

PROF. DR. BOGOMIR KOVAČ
EKONOMSKA FAKULTETA
LJUBLJANA

KULTURA IN GOSPODARSKI RAZVOJ

1. KULTURA KOT POTROŠNA DOBRINA IN TRG KOT SREDSTVO SODOBNEGA KULTURNEGA ŽIVLJENJA

Začnimo z nekaj splošnimi tezami in nekakšnim uvodom v ekonomsko filozofijo kulture. Navidezno ekonomija in kultura pripadata ločenim sferam človeškega delovanja, tako v akademskem smislu kot tudi v vsakdanjem načinu življenja. Toda zgodovina nam nasprotno razkriva nekaj prodornih obdobij, ko je ekonomski razvoj pospeševal kulturno emancipacijo (antična Grčija, rimsko cesarstvo, Firence, Rotterdam in Antwerpen...) in ko je kulturni razcvet na drugi strani omogočal gospodarski razvoj. Ali lahko oboje tudi razložimo? Zamislimo si, da sta ekonomija in kultura realni osebi. Ekonomija je poosebljanje moške racionalnosti, z običajnim presežkom kilogramov, nekakšno lovsko agresivnostjo, toda hkrati ranljivo hipohondrijo, da je nihče prav ne razume. Kultura je na drugi strani tipična ženska figura. Bistra je in nepredvidljiva, spletkarska in hkrati šibka v svoji pojavnosti in delovanju. Toda kljub vedno večji emancipaciji še vedno prikrito priznava varnost moškega sveta. Je med njima sploh mogoča kakšna očarljiva romanca, ali pa sta obsojena na vznemirljivi dramolet, ki se v zgodovini vedno znova in znova spleta med njima?

Tradicionalna shizma med ekonomijo in kulturo je bila spočeta v nedrjih moderne, slovite tradicije razsvetljenstva, romantike, humanističnega univerzalizma in industrijskega funkcionalizma. Ekonomija je poosebljala tržno gospodarstvo in zasebne interese, kultura pa je vse bolj pristajala v državnih modelih financiranja in javnih interesov. Šele postmoderna ali druga moderna (kot »kulturna kriza poznega kapitalizma«, Jaspers) je v drugi polovici XX. stoletja začela brisati tudi tradicionalno nasprotje med ekonomijo in kulturo. Svet množične potrošnje in komunikacijskih spletov združuje ekonomijo in kulturo na ravni čistega umetniškega užitka, industrijskega oblikovanja in vizualnih komunikacij. Kultura se v ožjem smislu vse bolj komercializira, ker je družbena stvarnost estetsko že oblikovana kot ekonomska potrošniška družba. Družba je dejansko že fetišizirana, postavljena v univerzalno blagovno formo, kot bi dejali marksisti in erotizirana, vtisnjena v užitek, sliko, simulacijo spektakla, kot bi trdili sodobni postmodernisti.

Za postmodernizem je značilen predvsem »princip učinkovitosti«. In v tem ni nobene razlike med filozofijo Foucaulta in poslovno filozofijo Microsofta, med diskurzivnimi teoretiki kulture in menedžerskimi pristopi korporacij. Oboji niso zavezani resnici temveč predvsem učinkovitosti, pri obeh namesto razuma postaja vse bolj odločilno razumevanje in uporaba njihove moči. Velika razpršenost sodobne kulture in umetniških praks so nekateri dojemali kot izgubljenost brezpotij, drugi kot novo svobodo in ustvarjalnost. Sodobna umetniška praksa je ukinila hegemonijo visoke kulture, totalizirajočih interpretacij in visokih refleksij. Kultura je postala del množične proizvodnje in potrošnje, postala je blago in izgubila je del stare imperialne vzvišene navlake.

Postmodernizem je kljub nenehnem eksperimentiranju in cinizmu vendarle potrdil najpomembnejšo sporočilo, da je preprosto napočil trenutek, ko lahko opustimo prostor jalove delitve med ekonomijo in kulturo, politiko in umetnostjo, med ideologijo in estetikom. Ne gre zato, da se njihova protislovja ukinjajo. Nasprotno, vse skupaj postaja povsem običajna presečišče vsakdanjega življenja. Poglejte visoko umetnost, ki se je v soočenju s trgom preprosto odrekla resne obravnave. Nastopa predvsem z marketinškimi triki čutnega obvladovanja množic prek trženja kulture, promocije umetnosti, finančnega obvladovanja javnosti. Kultura in umetnost veljata danes toliko, kolikor sta se sposobni tržiti in povzročati neznanski hrup okrog pomembnih kulturnih prireditvev in predstav. Prav trženjski zasuk je zame dokočni dokaz o sodobnem prekrivanju ekonomije in kulture.

