Kultura a rozwój

redakcja Jerzy Hausner,
Anna Karwińska, Jacek Purchla

Kultura a rozwój

Kultura a rozwój

Redakcja Jerzy Hausner,
Anna Karwińska, Jacek Purchla

Narodowe Centrum Kultury
Warszawa 2013

Redakcja naukowa: Jerzy Hausner, Anna Karwińska, Jacek Purchla
Redakcja językowa: Agata Błasiak, Teresa Leśniak
Redaktor prowadzący: Tomasz Kukołowicz
Korekta i opracowanie indeksów: Anna Matysiak

Copyright © 2013
By Narodowe Centrum Kultury
Pewne prawa zastrzeżone, „Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Na tych samych warunkach 3.0 Polska" (CC BY-NC-SA 3.0 PL)

ISBN 978-83-63631-57-4

Projekt okładki: Kamila, Przemek Hajek
Projekt szaty graficznej: LogoScript Sp. z o.o.
Skład i druk: CONSIT

Seria „Kultura się liczy!"

Wydawca: Narodowe Centrum Kultury

Publikacja przygotowana we współpracy z: Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie oraz Międzynarodowym Centrum Kultury

Narodowe Centrum Kultury
ul. Płocka 13
01-231 Warszawa
tel. 22 21 00100, fax. 22 21 00101
książki@nck.pl
www.nck.pl

Spis treści

Od Wydawcy 9
Wstęp 13

Część I
Podstawowe pojęcia i kategorie 19

Rozwój społeczno-gospodarczy
(*Jerzy Hausner*) 21

Dziedzictwo kulturowe
(*Jacek Purchla*) 39

Kultura
(*Anna Karwińska*) 57

Kultura i polityka rozwoju
(*Jerzy Hausner*) 81

Część II
Kultura jako zasób 105

Polityka kulturalna Polski 1989–2012
(*Agata Wąsowska-Pawlik*) 107

Charakterystyka działalności kulturalnej w Polsce
po transformacji ustrojowej
(*Katarzyna Jagodzińska*) 127

Szkolnictwo artystyczne i sytuacja artysty w Polsce
(*Katarzyna Jagodzińska*) 161

Organizacje sektora kultury a rozwój
(*Jan Strycharz*) 175

Część III
Dziedzictwo jako zasób 193

Dziedzictwo kulturowe w Polsce:
system prawny, finansowanie i zarządzanie
(*Jacek Purchla*) 195

Marketing dziedzictwa kulturowego
(*Krzysztof Broński*) 215

Dziedzictwo kulturowe w kontekście rozwoju lokalnego
(*Monika Murzyn-Kupisz*) 237

Rewitalizacyjna funkcja kultury i dziedzictwa kulturowego
(*Katarzyna Jagodzińska*) 265

Część IV
Kultura jako składowa procesów społecznych 287

Kultura wobec współczesnych procesów
społeczno-ekonomicznych
(*Przemysław Kisiel*) 289

Kulturowe podłoże formowania się kapitału ludzkiego
i społecznego
(*Anna Karwińska*) 307

Edukacja kulturalna na rzecz kreatywności i innowacyjności
(*Katarzyna Jagodzińska*) 327

Współczesne wzory uczestnictwa w kulturze
(*Przemysław Kisiel*) 345

Sektor kultury w procesie integracji europejskiej
(*Joanna Sanetra-Szeliga*) 361

Część V
Kultura i gospodarka ... 381

Kultura i rynek
(*Krzysztof Malczyk*) ... 383

Kultura – kreatywność – innowacyjność
(*Łukasz Maźnica*) ... 399

Sektor kultury a rozwój gospodarczy miasta
(*Joanna Sanetra-Szeliga*) ... 413

Przemysły kreatywne i ich wpływ na gospodarkę
(*Jakub Głowacki*) ... 435

Prawo autorskie w kontekście rewolucji technologicznej
(*Bartłomiej Biga*) ... 455

Kultura, technika, kapitalizm
(*Edwin Bendyk*) ... 473

Zakończenie ... 487

Noty biograficzne autorów ... 493

Indeks osób ... 499

Indeks rzeczowy ... 505

Od Wydawcy

Oddajemy w ręce Czytelników dziewiątą już pozycję z serii „Kultura się liczy!". Jest to podręcznik akademicki stworzony z myślą o słuchaczach różnych kierunków nauk społecznych. Zachęcam do lektury wszystkie osoby pracujące „w kulturze", ponieważ książka ta w bardzo interesujący i oryginalny sposób opowiada o ekonomii kultury. Wyjątkowość ujęcia zaproponowanego przez Jerzego Hausnera, Annę Karwińską i Jacka Purchlę stanie się zrozumiała, gdy cofniemy się pamięcią do 2009 roku, do ożywionej debaty, jaka towarzyszyła krakowskiemu Kongresowi Kultury. Pojawiło się wówczas pytanie o związek między sektorem kultury a gospodarką. Kilka lat wcześniej podobna dyskusja miała miejsce w Wielkiej Brytanii, Danii i innych krajach wysoko rozwiniętych. W jej centrum znalazła się propozycja rozszerzenia granic sektora kultury o dziedziny, takie jak reklama, architektura, dizajn i produkcja gier wideo. Uzasadnieniem teoretycznym nowej klasyfikacji było istnienie wspólnego źródła tych wszystkich form działalności, jakim jest ludzka kreatywność. W praktyce ta definicja pozwalała spojrzeć w nowy sposób na gospodarcze znaczenie twórczości artystycznej, która jest źródłem dynamicznie rozwijających się i dochodowych przemysłów kreatywnych (por. DCMS, *Creative Industries Mapping Document 2001*; KEA, 2006, *The Economy of Culture in Europe*; UNCTAD, *Creative Economy. Report 2008*).

Polscy eksperci zajmujący się problematyką zarządzania w kulturze śledzili na bieżąco dyskusję na temat przemysłów kreatywnych. Było to wąskie grono specjalistów. W Polsce mniej więcej do 2007 roku wyobraźnię publicystów i polityków rozpalała problematyka pamięci i polityki historycznej. Gdy temperatura tej debaty nieco opadła, do głównego nurtu przebił się nowy wątek – ekonomia kultury i przemysły kreatywne. Początki dyskusji były trudne. Podczas Kongresu Kultury w Krakowie pojawiały się głosy skrajne, sprowadzające całe zagadnienie do podziału tortu, jakim dla niektórych był budżet Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Szybko okazało się, że skrajne upraszczanie zagadnienia tworzy przestrzeń dla pretensji i roszczeń, a nie dla konstruktywnej rozmowy.

W takich okolicznościach w debatę zaangażowało się Narodowe Centrum Kultury. Uznaliśmy, że najpilniejsze są dwie potrzeby: zmiana języka debaty oraz

stworzenie forum, na którym mogłoby dojść do rzeczowej dyskusji. Pierwszemu celowi służyły dwa działania: wydanie polskich tłumaczeń najbardziej znanych zagranicznych publikacji na temat przemysłów kreatywnych i ekonomii kultury, od których zaczęła się seria „Kultura się liczy!", oraz organizacja konferencji „Ekonomika kultury – od teorii do praktyki". Drugi cel osiągnęliśmy, organizując wspólnie z Collegium Civitas cykl debat zatytułowanych „Kultura i rozwój". Moderował je Edwin Bendyk.

Brytyjskie i – bardziej ogólnie – zachodnie inspiracje były od początku obecne i znaczące w polskiej debacie nad przemysłami kreatywnymi. Nie stały się jednak nigdy „prawdami objawionymi". Było to szczególnie wyraźne podczas seminariów „Kultura i rozwój", w czasie których prace Richarda Floridy i innych zachodnich naukowców zostały omówione w sposób krytyczny. Nieufność wobec zagranicznych prac wynikała nie tylko ze świadomości odmienności polskich realiów, ale także – a może przede wszystkim – szczególnych okoliczności, w jakich były czytane. Brytyjska polityka wsparcia przemysłów kreatywnych oraz koncepcja klasy kreatywnej Richarda Floridy powstały w latach, gdy światowa gospodarka rosła w szybkim tempie. Wisienką na torcie był wówczas sektor technologii informacyjno-telekomunikacyjnych wraz z rodzącym się internetem. Marzenia pokładane w przemysłach kreatywnych stawały się rzeczywistością. A później nastąpił krach 2008 roku. Problemy USA w krótkim czasie rozlały się na cały świat. Pomimo wpompowania w rynek niewyobrażalnych wręcz ilości pieniędzy spowolnienie gospodarcze oraz towarzyszące mu negatywne zjawiska takie jak wysokie bezrobocie utrzymywały się przez wiele miesięcy. Uwaga decydentów skupiła się na walce ze światowym kryzysem ekonomicznym. I wtedy w Polsce rozpoczęła się debata o przemysłach kreatywnych.

Seminaria „Kultura i rozwój" toczyły się w gorącej atmosferze, jaka zapanowała wśród ludzi kultury po krakowskim Kongresie Kultury (2009). W czasie pierwszego cyklu spotkań w auli Collegium Civitas siadały obok siebie osoby, które stały się liderami ruchu Obywateli Kultury i przedstawiciele Ministerstwa Kultury. Warto w tym miejscu przywołać pewne „zdarzenie", do którego doszło 23 czerwca 2010 roku. Korzystając z obecności ministra Bogdana Zdrojewskiego, profesor Jerzy Hausner zaproponował, żeby kampania „1% na Kulturę" zakończyła się podpisaniem paktu społecznego. Argumentował, że byłaby to skuteczna forma wpływania na kierunek zmian w dłuższej perspektywie czasowej. Dziś wiemy, że był to szczęśliwy pomysł.

W 2010 roku byliśmy mądrzejsi od Brytyjczyków o lekcję 2008 roku i – chyba – dobrze z niej skorzystaliśmy. Zamiast skupiać się na poszukiwaniu złotych gór, które podobno ktoś gdzieś kiedyś widział, odrobiliśmy uczciwie lekcję z ekonomii kultury. Przeczytaliśmy najważniejsze prace teoretyków, wyjaśniliśmy nieporozumienia dotyczące znaczenia podstawowych pojęć, poznaliśmy niuanse ujmowania sektora kultury w statystykach publicznych oraz ustawie budżetowej.

Świeżym przykładem umiejętnego wykorzystanie tej wiedzy jest raport „Miejskie polityki kulturalne" opracowany przez Fundację Res Publica, który zawiera analizę budżetów miast. Podniosła się też jakość opracowań statystycznych. Przykładem może być raport GUS-u *Kultura w 2011 r.*, który zawiera rozbudowaną część poświęconą finansom kultury.

