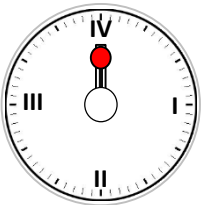


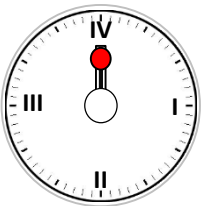
MŰVÉSZET és GAZDASÁG



Rostás Zoltán

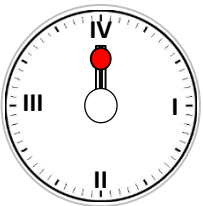
Fogd a pénzt és fess...

a művészet gazdaságtana



“A velencei mestert kérdik,
miért éppen ilyen meg ilyen
nagyágúak a képei. Két oka
van ennek: *egy*: ez az az arány,
amely legjobban megfelel Isten
és ember lehetséges
párbeszédének, *kettő*: ekkorát
rendelt a herceg.”

(Esterházy Péter - Írások)



Tartalom

kultúra és művészet

mi a műtárgy

mi az érték fogalma

mi a műtárgy értéke

építészet – művészet – piac

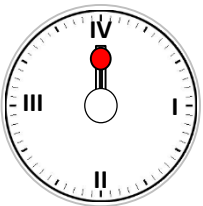
a művészek piaca

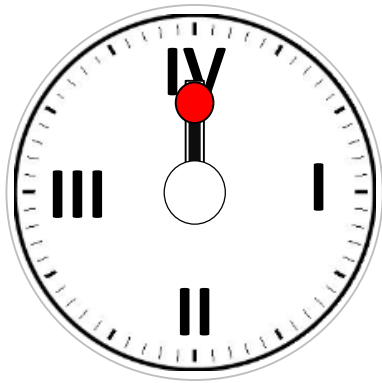
a művészeti ágak gazdaságtana:

design

műemlékvédelem (heritage)

példa: Bilbao



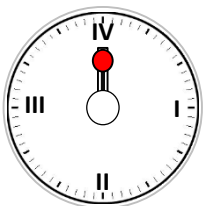


első rész

kultúra és művészet

A világ 20 legnagyobb kiállítása 2005-ben

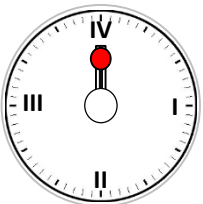
1	937,613	Toutankhamonetl'âged'ordespharaons	Lacma	LosAngeles
2	866,812	Toutankhamonetlavalléedesrois	Ausstellungs Bundesrepublik	Bonn
3	699,486	Pharaon	InstitutduMondeArabe	Paris
4	621,814	Chefsd'oeuvrefrançaisduXIXème duMuséeduLouvre	Muséed'ArtdeYokohama	Yokohama
5	607,699	L'EmpireAztèque	GuggenheimMuseum	Bilbao
6	518,307	VanGoghdanssoncontexte	MuséeNationald'ArtModerne	Tokyo
7	501,601	TurnerWhistlerMonet	GaleriesNationalesduGrandPalais	Paris
8	463,603	Chanel	MOMA	NewYork
9	459,972	VincentVanGoghLesdessins	MOMA	NewYork
10	440,564	MonetlaScèneetlesNénuphars	MuseoDiSantaGiulia	Brescia
11	433,397	CézanneetPissaro1865-1885	MuseumofModernArt	NewYork
12	425,404	Chefsd'oeuvrefrançaisduXIXèmes duMuséeduLouvre	MuséeMunicipaldeKyoto	Kyoto
13	386,841	Friedlander	MuseumofModernArt	NewYork
14	382,269	TurnerWhistlerMonet	TateBritain	London
15	370,011	SalvadorDalí	PhiladelphiaMuseumofArt	Philadelphia
16	369,249	FridaKahlo	TateModern	London
17	362,152	Matisse,letissuedesrêvessonartetsestextiles	MOMA	NewYork
18	342,000	LabeautédeLaSainteté	IsraelMuseum	Jérusalem
19	337,475	Chefsd'Oeuvredel'IleauxMuséesàBerlin	MuséeNationaldeTokyo	Tokyo
20	332,939	Hokusai	MuséeNationaldeTokyo	Tokyo



A kultúra definíciója

*„A KULTÚRA AZ EMBER VISZONYA
ÖN MAGÁHOZ, A TERMÉSZETHEZ, A
TÁRGYI VILÁGHOZ, A MÁSIK EMBERHEZ, A
KIALKULT SZOKÁSRENDHEZ ÉS A JELEKHEZ
... A TÁGABB KULTÚRA E VISZONYOK
MEGJELENÉSE A TÁRGYAKBAN,
SZOLGÁLTATÁSOKBAN,
INTÉZMÉNYEK BEN.”*

(Koncz Gábor)



A kultúra szerepe

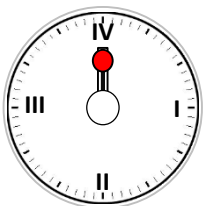
mindennapi ügy

tőkevonzó képesség

határ a gazdaság és a kultúra között (a tőkétől való függetlenség szimbóluma)

tudomány, kultúra és művészet által
generált tudás-alapú gazdaság
jövedelem-termelő képessége

tömegtermelés, tömegkultúra, reklám
monopóliumok



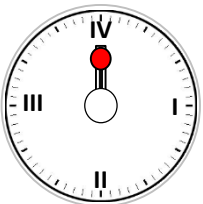
A művészet definíciói

MŰVÉSZET AZ AMIT A MŰÉRTŐK ANNAK
MONDANAK.

