se může také hodně prodražit. Lidé ze široka obchází přímé tržní transakce a raději využívají darů nebo grantů od vládních a nevládních organizací. Lidé dávají krev, dobrovolníci svůj čas muzeím a velkoryse obdarovávají církve a kulturní instituce. Důvodem je, že dary volají po společenském a kulturním prostředí, které povzbuzuje vytváření sociálních a kulturních hodnot. Dobrovolnictvím lidé uspokojují svoje potřeby dělat něco správného; darováním vyjadřují uznání aktivitám, které by nemohly fungovat v tržním prostředí.

Vyhnout se přímému měření může také podpora vnitřní motivace. (viz. Frey, 1997) Zavedení přímé platby za umělecký výkon vede k nebezpečí, že tvůrce bude účinkovat s cílem vzrůstajících odměn, jako jediným očekáváním na trhu. Odměna se stane vnější motivací a to vytlačí motivaci vnitřní, která zajišťuje tvoření z uměleckého důvodu nebo proto, že je to považováno za správné. Následně, když je vnitřní motivace rozhodující, lidé budou hledat nepřímé cesty pro finanční zajištění aktivit. (Jen popřemýšlejte jak se změní motivace učitele, jestliže bude placen za každou třídu a nebo za každého studenta, který ukončí školu, namísto paušální částky).

Přesně tak, ne všechna umění jsou financována nepřímou cestou. Umělecká díla jsou prodávána na aukcích, galerijních seznamech, a někteří umělci nemají výčitek při prodeji svých děl za vysoké ceny. Zlatý věk Holandska je svědkem oživení trhu s uměním. Rembrandt provozoval ateliér a vytvářel díla na prodej. Peter Breughel de Jonge měl malý podnik, který vyráběl kopie obrazů jeho slavného otce. Očividně některé umění je zpeněžitelné. Možné vysvětlení je, že některé umění má tržní rysy jaké platí u investičních statků nebo statků společenského postavení. Jako takové má umění hodnotu,

kteřá není tak zranitelná a může být oceňována a prodána bez ustupování z důležitých kulturních hodnot.

Nehledě na vysvětlení důležitosti způsobu financování umění, třetí a čtvrtý úhel pohledu, který používá širokého, antropologického významu hodnoty a kultury, má význam pro oprávněnost kulturní politiky. Kdežto obecný smysl kulturní politiky vyvolává ekonomickou hodnotu kultury (myšleno příjmy z vytvořeného a vzrůstajícího turismu a zájem pro podnikatelskou činnost ve městě) nebo společenskou hodnotu (vzdělávání, začlenění menšin, nízké hranice pro lidi s nízkými příjmy). Můžeme říci, že kultura má hodnotu v sobě i ze sebe samotné. Dokonce je možné říci, že všechny ekonomické aktivity slouží ke zvýšení kulturního kapitálu společnosti, stejně tak města či země. Kulturní kapitál města je to, co ho dělá inspirativním k životu nebo návštěvě. Jedno město má více kulturního kapitálu než jiné. Paříž, Amsterdam a New York musí z toho mít značný zisk, s ohledem na množství návštěvníků. Hodnota kultury se pracně rozvíjí. A to tak daleko, že slouží k rozšíření výzkumů vztahů mezi ekonomikou a kulturou