Dorobek ostatnich kilku lat zaczyna procentować. I wszystko byłoby dobrze, gdyby nie poczucie, że choć mamy w ręku skuteczne narzędzia, nie bardzo wiadomo, do jakich celów je wykorzystać. Sprowadzanie kultury do roli motoru napędowego przemysłów kreatywnych wydaje się błędną ścieżką, bo chociaż jest to gałąź gospodarki przynosząca duże zyski, towarzyszy jej także wysoki poziom ryzyka. Czy oznacza to, że należy porzucić hasło „Kultura się liczy"? Chyba nie. Ekonomia kultury wytworzyła użyteczną skrzynkę narzędziową, która przyda się każdemu menadżerowi kultury. Ponownego przemyślenia wymaga jednak filozofia korzystania z niej. Odpowiedź na tę potrzebę stanowi – w moim przekonaniu – niniejsza książka.

Ocenę słuszności założeń, na których Autorzy oparli podręcznik *Kultura a rozwój*, pozostawiam Czytelnikom. Chciałbym jednak gorąco podziękować całemu zespołowi Autorów na czele z profesorem Jerzym Hausnerem za to, że podjęli się wyzwania, jakim było napisanie tej książki. Cieszę się, że Narodowe Centrum Kultury mogło przyczynić się do powstania publikacji, która stanowi oryginalny wkład polskich naukowców w debatę na temat związków ekonomii i kultury. Mam nadzieję, że *Kultura a rozwój* okaże się książką użyteczną dla studentów oraz inspirującą dla osób pracujących „w kulturze".

Krzysztof Dudek
Dyrektor Narodowego Centrum Kultury

Wstęp

Książka *Kultura a rozwój* pomyślana jest jako akademicki podręcznik z zakresu ekonomii kultury. Adresujemy go głównie do studentów ekonomii, zarządzania, socjologii, dziennikarstwa i nauk politycznych oraz kulturoznawstwa.

Nie ma podobnego opracowania napisanego przez polskich autorów. Dzięki staraniom Narodowego Centrum Kultury mamy dostęp do tłumaczeń ważnych publikacji zagranicznych, głównie z kręgu anglosaskiego. Należy do nich bardzo dobry podręcznik Ruth Towse *Ekonomia kultury. Kompendium* (Warszawa 2011), który bazuje na neoklasycznej teorii ekonomii, nazywanej często ekonomią głównego nurtu. Tę liberalną z ducha teorię przyjmuje i upowszechnia większość ekonomistów akademickich. Autorka także opowiada się zdecydowanie za rozwiązaniami rynkowymi jako fundamentem efektywnej działalności ekonomicznej w sferze kultury.

Nasz podręcznik osadzony jest na innym fundamencie. Przyjęliśmy, że ma nim być nie rynek, lecz rozwój społeczno-gospodarczy, co pozwoli uchwycić związek kultury z gospodarką i jej współczesnymi przemianami strukturalnymi, ale też – szerzej – ze zmianą społeczną. W ten sposób czytelnik będzie miał szansę poznać problematykę ekonomii kultury przedstawioną w innej perspektywie badawczej.

Kultura to bardzo złożony obszar rzeczywistości społecznej. Nie tylko dlatego, że obejmuje tak wiele elementów. Przede wszystkim dlatego, że jej relacje z innymi składowymi systemu społecznego są wielowymiarowe i kompleksowe. Także w płaszczyźnie, która nas w tej publikacji szczególnie interesuje, a mianowicie na polu związków kultury i gospodarki oraz – szerzej – rozwoju społeczno-gospodarczego. Częstym błędem jest sprowadzanie tych związków do kwestii komercjalizacji kultury, rynku dóbr kultury, w tym szczególnie przemysłów kultury. Przemysły kultury obejmują tylko pewien fragment aktywności kulturalnej i nie mogłyby się rozwijać, gdyby zdominowały całą aktywność. Te kulturalno-ekonomiczne relacje – rynkowe i nierynkowe – są dużo bardziej złożone i wielostronne. A jednocześnie cele aktywności kulturalnej, mimo że zawsze ma ona jakieś materialne podbudowanie i odniesienie, są najczęściej pozaekonomiczne.

Bez wątpienia aktywność kulturalna jest warunkowana ekonomicznie. To łatwo dostrzec. Równie istotne jest jednak i to, że działalność gospodarcza jest silnie warunkowana kulturowo. Kultura stanowi składową społecznej podbudowy gospodarki, a zarazem istotny zasób, z którego gospodarka czerpie, oraz jeden z mechanizmów – coraz ważniejszy – pobudzania rozwoju gospodarczego. Aktywność kulturalna wymaga materialnego (ekonomicznego) zasilania, ale jednocześnie gospodarka bez kultury nie mogłaby funkcjonować i rozwijać się.

Ta ogólna fundamentalna relacja ujawnia się rzeczywistości społecznej w wielu różnych formach. Działalność kulturalną prowadzą podmioty o różnym statusie prawno-własnościowym: publiczne, prywatne, społeczne. A jednocześnie dobra kultury mogą mieć różny charakter – od czystych dóbr publicznych do dóbr prywatnych, poprzez różne formy mieszane i pośrednie. Nie da się ustalić w tym zakresie żadnej trwałej hierarchii, tak samo jak nie można zadekretować, że kultura ma znaczenie tylko dla jakiegoś określonego segmentu gospodarki, np. dla rynku. Zróżnicowanie podmiotowych form prowadzenia działalności kulturalnej oraz charakteru dóbr kultury warunkuje rozwój społeczno-gospodarczy i umożliwia pojawianie się nowych hybrydalnych podmiotów, nowych postaci dóbr kultury i nowych mechanizmów waloryzacji. Współcześnie tego rodzaju innowacje dokonywane są coraz intensywniej, pobudzając rozwój, ale też przynosząc nowe wyzwania i problemy. Można oczywiście statystycznie stwierdzić, jaki jest udział w danym państwie różnych form prowadzenia działalności kulturalnej. Można też obserwować przekształcenia w tym zakresie. Ale to nie znaczy, że możemy jakiejś formie aktywności kulturalnej przypisać na stałe dominującą pozycję i zasadniczy wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy. Jest on bowiem warunkowany strukturalnymi zmianami, których nie da się wymusić.

Właśnie między innymi za sprawą żywotności i zmienności kultury, czyli za sprawą ludzkiej wyobraźni i kreatywności, rozwój nie jest linearny, lecz meandryczny; to nieustanne zrywanie i podtrzymywanie ciągłości. Nie jest też zdeterminowany ani ekonomicznie, ani technologicznie. Można go świadomie pobudzać i w pewnym stopniu nadawać mu kierunek, ale nie można go zaprogramować.

Rozwój jest funkcją otwartości kultury i podmiotów zajmujących się działalnością kulturalną. Z tego punktu widzenia istotne znaczenie ma dominujący w danym społeczeństwie model instytucji kultury, zarządzania nią i jej relacji z innego rodzaju instytucjami, zwłaszcza politycznymi i gospodarczymi.

Materialna infrastruktura (baza) umożliwiająca prowadzenie działalności kulturalnej ma oczywiście podstawowe znaczenie. Ale też nie należy przyjmować, że ma ona znaczenie rozstrzygające. Przeciwnie, nadmierne koncentrowanie się na tworzeniu i utrzymaniu bazy materialnej może dławić aktywność, jeśli pociąga za sobą zbyt wysokie nakłady środków i czasu.

Można w tym kontekście przywołać stanowisko Mirko Tobiasa Schäfera, który w niedawno wydanej książce *Bastard culture! How user participation transforms cul-*

tural production (Amsterdam 2011) podkreśla, że kultura uczestnictwa musi być kulturą wspólnotową, charakteryzującą się wysokim poziomem interakcji uczestników, niskimi kosztami zaangażowania i aktywności kulturowej oraz formami wsparcia dla indywidualnej twórczości i wymiany treści kultury. I to powoduje, że taka kultura ma zdolność przetwarzania, utrwalania i kreowania dóbr kulturowych.

Niewątpliwie aktywnym składnikiem kultury wspólnotowej jest zdolność uczestniczących w niej podmiotów do transformowania i generowania wiedzy społecznej. Wiedza staje się społeczna, kiedy jest społecznie dostępna, dzielona i uwspólniana. Ta możliwość wynika z jej fundamentalnej cechy: wiedzą można się dzielić i dzięki temu przybywa jej, a nie ubywa. Co nie znaczy, że wiedza jest z natury dzielona i staje się społeczna. Odwrotnie: na ogół jest kreowana jako prywatna i jest prywatnie zawłaszczana, czemu przede wszystkim służy – jak dotąd – ochrona praw własności intelektualnej. Wiedza niedzielona staje się źródłem władzy hegemonicznej. Tym samym blokuje formowanie się kultury wspólnotowej, kultury partycypacji. Nie rozwinie się ona, jeśli w danej zbiorowości nie będzie instytucji zdolnych do transformowania wiedzy prywatnej w społeczną (uwspólnioną) oraz do generowania wiedzy społecznej, czyli tworzonej dla dobra wspólnego i szeroko dostępnej.

Uwspólnianie wiedzy wynika między innymi z zaniku sztywnego podziału na tych, którzy wiedzę dostarczają (nauczyciele, wychowawcy), i tych, którzy mają tę wiedzę przyswoić. Kultura wspólnotowa rodzi się wówczas, gdy w jakimś stopniu wszyscy uczą się od wszystkich. I taki proces musi się zaczynać od tego, że w danej zbiorowości eksperymentalnie odwracamy tradycyjny, hierarchiczny kierunek przepływu informacji i wiedzy, np. w taki sposób, że to obywatele przekazują sprawującym władzę informacje i wiedzę – czyli że instytucjonalnie odwracamy to, co jest utrwaloną normą. Jeśli takie działanie nie jest możliwe, rezultatem jest pat instytucjonalny, czyli brak możliwości ewolucyjnej, inkrementalnej zmiany instytucjonalnej. A wówczas dany system społeczny może zostać zmieniony tylko za cenę procesu rozrywającego ciągłość rozwojową.

W naszym przekonaniu projekty kulturalne, w tym artystyczne, mogą skutecznie przyczyniać się do transformacji i generowania wiedzy społecznej. A więc sprzyjać formowaniu się kultury wspólnotowej, która z kolei tworzyć będzie dogodne warunki do ich podejmowania i rozwijania. Uważamy, że kultura, w tym sztuka, ma istotny potencjał w tym zakresie. Na ogół jednak jest on słabo wykorzystywany.

Dosyć powszechnie przyjmuje się, że współcześnie rozwój społeczno-gospodarczy jest funkcją postępu technologicznego. To pogląd bardzo uproszczony. Infrastruktura teleinformatyczna jest warunkiem koniecznym, lecz niewystarczającym formowania kreatywnego społeczeństwa informacyjnego. Technologie materialne liczą się o tyle, o ile towarzyszą im adekwatne technologie społeczne, które są zasadniczo społecznymi interfejsami obsługującymi komunikowanie się i współdziałanie. Stają się one katalizatorami rozwoju, jeśli jednostki dysponują

określonymi krytycznymi kompetencjami kluczowymi, między innymi do odbierania, interpretowania, przetwarzania i generowania informacji. A to mogą im zapewnić tylko kultura, wiedza i edukacja.