MENNYIRE FELEL MEG – VAGY MENNYIRE
NEM FELEL MEG AZ „ŐRZŐK”
ELVÁRÁSAINAK (beleillik vagy tágítja-e a
„tudás” körét?)

*A MŰVÉSZET LÉNYEGÉT NEM A
PERCEPTUÁLIS (érzékelhető)
TULAJDONSÁGOK KÖZÖTT KELL KERESNI*

(Danto, A.C.)



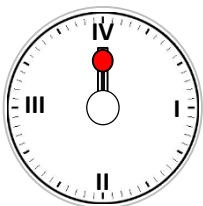
A művészet tehát...

A MŰVÉSZET AZ VALAMI, AMI NEHEZEN
ÖNTHETŐ SZAVAKBA, NEHEZEN ÉRTELMEZHETŐ
ÉS NEHEZEN ÉRTÉKELHETŐ – EZÉRT NEHEZEN
ÉRTÉKELHETŐ ÉS MUTATHATÓ KI ANNAK
ELLENÉRTÉKE

Nehezen megfogalmazható – de van.

Az akadémikus művészet vége – a művészet
tagadása (dada) – a művészet megítélésének
polarizálódása

A plurális és spontán művészet – mindenki
művész



A művészet értéke

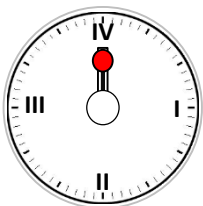
Létező, szükséges és szebbé teszi az emberi életet – tehát értékes.

Ha értékes – akkor van ellenértéke is.

Megjelenési formái:

tárgyasult: műtárgy, használati tárgy
(befogadás hordozókon keresztül,
ismételhető)

esemény: előadás (közvetlen
befogadás, egyszeri)



A művészet megjelenése

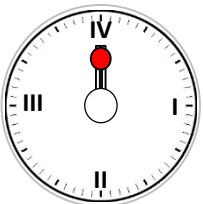
Érvényesülése:

aktív befogadás (használat, olvasás, odafigyelés és értelmezés, gyönyörködés, stb.)

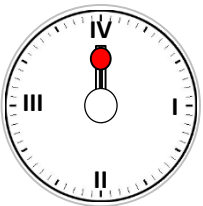
passzív hatás (nehezen érzékelhető, háttérben ható, benyomásokat keltő, stb.)

Fajtái:

előadó művészet
alkotó művészet



A műtárgy

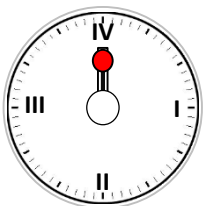


A műtárgy definíciói

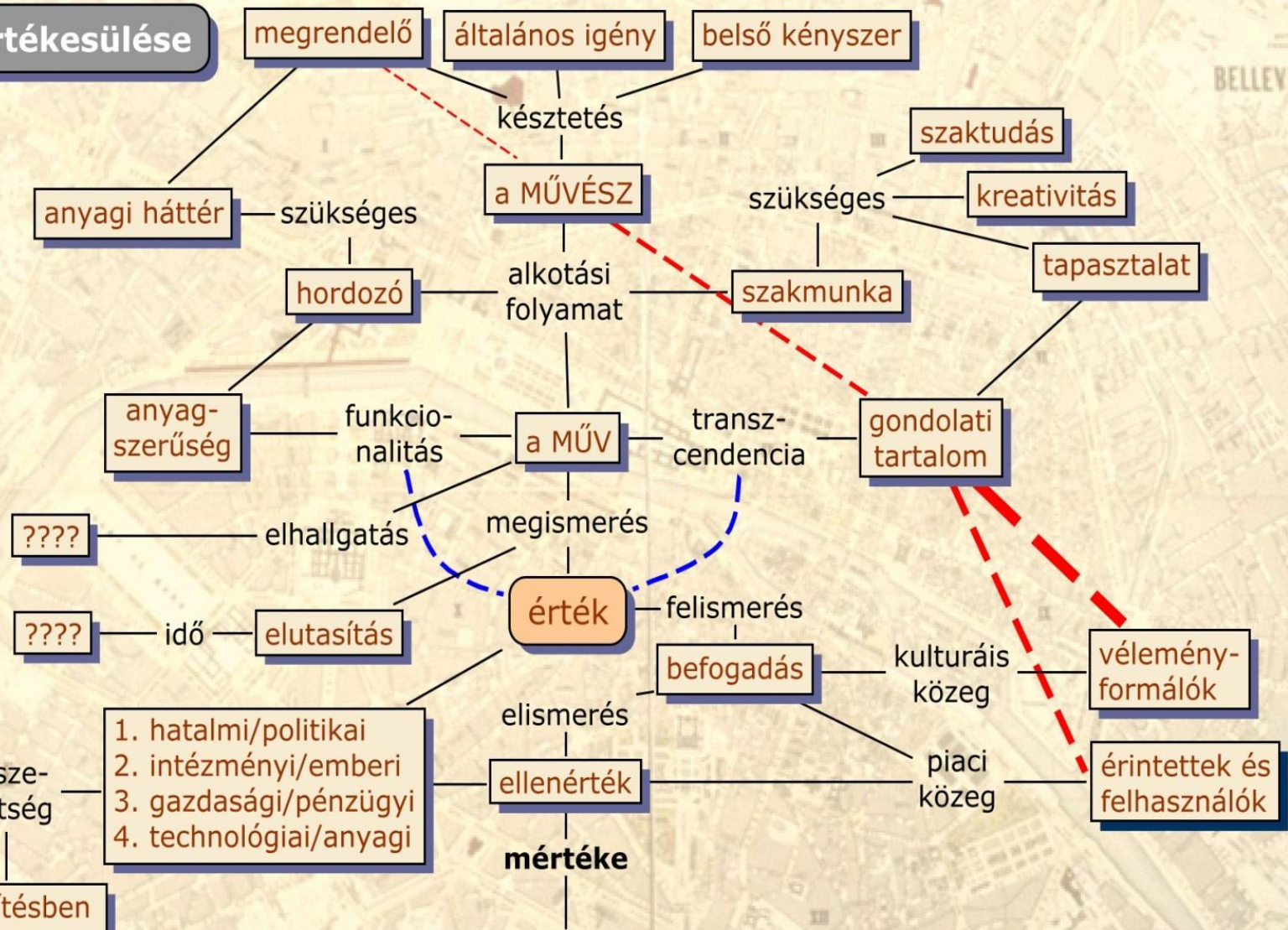
*A MŰTÁRGY AZ EMBERI LÉLEK
ÖNMEGVALÓSÍTÁSÁNAK EGY ÖRÖKÉRVÉNYŰ,
PÉNZZEL KI NEM FEJEZHETŐ ÉRTÉKHORDOZÓJA...*

