

Predgovor

U ovoj, mojoj trećoj knjizi o tome kako na najbolji način da se pristupi marketingu umetnosti, uglavnom izvođačkih (mada i oni koji predstavljaju vizuelne umetnosti mogu u njoj da nađu dobre ideje), nudim čitaocu ono što je, po mom mišljenju, neophodno za razumevanje jedne teme koja mnogima predstavlja problem. Cilj marketinga u oblasti koja je obično neprofitna postavljen je tako da u sebi sadrži društvenu svrhu predstavljanja umetnosti. Dobro finansijsko upravljanje, kako troškovima tako i prihodima, jeste *conditio sine qua non* svakog marketinga, ali kad je u pitanju umetnost, mora se uzeti u obzir i „element učešća ljudi“, a on obuhvata ne samo publiku već i umetnike – marketing *umetnosti* mora da prihvati poseban položaj proizvođača onoga što je predmet marketinga i da ne traži potpuno potčinjavanje aktivnosti umetničke organizacije trenutnim finansijskim potrebama. Data je **analiza** sastavnih delova marketinga *umetnosti* koja jasno stavlja do znanja da je u pitanju holistički pristup koji uzima u obzir okolnosti u kojima se vrši predstavljanje većine vrsta umetnosti gde sve odluke obično donosi i izvršava mali broj ljudi koji rade u uslovima strogih finansijskih ograničenja. Pored holističkog svojstva, ovaj pristup sadrži više značajnih (za neke ljude moguće i novih) ideja o međusobnom odnosu tih delova. Najzad, data je i precizna **terminologija** koja pomaže da se shvati i upamti kakva je uloga tih sastavnih delova i kako oni funkcionišu zajedno. Veština je u tome da se ostvari usaglašeno delovanje svih sastavnih delova, što se može postići jedino iskustvom.

Ova knjiga je namenjena onima čiji je zadatak da stvaraju, odabiraju i predstavljaju umetnost – ne samo početnicima već i njihovim šefovima, koji u njoj mogu da nađu korisne ideje.

Na kraju, zahvaljujem se osoblju izdavačke kuće Rhinegold Publishing Limited na velikom trudu i nepokolebljivom poverenju i, posebno, Sari Dejvis (Sarah Davies), tehničkom uredniku i Toniju Gemblu (Tony Gamble), generalnom direktoru izdavačke kuće, koji je godinama imao razumevanja za ovu moju *fiks-ideju* i nije tražio obećanje da će ova knjiga biti kraj mog bavljenja ovom temom.

Kit Digl
Septembar 1994.