dr. sc. Ana Munk

Ključne riječi

slobodno tržište, filantropija, nevidljiva ruka tržišta, kolekcionarstvo, porezna politika

Sažetak

U radu se razmatra odnos slobodnog tržišta roba, ideja i usluga, tržista umjetnina i kulturne politike u Americi. Polazeći od postavki liberalnog kapitalizma i činjenice da je tržište umjetnina u zemljama razvijenog kapitalizma najslobodnije tj. da je državno najnereguliranije tržište od svih (legalnih) tržišta, te prateći razmišljenja teoretičara kulture kao što je Dave Hickey, postavlja se teza da su tržište i neprofitne aktivnosti pojedinaca i udruga preduvjet slobode umjetnosti. Umjetnost se tako stvara mimo, a ponekad i usprkos, birokratskog nadgledanja umjetničkog procesa i vrednovanja. U radu se objašnjava uspjeh i uloga privatnih i korporativnih komercijalnih i neprofitnih (filantropskih) ulaganja u umjetnost i kulturu u Americi, te se objašnjava kada se u Americi formiralo tržište umjetnina i na koji način ono funkcionira. Cilj ovog rada *nije* osporiti nesumljivu društvenu korist umjetnosti i kulture, budući da i liberalni kapitalizam utemeljen na prosvjetiteljskoj tradiciji tu ulogu shvaća i opravdava načelom “susjedskog efekta”, već je namjera ovog rada opovrgnuti jednodimenzionalne teze koje opstanak i budućnost hrvatske kulture vide isključivo u većim državnim ulaganjima u kulturu.

Likovna umjetnost i *slobodno* tržište: američki pogledi

Klizeći prstom po ekranu mobitela otvaram post mojeg prijatelja koji mi je na Facebook zid stavio kratki video o mladoj američkoj umjetnici po imenu Zaria Forman. Radilo se o isječku emisije prikazane u dnevnom terminu na jednom od brojnih kanala američke televizije. Ondje umjetnica objašnjava širokoj publici američkih domaćica kako su njene slike postale dio set dizajna ultra popularne serije „Kuća od karata“, koja se prikazivala i na prvom programu HRTa. Tim posve nehajnim činom otvaranja Facebook vijesti, pa potom i korištenja te vijesti u ovom radu, postala sam jedan od bezbrojnih sudionika fenomena kojeg je Adam Smith nazvao nevidljivom rukom tržišta.[[1]](#endnote-1). U TV emisiji umjetnica objašnjava da na set dizajnu serije „Kuća od karata“ radi njen prijatelj kojemu su se svidjeli njezini pejzaži, pa je odlučio da budu dio scenografije te serije. Zaria crta hiperrealističke pejzaže velikih formata u tehnici uljene pastele vješto nanoseći boju prstima, pa iako nam ni tehnika ni pristup nisu nepoznati, prikazi su dojmljivi. Golemi artički glečeri uzdižu se iz ledenih vodenih površina, prekrasni, ali hladni i nepristupačni običnim smrtnicima. Time se sjajno uklapaju u emotivni ton serije i postaju svojvrsna likovna metafora za u njoj prikazane međuljudske odnose. Tu kvalitetu Zarijinih pejzaža je zasigurno prepoznao njen prijatelj kada ih je upotrijebio kao vizualnu pozadinu za lik beskrupulozne aktivistice za zaštitu okoliša Claire Underwood. Međutim, Zarijini poticaji su inicijalno bili drugačiji. Njena intencija, kao što je to često slučaj, ne podudara se s recepcijom njezinih djela. Ona se naime na Greenland uputila vodeći vlastitu ekspediciju sa željom da rekonstruira ekspediciju koju je 1869. poduzeo američki slikar William Bradford.[[2]](#endnote-2) Analiza odnosa i duge tradicije američkih umjetnika prema prirodnom okolišu nije međutim tema ovog teksta. Ovaj se tekst bavi tržišnim odnosima koji su podloga ovoj priči o uspjehu umjetnika i o tome kako njime upravljaju nevidljive ruke tržišta. Čine to uz pomoć suvremenih puteva širenja informacija (osobni kontakti, internet, komercijalna televizija), američkog obrazovnog sustava koji zahvaljujući integriranim sveučilištima olakšava spajanje tehničkih, prirodnih, humanističkih i umjetničkih predmeta, tehnoloških umijeća i financijskih mogućnosti koji podržavaju ekspediciju na Sjeverni pol. Uz sve to postoje i bezbrojne druge spone sjedinjene u odabiru i mogućnosti provedbe umjetničke zamisli iz ovog primjera, a koje se isprepliću najvećim dijelom mimo znanja, utjecaja i pomoći državnih struktura .[[3]](#endnote-3)