(Hegel)

A MŰTÁRGY VAGY MŰVÉSZETI AKTUS OLYAN
TÁRGY VAGY ESEMÉNY, AMELY A
FUNKCIONALITÁSON KÍVÜL JELENTŐS
ÉRVÉNYESÜLÉSI ÉS SZIMBOLIKUS FUNKCIÓKAT IS
HORDOZ.



a mű értékesülése



**érték - ellenérték
időben, térben, közegben változó**

az építésben egyszerre jelennek meg

A műtárgyak tulajdonságai

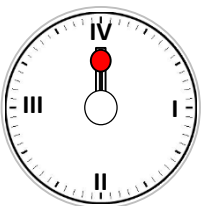
Hogy néz ki egy műtárgy? – bárhogy.

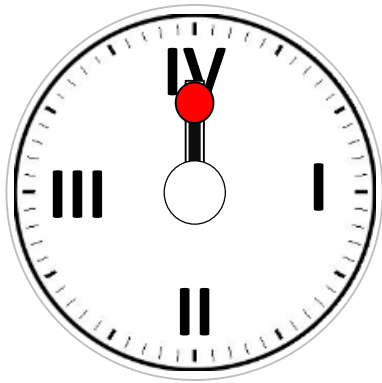
Nem esztétikailag, hanem konceptuálisan műtárgy valami.

Mindig van történeti kontextusa – vagy ismert alkotója.

Megfelel-e a kor esztétikai ideáljainak? – vagy mennyire írja át azokat (válik követőből követendővé)

Szintetizáló-e vagy bátor és meghökkentő? (öreg vagy fiatal mester munkája...)





második rész

Az érték

Az érték fogalma

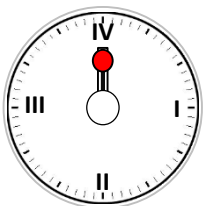
ÉRTÉK = A KIMONDOTT VAGY KIMONDATLAN ELVÁRÁSOKNAK TÖRTÉNŐ MEGFELELÉS MÉRTÉKE. AZ ELVÁRÁSOKAT (IDŐBEN ÉS TÉRBEN VÁLTOZÓ) KULTURÁLIS KÖZEG KÖZVETÍTI AZ EGYÉNHEZ ÉS ANNAK CSOPORTJAIHOZ.

(azonos a minőség fogalmával, amelyet „építészeti minőségként” ismerhettek meg)

Az érték térben, időben és társadalmi közegben változó fogalom.

Az érték tanult kulturális elvárások egymással összefüggő összessége

Az ellenérték térben és időben elválhat az érték megjelenésétől.



Az „örök” értékek

Örök érvényű, piaci viszonyoktól mentes, konszenzusos

Csak nagyon kevés olyan „örök” érték van, amely minden közegben, minden időben megjeleníthető – ezek általában az egyén és a társadalom védelmére, **és elsődleges szükségleteinek** kielégítésére irányuló tevékenységek, vagy az ezzel ellenkezők tiltása.

Például:

Biblia: ne ölj, ne paráználkodj, ne lopj, ne szeresd felebarátod feleségét, stb.

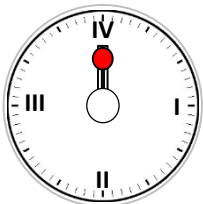
12 pont: Felelős kormányt Pest-Budán! Nemzeti őrsereget! stb.

Tilos az á...