Kultura je v tržni družbi torej blago in kapital. Toda pot med obema poloma ni preprosta. Kulturo kot blago običajno uporabljamo kot javno dobrino, s kulturo kot kapitalom gospodarimo kot z zasebnimi sredstvi. Na drugi strani ima kultura kot predmet trženja in množične potrošnje na trgu svojo vrednost in ceno. Toda kulture kot javne dobrine ni mogoče tržno vrednotiti na preprost način. Pogosto je tržna izbira na področju kulture ali neracionalna in celo nedemokratična. Ta neuspeh trga na kulturnem področju nas zato preprosto

vodi do države, ki naj bi popravila tržne pomanjkljivosti. Tako sta državni in tržni model kulture dejansko dva obraza istega boga Janusa. UNESCO zagovarja idejo, da kulturnih dobrin, kulturne produkcije in potrošnje, kulturnega trga in vrednotenja ne moremo obravnavati kot običajna tržna razmerja. Povezati jih moramo z državo. Država lahko na kulturnem področju intervenira na različne načine (subvencije, javna lastnina, investicije, davčne koncesije, izobraževanje...), pri čemer razume, vrednoti in v določeni meri brani kulturo kot javno dobrino. Takšen intervencionizem preprosto pomeni, da država subvencionira kulturo, ker večina volivcev podpira kulturo in je s tega vidika njena javna politika še najbližje individualnim preferencam ljudi. Na drugi strani pa lahko kulturne subvencije razložimo tudi s pomočjo potegovanja za rento v kulturnih organizacijah ali pa pri posameznikih, pri čemer za njimi stoji povsem zasebni interes in racionalna preračunljivost.

Sklep je torej preprost. Kulturna razmerja regulirajo trije koordinacijski mehanizmi: tržni sistem, državni intervencionizem in partnerska razmerja. Nobeden ne more delovati brez drugega. Trg ne rešuje problemov, podobno velja za državo, zato bo v prihodnosti največ pozornosti namenjeno njenemu partnerskemu delovanju. Razmerje med kulturo in ekonomijo se je v XX. stoletju dodobra prevesilo na stran državnega modela. Birokratizacija javnih dobrin in javnega sektorja, kamor sodijo v veliki meri tudi kultura in večina njenih institucij, je temeljni trend v zadnjih desetletjih. Država je v XX. stoletju preprosto dobila hkrati vlogo institucije, ki zagotavlja legitimno uporabo moči in vlogo organizacije, ki je posegala na kulturno področje in povsem izrinila trg, podjetniški sektor in civilno družbo. Rešitev pa je v večji vlogi trga, ki ga v povezavi z državo ponuja prav model partnerstva.

2. ZGODOVINSKO SPOROČILO KULTURNEGA RAZCVETA IN GOSPODARSKEGA RAZVOJA V OBDOBJU RENESANSE

Zgodovina je natrosila zgolj nekaj prodornih obdobj, ko je ekonomski razvoj pospeševal kulturno emancipacijo, ali pa sta vsaj drug drugega nedoločno podpirala. Tako je bilo v antični Grčiji in kasneje v slavnem vzponu rimskega cesarstva. Renesančno obdobje italijanskih mest v XV. stoletju je veljalo za domala šolski zgled njune povezanosti, nenavadno zlato holandsko obdobje v XVII. stoletju je te zakonitosti samo potrjevalo. Vzpon industrializma in nacionalnih držav je kasneje povzročil vzporedno širjenje množične potrošnje ekonomskih in kulturnih dobrin.