Intencją autorów tego podręcznika jest właśnie przekonanie czytelników, że współcześnie kultura staje się podstawowym zasobem – czynnikiem i mechanizmem rozwoju społeczno-gospodarczego, że szczególnie w okresie kryzysu w jej obszarze trzeba szukać inspiracji, możliwości i sposobów innowacyjnego działania, poszerza ona bowiem nasze perspektywy poznawcze, ułatwia komunikowanie się i wspólne definiowanie sytuacji, a tym samym – współdziałanie.

Naszym celem było przygotowanie podręcznika, który byłby wprowadzeniem do „ekonomii kultury", ale który nie powielałby podejścia wypracowanego na gruncie ekonomii neoklasycznej, gdzie kulturę postrzega się przez pryzmat rynku, gospodarki rynkowej i przemysłów kreatywnych. Cechą nadrzędną tak pomyślanego podręcznika jest podejście interdyscyplinarne, dopiero ono umożliwia bowiem uchwycenie i ukazanie zależności między kulturą a rozwojem społeczno-gospodarczym. Dlatego też stworzyliśmy zespół, w którym wokół tego celu skupili się nie tylko ekonomiści, ale też socjologowie, historycy oraz prawnicy. Jednocześnie wydaje się nam – autorom tej publikacji – że takie podejście istotne jest również ze względu na globalny kryzys, który dotyka także Polski.

Następstwem kryzysu gospodarczego są między innymi cięcia budżetowe. Schematyczne reakcje instytucji kultury (publicznych) oraz podmiotów władzy publicznej odpowiedzialnych za sektor kultury prowadzą w sposób oczywisty do drastycznego ograniczenia nowych inicjatyw kulturalno-artystycznych i szans młodych osób na podjęcie aktywności w sferze kultury i sztuki. A to w dalszej konsekwencji oznacza osłabienie potencjału rozwojowego społeczeństwa. Okres kryzysu powinien służyć krytycznej ocenie i weryfikacji dotychczasowych polityk, działań i przedsięwzięć oraz uruchamianiu nowych innowacyjnych projektów – a tak się nie dzieje. Powinien być okresem krytycznej, pogłębionej refleksji, gorączkowego dyskursu oraz intensywnych poszukiwań zorientowanych na formowanie nowych modeli działania i współdziałania. Przy czym fundamentalne znaczenie ma w takiej sytuacji kojarzenie różnych wątków i możliwości, łączenie rozmaitych zasobów i zawiązywanie partnerstw, nie po to, żeby przetrwać, lecz aby się przestawić czy przekształcić. W okresie kryzysu rośnie potrzeba tworzenia nowych form partnerstwa, co dotyczy tak jego uczestników, jak i przedmiotu oraz trybu.

Kryzys ujawnia, które podmioty i inicjatywy w sferze kultury mają wysoką zdolność twórczą i adaptacyjną, charakteryzują się samopodtrzymywalnością wynikającą ze społecznego zakorzenienia, mają rozwojowy potencjał i siłę, które zaś okazują się efemerydami rozkwitającymi w okresie dobrej koniunktury i obfitości środków. Ten w sumie ozdrowieńczy proces przebiega efektywniej, jeśli polityka podmiotów władzy publicznej nie jest nastawiona na utrwalenie istniejącego porządku – hierarchii wpływów i znaczenia, nie polega na prostej ochronie wszyst-

kiego, co w obszarze kultury istnieje, lecz aktywnie wspiera rozwojową adaptacyjność i innowacyjność. W kryzysie ma się rodzić nowe, bo inaczej nie uda się go przełamać, będzie się pogłębiał. Właśnie w takim okresie konieczne jest myślenie i działanie strategiczne, uruchamiające to, co daje szansę na zmianę i rozwój. W przeciwnym razie kryzys napędza zastój.

Kryzys nie może być zatem interpretowany jako okres tymczasowy i przejściowy, po którym nastąpi automatyczne odwrócenie sytuacji, ozdrowienie i powrót do poprzedniego poziomu finansowania i sposobu postępowania – wystarczy tylko ten okres przetrwać. Tak się niestety na ogół w sferze kultury myśli i postępuje, ale to właśnie spycha ją na peryferie rozwoju, osłabia jej społeczne znaczenie. Podmioty prowadzące działalność kulturalną stają się przez to jeszcze bardziej wsobne, zamknięte i wyizolowane. I w konsekwencji niezdolne do partnerstwa, współdziałania i rozwoju.

Oczywiście prowadzenie aktywno-strategicznej, prorozwojowej polityki kulturalnej jest możliwe tylko wówczas, kiedy realizujące ją podmioty władzy publicznej dysponują odpowiednią wiedzą, informacją i narzędziami, w tym zobiektywizowanymi kryteriami, miarami i wskaźnikami. I tu tkwi zasadniczy problem, gdyż tego rodzaju kompetencje i umiejętności są wciąż nader rzadkie. Dzieje się tak między innymi dlatego, że zainteresowanie ekonomistów kulturą jest w Polsce bardzo niskie. Jeżeli już jakieś badania sektora kultury są prowadzone, to odnoszą się do poziomu mikro. Tak też ukształtowany jest profil kształcenia w szkołach wyższych – studia dotyczą zarządzania instytucjami kultury, co z pewnością jest niewystarczające.

W naszym kraju ekonomia kultury pozostaje w zalążku, co dotyczy zarówno badań, jak i studiów. Niniejszy podręcznik ma pomóc w rozwoju tej dyscypliny, wzmóc zainteresowanie tak studentów, jak i pracowników nauki. Chodzi o to, aby nie porzucając perspektywy mikro, poszerzyć ją o wymiar mezo i makro, by w rezultacie uzyskać podejście wielopłaszczyznowe i całościowe.

Książka jest owocem współpracy środowisk uniwersyteckich i grupy osób aktywnie związanych z kulturą. Autorzy podręcznika to w większości pracownicy lub doktoranci Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz pracownicy Międzynarodowego Centrum Kultury. Ta synergia pomiędzy teorią a praktyką stanowi w naszym przekonaniu wartość dodaną podręcznika, który w trakcie naszych dyskusji i pracy nad tekstami przybrał formę swoistej antologii. Poszczególne rozdziały publikacji mają charakter autonomiczny. Podręcznik umożliwia więc z jednej strony odrębne studiowanie poszczególnych zagadnień, a z drugiej daje szansę zrozumienia złożoności i wieloaspektowości relacji między kulturą i rozwojem. Ta polifonia narracji jest też świadectwem bogactwa podjętej przez nas problematyki.

Jerzy Hausner, Anna Karwińska, Jacek Purchla

Część I

Podstawowe pojęcia i kategorie

Jerzy Hausner

Rozwój społeczno-gospodarczy[1]

Wprowadzenie

Pojęcie rozwoju społeczno-gospodarczego składa się z dwóch komponentów. Posługując się nim, sygnalizujemy, że rozwój społeczny warunkuje rozwój gospodarczy i odwrotnie. Bez jednego nie będzie drugiego, ale też oba komponenty współtworzą mechanizm napędzający „koło rozwoju". Tym samym podkreślamy, że warunkowanie się obu podstawowych komponentów rozwoju jest istotne w długiej perspektywie.

Jeśli przyjmujemy kategorię „rozwoju społeczno-gospodarczego", to w ślad za rozumowaniem Karla Polanyiego [1957] uznajemy, że idea samodostosowującego się rynku jest jaskrawą utopią. Rynek samoistnie nie mógłby funkcjonować, gdyż zniszczyłby ludzką i naturalną substancję społeczeństwa, sprowadziłby ludzkość do stanu dzikości. Tak więc rynek wymaga innych instytucji i tylko wówczas, gdy jest przez nie ograniczany i regulowany, staje się motorem rozwoju społeczno-gospodarczego. Rynek odseparowany od organizacji społecznych i instytucji politycznych nie jest możliwy. Trzeba jednak podkreślić, że większość teorii ekonomii klasycznej i neoklasycznej bazuje na przeciwnym założeniu. To, jak gospodarka faktycznie działa i rozwija się, niekoniecznie jest odzwierciedlone w poglądach ekonomistów i w społecznych wyobrażeniach. Możemy ulegać złudzeniu samoistnie regulującego się rynku, jednocześnie uczestnicząc w różnych instytucjach, które rynek na co dzień regulują.

Podczas gdy Polanyi stwierdza, że tylko w idealizujących rzeczywistość modelach rynek jest samoistnym i automatycznym mechanizmem konkurencji samodzielnych atomów, od innego wielkiego badacza społecznego, Émile'a Durkheima [1997], wiemy, że nie ma też w rzeczywistości niczego takiego jak kompletnie zatomizowane społeczeństwo. To może być tylko czysto myślowy konstrukt, gdyż bez

---

[1] W niniejszym opracowaniu wykorzystałem fragmenty tekstu *Rozwój społeczno-gospodarczy*, w: J. Hausner, *Zarządzanie publiczne*, Scholar, Warszawa 2008, s. 367–395.

zrzeszania się i współpracy jednostek społeczeństwo nie mogłoby istnieć, a ludzkość by nie przetrwała. Firmy i jednostki nie są fantomami, a gospodarka i społeczeństwo tylko w naszej wyobraźni mogą się składać wyłącznie z firm i jednostek.

Odnosząc myśl Polanyiego i Durkheima do jednego z zasadniczych problemów gospodarki rynkowej, jakim jest praca, dochodzimy do wniosku, że siła robocza nie jest i nie może być tylko towarem. Z jednej strony bowiem rynek prowadzi do wykluczenia pewnej części siły roboczej, którą – jako zbędną – ekonomicznie dyskwalifikuje. Z drugiej, gdyby utowarowienie siły roboczej było bezwzględne i absolutne, niczym nieograniczone, obróciłoby się w swoje przeciwieństwo, doprowadziłoby do degradacji społeczeństwa i uniemożliwiło reprodukcję siły roboczej.

Gdyby ludzie byli tylko siłą roboczą, czynnikiem **produkcji**, gospodarka rynkowa nie mogłaby funkcjonować. Gdyby jednak rynek nie objął pracy, gospodarka rynkowa nie mogłaby się rozwinąć. Uwolnienie ludności pańszczyźnianej i uruchomienie rynku pracy jest jednym z tych punktów zwrotnych, które otwierają możliwość formowania się nowoczesnej gospodarki rynkowej.

Wynika z tego, że rozwiązywanie problemu pracy i innych problemów gospodarki rynkowej wiąże się ze współzależnością i powiązaniem szeregu czynników i mechanizmów, które nie są wyłącznie ekonomicznej czy materialnej natury, ale przynależą do kultury, polityki, społeczeństwa.