CSAK KEVÉS „ÖRÖK” (UNIVERZÁLIS, MINDENKI SZÁMÁRA AZONOS) ÉRTÉK VAN

de van egy biztos pont a magyar kultúra értéktárában:

FERENCVÁÁÁÁROOOOOOOSSS!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!



Szükséglet és érték

ÉRTÉKES AZ AMELY VALÓDI
SZÜKSÉGLETEKET ELÉGÍT KI.

Maslow-i szükséglet piramis

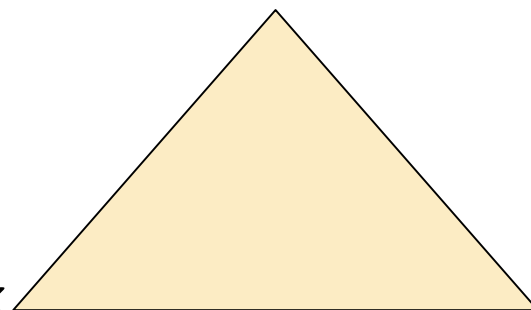
Elismerés - vezetés

Önmegvalósítás

Befogadás, megbecsülés

Biztonság

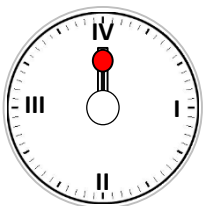
Fizikai / testi szükségletek



Szegény gazdagok és gazdag lelki szegények

Bármelyik szinten lehetsz deprimált
(megfosztott) és elégedett.

Boldogság: minden szinten minden rendben



Az érték felismerése

„A MAGASABB RENDŰ SZÜKSÉGLETEINKBŐL AZONBAN TELJESSÉGGEL HIÁNYZIK MINDEN RENDŰ ÉS RANGÚ VELÜNK SZÜLETETT MINŐSÉGELLENŐRZÉSI KÉSZSÉG. AZ, HOGY MI A JÓ, MI A SZÉP, MI AZ IGAZ ÉS MI A HASZNOS, A SZOCIALIZÁCIÓ, TANULÁS ÚTJÁN SAJÁTÍTJUK EL.”

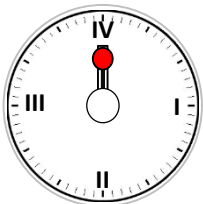
(Magyari-Beck István)

Negatív érték

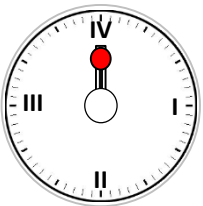
A tömegkultúra és a primitív személyiségek (személyiségjegyek) újratermelése

A reklám mint kéretlen adó.

A celeb mint kéretlen reklám.



A műtárgyak értéke



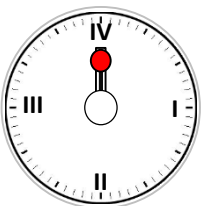
Érték és ellenérték

elválnak egymástól – térben, időben

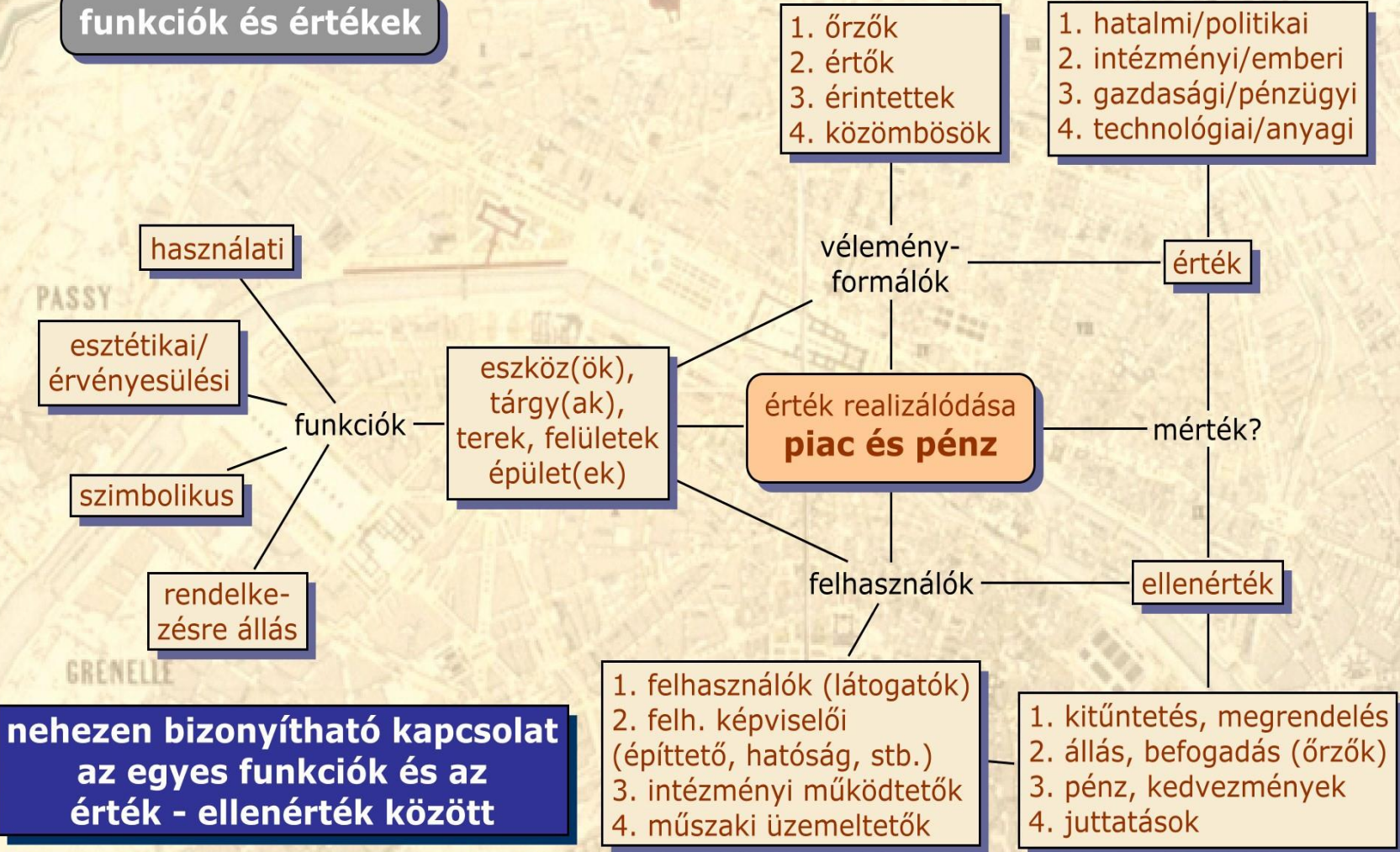
Oka: a kulturális sokszínűség és a piaci ellentétek.