Renesančna italijanska mesta v XVI. stoletju svojim stavbarstvom, arhitekturo in slikarstvom, pa elizabetijanski gledališki grozd na južnem bregu Temze konec XVI. stoletja in holandsko slikarstvo v XVII. stoletju so izvrsten zgodovinski primer te nenavadne trojnosti. Vsi so bili tedaj na vrhuncu gospodarske moči in kulturne ustvarjalnosti, kultura in gospodarski razvoj sta tvorila ustvarjalni grozde, ki so primerljivi s sodobnimi dognanji horizontalnih konkurenčnih spodbud pri razvoju podjetniških regij. Povsod je odločujočo vlogo odigral trg kulturnih dobrin in preplet finančnega, intelektualnega in kulturnega kapitala. Povpraševanje po umetniških delih se je napajalo s finančnimi presežki trgovine in razvite obrti, mecenstvo bogatih meščanov in klera pa je bila ključna oblika financiranja kulturne produkcije.

Ponudbo umetniških del so na drugi strani oblikovale organizirane skupine ljudi, prave umetniške obrtne šole in elitne akademije, ki so določale pravila igre v tedanjih kulturnih dejavnostih. Tako da so bili vrhunski umetniki, kot na primer Michelangelo v Firencah v XVI. stoletju ali Rembrandt v Amsterdamu v XVII. stoletju, vrh ledene gore organiziranega umetniškega trga delovne sile. Obrtniške gilde so regulirale trg, certificirale umetniško produkcijo in izobrazbo, določale cene umetnin in plačilo umetnikom in le redkim je uspelo sklepati ločene umetniške pogodbe. Umetniški trg je deloval v vseh smereh, čeprav na organiziran podjetniški način in pogosto zamejen z osebno politično močjo kraljev, papežev, kardinalov in mestnih veljakov. Toda vedno bolj ga je pri financiranju umetnosti poganjal zasebni, korporativni finančni kapital.

V antverpenski umetniški akademiji, ustanovljeni 1663, je na stropu glavne dvorane velika freska s pomenljivim naslovom: »Kako trgovina in industrija promovirata razcvet umetnosti.« Štiri londonska gledališča, Rose, Swan, Hope in Shakespearov Globe so pomenila prvovrstne podjetniške projekte in prav izjemne Shakespearove menedžerske sposobnosti veljajo še danes za najbolj trden dokaz njegove skrivnostne identitete, iz katere so kasneje ustvarili prvovrsten kulturni mit sodobnega časa. Gospodarski razcvet je potemtakem temeljil na kulturnem razvoju, oboje je poganjal organiziran kulturni trg, podjetniška smelost umetnikov in prevladujoči zasebni viri financiranja. Očarljiv renesančni duh gospodarskega in

umetniškega razvoja je torej temeljil na tržnem in podjetniškem modelu kulture, ki ga je ozadju podpirala benoalentnost vladarjev oziroma države. Seveda ne smemo pozabiti na relativno stabilno rast plač v XIV. stoletju in stabilnost cen, ki je temeljila na zlatem florintu in renesančnem monetarnem sistemu. Oboje je omogočilo visoko agregatno povpraševanje po luksuznih dobrinah, med katerimi so posebej cenili prav umetnosti, ki so bile povezane z gradbeništvom kot nosilno dejavnostjo renesanse.

Renesansa je dejanska našla nekakšen recept, kako povezati kulturni in gospodarski razvoj. Gradbeništvo je postala ključna razvojna panoga, ki je združila podjetnost, duhovni razvoj in razvoj posameznika. Umetniški razvoj je bil tesno povezan s tehnološkim razvojem in oboje je postalo del produkcijske dejavnosti in gospodarskega razvoja. Kasneje se je ta sled v veliki meri izgubila. Angleška industrijska revolucija je namreč večjo pozornost posvečala tehnološki inovativnosti kot pa umetniškemu razvoju in zato je gospodarsko rast dejansko spremljala kulturna recesija. Duhovnost in umetnost sta tako pričeli zaostajati za gospodarskim razvojem in zadnjih 250 let je zato izzvenelo kot kulturna in vrednostna dekadenca. Šele druga polovica XX. stoletja je v shizmi trga in države in postmoderne refleksije ponovno skušala redefinirati položaj kulture in ekonomije. Toda ali smo doumeli zgodbo »Rinascimenta«, preporoda?