W tym kontekście badacze społeczni zajmujący się rozwojem dyskutują o pozytywnych i negatywnych sprzężeniach, określanych jako „koło rozwoju" (*virtuous circle*) lub „koło zastoju" (*vicious circle*). Przykład działania koła zastoju podaje Daniel Cohen [1998, s. 54–55]: „W pierwszych fazach industrializacji współczynnik kapitałochłonności był niski. Inwestycje nie przekraczały 5–7% PKB. Dzisiaj, aby utrzymać stały stosunek kapitał–produkt, przy wzroście ludności wynoszącym 2% trzeba inwestować 20% dochodu. To znaczy, że kraje biedne muszą uwolnić duże zasoby oszczędności, a na to ich poziom rozwoju nie zawsze pozwala. Powstaje w ten sposób błędne koło niedorozwoju: bieda uniemożliwia inwestowanie i w ludzi, i w maszyny, utrwalając w ten sposób pierwotną biedę". Dodać można, że w tym przypadku mechanizm koła zastoju napędza ogromne zadłużenie krajów najbiedniejszych; jest oczywiste, że bez zdjęcia z nich ciężaru długu same nie zdołają się z niego wyrwać.

Inny przykład wskazuje Joseph Stiglitz [2006, s. 172], omawiając obniżenie podatku od zysków kapitałowych w USA. Pomagało ono skupić uwagę inwestorów na „tu i teraz", co z kolei jednak podsycało szaleństwo nabywania nieruchomości na kredyt, nadymając bańkę inwestycyjną i jednocześnie uruchamiając siły, które pogłębiły spadek koniunktury po pęknięciu bańki.

Wybitny ekonomista Amartya Sen [1999] podkreśla, że działanie koła zastoju nie jest powodowane klęskami żywiołowymi, lecz napędzane przez cały mechanizm gospodarczy. W państwach, w których ten mechanizm jest sprawny i nie

prowadzi do naruszenia elementarnej spójności społecznej, rządy i społeczeństwa potrafią sobie szybko poradzić z takimi klęskami.

Najogólniej mówiąc, czynnikiem napędzającym koło zastoju są negatywne efekty zewnętrzne działalności gospodarczej. Można by sądzić, że wystarczy rozpoznać te efekty, a ich ograniczanie i usuwanie będzie stosunkowo łatwe – dzięki wprowadzeniu umów rekompensacyjnych, które wyrównają straty strony obciążonej, i zachęceniu strony wywołującej do takiego profilowania działalności, aby negatywny wpływ został zminimalizowany. W praktyce nie jest to jednak takie proste. Po pierwsze, nie wszystkie efekty zewnętrzne łatwo od razu rozpoznać, wiele ujawnia się ze znacznym, nawet kilkudziesięcioletnim opóźnieniem, a ich jawne wystąpienie jest już obciążeniem rozwoju, nawet jeżeli można je jakoś usunąć. Po drugie, zawieranie umów rekompensacyjnych zawsze wiąże się z kosztami transakcyjnymi, a w przypadku, gdy liczba podmiotów dotkniętych efektami zewnętrznymi jest bardzo duża i są one rozproszone, koszty te mogą być bardzo wysokie [Surdej, 2006].

Dla pobudzenia koła rozwoju ważne jest więc nie tyle rekompensowanie strat wynikających z negatywnych efektów zewnętrznych, ile raczej dążenie do ich ograniczenia. Wiąże się to z formułą rachunku ekonomicznego i modelem racjonalności zachowań uczestników rynku. Państwo poprzez oferowanie określonych dóbr publicznych (np. powszechna edukacja, ustanawianie standardów usług publicznych) oraz przez formowanie takiej instytucjonalnej obudowy rynku może wpływać na wytwarzanie bodźców blokujących czy hamujących generowanie negatywnych efektów zewnętrznych.

Istota rozwoju

Dla Josepha Schumpetera [2005], autora klasycznej teorii rozwoju, wzrost jest stopniowalną (*incremental*) zmianą, która się nasila lub osłabia; jest trendem. Rozwój gospodarczy natomiast jest zmianą nieciągłą (*discontinuous*), w tym sensie, że nie jest tylko zmianą natężenia, ale zerwaniem dotychczasowej równowagi, wyznacza nowy trend (*vector norm*). Można by powiedzieć, że rozwój to zmiana struktury (a nie wyłącznie natężenia), która nie tylko nasila lub spowalnia proces, lecz także go przeobraża.

Przyjmując to podejście, rozważmy kilka podstawowych zagadnień z niego wynikających:

1. Czy rozwój jest pozbawiony wartościowania?

Wydaje się, że nie można oderwać wartościowania od rozwoju – co nie jest równoznaczne z prostym utożsamieniem rozwoju z postępem. Rozwój jest efektem działań aktorów społecznych, którzy kierują się wartościami i normami. Bez

aksjologii nie byłoby rozwoju. O postępie można tu mówić tylko w tym sensie, że rozwój podlega ocenie z określonej perspektywy normatywnej; nie znaczy to jednak, że można rozwojowi narzucić określoną aksjologię i trwale go z nią związać.

2. Czy rozwój można zaprogramować?

Programowanie rozwoju wydaje się konieczne w tym sensie, że podejmowanie wszelkich działań zorientowanych na wywołanie zmiany społecznej musi poprzedzać wizja tej zmiany. Podejmując działania rozwojowe, programujemy je, co nie oznacza, że rozwój przebiega, czy musi przebiegać, według naszych zamierzeń. Zawsze stanowi on wypadkową naszych zamierzeń i działań wielu innych aktorów, warunków, które kontrolujemy, i okoliczności, na które nie mamy wpływu lub których nie potrafimy przewidzieć.

3. Czy rozwój ma cel, zmierza do jakiegoś punktu?

Aktorom społecznym zazwyczaj chodzi o osiągnięcie określonego celu, stanu lub określonej sytuacji. Ale nie znaczy to, że rozwój ma cel i do jakiegoś celu zmierza.

Sumując, można powiedzieć, że rozwój ma swoje przyczyny, ale nie jest zdeterminowany; że aktorzy podejmujący działania rozwojowe mają swoje wizje i zamierzenia, ale rozwój nie jest teleologiczny, nie zmierza do żadnego ostatecznego celu; że rozwój jest pobudzany przez wartości i normy, ale nie należy go utożsamiać z postępem. Gdybyśmy rozwojowi narzucili jakąś uniwersalną aksjologię, to byśmy go zatrzymali. Rozwój jest zmianą społeczną, która stanowi wypadkową działania wielu aktorów społecznych; jest powodowany, ale nie ma przyczyny; jest uświadamiany i świadomie kształtowany, ale nie jest teleologiczny; nie jest aksjologicznie neutralny, ale nie da się go zamknąć w ramach określonej aksjologii. Tym samym, choć jest przejawem obiektywnych zależności i jest przez nie warunkowany, nie jest konieczny i zdeterminowany, gdyż jak podkreśla Schumpeter [2005, s. 112], „pojawienie się nowości jako takiej zawsze rodzi niedeterminację (*indeterminacy*)".

Rozwój ma ewolucyjną naturę i w tym sensie jest nieprzewidywalny, nielinearny, niejednolity i nierównomierny. Nie można nad nim zapanować ani intelektualnie, ani praktycznie. Można go wywoływać i interpretować, ale nie kontrolować. Rozwój jest zmianą utrwaloną i nieodwracalną, co odróżnia go od homeostazy czy oscylacji wokół jakiegoś punktu równowagi. Jeżeli nawet prowadzi do pewnej równowagi, to jest to równowaga innego stanu i wokół innego punktu, a zarazem nie jest to równowaga trwała. Rozwój nie jest grawitacją, lecz zmianą trajektorii za sprawą czynników i mechanizmów, które z czasem doprowadzą do kolejnej zmiany. Nie jest jednorazowym przeskokiem na inną trajektorię, ale przesunięciem na zbliżoną trajektorię, czego następstwem będą przesunięcia dalsze, niemożliwe do zaplanowania i nieprzewidywalne.

Schumpeter [2005, s. 115] określa rozwój jako „przejście (*transition*) od jednej normy systemu ekonomicznego do innej, dokonane w taki sposób, że nie może zostać rozłożone na dowolnie małe i równomierne (*infinitesimal*) kroki". Rozwoju nie należy zatem mieszać z dynamiką czy natężeniem zjawiska. To w przypadku wzrostu czy inflacji możemy mówić o mierzalnej dynamice; ich zmiany mają przede wszystkim ilościowy charakter, choć posiadają także aspekty jakościowe. Rozwoju nie można zmierzyć, można go jedynie ocenić w oparciu o różne kryteria, rozwój bowiem ma charakter jakościowy, choć ma swoje liczne aspekty i skutki ilościowe. Rozwój implikuje nie tyle nasilenie określonych zjawisk, ile zmianę ich charakteru i relacji.

Schumpeter [tamże, s. 117] uważa, że w pewnym sensie możemy stworzyć generalną teorię rozwoju – opisując ogólnie jego mechanizmy, co pozwala tworzyć racjonalne scenariusze rozwoju i przewidywać możliwe konsekwencje ich wystąpienia, nie pozwala jednak rozwoju kontrolować. I dodaje: „Nawet gdybyśmy byli w stanie uzmysłowić sobie (*sense*), co się stanie, w możliwie największym stopniu, to i tak nie zdołamy zapanować nad triadą »niedeterminacja, nowość, przeskok« (*indeterminacy*, *novelty*, *leap*)". Jako wypadkowa wielu zmiennych i działań wielu aktorów rozwój jest losowy, ale właśnie dzięki temu prowadzi do nowości, jest napędzany przez kreatywność i innowacje.

Schumpeter podkreśla przy tym [tamże, s. 118], że ekonomistom utrudnia badanie i rozumienie rozwoju obowiązująca metodologia, nakazująca – zgodnie z formułą *ceteris paribus* – koncentrować się na tym, co niezmienne, i poszukiwać równowagi. Porównuje tę metodologię do kamizelki bezpieczeństwa; użycie jej w tym przypadku blokuje możliwość głębszego spojrzenia na rzeczywistość gospodarczą. W konsekwencji, jeśli ekonomiści opisują zmiany, to przede wszystkim zmiany w warunkach systemowej ciągłości, oscylacyjne i kroczące, a tracą z pola widzenia zmiany skokowe, nieciągłe.

Pojęcia rozwoju i cyklu koniunkturalnego odnoszą się do zmiany. Ale o inny rodzaj zmiany tu idzie. Rozwój jest zmianą nieodwracalną i ewolucyjną. Cykl koniunkturalny odnosi się do zmiany, która jest oscylacyjna, a tym samym z zasady odwracalna. Istotę cyklu koniunkturalnego oddają pojęcia równowagi i wzrostu, idzie zatem o zmianę ilościową i parametryczną. Rozwój natomiast to zmiana jakościowa i systemowa. John M. Keynes [1985, s. 340] opisał istotę cyklu koniunkturalnego następująco: „Przez ruch cykliczny rozumiemy, że w miarę jak system gospodarczy zmierza np. w kierunku zwyżkowym, siły popychające go wzwyż początkowo stają się mocniejsze i wywierają na siebie wzajemnie wpływ kumulatywny, ale później tracą stopniowo moc, aż w pewnym momencie pojawiają się zamiast nich siły działające w kierunku przeciwnym. Z kolei one stopniowo rosną i wzmacniają się wzajemnie, dopóki nie osiągną maksymalnego poziomu, a wtedy zanikają, ustępując miejsca siłom przeciwnym".