A modern műtárgy értéke attól függ: ki gyűjti – és nem attól, hogy ki alkotja.

A modern (történet nélküli) műtárgyak értékét a művészettörténészek és galériatulajdonosok harca / együttműködése adja meg.



funkciók és értékek



A műtárgy jellemzői

Az ár

Munkaérték elmélet (termelés)

Határhaszon elmélet (piac) – kereslet és kínálat modellje

Ritkaságérték elmélet (speciális piacok)

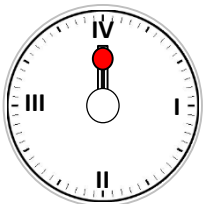
A műtárgyak jellege

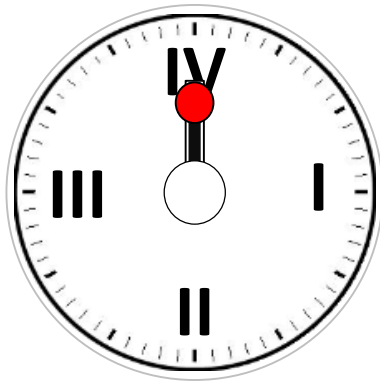
(sorozat) gyáripari termékek

(egyedi) képző- és iparművészeti alkotások

(egyedi) építőművészeti alkotások

(sorozat) előadó művészet





harmadik rész

Piac

Művészet

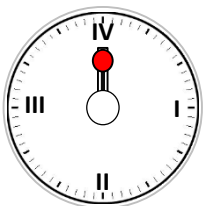
Építészet

Néhány alapkérdés

Művészet-e az építészet?

Műtárgy-e az épület?

Mennyi az értéke az épületben a művészeti elemnek?



AZ ÉPÍTÉSZET MÁS !

(Vajai Tamás)

A piac jellemzői

A termelési lánc: termelő – eladó – vevő – felhasználó

Mire kell a piac?

a mű előállításához szükséges eszközök
speciális helyiség (fény, felszereltség, stb.)
hitel az induláshoz

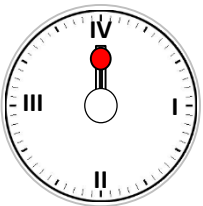
A piacok típusai

Kezdő piac – amatőrök, egymás között (sokszor virtuális vagy spontán)

Helyi piac – hagyományos földrajzi adottságokkal (helyi piac, vásár, rendezvény, stb.)

Nemzeti piac – országon belüli (események, rendezvénysorozatok, stb.)

Nemzetközi piac – nagyjátszótér



A piac működ(tet)ése

Koordinációs mechanizmusok:

Piaci törvény

Bürokratikus

Etikus

Agresszív

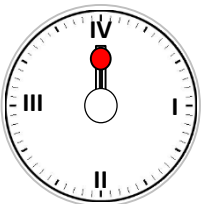
A piacok fajtái:

Szabad versenyes – mindenki mindenkivel

Monopolisztikus: monopóliumok versenye a kicsikkel és egymással

Oligopóliumok – a megmaradt monopóliumok harca

Monopólium – a végső állapot, a verseny győztese



A piaci kereslet

Kereslet tényezői:

érték- és élmény iránti igény (fogyasztói preferenciák)

gazdasági tényezők (ár, jövedelem, szabadidő, stb.)

interperszonális tényezők (a fogyasztói magatartás hatás a másik fogyasztóra)

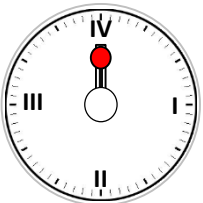
a befogadás körülményeinek biztosítása

Szabadidő és kereslet összefüggése

Több munka a) kevesebb szabadidő b) több elköltendő jövedelem

A szabadidő ára:

munkajövedelem x foglalkoztatottság



A kulturális jószág természete

A PIAC AZ ÉLMÉNYT KERESI.