Da su načela slobodnog tržišta ideja, roba i umjetnosti u uvjetima tržišne ekonomije i demokracije kao političkog sistema dobrim dijelom nespojiva s načelima državnih subvencija, kako u gospodarstvu tako i u kulturi, najjasnije dolazi do izražaja u teoriji i praksi anglosaksonskih zemlja, a posebno u SAD-u. U SAD-u Ministarstvo kulture (National Endowment for the Arts, NEA) uopće nije postojalo do 1965. godine, a cijelokupna kulturna djelatnost najvećim dijelom ovisi o privatnim komercijalnim, te neprofitnim osobnim i korporativnim (filantropskim) ulaganjima. O tome govore i konkretni podaci. Proračunska ulaganja u likovne umjetnosti u SAD-u višestruko su manja od proračunskih ulaganja u razvijenim zemljama Europe. Konkretnije, francuska vlada kroz svoje Ministarstvo kulture daje *dvadeset* puta više svojim umjetnicima nego NEA, dok cjelokupni godišnji iznos prodaje djela suvremenih umjetnika u New Yorku premašuje isti iznos u Parizu jedanest puta.[[4]](#endnote-4) Proračun NEA-a se kreće oko 146 mil $ godišnje što je manje od sredstava kojima raspolažu neki veći američki muzeji.[[5]](#endnote-5) Na primjer, Museum of Modern Art u New Yorku (MoMA) je privatni i neprofitni muzej s godišnjim proračunom od $125 miliuna za troškove i $ 870 miliuna svojih akumuliranih prihoda.[[6]](#endnote-6) Značajan financijski uspjeh MoMAe, te sve veći priljev posjetitelja je zasluga direktora Glenna Lowerya koji je svoj muzej brendirao kao “must see” instituciju, koja time šalje pozitivan signal privatnim donatorima spremnim za sve veća i dugotrajnija ulaganja. Muzejima ide dobro, tvrdi Robert Huges. Muzeji su zamjenili crkvu kao središte urbanih aktivnosti, a više Amerikanaca ide u muzeje nego na utakmice američkog nogometa. Uz to, najnoviji trend prepuštanja kustoskih odluka širokoj publici (crowdsource exhibits), i sve inventivniji načini privlačenja publike, pretvaraju muzeje u društvene centre u kojima publika direktno odlučuje o muzejskim akvizicijama i izložbama.[[7]](#endnote-7) Takav uspjeh filantropskih i komercijalnih aktivnosti u kulturi ima i svoje političke posljedice, pa se republikanci zalažu i za ukidanje NEA, s obrazloženjem da ponuda premašuje potrebe, tj. da manjak publike u nekim segmentima kulture govori o potrebi ukidanja subvencija za onu kulturnu produkciju koja ne može privući širu javnost. Omjer od 5,7 miliona radnika u kulturi spram 2 miliona samih stvaratelja kulturnog proizvoda neodrživ je i američkom ministru kulture, Roccu Landesmanu, jer upućuje na nesrazmjer po kojem na svakog umjetnika dolaze tri činovnika. “Kazališta su počela kao umjetnički kolektivi, a sada postaju kolektivi činovnika. Trebamo manje institucionalizirane kulture da bismo više kreativnosti prenijeli većem broju gledatelja”, tvrdi Landesman. Galerist i bloger Edward Winkleman, komentirajući tu vijest, poručuje umjetnicima: “Ako će ukinuti subvencije, kažem vam, umrite sa stilom! Ne možete više ništa izgubiti. Izdahnite radeći predstave i izložbe kakve ste oduvijek htjeli postaviti, ali ste se bojali da će uznemiriti vaše državne sponzore.” [[8]](#endnote-8) I dalje: „Okrenite se drugim rješenjima“, poručuje Winkleman, „kao npr. Kikcstarteru“.[[9]](#endnote-9)

Što možemo naučiti iz američke prakse suzbijanja državnog financiranja kulture i prepuštanja kulture tržištu, ali i pratećih tenzija? Možemo li uopće razmišljati o primjeni američkih iskustava na hrvatske prilike gdje se sintagma slobodno tržište, demokracija i umjetnost rijetko sreću u jednoj rečenici? Možda je potrebno započeti s definicijom slobodnog tržišta, koje u idealnom obliku ne postoji, a u RH ne postoji ni u rudimentarnom obliku, usprkos tvrdnjama izdašno subvencioniranih “nezavisnih” medija, o čemu će više riječi biti u završnom dijelu ovog teksta.

Milton Friedman, američki nobelovac za ekonomiju (1976.) i osnivač čikaške škole ekonomije, objasnio je slobodno tržište analogijom s običnom olovkom. „Pogledajte ovu olovku!“, kaže Friedman. „Nema tog pojedinca koji može proizvesti ovu olovku, niti samo jedna osoba može objasniti kao je ona nastala. Ne vjerujete? Evo dokaza: drveni držak, grafitno punjenje, limeni prsten, gumica, žuta boja i ljepilo koji čine ovu olovku su dijelovi proizvodnog lanca u kojem sudjeluju milijuni ljudi. Sirovine dolaze sa svih strana svijeta, kreću se razgranatim tranportnim mrežama, a tehnologija i primijenjeno znanje omogućuje obradu sirovina. Ako zamislimo isprepletenost svih čimbenika koji omogućuju proizvodnju jedne olovke, od restorana brze hrane koje hrane desetke tisuća radnika do najsofisticiranijih tehnologija obrade sirovina, dolazimo do slike jedne nepregledne mreže (zamislimo sliku Jacksona Pollacka kao najbolju ilustraciju takve mreže), a koju su stvorile nebrojene nevidljive ruke ljudi posve hetereogenih kultura, religija i ideoloških usmjerenja. Sve su te ruke, surađujući u beskonačnom nizu događaja, zaslužne za nastanak najjednostavnijeg proizvoda, te ne postoji jedan službenik u nekom uredu koji treba ili može upravljati tim procesima s jednog mjesta, budući da olovka nije rezultat ničije pojedinačne namjere. Svi sudionici slobodnog tržišta uređuju svoje odnose tako što neprisiljeni mijenjaju svoj rad za novac putem neosobnog sustava cijena. Uspješnost takvog monetarnog pristupa jest što se ne zasniva na osobnim odnosima već nadilazi klasne, religiozne i ideološke podjele među ljudima, ali vodi osobnom probitku svih uključenih. Centralno planiranje, političke i državne regulacije tržištnih odnosa u takvom sistemu su smetnja i prepreka, jer koče ili prekidaju sinapse slobodnog i spontanog protoka roba, znanja i tehnologija, te slobodne interakcije među ljudima.“[[10]](#endnote-10) Ovim sam ukratko opisala temeljna uvjerenja liberalnog kapitalizam koje zagovara neregulirano tržište s minimalnim uplivom države, te je upravo takav sistem tržišnih odnosa obilježilo prvih 150 najprosperitetnijih godina stvaranja Amerike i mnogih bogatih europskih država, kao što je Švedska, a danas i Estonija.[[11]](#endnote-11)