Przy czym rozwój gospodarczy powoduje zmianę modelu cyklu koniunkturalnego, ponieważ oznacza istotną zmianę struktury działalności gospodarczej, jej czynników i produktu. Nie znaczy to jednak, że rozwój gospodarczy może doprowadzić do zaniku tego cyklu. Wahania koniunktury są nieodłączną cechą gospodarki rynkowej, a ta z kolei stanowi w czasach nowożytnych fundament rozwoju gospodarczego.

Rynek jest niezbędnym mechanizmem, dźwignią rozwoju, ale nie zapewnia rozwoju. Nie tylko dlatego, że nie zawsze działa efektywnie, a zatem efekty jego działania mogą być niekorzystne, na co zwraca uwagę wielu wybitnych ekonomistów, między innymi Joseph Stiglitz [2006]. Idzie także o to, że gospodarka nie równa się rynek i nie wszystko, co ma wartość ekonomiczną i służy działalności gospodarczej, jest wytworem czy efektem rynku. Gospodarka, w tym rynek, korzysta – i musi korzystać – na przykład z wartości, zasobów i dóbr, które są wytworem kultury, niekoniecznie materialnym. Gospodarka i rynek nie wytwarzają się same i same się nie reprodukują. Wymagają znacznie szerszej obudowy społeczno-instytucjonalnej. Bez tego rynek nie mógłby działać, a gospodarka rozwijać się.

Na aksjologiczny kontekst rozwoju gospodarczego zwraca uwagę między innymi Amartya Sen, który w swojej książce *Rozwój i wolność* [1999, s. 263] wskazuje na nierozerwalny związek rozwoju i wolności i eksponuje trzy kwestie w kontekście podstawowych wolności:

1. Ich immanentne znaczenie.
2. Ich rolę inspirującą, gdyż stają się one impulsami do politycznych poczynań, które mają na względzie bezpieczeństwo ekonomiczne.
3. Ich rolę konstytutywną, gdyż stają się źródłem wartości i priorytetów.

Rozwój wiąże się z aksjologią także w tym sensie, że nie jest możliwy, jeśli obywatele i uczestnicy rynku nie przestrzegają norm, a tym samym nie mają do siebie elementarnego zaufania. Nie jest bowiem tak, jak głoszą zwolennicy wolnorynkowej ortodoksji, że ludzie kierują się jedynie chciwością i dążeniem do maksymalizacji korzyści (zysku). Dla funkcjonowania dojrzałej gospodarki rynkowej niezbędna jest rozwinięta przestrzeń instytucjonalna, w tym złożona struktura motywacyjna, odwołująca się do wielu wartości i norm. Już Adam Smith w swoim klasycznym dziele wiązał „bogactwo narodów" z „ugruntowanymi zasadami postępowania". A miał na względzie między innymi poczucie człowieczeństwa, sprawiedliwość, wielkoduszność, cnoty obywatelskie [Smith, 1989].

Rozwój społeczno-gospodarczy ma swój kontekst i wymiar polityczny. Chodzi z jednej strony o przestrzeganie w państwie praw człowieka i wolności obywatelskich, z drugiej zaś o respektowanie demokratycznych reguł, w tym zasad partycypacji obywatelskiej i responsywności państwa wobec obywateli. Gdyby nawet tych deficytów politycznych nie uznawać za świadectwo braku rozwoju, to jednak trzeba przyjąć, że nieprzestrzeganie praw politycznych i reguł demokracji w długiej perspektywie blokuje rozwój między innymi dlatego, że oznacza pozbawienie

jednostek i grup niezbędnej autonomii, a społeczeństwa obywatelskiego podmiotowości.

Szczególnie ważnym głosem w dyskusji na temat zależności między rozwojem i wolnością jest wspomniana książka Sena *Rozwój i wolność*, której przesłanie autor ujął następująco: „Rozwój to gigantyczny proces mnożący możliwości, w których spełnia się wolność". W swej pracy Sen konsekwentnie dowodzi, że „najlepszym lekarstwem na problemy społeczne jest poszerzenie sfery wolności – także w dziedzinie publicznej dyskusji i politycznego uczestnictwa" [Sen, 1999, s. 315]. Odnosi się także do argumentu przywoływanego przez każdą władzę dyktatorską, że gdyby ubogim ludziom dać wybór: swobody polityczne czy zaspokojenie potrzeb ekonomicznych, z pewnością wybraliby to drugie. Problem w tym, że kiedy dyktatura się utrwali, nie będzie ani swobód politycznych, ani zaspokojenia potrzeb ekonomicznych: „[...] klęska głodu nigdy nie wydarzała się w niezależnym kraju, gdzie rządy są demokratyczne, a prasa przynajmniej względnie wolna" [tamże, s. 176]. Inny, równie celny argument dotyczy nadmiernego przyrostu naturalnego, który stanowi barierę rozwoju wielu najbiedniejszych krajów i regionów: „Z porównania ponad trzystu indyjskich dystryktów wynika, że dochód na głowę mieszkańca nie ma prawie żadnego wpływu na przyrost naturalny w zestawieniu z wpływem takich czynników jak edukacja kobiet i ich niezależność ekonomiczna" [tamże, s. 235].

Sen stwierdza jednoznacznie, że „usuwanie zniewoleń ma konstytutywne znaczenie dla rozwoju". Związek wolności i rozwoju rozpatruje z dwóch stron: aksjologicznej – kryterium rozwoju jest pomnażanie ludzkiej wolności, oraz narzędziowej – rozwój dokonuje się wyłącznie za sprawą wolnej działalności ludzi. W konsekwencji uznaje ubóstwo i bezrobocie za zjawiska antyrozwojowe, ograniczają one bowiem wolność, inicjatywę i zdolność do działania, zarówno jednostkową, jak i społeczną.

Autor wyróżnia następujące rodzaje wolności instrumentalnych: (i) swobody polityczne, (ii) możliwości ekonomiczne, (iii) sposobności społeczne, (iv) gwarancje jawności, (v) zabezpieczenia. Podkreśla jednocześnie, że są one wzajemnie powiązane: zasadniczo każda przyczynia się do pomnożenia innej [tamże, s. 53].

Rozwój ma swoich kreatorów. Aby mogli oni wypełnić to zadanie, muszą mieć niezbędny poziom autonomii. Adaptując schemat zaproponowany przez Lena Doyala i Iana Gougha [1991], można uznać, że uzyskanie przez aktorów społecznych minimalnego poziomu autonomii wiąże się ze spełnieniem następujących warunków:

- mają intelektualną zdolność określania swoich celów i wspólnych przekonań odnoszących się do formowania życia społecznego,
- mają wystarczającą pewność swoich racji, aby działać i uczestniczyć w formowaniu życia społecznego,

- rzeczywiście i systematycznie określają swoje cele i przekonania, komunikując to innym aktorom,
- identyfikują się z określonymi działaniami,
- są w stanie rozumieć ograniczenia determinujące powodzenie ich działań,
- potrafią wziąć odpowiedzialność za swoje działania.

Struktury społeczne są strukturami ludzkich działań. I jak wskazuje Anthony Giddens [1984, s. 24–28], mają naturę dualną: bez zdolności jednostek do działania struktury społeczne nie powstaną, a bez struktur społecznych nie będzie zdolności jednostek do działania. Strukturalne właściwości systemu społecznego są według Giddensa [1982, s. 36–37] zarazem warunkiem (*medium*), jak i rezultatem (*outcome*) działań konstytuujących system społeczny. W konsekwencji życie społeczne jest procesem samonapędzającym się i interaktywnym. Działając, aktorzy społeczni tworzą przestrzeń rozwoju (modalność), która zwrotnie kształtuje ich samych i warunki ich działania. Rozwój wynika zatem z działania i interakcji podmiotów społecznych; jest więc swoistym wytworem ludzkim, społecznym, lecz nie jest produktem, czymś zaplanowanym i świadomie osiąganym. Społeczne „wytwarzanie" rozwoju rodzi się za sprawą zrozumienia zmienności świata społecznego. Nie wystarczy przy tym uznanie, że świat ma swoją genealogię, że wynika z tego, co było przedtem. Niezbędne jest również przekonanie, że w przyszłości będzie inny, że historia nie ma końca, zmiana zaś nie jest tylko odtwarzaniem się świata, ale też jego przeobrażaniem. Kiedy tej przyszłościowej perspektywy nie ma, wówczas idea rozwoju staje się – jak np. w średniowieczu – schematyczna, arbitralna i bezowocna [Huizinga, 1992, s. 240–241].

Model rozwoju

Modele rozwoju nie są planowane, są raczej odkrywane, co oznacza, że stanowią wypadkową różnych oddziaływań. Po części wynikają z refleksji, uczenia się, ale także z imitowania cudzych rozwiązań. Nie ma możliwości narzucenia modelu rozwoju przez jeden nadrzędny podmiot. Próbę takiego narzucenia stanowiła gospodarka planowa, ale w praktyce rozwój gospodarki istotnie – i z czasem coraz wyraźniej – odbiegał od wyobrażeń i zamierzeń centralnego planisty. Państwo może oczywiście opracować i próbować wdrożyć określoną koncepcję rozwoju gospodarki. Nowoczesne państwo najczęściej tak postępuje, ale to nie oznacza, że ma w tym zakresie nieograniczoną czy chociażby dużą swobodę. Przeciwnie, próbując wykreować dany model rozwoju, zawsze działa w określonym kontekście strukturalnym i instytucjonalnym, co stwarza konkretne możliwości, ale zarazem silne ograniczenia.

Kształtowanie modelu rozwoju przypomina mechanizm demokracji politycznej, który polega na proceduralnym godzeniu wielu interesów, i powoduje wiele

konfliktów. Rezultat zależy od działań uczestników tego procedowania, ale żadna pojedyncza siła nie jest w stanie kontrolować tych działań. W przypadku rozwoju gospodarki mamy przy tym do czynienia z jeszcze silniejszymi, bo strukturalno-materialnymi, uwarunkowaniami.

Kształtowanie modelu rozwoju zawsze dokonuje się w warunkach niepewności i jest obarczone niepewnością. Nie tylko dlatego, że jest wynikiem postępowania i oddziaływania wielu różnych aktorów o zróżnicowanych interesach, ale także dlatego, że aktorzy ci mają zróżnicowaną wiedzę, pozyskiwaną w wyniku bezpośrednich relacji i trudno transferowalną, oraz prowadzą działalność o zróżnicowanej skali przestrzennej i czasowej.