3. KULTURA KOT OBLIKA JAVNO ZASEBNEGA PARTNERSTVA V SLOVENIJI

Kakšen je nauk zgodovinske renesančne zgodbe, če vemo, da se je v XX. stoletju razmerje med kulturo in družbo dodobra prevesilo na stran državnega modela. Birokratizacija javnih dobrin in javnega sektorja, kamor sodijo v veliki meri tudi kultura in večina njenih institucij, je temeljni trend v zadnjih treh desetletjih. Toda takšno razraščanje države je ekonomsko neracionalno in socialno škodljivo. Od tod ideje o deregulaciji, decentralizaciji in privatizaciji države kot organizacije, ki so pomembne tudi na kulturnem področju. Postmoderna država mora za politično legitimnost skrbeti predvsem z izvajanjem svojih politik, ne da bi pri tem upravljala organizacije, ki jih lahko prepusti tržni regulaciji in podjetniškemu sektorju.

Toda podjetizacija in socializacija države ne predstavljata nove politično ekonomske vizije EU, ki se očitno ni ničesar naučila iz svoje častitljive zgodovine. EU je v devetdesetih letih namreč predvsem politično ekonomski proces, ki je povsem zanemaril razvoj skupne evropske kulturne identitete, ki bo na kraju odločilno vplivala na uspešnost celotnega projekta. Temeljna ovira pa je zagotovo prevladujoč državni model kulture v evropskih državah in pomanjkljiv razvoj tržnih in podjetniških mehanizmov na regionalnih temeljih (»Evropa regij« namesto »Evrope držav«).

Dilema med trgom in državo se lahko razreši s pomočjo njunega partnerstva. Koncept novega javnega menedžmenta (PPP – private public partnership) pomeni:

- da se država najprej iz lastnika in nekakšnega producenta kulturnih programov prelevila v naročnika kulturnih programov z jasnimi pogodbenimi obveznostmi,
- da se kulturne institucije pojavijo kot javne, zasebne ali mešane lastninske institucije z jasnim upravljanjem, profesionalnim menedžmentom in modernimi sistemi obvladovanja stroškov in trženja.

Rešitev je torej postavitev modela partnerstva med državo in avtonomnimi kulturnimi institucijami. To pomeni, da se razvit trg in trdna država dejansko dopolnjujeta. Trg zagotavlja večjo učinkovitost in prilagodljivost glede na potrebe in zahteve kulturnega trga in podjetništva. Država na drugi strani zagotavlja socialno pravičnost in večjo enakopravnost pri dostopih do kulturnih dobrin. Država pa bi morala z davčno reformo spodbuditi postopen prehod od proračunskega financiranja kulture na bolj neposredno financiranje zasebnikov in podjetij v obliki mecenstva, donacij in tržne prodaje storitev.

V Sloveniji smo v obdobju socializma in postsocialistične tranzicije ohranili prevladujoč državni model kulturne reprodukcije. Ta vključuje prevladujočo državno lastnino večine javnih kulturnih institucij, proračunsko financiranje in odločujočo vlogo državne kulturne politike pri presoji in usmerjanju kulturnih programov države. Korenine državnega modela kulture tičijo v tradicionalni instrumentalizaciji kulture, ki jo je politika v socializmu izrabila za ustvarjanje notranje legitimnosti režima. V devetdesetih letih pa je kultura postala konstitutivni element nacionalne identitete nove države.

Toda politično ekonomski problem razmerja med kulturo, državo in trgom je ostal nespremenjen. Temeljni politični problem je razdržavljanje kulture in decentralizacija njenega financiranja. Temeljni ekonomski problem pa je krepitev kulturnega trga, podjetništva in partnerstva. V Sloveniji imamo visoko regulacijo javnega sektorja in nosilnih kulturnih zavodov. Ohranil se je tudi nekakšen »samoupravno družbeni model« razumevanja kulture. Država zagotavlja stabilnost financiranja kulturnih institucij in njihovega poslovanja. Javne kulturne institucije pa samostojno odločajo o svoji poslovni politiki in prevzemajo strokovna tveganja.