Nešto slično slobodnom tržištu kakvo priželjkuje Friedman postojalo je u rano doba stvaranja Amerike, a danas još postoji u zemljama kao što je Hong Kong.[[12]](#endnote-12) Međutim, i u zemljama razvijenog kapitalizma neki segmenti tržišta djeluju slobodnije od drugih. Čak i Friedman, pod uvjetom da postoji sistem vauchera , djelomično izuzima obrazovni sustav iz sistema slobodnog tržišta temeljem tzv. “susjedskog efekta”. Susjedski učinak se odnosi na okolnosti gdje „akcija pojedinca nameće znatne troškove drugim pojedincima, a koje on nije u mogućnosti nadoknaditi, ili pak drugim pojedincima donosi značajne dobiti, koje oni nisu u mogućnosti njemu nadoknaditi.“ [[13]](#endnote-13) Drugim riječima, obrazovani pojedinac drugima donosi značajne dobiti, koje oni nisu u mogućnosti nadoknaditi. Kao samo jedna od očiglednih dobrobiti, to je npr. dobit koje društvo u cjelini ima od obrazovanog glasača. Međutim, vraćajući se na pitanje tržišta umjetnina, neosporna je činjenica da je upravo je tržište umjetninama u Americi *najvitalnije neregulirano* tržište, pravo ostvarenje “libertarijanske fantazije”, tzv. laissez-faire kapitalizma. [[14]](#endnote-14) To je i razlog zašto je ono tako vitalno i moćno i ne pokazuje nikakve znake zastoja, čak ni u vrijeme krize. Cijene umjetnina na američkom tržištu se uspostavljaju putem sistema ponude i potražnje. Stoga, upravo zato što je ponuda starih majstora mala, budući da ih kolekcionari češće poklanjaju muzejima nego što ih preprodaju, potreba za suvremenom umjetnošću ostaje stalna. Spencer Ewen, direktor Seymours Art Advisers, londonske kompanije specijalizirane za usluge savjeta pri kupnji umjetnina, ocjenjuje da se tržište umjetnina i samo uspješno regulira, te da sami sudionici - umjetnici, savjetnici, aukcionari i galeristi ne traže jaču regulaciju. Konkretno, to znači da galeriju može otvoriti bilo tko, a galerist ili savjetodavac (art consultant) može biti svatko tko se time želi baviti. Diploma povjesničara umjetnosti, druge dozvole i licence, te posebne regulacije poslovanja nisu propisane za taj segment tržišta. Provizije na prodaju umjetnine se mogu kretati od 2 do 500% o čemu također ne postoje pisana pravila. Čini se da postoji konzensus da je u interesu svih sudionika da se tržište ne regulira, te da se način formiranja cijena prepusti ponudi i potražnji.

Razlog zašto se tržište umjetnina ne želi čvršće zakonski regulirati jest i to što umjetnost nije roba, usprkos učestalim tvrdnjama da se umjetnost komodificira, odnosno pretvara u robu kroz tržište. Takve tvrdnje možemo pročitati u domaćim, pa i anglosaksonskim medijima, koji su ipak, za razliku od naših, manje podložni simplifikacijama i osudama tržišnih mehanizama. Roba je, po definiciji, ono za čime na tržištu postoji potražnja bez tzv. kvalitativne diferencijacije. Drugim riječima, kila žita ili bakra, galon nafte, kilovat struje, pa čak i gram vitamina, su ista roba bez obzira gdje su ili tko ih je proizveo. Umjetnina stoga ne može biti roba, upravo zbog visokog stupnja kvalitativne diferencijacije. Stoga je umjetnina kao investicija visoko rizična, nelikvidna i orjentirana na trendove. K tome, u SAD-u porez na preprodaju umjetnine iznosi 28% u usporedbi s 15% na preprodaju dionice, što takvu investiciju čini, ekonomskim rječnikom govoreći, slabije likvidnom. I naši i američki mediji vole naglašavati šokantne cijene koje pojedini umjetnici postižu, ali ne objavljuju neuspjehe i padove tog tržišta. Mediji tako ne objavljuju da je dijamantima optočeno platno Damiana Hirsta izgubilo 20% vrijednosti pri preprodaji uz gubitak od više miliona dolara, da su aukcijske kuće odbile staviti na prodaju umjetninu za koju smatraju da neće postignuti prijašnju cijenu ili da je umjetnik šutke nestao s galerijskih i aukcijskih lista. Činjenica jest da nijedno umjetničko djelo koje je prodano za više od 30 miliuna dolara ne ostvaruje veću vrijednost pri preprodaji, a istovremeno cijene najpriznatijih modernih umjetnika često i hirovito prelaze taj prag. Zarađivanje preprodajom umjetnina je najrizičniji oblik ulaganja novca. No, za to ne mare bankari i menađeri rizičnim dionicima, koji su ujedno i najčešći kupci , iako to vrlo dobro znaju. S obzirom na vrlo precizne i široko dostupne analize kretanja tržišta umjetnininama, sigurno im nije promaklo da je povrat na investiciju u umjetninu niži od povrata investicije u dionice.[[15]](#endnote-15) Čini se dakle da su razlozi vitalnosti tržišta umjetninama ipak složeniji nego želja za brzim dobitkom, kao što se često ističe s namjerom osude onih 1% privilegiranih koji si takva rizična ulaganja mogu priuštiti i podnijeti eventualne gubitke.

Slijedom Friedmanove teze o neideloškoj prirodi slobodnog tržišta, možemo reći da je prednost slobodnog tržišta da ne postoji mogućnost monopoliziranja ukusa. Svake godine barem jedna trećina od 200 najvećih svjetskih kolekcionara odustaje od aktivnog kolekcionarstva i na tržište stupaju drugi kolekcionari s drugačijim umjetničkim preferencijama. Uobičajeno je da kolekcionar sakupi kolekciju, uspostavi emocionalni odnos sa svojim umjetninama, pa je najčešće ne prodaje, već poklanja muzejima i prelazi na druge interese, čime se otvaraju mjesta za nove kolekcionare drugačijeg ukusa i estetskog opredjeljenja. Fine Art Fund Group (sa sjedištem u Londonu) koji se bavi investiranjem u umjetnine, savjetuje da se ulaže u nove umjetnike koji pokazuju veliki umjetnički potencijal: “Ne ulažite novac u umjetnike koje već svi kupuju jer ste zakasnili. Kupujete u trenutku kad drugi kolekcionari već prodaju tog umjetnika.”[[16]](#endnote-16) Stalna tržišna mijena stvara potrebu za novim imenima i konstantno praćenje umjetničke scene u potrazi za još neprepoznatim umjetnicima. Zanimljivo je stoga obrazloženje jednog ekonomista na koji će način kolekcionar prepoznati novu vrijednost. On savjetuje da se ne kupujuje ono što kupac misli da ima umjetničku vrijednost, već one umjetnine koje će drugi *sutra* prepoznati kao umjetničku vrijednost. Takva nedvojbeno sofisticirana strategija podrazumijeva dubinsko praćenje i poznavanje sistema vrednovanja umjetnosti u društvu u kojem se ona stvara. To pak dodatno govori i o tome da je tržišna spekulacija samo manji dio znatno složenijeg procesa vrednovanja, koji dobrim dijelom ovisi i o osobnim i društvenim vrijednostima kolekcionara, odnosno njegovoj percepciji tih vrijednosti u društvu.