Nie oznacza to jednak, że kształtowanie modelu rozwoju prowadzi do całkowicie przypadkowych, dowolnych efektów: nie jest w pełni przewidywalne, ale nie jest też całkiem nieprzewidywalne. Ponieważ dokonuje się w określonych warunkach strukturalnych i instytucjonalnych, świadome tego podmioty są w stanie oznaczyć, co w zakresie rozwoju gospodarczego jest możliwe i prawdopodobne. Nie mogą jednak przewidzieć rezultatów.

Pojęcie modelu rozwoju trudno wpisać w paradygmat ekonomii neoklasycznej. Zakłada on bowiem, że gospodarka – pod wpływem działania sił rynkowych – oscyluje wokół jakiegoś punktu równowagi: okresowo oddala się od niego, okresowo zbliża. Działanie podmiotów politycznych (publicznych), w tym w szczególności państwa, może ten proces stymulować lub zakłócać, ale też jest zorientowane na jakiś punkt ekonomicznej równowagi. Takie ujęcie jest sprzeczne z rozumieniem rozwoju gospodarczego jako nieuniknionej, nieprzewidywalnej, nieodwracalnej i nielinearnej zmiany. Jeżeli takie rozumienie rozwoju się przyjmuje, wówczas pojęcie modelu rozwoju wychodzi poza schemat regulacji koniunktury i staje się potrzebne i przydatne jako złożony, kompleksowy mechanizm zmiany strukturalno-instytucjonalnej w gospodarce. Mechanizm, który nie ma czysto rynkowego ani też pozarynkowego charakteru. Jego kompleksowość wynika z tego, że formują go i napędzają jego działanie różnego rodzaju podmioty i czynniki – gospodarcze, polityczne, społeczne i kulturowe.

Władza publiczna może i powinna wpływać na formowanie modelu rozwoju. Między innymi poprzez partnerskie wypracowywanie i wdrażanie strategii rozwoju na poziomie międzynarodowym, krajowym, regionalnym i lokalnym. Trzeba jednak pamiętać, że wpływać nie oznacza narzucać czy wykreować. Żadna, nawet najlepiej dopracowana strategia nie przesądza o rozwoju, pozwala go jednak w jakiejś mierze kierunkować.

Ukształtowanie się innego modelu rozwoju jest w istocie procesem rekombinacji dostępnych zasobów różnych form kapitału i rekompozycją istniejących struktur. Taka rekombinacja i rekompozycja są i muszą być procesami spontanicznymi, w których różne podmioty podejmują działania, kierując się swoją kalkulacją i na swoją odpowiedzialność. Władza publiczna (państwo) może natomiast two-

rzyć dogodne warunki dla tych procesów, zwłaszcza oddziałując na instytucjonalne ramy i reguły postępowania określonych podmiotów.

Nie da się takiej rekombinacji i rekompozycji narzucić i odgórnie wdrożyć. Dobrze pokazują to doświadczenia landów niemieckich dawniej należących do NRD. Ich mieszkańcy z trudem włączają się w działania rozwojowe, pozbawieni podmiotowości, reagują pasywnością i roszczeniami, nie uczestniczą w dokonującej się zmianie społeczno-gospodarczej. Podobne społeczne enklawy bierności i inercji rozwojowej można z łatwością odnaleźć we wszystkich społeczeństwach pokomunistycznych. W Polsce są to przede wszystkim obszary wiejskie i popegeerowskie.

Warunki, o których wyżej mowa, dotyczą między innymi wolności gospodarczej, w tym rozpoczęcia i prowadzenia działalności gospodarczej. Jednym z autorów, który przekonująco dowodzi znaczenia tej kwestii, jest Hernando de Soto [2002]. Członkowie jego zespołu badawczego podjęli eksperymentalne działania w Peru. Zaczęli wypełniać formularze, odstawać w kolejkach i jeździć autobusami do centrum Limy, aby uzyskać wszystkie dokumenty niezbędne do prowadzenia zgodnie z literą prawa małej firmy, w tym przypadku warsztatu krawieckiego. Poświęcali na to sześć godzin dziennie i ostatecznie udało im się zarejestrować firmę – po 289 dniach. Mimo że w warsztacie miał planowo zatrudniać tylko jednego robotnika, koszt legalnej rejestracji wyniósł 1231 dolarów – trzydzieści jeden razy tyle, ile wynosi miesięczna płaca minimalna. Z kolei uzyskanie legalnego zezwolenia na budowę domu na ziemi będącej własnością państwa zabrało 6 lat i 11 miesięcy i wymagało dopełnienia 207 formalności administracyjnych w 52 urzędach [tamże, s. 38–39].

To ukształtowanie odpowiednich warunków aktywności gospodarczej różnego rodzaju podmiotów stwarza możliwość przekształcania zasobów w kapitał, czyli niezbędny czynnik wytwarzania wartości dodatkowej. Niezbędne dla tego jest uregulowanie praw własności, w tym – co współcześnie coraz ważniejsze – praw własności intelektualnej. Bez takiej regulacji obieg gospodarczy i inwestowanie są słabe. Nikt też nie może niczego zaoszczędzić, jeżeli nie nabędzie jakiejś własności, co wiemy od Johna M. Keynesa [1985, s. 109]. Dobrze ukształtowany system formalnej własności istotnie obniża koszty transakcyjne związane z mobilizacją i wykorzystaniem zasobów [de Soto, 2002, s. 80]. Przy czym uregulowanie praw własności powinno mieć na celu nie tylko ochronę istniejącego porządku gospodarczego, winno także tworzyć warunki do jego zmieniania. Przykładowo zatem regulacja praw własności ma sprzyjać nie monopolowi, lecz konkurencji, która dynamizuje aktywność i struktury gospodarcze. Uregulowanie praw własności nie jest tylko konsekwencją ustanowienia określonego reżimu prawnego. „Rdzeń instytucji własności stanowią niekwestionowane i w znacznej mierze nieuświadamiane praktyki społeczne i ekonomiczne, które muszą być zakorzenione w działaniach pozaprawnych" – trafnie podkreśla de Soto [tamże, s. 195].

Jednym z problemów nowoczesnego modelu rozwoju jest sprzeczność między traktowaniem wiedzy jako prywatnej własności intelektualnej (*intellectual proper-*

ty) oraz jako wspólnotowej wartości intelektualnej (*intellectual commons*) [Jessop, 2000]. Tę sprzeczność i inne tego typu Bob Jessop wiąże z występowaniem towarów jednocześnie w dwóch postaciach: wartości wymiennej i wartości użytkowej. I sądzi, że na napięcia z tego wynikające można w różny sposób oddziaływać, w ramach odmiennych układów przestrzenno-czasowych (*spatio-temporal fixes*). Takie układy tworzą instytucjonalne warunki łagodzące lub zaostrzające omawianą sprzeczność, a także inne sprzeczności funkcjonowania i rozwoju gospodarki rynkowej. Jessop rozpatruje funkcjonowanie owych układów przestrzenno-czasowe na płaszczyźnie strategicznej oraz strukturalnej.

Innym kluczowym aspektem nowoczesnego modelu rozwoju jest – zdaniem Jessopa – „ekonomia sieci" (*economies of network*). Wykreowanie takiego mechanizmu rozwojowego wymaga występowania w gospodarce wielopodmiotowych, policentrycznych i wieloskalarnych horyzontalnych sieci koordynacji działań. Nie wystarczą do tego wertykalnie uformowane organizacje, które służą głównie mechanizmowi „ekonomii skali" (*economies of scale*).

Koncepcja rozwoju zrównoważonego

Pojęcie rozwoju zrównoważonego zawdzięczamy ekologom i kształtowaniu świadomości i etyki ekologicznej. Podstawowe założenia takiej etyki to: „uznanie ograniczoności zasobów naszej planety, traktowanie człowieka jako integralnej części świata przyrodniczego, zasada obowiązku wobec przyszłych pokoleń, traktowanie każdego pokolenia jako gospodarza zobowiązanego do odpowiedzialności za swój okres gospodarowania, dążenie do minimalizacji zakłóceń istniejących stanów równowagi w przyrodzie" [Czaja i in., 1993, s. 108]. Według Ryszarda Domańskiego [1992, s. 17] „rozwój jest zrównoważony, jeśli relacje ekologiczno-ekonomiczne nie uszczuplają kapitału środowiska, i trwały, jeśli relacje te utrzymują się przez długi okres (respektują interesy przyszłych pokoleń)".

Tomasz Parteka [2000] słusznie zauważa, że początkowo idea rozwoju zrównoważonego była próbą uzupełnienia istniejących koncepcji rozwoju o wymiar ekologiczny i nadania mu takich cech, jak trwałość, samopodtrzymywanie, oszczędność zasobów czy wielopokoleniowość. Stopniowo jednak idea ta zaczyna nabierać charakteru nowego paradygmatu rozwoju i odnosi się już nie tyle do cech rozwoju, ile do jego zasad i mechanizmów. Cytowany autor kluczowe zasady paradygmatu rozwoju zrównoważonego formułuje następująco:

1. Uznanie przestrzennej jedności Ziemi za minimalną jednostkę pojęciową. Współzależność społeczeństwa i warunków globalnych jest konieczna dla zachowania równowagi sił przyrody, równowagi, która decyduje o podtrzy-

maniu życia na Ziemi. Nie ma takich podstawowych problemów ludzkości, które nie byłyby problemami światowymi.

2. Przełamanie utrwalonej powszechnie zależności między poziomem konsumpcji, wzrostem gospodarczym (w kategoriach dochodu narodowego, produktu narodowego brutto) i ogólną jakością życia. Uznając, że niepodważalnym celem i wyznacznikiem jakości życia jest jego czas trwania, należy wyciągnąć wnioski z negatywnej korelacji tych dwóch czynników.
3. Przyjęcie nowych wskaźników rozwoju człowieka wyrażających stopień realizacji celów społecznych (np. śmiertelność niemowląt, oczekiwana długość życia, piśmienność dorosłych, średni pobyt w szkole).
4. Uznanie pokoleniowej racji wartości zasobów naturalnych za dziedzictwo przyszłych generacji i zobowiązanie wobec środowiska i przyszłych pokoleń, a nie za element bogactwa narodowego stworzonego (odkrytego) przez pokolenie obecne. Wiąże się to także z niepodzielnością środowiska jako bogactwa całego gatunku ludzkiego i wspólną odpowiedzialnością za nie w celu uniknięcia „tragedii dóbr wspólnych".
5. Przyjęcie jakości środowiska i warunków przetrwania gatunków, w tym człowieka jako głównego elementu środowiska, za podstawę planowania gospodarczego, społecznego i przestrzennego.
6. Rewizja praw człowieka w aspekcie bezpieczeństwa (ekologicznego) i suwerenności narodowej, kształtowanych dotąd według kryteriów militarnych.