Napaka je dvojna. Na eni strani se izgublja ekonomska povezanost med financiranjem in odločanjem, saj država financira, kulturne institucije pa odločajo o poslovanju. To pa zmanjšuje odgovornost za učinkovito poslovanje in pomeni klasičen primer ekonomsko neracionalnega korporativnega vodenja. Na drugi strani pa je višja stopnja regulacije in birokratizacije upravljanja v nasprotju s kreativno umetniško dejavnostjo, ki je po vsebini mnogo bližja tržnim zahtevam porabnikov kulturnih dobrin in podjetniški usmerjenosti kulturnih institucij. Tako imamo na kraju najslabšo kombinacijo obeh pomanjkljivosti, neodgovorno financiranje (država financira in ne nadzira) in birokratizacijo umetniške dejavnosti (državno financiranje in presoja programov).

Najslabša institucionalna kombinacija slovenske kulture:

neodgovorno financiranje (država financira in ne nadzira)

+

birokratizacijo umetniške dejavnosti (državno financiranje in presoja programov).

Najpogostejše oblike partnerskega odnosa (PPP), ki bi lahko pomenili reformo slovenske kulture so:

- privatizacija javnega kulturnega sektorja
- mešana lastninska razmerja (javna in zasebna lastnina)
- pogodbeni oddaja javnih programov zasebnim institucijam
- posebna dovoljenja za opravljanje javnih programov (koncesije)
- strategije in enotna merila ekonomske učinkovitosti.

4. TRG, ZASEBNA LASTNINA IN PODJETIZACIJA KULTURNE PRODUKCIJE

Nov pristop pomeni, da država skrbi za izvajanje določene kulturne politike, ne da bi hkrati posedovala in upravljala kulturne organizacije. Zapišimo popolno herezijo sloveske kulture. Kulturne organizacije je potrebno privatizirati. To velja za lastninske pravice ali podjetniški model upravljanja in trženja kulturnih organizacij in institucij. Privatizacija in tržna regulacija sta metodi, ki sta povsem drugačni od ustaljenih modelov delovanja kulture (javna lastnina, prosti trg).

Menedžerska teorija je v devetdesetih letih razvila spodbudila razmišljanje, da je družbeno odgovorno obnašanje podjetij in notranje spodbujanje zaposlenih odvisno predvsem od t.i. »podjetniške kulture«. Menedžerji so nenadoma doumeli, da je kultura na poslovni ravni komunikacijski splet in vrednostna substanca, ki ju je vredno razvijati. Podjetja so tako postajala vedno pomembnejši nosilci spodbujanja notranje in zunanje kulture.

Na podjetniški ravni je kulturni vidik organizacije izjemno pomemben. Gre za obrede, simbole, norme, načine komuniciranja, prenašanja znanja na eni strani in blagovne znamke, poslovni slog, različne oblike javne podobe podjetja na drugi. Vse to ustvarja navznoter in navzven določeno menedžersko identiteto, spodbuja zaposlene k doseganju organizacijskih ciljev, povečuje poslovno učinkovitost in s tem tudi celotno vrednost organizacije. Kulturni kapital je preprosto prepričljivost, s katero podjetje uveljavlja svoje videnje in podobo stvarnosti med različnimi javnostmi. Ekonomija se je s tem nenavadno subjektivizirala. Priznala je, da so pri vrednotenju podjetja in blaga pomembni znanje in vrednote, kulturni in intelektualni kapitala in prav to je omogočilo gradnjo novih mostov med podjetniškim, tržnim in državnim modelom razumevanja kulture.

Za podjetniški model kulture je najpomembnejše politično ekonomsko razumevanje kreativnosti. V Schumpetrovi razlagi podjetništva je poslovna kreativnost povezana z inovativnostjo, ki vpliva na tehnološke spremembe in s tem na gospodarsko rast. V devetdesetih letih pa sta ekonomska teorija rasti (Roemer) in menedžerska teorija kompleksnih in kreativnih organizacij (Stacey) postregli z mnogo širšim razumevanjem kreativnih procesov. To je celota novih iskanj poslovnih priložnosti, ustvarjanja prihodnjih poslovnih dogodkov, pri katerih je odločilen intelektualni in kulturni kapital. To pa je mnogo bližje renesančnemu razumevanju povezanosti kulture in gospodarskega razvoja kot pa tradicionalni shizmi, ki jo je v kulturo vnesla angleška industrijska revolucija in sodobna vloga države.