Kolekcionari kupuju zato što umjetninu vole ili žele biti cijenjeni i voljeni od drugih ili su pak duboko uvjereni u neprolaznu vrijednost svog odabira. Financijaš i jedan od superkolekcionara, Alberto Mugravi, koji posjeduje 800 djela Andy Warhola tvrdi da skuplja Warhola jer smatra da je s njim započela moderna umjetnost. Mi ćemo se nasmijati na tu tezu, budući da se njegova tvrdnja kosi s razumijevanjem struke o počecima moderne umjetnosti. Ipak, teško da možemo osuditi porive kolekcionara da sudjeluju u formiranju društvenih vrijednosti na način na koji su to činili i njihovi prethodnici stvarajući većinu najboljih svjetskih kolekcija bez obzira na mišljenje struke. Mnogi kolekcionari, kao što je fondacija koju vodi Patrizia Sandretto Re Rebaundengo, aktivno kupuju i izlažu radove umjetnica iz siromašnih, medijski i tržišno zapostavljenih zemalja. Kao primjer navodim internacionalni i tržišni uspjeh Palestinke Mone Hatoum proizašao upravo iz pokroviteljstva te fondacije. Uvijek i ponovno, najbolji argument protiv ljevičarskih osuda kapitalizma, sastoji se u tome da se kritika kapitalizma najčešće i najlakše može pronaći na tom istom anglosaksonskom slobodnom tržištu ideja i umjetnosti kojeg ljevičari osuđuju.[[17]](#endnote-17) Da zaključim složeno pitanje umjetnine kao ne-robe: umjetnina je estetski i društveno konstituirana vrijednost, materijalni ostatak povijesti i suvremenosti neke kulture. Za najbolje, najzanimljivije, najreprezentativinije i estetski upečatljive proizvode tog posve nemjerljivog i neopipljivog sustava utvrđivanja vrijednosti, plaća se najviša cijena. Pod uvjetom da postoji slobodni protok informacija, ideja i umjetnosti, svjetsko tržište umjetninama će nepogrešivo prepoznati što je, u nekim civilizacijskim koordinatama, njen najvrijedniji proizvod bilo da se radi o Andy Warholu kao predstavniku pop arta, Moni Hatoum, izbjeglici iz Libanona koja se bavi pitanjima političkog nasilja i opresije ili posterima za američke filmove koje slikaju umjetnici u Ghani na platnenim vrećama u nedostatku mas print tehnologije.

Osim kolekcionara, američko tržište formiraju i komercijalne galerije i aukcijske kuće, koje, kao što je već rečeno, nisu podložne posebnim regulatornim mehanizmima. Američki i britanski super dileri i galerije-brendovi na vrhu tržišne piramide počivaju, međutim, na širokoj bazi tzv. mainstream i high street galerija koje aktivno regrutiraju mlade i još nepoznate umjetnike tek izašle iz američkih umjetničkih škola. Rizik predstavljanja nepriznatih umjetnika za mainstream galeriju je velik. Naime, galerija očekuje da će barem dvije ili tri izložbe jednog mladog umjetnika proći neprodane. Trošak otvaranja galerije je znatan, a početni mjeseci poslovanja stvaraju gubitke, pa je neophodno pokroviteljstvo bogatog mecene. Unutar pet godina, može se očekivati da dva od pet umjetnika neće biti predstavljeni u mainstream galeriji ukoliko njihova umjetnost ne zadrži pažnju tržišta. Samo jedan od pet će se pokazati uspješnim i vjerojatno će ga preuzeti brendirana galerija. No baza je još šira, a čine je galerije s kratkim vijekom trajanja, tzv. high street galerije, koje se svakodnevno otvaraju po svjetskim metropolama. One te iste metropole čine zanimljivim mjestima, ali iz najraznovrsnijih razloga ipak propadaju. Moglo bi se zaključiti da široke mase umjetnika ne pronalaze svoju publiku, međutim statistike nezaposlenosti pokazuju mali broj nezaposlenih likovnih umjetnika.[[18]](#endnote-18) To znači da su se umjetnici koji su ispali iz tržišne igre za najviše cijene, a još uvijek rade kao umjetnici, okrenuli raznim drugim opcijama koje se nude na tržištu. To su npr. narudžbe za javne i komercijalne prostore, stipendije koje nude privatne zaklade, te izdavaštvo i obrazovanje ili su potražili zaposlenje na drugim mjestima koje traže njihove kreativne sposobnosti. Narudžbe za javne prostore financiraju se putem State Percent for Arts programa, tj. porezom na razini saveznih država. [[19]](#endnote-19) No, budući da je iznos proračunskih ulaganja za umjetničke programe manji od 0,0005 (!) državnog proračuna jedne američke države, umjetnici ipak većinom zarađuju za život zahvaljujući fleksibilnom tržištu rada koje omogućava free lance poslove svih mogućih vrsta, a to im pak omogućavaju vještine stečene tokom obrazovanja. Šest od deset prvostupnika američkih umjetničkih škola, njih 64% do 69% smatra da je njihovo obrazovanje bilo relevantno ili vrlo relevantno za posao kojim se bave. Razlog je, između ostalog, i posljedica činjenice da im obrazovanje pruža znanja i vještine kao što su, umrežavanje (networking and ralationship building), govorništvo , te poduzetničke, financijske i poslovne vještine.[[20]](#endnote-20) Iznenađuje da je taj postotak manji npr. za novinare, računovođe ili biologe, koji u manoj mjeri smatraju da je njihovo obrazovanje bilo relevantno za tržište rada! Iako se i u anglosaksonskim internetskim medijima mogu naći podaci koji nastoje prikazati umjetnike kao populaciju najpogođenijom kapitalističkim sistemom privređivanja, istina je ipak drugačija: 82% američkih umjetnika je vrlo zadovoljno ili zadovoljno poslom kojim se bave (više nego odvjetnici, financijski menađeri i profesori u srednjim školama).[[21]](#endnote-21)