Vagy a helyettesítő termékét, amely kisebb ráfordítással ugyan olyan élményt tud nyújtani.

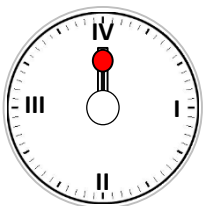
A kulturális javakat a közgazdaságtan a „szenvedély-jószág” fogalmával jelöli

Cél: a hasznosság növelése a fogyasztás során. A hasznosság függ:

szerezett tudás, műveltség, nevelés, stb. – fogyasztási szokások és normák

humán tőke (saját kultúra) -

szociális tőke (mások kultúrája) – csoporthoz való tartozás és „sznobhatás”



Művészet-e az építészet?

Igen, mert...

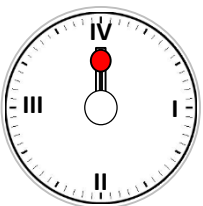
egyedi alkotás minden épület
formai / esztétikai jegyei
vannak

bonyolult rendszer, sok
tényezős optimalizálási
feladat
mert művelői annak tartják
művelői külső jegyek és
életforma szerint is
megkülönböztetik magukat
(egyenruha)

Nem, mert...

iparosított tömegtermelés
a formánál jóval fontosabb a
használati funkció

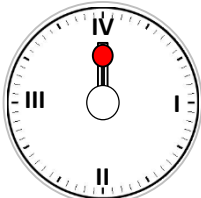
mesterségbeli tudást igénylő
rutinfeladatok összessége
az uniós besorolás szerint sem
az
ez csak külsőség, nem függ
össze a kreativitással
(Csíkszentmihályi)



CIRCLES	SECTORS	SUB-SECTORS	CHARACTERISTICS
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts Paintings – Sculpture – Photography	<ul style="list-style-type: none"> • Non industrial activities. • Output are prototypes and “potentially copyrighted works” (i.e. these works have a high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts productions and visual arts, etc).
	Performing arts	Theatre - Dance – Circus - Festivals.	
	Heritage	Museums – Libraries - Archaeological sites - Archives.	
CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES	Film and Video		<ul style="list-style-type: none"> • Industrial activities aimed at massive reproduction. • Outputs are based on copyright. <div data-bbox="1277 472 1875 701" style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>Az EU Oktatási és Kulturális Igazgatóságának hivatalos kiadványa - 2008</p> </div>
	Television and radio		
	Video games		
	Music	Recorded music market – Live music performances – revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing - Magazine and press publishing	
CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	<ul style="list-style-type: none"> • Activities are not necessarily industrial, and may be prototypes. • Although outputs are based on copyright, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance). • The use of creativity (creative skills and creative people originating in the arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performances of these non cultural sectors.
	Architecture		
	Advertising		

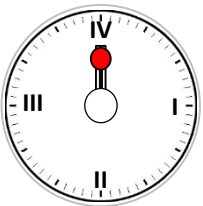
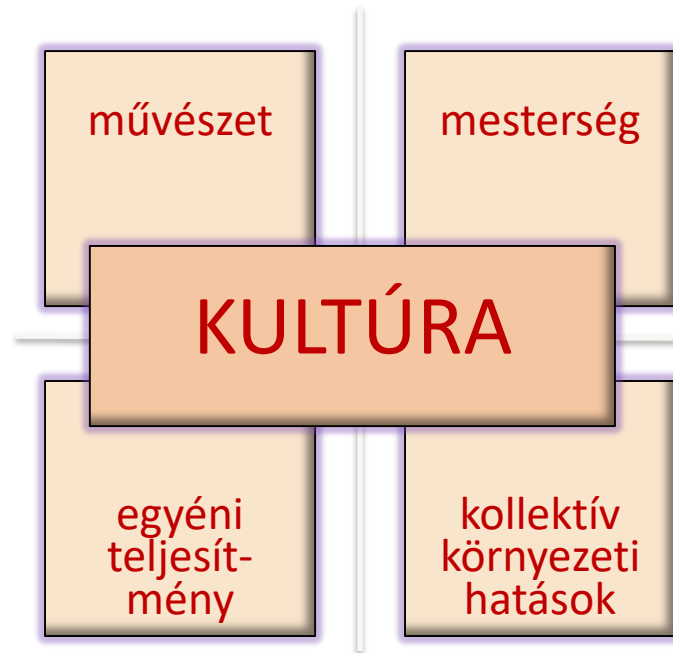


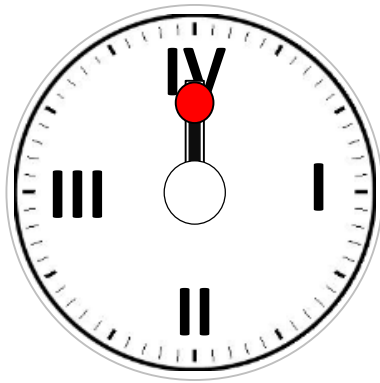
itt áll Ön.