Orędownicy uznania rozwoju zrównoważonego za nowy i współczesny model rozwoju mają świadomość, że nie wystarczy tego ogłosić i tego się domagać. Niezbędne jest także opracowanie odpowiednich kryteriów, miar i wskaźników, praktycznych zaleceń pod adresem polityki oraz instrumentarium takiej polityki. Dopiero wówczas idea rozwoju zrównoważonego mogłaby się stać obowiązującym paradygmatem, czyli zinstytucjonalizowanym i upowszechnionym wzorcem rozumienia i postępowania.

Parteka przywołuje w swym wywodzie formułę rozwoju zrównoważonego wyrażoną w kategoriach ekonomicznych przez Kimio Uno [1991]. Oto ona:

$$\frac{Z}{N} = \frac{N}{A} \times \frac{Y}{N} \times \frac{E}{N} \times \frac{E}{Y} \times \frac{E}{Z}$$

A – to przestrzeń geograficzna (powierzchnia), E – zasoby środowiska, N – populacja, Y – dochód (produkt), Z – zanieczyszczenia.

Formuła ta, odniesiona do związku zaludnienia i zanieczyszczeń, wiąże pięć relacji szczegółowych:

1) zaludnienia i przestrzeni (poziom urbanizacji),
2) dochodu i zaludnienia (dochód na jednego mieszkańca),
3) zasobów i zaludnienia (obciążenie zasobów antropopresją),

4) zasobów i dochodu (produkcja),

5) zanieczyszczeń i zasobów.

Koncepcja rozwoju zrównoważonego znacznie wykracza poza kwestię ochrony środowiska naturalnego i obejmuje obecnie także wiele zagadnień dotyczących środowiska społecznego. Zaczęto zdawać sobie sprawę z tego, że bez kształtowania odpowiedniego otoczenia społecznego, w tym społecznej świadomości i aktywności, nie da się zapobiegać dewastacji środowiska naturalnego, że pomiędzy środowiskiem naturalnym i społecznym musi istnieć odpowiednia interakcja. Świadczy o tym choćby to, że liczba międzynarodowych organizacji pozarządowych działających w obszarze środowiska i rozwoju zrównoważonego przekroczyła 50 tys. A wiele z nich ma ogromny prestiż i duży wpływ na kształtowanie nowych, bardziej przyjaznych środowisku modeli biznesowych firm i na respektowanie przez firmy zasad społecznej i ekologicznej odpowiedzialności biznesu [Hart, 2005, s. 19–20]. W konsekwencji coraz więcej przedsiębiorstw stara się włączyć w społeczne środowisko swego działania, respektując i wzbogacając lokalną kulturę i naturalną różnorodność. Zdaniem Stuarta L. Harta [tamże, s. 21–22] nowocześnie działająca firma nie może poprzestać na przejrzystości; musi się aktywizować w swym środowisku społecznym i wspólnie z nim podejmować działania sprzyjające rozwojowi zrównoważonemu. Taką cechę funkcjonowania przedsiębiorstwa Hart określa mianem transaktywności.

Fundamentem transaktywności jest faktyczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa za interesariuszy i wobec nich. Przez interesariuszy rozumie się grupy lub jednostki, które podlegają działaniu przedsiębiorstwa lub mogą na to działanie wpływać za pośrednictwem produktów przedsiębiorstwa, jego strategii i procesów wytwórczych, systemów zarządzania i procedur [Rok, 2004, s. 19]. Jednym z przejawów transaktywności jest inne podejście przedsiębiorstw do organizacji pozarządowych i inicjatyw obywatelskich: zamiast postawy „paternalistycznej filantropii" – partnerskie współdziałanie. Organizacje pozarządowe mogą być potrzebnym łącznikiem między przedsiębiorstwem i jego społecznym otoczeniem [tamże, s. 7].

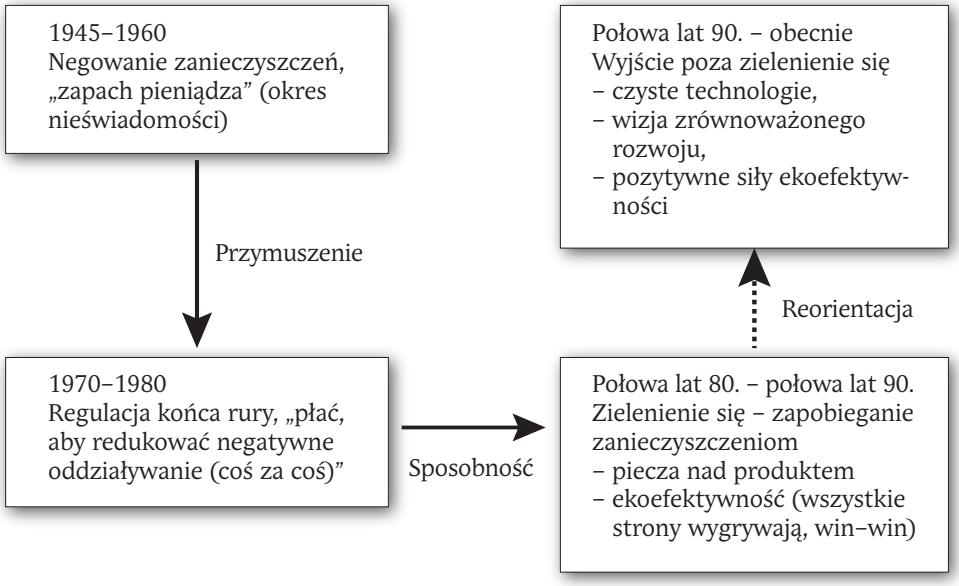
Samo podejście do ochrony środowiska naturalnego – wraz ze wzbogacaniem koncepcji rozwoju zrównoważonego i nabywaniem praktycznych doświadczeń w jej realizacji – też ulegało znaczącej modyfikacji, co dobrze obrazuje Schemat 1.

Dokonująca się ewolucja w podejściu do kwestii środowiska naturalnego oznacza między innymi odejście od postrzegania jej przez biznes wyłącznie w aspekcie ograniczeń kosztów na rzecz postrzegania jej w perspektywie nowych możliwości i efektywności.

Problem z realizacją koncepcji rozwoju zrównoważonego nie wynika z jej doktrynalnego odrzucenia. Większość rządów i międzynarodowych organizacji przyjmuje ją, przynajmniej na poziomie deklaracji. Rzecz jednak w tym, do jakiego stopnia kierują się nią aktorzy społeczni, zwłaszcza uczestnicy rynku, wielkie kor-

poracje i gospodarstwa domowe. To z kolei wiąże się z układem motywacji i bodźców regulujących ich zachowania. Dopóki łamanie zasad i standardów rozwoju zrównoważonego będzie ekonomicznie opłacalne, trudno oczekiwać, że staną się one normą społecznych zachowań.

Schemat 1



Źródło: Hart [2005, s. 16]

Z drugiej strony, trzeba dostrzec, że mimo wszystkich niepowodzeń i porażek idea rozwoju zrównoważonego przebija się, a jej poszczególne elementy są w coraz większym stopniu respektowane w praktyce. Można więc przyjąć, że stopniowo jej upowszechnienie i poszanowanie będzie wzrastało, a ludzkość poradzi sobie nawet z największymi zagrożeniami ekologicznymi, w tym z efektem cieplarnianym. Żyjemy już, i w jeszcze większym stopniu będziemy żyć, zgodnie z zasadami rozwoju zrównoważonego. Nie można jednak oczekiwać, że potrafimy postępować zgodnie ze wszystkimi wymogami, które proponują orędownicy tej koncepcji, dlatego że wartości ekologiczne nie są jedynymi, którymi ludzie się kierują, a przede wszystkim dlatego, że rozwoju nie można zaprogramować i zalgorytmizować.

Największa wątpliwość odnośnie do koncepcji rozwoju zrównoważonego dotyczy tego, że rozwój to zmiana, a dokładnie ciąg zmian, proces, który nie ma żadnego celu i nie zmierza do jakiegoś stanu docelowego. Rozwój nie prowadzi do równowagi, czego oczekują orędownicy tej koncepcji. Oczywiście nie jest tak, że rozwój zakłóca wszelką równowagę; w pewnych dziedzinach tak, w innych nie. Postulat, że rozwój nie powinien zakłócać równowagi, jest racjonalny, zwłaszcza jeżeli takie zakłócenie (np. efekt cieplarniany) mogłoby doprowadzić do globalnej

katastrofy. Godzenie rozwoju z respektowaniem określonego rodzaju równowagi, a dokładnie z niedopuszczaniem do przekraczania krytycznych punktów nierównowagi, jest uzasadnione i możliwe, ale w tym przypadku mówimy raczej o tym, czego należy unikać, do czego zmiana nie powinna prowadzić, niż o tym, do czego ma prowadzić lub na czym ma polegać.

W rzeczywistości społecznej liczni i różnorodni aktorzy podejmują działania, które wywołują różne skutki mieszczące się w spektrum ciągłość – zmiana. Jeżeli już mówić o równowadze w odniesieniu do rozwoju, to właśnie o jakiejś równowadze między ciągłością a zmianą. Sama ciągłość wyklucza rozwój, całkowita zmienność oznaczałaby zaś społeczny rozkład, a nie rozwój. Rozwój to taka świadomie orientowana zmiana społeczna, która zapewnia niezbędną ciągłość społecznej struktury, dając jej zdolność do reagowania na zewnętrzne zagrożenia i wewnętrzne kryzysy.

Rozwój jest wynikiem napięcia między ciągłością a zmianą i zarazem jest zmianą w warunkach określonej ciągłości; łączy w sobie oba stany, gdyż wiedzie od znanego do nowego (innowacja), ale równocześnie prowadzi od nowego do znanego (absorpcja, dyfuzja). Każdy określony model rozwoju tworzy specyficzne warunki godzenia ciągłości i zmiany, co oczywiście nie likwiduje nigdy napięcia między nimi, model ów wyznacza bowiem w swoisty dla siebie sposób mechanizmy stabilności i adaptacyjności oraz ich intensywność.

Wynika z tego, że w istocie rozwój zrównoważony nie jest możliwy. Dlatego coraz częściej zwolennicy tej koncepcji odnoszą swoją myśl nie tyle do jakiegoś stanu idealnej równowagi, ile do podtrzymywania rozwoju, a od polityki oczekują raczej równoważenia różnych cech i aspektów rozwoju niż dążenia do równowagi. W tym kierunku zmierza koncepcja kapitalizmu naturalnego; uznaje ona środowisko przyrodnicze nie za jeden z czynników produkcji, lecz raczej za szkielet, którego zachowanie jest warunkiem rozwoju i trwania ludzkości. Taka interpretacja jest na tyle pojemna, że na dobrą sprawę mogą się pod nią podpisać wszyscy, którzy w ogóle uznają kategorię rozwoju, a tym samym ewolucję społeczną.