Dave Hickey, galerist i teoretičar (i nositelj prestižne Macarthur nagrade “za genijalnost,” za razdoblje od 2001.-2006.), služeći se Foucaultovom kritikom interiorizirane društvene kontrole, brani tržište kao jedinu sferu slobode umjetnosti od birokratskog nadgledanja umjetničkog procesa i vrednovanja i kao jedinu sigurnost koju umjetnost ima u demokraciji od okoštavanja ili politiziranja vrijednosti umjetničkog djela.[[22]](#endnote-22) Dok se javni službenici moraju brinuti za javni interes i vrline, kaže Hickey, trgovci umjetninama poput Foucaultevog kralja kažnjavaju, brzo i nesmiljeno, umjetnost bez odjeka, dok istovremeno nagrađuju umjetnost koja budi zadovoljstvo i stvara uzbuđenje mimo i na štetu “tiranije interpretacije.” Tako je, kaže Hickey, od renesanse do danas. Kao što reče Leonardo, Medici su me i stvorili i upropastili. Prema Hickeyu, umjetničko djelo nema razloga postojati izvan odnosa koji uspostavlja s promatračem. Promatrač ne mora znati niti (ispravno) razumjeti, ne mora biti ni prosvjetljen ni iskupljen kroz umjetnost, niti mariti za poruke umjetnosti da bi je cijenio. Javna vrlina i, s druge strane, ljepota i snaga umjetnosti su u nepomirljivom raskoraku, odnosno javna vrlina neminovno zaostaje za trenutkom u kojem se umjetnost stvara. Iz Hickeyevih razmatranja uloge tržišta proizlazi i njegova temeljna teza da su pokretači kulturnih promjena neekskluzivne ostrašćene zajednice (nonexclusive communities of desire). Stoga jedino pojedinci i dobrovoljne zajednice koje pojedinci stvaraju mogu biti pokretači kulturnih promjena. Pojedinci i takve dobrovoljne zajednice formiraju kulturne vrijednosti, a njihovi legitimni predstavnici mogu biti samo umjetnici, zaljubljenici u umjetnosti i njihovi predstavnici na tržištu koji su ih prepoznali i koji su u njih uložili svoje vrijeme, trud i *novac*.

I sad, što nam je činiti? I Dave Hickey se žali da je američka akademska zajednica “objavila svoju ‘akademsku’ nezainteresiranost za svijet financija“[[23]](#endnote-23) pa ne možemo više očekivati niti od većine hrvatskih intelektualaca. Samo takva nezainteresiranost za mehanizme tržišta može objasniti da najobrazovaniji sloj našeg društva uporno ponavlja krilaticu da Hrvatska trpi od zla neoliberalnog kapitalizma, a Ministarstvo kulture izdašno financira „nezavisne“ medije koji uporno ponavljaju takve nonsense i knjige zanimljivih naslova ka što je „Živi Marks“, ne shvaćajući da time režu granu na kojoj sjede. U Hrvatskoj ne postoji liberalni kapitalizam već najpogubniji oblik kapitalizma koji ekonomisti zovu crony capitalism (u prijevodu, rođački ili ortački kapitalizam). Ortaštvo države i poduzetnika jest državno regulirani kapitalizam u kojem država privilegira neke poduzetnike na uštrb drugih. Izdašno ih subvencionira i spašava od stečajeva, što nužno vodi u korupciju o kojoj svakodnevno čitamo i stvara monople na tržištu koji onemogućavaju slobodnu tržišnu utakmicu. Čitamo o tome u medijima, ali uglavnom ne razumijemo da kapitalizam slobodnog tržišta nije isto što i naša domaća inačica crony kapitalizma. *Nomina sunt odiosa*, pa ću ih izbjeći, ali evo jednog primjera iz svijeta našeg tržišta umjetnina obilježenog tim zlom. Kolekcionar i visoko pozicionirani političar, te čelnik jedne “nevladine” institucije s malo ili ništa ostvarenih rezultata u realnom sektoru, stvara svoju „korporativnu“ kolekciju i kupuje od umjetnika tri skulpture za 23.000,00 eura. Pri tome vodi instituciju koja se dobrim dijelom financira putem državno nametnute tj. prisilne članarine. Iznos od 23.000,00 eura je uredno proknjižen, ali čelnik traži od umjetnika da mu pokloni još tri skulpture „ispod pulta“. Dakle, stvarna cijena tih skulptura je približno 3.800,00 , a ne 7.666,00 eura po skulpturi, a bila bi vjerojatno i manja da je bila ponuđena legalnim putem, u nekoj od komercijalnih galerija. Umjetniku se očigledno i takav posao isplatio, pa pristaje na njega. Uz to mu odgovara i da proknjižena tj. javno dostupna cijena bude visoka, iako nije stvarna, jer se time smješta u viši cjenovni rang u očima isto takvih crony kapitalista. Umjetno fiksiranje cijena (price fixing) svakog proizvoda, pa tako i umjetnina, utuživo je i kažnjivo čak i na američkom, kao što smo rekli, posve nereguliranom tržištu. Tako bi trebalo biti i kod nas.

Ne živimo u uvjetima liberalnog kapitalizma i zato što se nesrazmjerni dio naših prihoda putem poreza slijeva u državnu blagajnu, kako bi država osigurala usluge koje bismo inače mogli kupiti na tržištu ili donirati u filantropske svrhe. Niti poduzetnicima ne ide bolje. Prema podacima Fine, poduzetnička neto dobit svih hrvatskih firmi je manje od 1%![[24]](#endnote-24) Nakon poreza i svih drugih nameta, ostaje nam vrlo malo novaca za osobnu (diskrecionu) potrošnju. Nakon što podmire osnovne životne potrebe, građani nemaju novaca za tržišnu cijenu kulturnog proizvoda, a poduzetnici teško da mogu ulagati u filantropske projekte čak i uz poreske olakšice. Čini se da još dugo vlasnik kafića neće zaposliti galerista da mu opremi kafić, a kamoli nepovratno uložiti sredstva u filantropske svrhe. To je prva i osnovna prepreka svakom tržištu kulturnih proizvoda kao što su umjetnine, pa je tako prva uloga države da smanji svoje potrebe, kako bismo mi, potrošači kulture, ostvarili svoje. Jednostavno rečeno, treba nam bogatije društvo u kojem bi bio moguć sljedeći scenario: Dorothy and Herbert Vogel, ona po zanimanju knjižničarka, a on poštar bez srednjoškolskog obrazovanja, s njujorškom adresom, desetljećima su sakupljali djela minimalne i konceptualne umjetnosti. Družeći se s umjetnicima i obilazeći galerije nakon posla, kolekciju su stvarali iz ljubavi prema modernoj umjetnosti, daleko od očiju struke, postepeno se educirajući kroz razgovore s umjetnicima (Sol LeWitt im je postao prijatelj i mentor). Kad im je premalen stan postao krcat, a zainteresirana javnost saznala za vrijednost kolekcije, oni su je djelomično poklonili, a djelomično prodali National Gallery u Washingtonu koja je im je kolekciju otkupila. Poanta priče je u mogućnosti poštara i knjižničarke da raspolažu svojom diskrecionom potrošnjom. Kućni budžet Vogelovih im je omomogućio da Herbertovu plaću troše na umjetnine, dok su od Dorothyine plaće živjeli.