CIRCLE 3: RELATED INDUSTRIES	PC manufacturers, MP3 player manufacturers, mobile industry, etc...		<ul style="list-style-type: none"> • This category is loose and impossible to circumscribe on the basis of clear criteria. It involves many other economic sectors that are dependent on the previous “circles”, such as the ICT sector.
---------------------------------	---	--	---

Ha nem művészet, akkor micsoda...





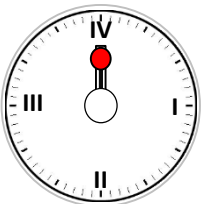
negyedik rész

A művészek piaca

A művész mint piaci szereplő

*„MINDADDIG, AMÍG NEM LÁTJUK
VILÁGOSAN AZ EMBERI KVALITÁSOK
GAZDASÁGI JELENTŐSÉGÉT, CSAK SZÉP
SZAVAKNAK SZÁMÍT EMBERI
MINŐSÉGÜNK JOBBÍTÁSÁNAK A
SZORGALMAZÁSA.”*

(Magyari-Beck István)



A művészet munkásai

Piacuk hasonló mint a normál munkaerőpiac

Alapvetően kínálati piac, többen vannak a kelleténél

Cél: jövedelem növelés és kockázatkerülés

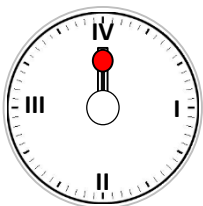
Jövedelem: a nem pénzbeli juttatások fontossága –
dicsőség

A teljesítmény értékelése kétséges – nem mérhető
hanem verbálisan fejezhető ki – de kihez ér el?

Saját teljesítmény: az alkotói megelégedettség – elég
veszélyes kategória...

Kettős kényszerek:

önmegvalósítás és/vagy pénzkeresés
szabadság és/vagy kompromisszumok
magamnak és/vagy másoknak
művészi érték és/vagy közönségsiker



A művészek munkaerő-piaca

A jövedelmek alacsonyabbak mint más (értelmiségi) szakmáknál (-6, -10%) (mert kevesebbet is dolgoznak ?)

A jövedelem olló nagy: a sztárok kiugróan jól keresnek

A munkaerő átlagosan jóval fiatalabb, mint a többi munkaerő piac szereplői

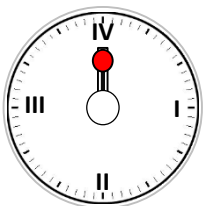
Nagy fluktuáció – sokan lépnek be és le

Szabad belépés (kis eszközigeny, licensz nincs) – Köttött belépés (sok eszköz + jogosultságok)

Belépési költségek: eszközigeny, reklám, média, kapcsolati tőke, stb.

Várakozás: későbbi (lehetséges) magas jövedelem és presztíz – kudarcűrő képesség fontos

Kilépés: kudarcok, család, stb. – az eredetihez közeli munka



A művészpiac jellemzői

Kínálati piac – a vevő diktál

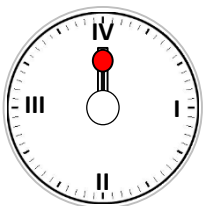
USA a m.erő piac 0,73% (1950), 1,31% (1990) – a magukat művésznek vallók aránya

Alacsony a teljes munkaidőben foglalkoztatottak aránya, kb. negyed-ötöd (színészek, zenészek – projektművészek)

Hosszabb munkaidő, átlagosnál magasabb kvalifikáció szükséges – de siker esetén ehhez átlagosnál magasabb elismerés jár

Pénzbeli és nem pénzbeli hasznok együttese (önkifejezés, presztízs, tanulás, stb.)

Projektekre szerveződő művészeti teljesítmények (Fesztiválzenekar, - színház)



Érvényesülési stratégiák

Második munkahely – kiegészítő munkák
(USA cca. 50%)

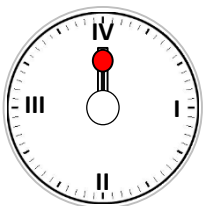
Sikeresség: nem a képzettségtől (sőt negatív korreláció), hanem a tapasztalattól függ

Kivéve a fiatal előadó-művésznőket – nem azért... hanem mert a szépség önmagában vonzó, és ihletettséget, tehetséget sugall

Egyébként a hölgyek itt is kevesebbet keresnek, mint ahogy az a nem művészi pályán dolgozók nők esetében is történik

A támogatások megszerzése: a művet vagy a művészt támogassuk ?

az előbbi hatékonyabb (inputtámogatás)



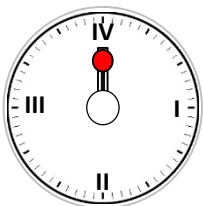
Piaci kockázatok

A tőkebefektetés kockázata magas: nagy erőfeszítés, sok munka – kicsi esély a kiugrásra. A közészer nem elfogadott (miért nem? – média...)

művésszé a gyakorlat tesz, nem a képzés a befutási esély többnyire lottózáshoz hasonlítható – vagy egy nagy tőzsdei nyereséghez

a fiatalok nem érzékelik a kockázati elemeket

A tehetség szerepe: csak magas szinten, de ott a felmérések szerint kis különbség is nagy jövedelem (siker) különbséget involvál



A sztárjelenség magyarázata

SZTÁR AZ, AKIT 1. AZZÁ CSINÁLNAK, 2. AKI ÚGY VISELKEDIK ÉS 3. AKIT KELLŐEN SOKAN ANNAK IS TARTANAK.