Na drugi strani pa je kulturna produkcija po definiciji kreativni proces, pri čemer je pravzaprav vseeno ali kulturne dobrine ustvarja posameznik ali skupina. V kreativni kulturni produkciji imamo opraviti s kaotičnimi procesi, saj ni mogoče predpostaviti, da so Bach, van Gogh ali Proust preprosto prevedljivi na kakršnokoli ekonomsko racionalnost v okviru modela čiste konkurence. Toda to ne pomeni, da kreativni producenti umetniških del niso odvisni od ekonomskih parametrov, kot so denar, trg, lastninske pravice, dohodek, stroški in podobno. Njihova ustvarjalna dejavnost hkrati ustvarja ekonomsko in kulturno vrednost. Prva se izraža v pridobivanju dohodkov na trgu (prodaja kulturnih dobrin) ali z neposredno prerazdelitvijo (subvencioniranje države, donatorstvo), druga pomeni kompleksno dojetje priložnosti v prihodnosti (kulturni kapital). Samuel Beckett je svojo dramo Čakajoč na Godota napisal za »relaksacijo«, kot je sam ironično priznal, in njena tržna vrednost je bila sprva relativno nizka. Toda delo je kasneje postalo eno najvplivnejših dramskih besedil XX. stoletja in njegov kulturni kapital je avtorju prinesel pomembne tržne učinke.

To nas na kraju pripelje do zadnje postaje našega potovanja. Britanski minister za kulturo Smith je pred časom kulturo v ožjem smislu preprosto imenoval »kreativno industrijo«, ki je pomembna za gospodarski razvoj Velike Britanije in ima vse značilnosti tržnega gospodarstva (proizvodnjo, trg). Upajmo, da bo to nekoč prišlo na misel tudi kakšnemu od slovenskih kulturnih ministrov. V Sloveniji imamo namreč visoko regulacijo javnega sektorja in nosilnih kulturnih zavodov, ki zagotavlja stabilnost financiranja kulturnih institucij in njihovega poslovanja, čeprav se na drugi strani javne kulturne institucije samostojno odločajo o svoji poslovni politiki in povsem avtonomno prevzemajo strokovna tveganja.

Z ekonomskega vidika stojimo pred tremi temeljnimi problemi:

- poddržavljanje ali razdržavljanje kulture,
- centralizacije ali decentralizacije njenega financiranja in
- državne ali tržno podjetniške regulacije.

Devetdeseta leta so navrgla kopico metod, kako vzpostaviti učinkovitejši javni menedžmetn v kulturnih institucijah. Tako namesto avtomatičnega proračunskega financiranja lahko uvajamo alokacijo razpoložljivih sredstev na podlagi **tekmovalnosti, kjer si medsebojno konkurirajo različni kulturni projekti in programi**. Tekmovalna omrežja imajo prednost pred klasičnim trgom kulturnih dobrin ali pred hierarhičnim upravljanjem državnega modela financiranja kulture. Ker v načelu vsem nosilcem kulturne produkcije zagotavljajo enake začetne možnosti, prisilijo kulturne institucije, da iščejo svoje konkurenčne prednosti, oblikujejo inovativne rešitve in postavljajo v ospredje kulturne projekte. Takšno tekmovalne omrežje ni zainteresirano za izločanje kulturnih ponudnikov temveč za njihovo sodelovanje in še bi lahko naštevali.

Rešitev je globalni spremembi javne podobe slovenske kulture, kjer bi se država najprej iz lastnika in nekakšnega producenta kulturnih programov prelevila v naročnika kulturnih programov z jasnimi pogodbenimi obveznostmi. Kulturne institucije in država bi v tem primeru postali poslovni partnerji z jasno razmejenimi pravicami in odgovornostmi, ki bi tudi v kulturnih institucijah uveljavili pravila transakcijskega menedžementa, vitko in plosko organizacijsko strukturo, decentralizacije odločanja, intenzivnejši nadzor stroškov in modernih računovodskih metod ter podobno. Predvsem pa je bi morale kulturne institucije približati svoje storitve uporabnikom, saj je tržna regulacija najboljši mehanizem za vzajemno menjavo, medsebojno sodelovanje in hitrejšo odzivnost kulturnih organizacij in njihovih programov.