Rat za osobnu potrošnju, kao što svjedoči i najnovija knjiga Thomasa Pikettya, Kapital u 21. stoljeću, se vodi na terenu porezne politike. Porezna politika stvara srednju klasu, a ona je također i upropaštava, čemu također svakodnevno svjedočimo. Dužnost hrvatskog intelektualca u vrijeme krize jest da o tome sve sazna. Nije slučajno da Piketty napada bilijunska filantropska ulaganja bogataša kao što je Bill Gates, čija su osobna i korporativna ulaganja u suvremenu umjetnost prehranila mnoge umjetnike u Seattlu i spasila mnoge gladne i bolesne u Africi. Da bi se napunili državni proračuni i postigao veći stupanj jednakosti, te oduzela moć najbogatijima, potrebno je, prema Pikettyu, progresivno oporezivati dohodak, što će najviše pogoditi upravo filantropska davanja onih koji svoj kapital i rente troše u dubrotvorne svrhe. I opet i ponovno, u ratu za novac onih najbogatijih zaboravlja se da potrošnja za filantropska davanja (kojima se koriste podjednako kulturne, kao i sve druge humanitarne organizacije) u društvima gdje takva kultura postoji, počiva podjednako na nižem, srednjem, koliko i najbogatijim sloju. Stoga ona raste zajedno s pozitivnim ekonomskim indikatorima, a pada u trenutku kad se porezne olakšice za takva davanja dovode u pitanje.[[25]](#endnote-25) Nama je, dakle, činiti upravo suprotno od onoga što predlaže Piketty u segmentu koji se tiče filantropskih davanja i zagovarati poreske olakšice za osobna i korporativna filantropska davanja želimo li uopće razviti i taj demokratski oblik samopomoći.

Nadalje, od presudne važnosti jest odgovornost komercijalnih galerista, te stručnih savjetnika prema umjetnicima i publici da svoje cjene formiraju transparentno, a prihode prijavljuju. Od bivše države naslijedili smo negativan odnos prema trgovcima umjetnina koji su, u pomanjkanju privatnih galerija, svoju djelatnost uglavnom obavljali u sferi sive ekonomije, dok je država držala monopol kroz sistem državnih otkupa putem državno vođenih muzeja i galerija. Istovremeno, sredinom 60tih godina u zemljama razvijenog kapitalizma je nastajalo slobodno tržište umjetninama . Tada je naime, kao marketinški potez aukcijske kuće Times-Sotheby Art prvo u Londonu, a onda i u New Yorku, objavljen Times-Sotheby Art Index. Radilo se o statistikama *ne* od stručnjaka procjenjenih tj. pretpostavljenih kretanja cijena umjetnina, već o statistikama *stvarnih* cijenapostignutih na aukcijama. Objavljivanje stvarnih cijena umjetnina imalo je za posljedicu da je umjetnost postala pristupačna daleko širem broju kupaca koji su do tada činili zatvorenu grupu poznavatelja avantgardne umjetnosti početka 20. stoljeća.[[26]](#endnote-26) Nagla demokratizacija tržišta 60tih godina stvorila je veliki broj kupaca koji su svoju osobnu potrošnju ulili na tržište umjetninama. I u Hrvatskoj je tržište umjetninama neregulirano (što je dobro), ali za razliku od američkog ono je i netransparentno (što je loše). Također se dobrim dijelom odvija bez nadzora porezne inspekcije (što je razumljivo, ali loše). Benevoletna porezna politika bi omogućila da taj segment tržišta postane javan i dostupniji široj publici. To se neće dogoditi sve dok porezni sustav guši sve poduzetnike, pa tako i galeriste, i naravno one stručnjake koji se žele bave poslom savjetodavca (art consultant). Sve dok će se na hrvatskom tržištu cijene izmišljati prema nejasnim pretpostavkama stručnjaka, a mediji objavljivati te pretpostavke kao činjenice, a na zgražanje malobrojnih privatnih galerista, mi nećemo imati funkcionalno tržište umjetninama. Vankin portret Dore Pejačevic vrijedi 40.000,00 eura, piše Jutarnji list, da navedem samo jedan smiješan primjer među mnogima koje nam serviraju mediji. Tko je to zaključio, na osnovu kojih pokazatelja i gdje se točno formirala ta cijena? Svaka cijena koja se formirala putem državnih otkupa, radilo se o žitu, mandarinma ili slici, nerealna je i loša investicija.

I da zaključim, uloga samih umjetnika jest da stvaraju. Njihovo je pak pravo da slobodno odabiru one predstavnike koji će biti glasnogovornici i promotori njihove umjetnosti. Takav je odnos svojevoljan i temelji se kao i na svakom drugom tržištu na načelu uzajamne dobiti. Cijena umjetničkog djela nije ništa drugo već dogovorno postignuta numerička vrijednost. Ona ni na koji način ne odgovara na pitanje je li to što se kupuje više, manje, ili uopće umjetnost. To je brojka o kojoj su se dogovorile nevidljive ruke tržišta, mimo i usprkos volje državnih mehanizama stvaranja vrijednosti.