(függetlenül attól hogy milyen minőségű a teljesítménye...)

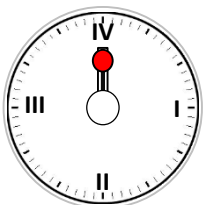
A fogyasztó célja: a kulturális tőkefelhalmozás és annak karbantartása és felhasználása (társadalmi élet), vagyis:

Kulturáltnak lenni (és látszani) minél kevesebb ráfordítással

Ráfordítások:

elsődleges (belépőjegy, büfé és idő (alternatív költség))

másodlagos (utazás, ruhák, étkezés, a megértés költsége, információ szerzés és megosztás, stb.)



A régi sztárok felszínen tartása

Nosztalgia – az ifjúság édes emléke

Az amortizáció elkerülése – lustaság az új ismeretszerzés iránt

Márai: a jóra való restség...

Ügynökségi érdekeltség:

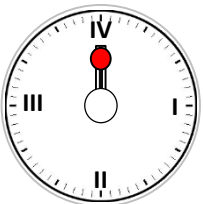
Keresési költségek minimalizálása

a minőségi kockázatok csökkentése (Hans Landa a Becstelen Brigantyk-ban)

A befutottakat a közönség életben tartja

a saját tőkeamortizációjától félve

a saját kulturális mémjeit előtérben tartva

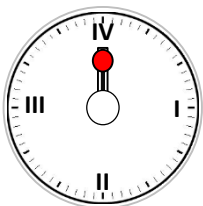


A tudás-alapú társadalom

Knowledge society

Kiváltság az alkotó, önkifejező munka: csak keveseknek adatik meg – a többségnek csak a stressz jut.

A tisztességes munka nem mindig jelent alkotást. Az tudás és verejték – de ezen alapul a társadalom továbbélése.



Építészet: kreatív városok

Kreatív városok – a reneszánsztól kezdve...

kulturális és kreatív klaszterek – intézmények együttműködése – helyi sajátosságok

események helyi építészeti térbe helyezése

kulturális csomópontok – high tech és kényelmi szolgáltatások közelében

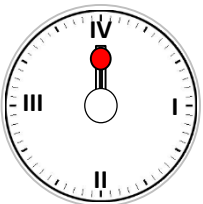
fiatalokat kiszolgáló létesítmények – egyetemek és kollégiumok, táborok, stb.

LONDON designfőváros

2-szeres növekedés a kreatív iparágakban az üzleti szolgáltatások után a második legnagyobb helyi iparág

21 milliárd fontos éves forgalom

Versengő városok



Építészet: versengő városok

(Lukovich Tamás előadásából)

a világ nagyvárosai közötti verseny a globális pénzügyi, szórakoztató és fogyasztási piacokért

cél: az emberek áramoltatása (az árúk helyett)

a városépítészet megfelelő eszköz - az arculat vagy imázs javítása összeköthető a gazdasági fejlődéssel

eszközök:

látványos rendezvények (Forma1, világkiállítás..)

nagy egyéniségek

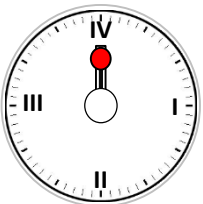
tematikus parkok, nagy projektek

kreatív helyek (hub-ök)

kulturális és szimbolikus javak – a kommunikáció társadalma

kényelmi szolgáltatások, közlekedés, infrastruktúra

kulcsszó: a szolgáltatások minősége



Építészet: kulturális verseny

Kulturális fővárosok

Graz: költségek, összesen 59.2 millió € :

programok : 36.0442

reklám, marketing: 14.1394

közvetlen bérek: 5.1034

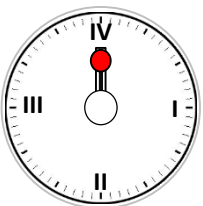
közvetlen költségek: 3.913

108 projekt, 6000 esemény, 2,5 millió látogató

116 m € -t költöttek a látogatók a városban

1200 új állás keletkezett

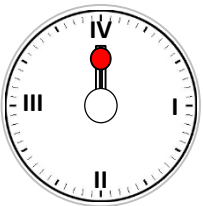
Az emberek nem a várost mint építészeti célpontot, hanem a várost mint magas szintű szolgáltatásokat és kulturális szinergiát felmutató egységet, és abban is az egyes rendezvényeket és látnivalókat látogatták – köztük az épített kultúra régi és új elemeit is.



... amit ne felejtssenek a mai óra után:

A víz oxigénből és
folyadékból áll.

*(idézet egy magyar középiskolás diák
felvételi dolgozatából)*



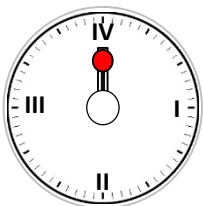
Irodalomjegyzék

EU E&C Direction: Economy of Culture in Europe (2008)

Daubner – Horváth – Petró (szerk.): Kultúra-gazdaságtani tanulmányok (Aula, Budapest 2000)

Slézia József (szerk.): Designelmélet – tanulmányok (MIF, Budapest 1990)

Lukovich Tamás: Korunk urbanisztikájának kihívásai – Mindentudás Egyeteme, 2006.





KÖSZÖNÖM A FIGYELMET !