1. Izraz “nevidljiva ruka tržišta” dolazi od Adama Smitha (1723-1790), škotskog ekonomista i prosvjetitelja. Koncept je objašnjen u njegovom djelu *The inquiry into the nature and causes of the wealth of nations* (1776). Knjiga je prevedena je i kod nas: ADAM SMITH, *Istraživanje prirode i uzroka bogatstva naroda*, prijevod Marijan Hanžeković, Poslovni dnevnik MASMEDIA, Zagreb, 2005. [↑](#endnote-ref-1)
2. LUKE GARRATT, *Finger paintin’ good: The photograph-like images of sea and ice created by New York artist using her fingers as brush*, Mailonline, 2014 (online), dostupno na http://www.dailymail.co.uk/news/article-2558814/Finger-painting-good-The-photograph-like-images-sea-ice-created-New-York-artist-using-fingers-brush.html [↑](#endnote-ref-2)
3. U biografiji ove umjetnice stoji da je pohađala privatno sveučilište, Skidmore college (Saratoga Springs, država New York), koje se financira iz školarina: http://colleges.usnews.rankingsandreviews.com/best-colleges/skidmore-college-2814. Tek 43% studenata prima neki oblik financijske pomoći kao što su mogućnost zaposljenja na sveučilištu, stipendije iz privatnih izvora, te federalno i državno sponzorirani studentski krediti za studente lošeg imovinskog stanja: http://www.skidmore.edu/financialaid/ [↑](#endnote-ref-3)
4. DON THOMSON, *The $12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art*, New York, Palgrave Macmillan, 2008., 181. Autor upozorava da usprkos takvim ulaganjima u vizualne umjetnosti, francuski umjetnici ne dosižu vrh liste najprodavanijih suvremenih umjetnika. Čak i ugledan kritičar kao što je Robert Hughes s nostalgičnim odnosom prema ranim razdobljima američkog kolekcionarstva smatra da su državne subvencije za kulturu uzaludno bacanje novaca, ali ih opravdava nerazumnom državnom potrošnjom u drugim sferama (ratovi, precjenjeni iznosi javne nabave i sl.), ROBERT HUGHES, *Nothing if Not Critical: Selected Essays on Art and Artists*, New York, Alfred A. Knopf, 1990., str. 388. [↑](#endnote-ref-4)
5. Financijsko izvješće američkog ministarstva kulture za 2014. godinu je dostupno na: *National Endowment for the Arts – FY 2014 Budget*,vidi: http://www.tamuc.edu/research/pdf-files/National%20Endowment%20for%20the%20Arts1.pdf. Za kretanje proračuna po godinama: http://aftadc.brinkster.net/handbook/2013/issue\_briefs/NEA2013\_FINAL.pdf [↑](#endnote-ref-5)
6. *Bigger ain't better: MoMA’s endowment is about the same size as the budget of 150 museums in 1989 combined*, Quartz, (online) dostupno: http://qz.com/207299/momas-endowment-is-about-the-same-size-as-the-budget-of-150-museums-in-1989-combined/#. Financijsko izvješće MoMe za godinu 2013. je dostupno ovdje: *The Museum of Modern Art Consolidated Financial Statements June 30, 2013 and 2012*. Također vidi, https://www.moma.org/momaorg/shared/pdfs/docs/about/MoMAFY13.pdf. Izvrsna studija s opširnim popisom literature o ekonomiji muzeja: BRUNO S. FREY and STEPHAN MEIER, *Economics of Museums*, Institute for Empirical Research in Economics, University of Zurich, Working Paper Series, 2003.; dostupno http://www.iew.uzh.ch/wp/iewwp149.pdf. [↑](#endnote-ref-6)
7. # ROBERT HUGHES, *Nothing if Not Critical: Selected Essays on Art and Artists*, New York, Alfred A. Knopf, 1990., 389. ELLEN GAMERMAN, *Everybody’s an Art Curator: As more art institutions outsource exhibits to the crowd, is it time to rethink the role of the museum?*, 2014., Wall Street Journal (online), dostupno na http://online.wsj.com/articles/everybodys-an-art-curator-1414102402

   [↑](#endnote-ref-7)
8. EDWARD WINKLEMAN, *Die* *With Dignity Or Fight With All You've Got Til the Bitter End?*, 2011. Dostupno na: http://www.edwardwinkleman.com/2011/02/die-with-dignity-or-fight-with-all.html [↑](#endnote-ref-8)
9. Kickstarter je najveća svjetska platforma za kreativne umjetnosti. Od osnutka 2009. Kickstarter je spojio 6.3 miliuna ljudi koji su uložili 1 milijardu dolara za 62.000,00 kreativna projekata: https://www.kickstarter.com/. Komentari Edward Winklemana o Kickstarteru te drugi komentari o umjetnosti i kulturnoj politici se mogu naći na njegovom blogu: http://www.edwardwinkleman.com/2011/01/kickstarter-and-new-era-of-arts-funding.html. [↑](#endnote-ref-9)
10. Friedman se poslužio esejom “I, pencil”, Leonarda Reada. O neideloškom karakteru kapitalizma više u: MILTON FRIEDMAN, *Kapitalizam i sloboda*, prijevod Ivan Gostl, Zagreb, Globus nakladni zavod i Školska knjiga, 1982 (naslov izvornika: Milton Friedman, Capitalism and Freedom, University of Chicago Press, 1962). Za parabolu o olovci vidi MILTON FRIEDMAN, “What is America?”u: *The Economics of Freedom*, Cleveland, Standard Oil Company of Ohio, 1978. , dostupno na: http://0055d26.netsolhost.com/friedman/pdfs/other\_commentary/BP.1978.2.pdf. Također, serija Friedmanovih predavanja koje se temelje na njegovoj knjizi *Free to Choose* (1980) je dostupna širokoj publici pretragom stranice: www.youtube.com. [↑](#endnote-ref-10)
11. O počecima liberalnog kapitalizma u Švedskoj zanimljivu studiju napisao je JHAN NORBERG, *How Laissez-Faire Made Sweden Rich*, 2013., dostupno na: http://www.libertarianism.org/publications/essays/how-laissez-faire-made-sweden-rich. O Estoniji vidi, PAUL BELIEN, *Walking on Water, How to Do It*, The Brussels Journal, 2005., dostupno na: http://www.brusselsjournal.com/node/202. Predsjednik Estonije, Mart Laar, povjesničar po struci, priznaje da je pročitao samo jednu knjigu iz ekonomije, Friedmanovu *Free to Choose*, te da je implementacija ekonomskih sloboda koju zagovara Friedman razlog ekonomskog prosperiteta Estonije. [↑](#endnote-ref-11)
12. Indeks ekonomskih sloboda mjeri Fraser Institut. Po ekonomskim slobodama prvi je Hong Kong, dok je Hrvatska na 70. mjestu u svijetu (primjerice Švicarska je na 4. mjestu, SAD na 12. mjestu, Crna Gora na 38. mjestu, Albanija na 62 mjestu). Države koje su na vrhu ljestvice ekonomskih sloboda imaju prosječan prihod od $39,899 godišnje po stanovniku godišnje (podaci za 2012.). Izvještaj Fraser Instituta, JAMES GWARTNEY, ROBERT LAWSON, JOSHUA HALL, Economic Freedom of the World: 2014 Annual Report, 2014, je dostupan na: http://www.freetheworld.com/release.html [↑](#endnote-ref-12)
13. Vidi poglavlje “Uloga države u obrazovanju“, FRIEDMAN, *Kapitalizam i sloboda*, str. 93-113. [↑](#endnote-ref-13)
14. # *The Art Market: Unregulated Unscrupulous And Worth Billions*, ArtLyst (London art network), 2012., (online) http://www.artlyst.com/articles/the-art-market-unregulated-unscrupulous-and-worth-billions. Također ROBERT HUHGES, *Nothing if Not Critical: Selected Eassays on Art and Artists*, Alfred A. Knopf, New York, 1990., 236. Usporedba se naravno odnosi na legalna tržišta, a ne na tržište drogama, koje se smatra najvitalnijim nereguliranim tržištem nekog proizvoda.

    [↑](#endnote-ref-14)
15. Cijela kolekcija jednog od najuglednijih muzeja moderne umjetnosti s kolekcijom najvećih slikara suvremene umjetnosti, Whitney Museum of Art, bilježi samo 7% aprecijacije svoje kolekcije (godišnje), što je naravno manje od godišnjeg povrata novca koje bi netko uložio u dionički fond umjesto u kupnju umjetnina. Picassovo djelo naravno može donjeti puno veću godišnju aprecijaciju (14%), ali slike zaboravljenih umjetnika će se biti prodane ispod cijene akvizicije. DON THOMSON, *The $12 Million Stuffed Shark*, 2008., str. 241. [↑](#endnote-ref-15)
16. Iako se Art Fund hvali s povratom od 26% u zadnjih sedam godina, kao i svaki drugi fond rizičnih dionica koje prodaju samo uspješne dionice, a zadržavaju one koje ne mogu ostvariti profit (tzv. hedge funds), ulaganje u suvremenu umjetnost ostaje i dalje visoko rizični posao. DANIEL GRANT, *Secrets of the Fine Art Funds*, artnet (online), dostupno na: http://www.artnet.com/magazineus/features/grant/fine-art-funds-11-22-11.asp [↑](#endnote-ref-16)
17. Ima li u Americi javnog medija koji je svjetonazorski liberalnije od PBSa (Public Broadcasting Service)? A opet, činjenica je da je taj javni medij koji je utemeljio američki kongres, financran u omjeru od 60% iz osobnih privatnih i korporativnih fondova i 40% sredstvima poreznih obveznika. [↑](#endnote-ref-17)
18. # Prema podacima Američkog Ministarstva kulture nezaposlenost likovnih umjetnika 2004. je bila 3,7%, 2010. 8.5%, a 2013. 4,6%. Postotak nezaposlenosti za sve kategorije umjetnika za 2013. je 6,6%, dok su najnezaposleniji glumci (31,8%). National Endowment for the Arts, *The National Endowment for the Arts Announces New Research on Arts Employment, 2014*. Podatci dostupni na: http://arts.gov/news/2014/national-endowment-arts-announces-new-research-arts-employment. Podaci o prihodima i druge statistike zaposlenosti su dostupni na stranicama američkog Ministarstva rada. United States Department of Labor: Bureau of Labor Statistics, *Occupational Employment and Wages: May 2013: 27-1013 Fine Artists, Including Painters, Sculptors, and Illustrators*, podaci dostupni na: http://www.bls.gov/oes/CURRENT/oes271013.htm

    [↑](#endnote-ref-18)
19. Tim programom, tj. porezom je obuhvaćeno 25 američkih država. Za argumente za državno financiranje umjetnosti u javnom prostoru vidi National Assembly of State Art Agencies, *Why Should Government Support the Arts*, dostupno na: http://www.nasaa-arts.org/Advocacy/Advocacy-Tools/Why-Government-Support/index.php [↑](#endnote-ref-19)
20. Brojke se temelje na istraživanju koje je od 2008. do 2014. proveo SNAAP (Strategic National Arts Alumni Project) koje djeluje unutar sveučilišta u Indiani. U istraživanju je sudjelovalo 300 institucija uključujući umjetničkesrednje škole, fakultete, i specijalizirane obrazovne umjetničke institucije. Strategic National Arts Alumni Project, *Making it Work: The Education and Employment of Recent Arts Graduates: Annual Report*, 2014, izvještaj je dostupan ovdje: http://snaap.indiana.edu/pdf/2014/SNAAP\_AR\_2014.pdf [↑](#endnote-ref-20)
21. http://snaap.indiana.edu/pdf/2014/SNAAP\_AR\_2014.pdf [↑](#endnote-ref-21)
22. DAVE HICKEY, *Air Guitare: Essays on Art & Democracy*, Los Angeles, Art Issues Press, 1997.; DAVE HICKEY, *Pirates and Farmers*, London, Ridinghouse, 2013. [↑](#endnote-ref-22)
23. Dave Hickey, *Pirates and Farmers*, Ridinghouse, London, 2013., str. 159. [↑](#endnote-ref-23)
24. Svi poduzetnici u Hrvatskoj su prema podacima Fine imali ukupan prihod od c. 600 miliardi, a neto dobit, kad se oduzmu gubitaši se kreće oko 4 milijarde što je manje od 1% prometa. Podatak se odnose na sve poduzetnike od vlasnika kafića do svih drugih, manjih ili većih poduzetnika. Zahvaljujem se Davoru Huiću na ovoj informaciji. Usput, u našem poreznom sustavu umjetničko stvaralaštvo, zabava i rekreacija se svrstavaju u iste kategorije privređivanja. Tako da možemo pročitati i ovaj podatak za 2013.: „Analiza financijskih rezultata poduzetnika po razredima djelatnosti pokazala je da je najveća neto dobit ostvarena u razredu djelatnosti kockanja i klađenja (292,6 milijuna kuna), a najmanja neto dobit, u iznosu 40 tisuća kuna, ostvarena je u razredu djelatnosti muzeja.“ Fina, *Rezultati poduzetnika u području djelatnosti R – umjetnost, zabava i rekreacija*, 2014., podaci dostupni na: http://www.fina.hr/Default.aspx?sec=1718 [↑](#endnote-ref-24)
25. Indiana University-Purdue University Indiannapolis, *Giving USA: Charitable Donations Grew in 2012, but Slowly, Like the Economy,* School of Philanthropy News (online), 2013., dostupno na: http://www.philanthropy.iupui.edu/news/article/giving-usa-2013 [↑](#endnote-ref-25)
26. ROBERT HUGHES, *Nothing If Not Critical*, str. 396. [↑](#endnote-ref-26)