Postulatu równoważenia ciągłości i zmiany nie należy odczytywać w taki sposób, że ciągłość odnosimy do systemów społecznych, a zmianę do ich składników. Rozwój dotyczy także systemów, w tym organizacji. Sednem rozwoju jest adaptacja (zmiana) systemowa. Rozwój to transformacja instytucjonalna, a instytucje społeczne są zarazem produktem i zasobem rozwoju. Nie kwestionując uniwersalnego biologicznego (genetycznego) wyposażenia człowieka i wynikających z tego ogólnoludzkich instynktów, motywów i wzorów zachowania, które determinują nasze postępowanie, trzeba uznać instytucje społeczne za produkt kultury, a nie natury, za rezultat ewolucji. Instytucje nie są zatem ani uniwersalne, ani wieczne. Są utrwalone i stabilne, ale nieostateczne – powstają, zanikają i ewoluują, co oznacza zmianę tożsamości aktorów społecznych.

Instytucje to społeczne mechanizmy regulowania i koordynacji zachowań. Dotyczy to także rynku, który tylko metaforycznie można porównać do „niewidzialnej ręki". Ekonomiści zajmujący się rozwojem, a nie równowagą, nie negują, że rynek i bodźce rynkowe mają ogromne znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego, podkreślają jednak, że to silne instytucje (publiczne) generują bodźce.

Rynek to w istocie niezwykle skomplikowany układ społecznych zachowań i relacji, ukształtowany na bazie wcześniejszych form gospodarowania i ciągle się kształtujący w powiązaniu z innymi, równie złożonymi mechanizmami społecznymi, takimi jak państwo, kultura czy społeczeństwo obywatelskie. Każdy z tych mechanizmów, o ile zachowuje względną odrębność i autonomię, zazębia się z innymi mechanizmami i pośredniczy w relacjach między nimi. W ten sposób wpływa na ich kształt i sam się pod takim wpływem kształtuje.

W centrum rozwoju społeczno-gospodarczego znajdują się instytucje, a czynnikiem decydującym jest ich efektywność adaptacyjna, dlatego polityka rozwojowa powinna koncentrować się na generowaniu, mobilizowaniu i pomnażaniu zasobów, które tę efektywność determinują i podnoszą. Współcześnie zaliczamy do nich zwłaszcza kapitał ludzki i kapitał społeczny. Nie będzie więc przesadą, jeśli uznamy, że bez edukacji nawet największe bogactwo obróci się przeciwko nam. Edukacja nie jest tylko czynnikiem rozwoju, jest jego istotą. Bez inwestycji w oświatę wszystkie inne inwestycje tracą sens.

Podsumowanie

Rozwój to nie tylko reaktywne dostosowanie do zmieniających się warunków działania. Skoro rozwój jest instytucjonalnie warunkowany, to znaczy, że jest pobudzany także przez wartości i regulowany przez normy. Łączy element adaptacyjności i element kreatywności: nie jest tylko wyborem innej formuły postępowania w ramach dostępnych algorytmów, ale też zasadniczą ich zmianą. Rozwój nie ma celu, ma ciąg; nie jest trendem, tendencją, lecz przeobrażeniem.

Rozwój wymaga komplementarności różnych systemów społecznych, ale też ich względnej autonomii. Cywilizacja przemysłowa rozwijała się dzięki wszechogarniającemu urynkowieniu różnego rodzaju zasobów, w tym ziemi i pracy, które przecież – co mocno podkreśla Polanyi [1957] – nie są produktami gospodarki. Postępująca komercjalizacja, stając się motorem napędowym wzrostu gospodarczego, wymusza określone dostosowania po stronie innych systemów społecznych – kultury, społeczeństwa i polityki. To jednak rodzi także wiele negatywnych zjawisk, które odczuwane i dostrzeżone, skłaniają różne grupy i struktury społeczne do podjęcia przeciwdziałań i nakładania ograniczeń na gospodarkę rynkową, poddania jej regulacjom. Nie jest to proces linearny; przeciwnie, ma on swoje przyspieszenia, spowolnienia i zawirowania – ma naturę meandryczną. Generalnie jednak jest zo-

rientowany na funkcjonalne różnicowanie się systemów społecznych i ustanawianie takich nowych rozwiązań instytucjonalnych, które umożliwiają międzysystemową komunikację i koordynację, formując zarazem cywilizację informacyjną.

Rozwój zależy od społecznego eksperymentowania i społecznych innowacji, czyli od ewolucji instytucjonalnej. To, co dzisiaj jest uznawane za niemożliwe i niedopuszczalne, może się okazać w przyszłości właściwą ścieżką wychodzenia z kryzysu lub zastoju. Wielu intelektualistów-wizjonerów jest przekonanych, że nie tak daleki jest moment, w którym zniesiemy wiek emerytalny, wynagradzać będziemy pracę we własnym gospodarstwie domowym i dopuścimy międzygeneracyjne kontrakty zawierane z udziałem przyszłych pokoleń. Aby jednak tak się stało, podobne rozwiązania muszą stać się składowymi społecznego dyskursu – sporów i analiz. Rozwój zaczyna się od idei, debaty i sporu, a kończy na instytucjonalizacji nowych rozwiązań i zmianie tożsamości aktorów społecznych. Po drodze jest polityka i rządzenie, ale to nie one są esencją rozwoju; są co najwyżej jednym z jego trybów, ważnym, ale nie najważniejszym.

Dla rozwoju fundamentalne znaczenie ma niezależność i autonomia instytucji, w tym instytucji regulacyjnych. Należy jednak stale pamiętać, że chodzi o niezależność w ramach funkcjonalnej różnorodności instytucjonalnego otoczenia gospodarki – taką, która prowadzi do komplementarności i współodpowiedzialności. Poszczególne instytucje nie mogą być zamkniętymi, niezdolnymi do komunikacji i współdziałania strukturami (monadami), muszą być autonomicznymi podmiotami zdolnymi do partnerstwa i koordynacji swych funkcjonalnie wyspecjalizowanych działań, w ramach szerzej ujętej przestrzeni współuczestnictwa i współodpowiedzialności (modalności). Jeżeli są to instytucje publiczne, to mają one współrządzić przestrzenią metarządzenia i kreować ją, a nie ignorować się i zwalczać. Od tego bowiem zależy jakość zarządzania publicznego, jakość rządzenia. Poszukiwanym modelem jest zaś rządzenie interaktywne, a nie imperatywne.

Literatura

Czaja S., Fiedor B., Jakubczyk Z. [1993], *Ekologiczne uwarunkowania wzrostu gospodarczego w ujęciu współczesnej teorii ekonomii*, Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko, Białystok–Kraków.

Domański R. [1992], *Systemy ekologiczno-ekonomiczne. Modelowanie współzależności rozwoju*, Studia KPZK PAN, t. C, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Doyal L., Gough I. [1991], *A Theory of human need*, Macmillan, London.

Durkheim É. [1997], *O podziale pracy społecznej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Giddens A. [1984], *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*, Polity Press, Cambridge.

Hart S.L. [2005], *Capitalism at the crossroads. The unlimited business opportunities in solving the world's most difficult problems*, Pearson Education, Upper Saddle River, NJ.

Huizinga J. [1992], *Jesień średniowiecza*, PIW, Warszawa.

Jessop B., [2000], *The state and the contradictions of the knowledge-driven economy*, w: *Knowledge, space, economy*, J.R. Bryson, P.W. Daniels, N.D. Henry, J. Pollard (eds.), Routledge, London.

Keynes J.M. [1985], *Ogólna teoria zatrudnienia. procentu i pieniądza*, PWN, Warszawa.
Parteka T. [2000], *Planowanie strategiczne w równoważeniu struktur regionalnych*, Studia KPZK PAN, t. 108, PAN, Warszawa.
Polanyi K. [1957], *The great transformation. The political and economic origins of our time*, Beacon Press, Boston.
Posner R.A. [1989], *Hegel and employment at will. A comment*, „Cardozo Law Review", vol. 10 (March–April).
Rok B. [2004], *Odpowiedzialny biznes w nieodpowiedzialnym świecie*, Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa.
Schumpeter J.A. [2005], *Development*, „Journal of Economic Literature", vol. 43, March.
Sen A. [1999], *Rozwój i wolność*, Zysk i S-ka, Poznań.
Smith A. [1989], *Teoria uczuć moralnych*, PWN, Warszawa.
Soto de H. [2002], *Tajemnica kapitału. Dlaczego kapitalizm triumfuje na Zachodzie, a zawodzi gdzie indziej*, Fijorr Publishing and Polish-American Foundation for Economic Research and Education, Chicago–Warszawa.
Stiglitz J. E. [2006], *Szalone lata dziewięćdziesiąte*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
Surdej A. [2006], *Determinanty regulacji administracyjnoprawnych w oddziaływaniu państwa na gospodarkę*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Kraków.
Uno K. [1991], *Diffusion of environment-related new technology and policy implications*, Keio University, Keio.

Jacek Purchla

Dziedzictwo kulturowe

Dziedzictwo – łacińskie *patrimonium*, francuskie *patrimoine*, hiszpańskie *patrimonio* – to dziś nie tylko ojcowizna w jej tradycyjnym rozumieniu, ale przede wszystkim pojęcie, które w ostatnich dekadach okazuje się niezbędne dla zrozumienia relacji między przeszłością a teraźniejszością. Thomas Mann powiedział, iż kultura to umiejętność dziedziczenia. Dziedziczenie dotyczyć może nie tylko jednostek, ale i różnych grup społecznych, w tym narodów i całej ludzkości. Dziedzictwo jest więc procesem nieustannej reinterpretacji przeszłości, w którym zasadniczą rolę odgrywają nasza pamięć i nasz wybór.

Europa wobec przeszłości

Funkcja komemoratywna towarzyszy europejskiemu myśleniu o przeszłości od wieków. Starożytni Grecy podziwiający egipskie piramidy odczytywali je nie tylko jako relikty dawnej cywilizacji, ale i jako formę upamiętnienia. Byli też pierwszymi interpretatorami dziedzictwa faraonów. Kult pomników przeszłości rozwijał się przez cały okres średniowiecza i przyniósł pierwsze próby ich ochrony i konserwacji. Renesans wprost odwoływał się do dorobku starożytnej Grecji i Rzymu, a wybitni artyści epoki, „imitując" dorobek antyku, propagowali jego dziedzictwo materialne i niematerialne.

Fascynacja starożytnością odegrała zasadniczą rolę w tworzeniu podstaw dla naukowego poznania dziedzictwa antyku w epoce oświecenia. Odkopanie w połowie XVIII wieku Pompei i Herkulanum oraz spopularyzowanie tych odkryć przez Johanna Joachima Winckelmanna stworzyły podstawy archeologii i historii sztuki, a niemiecki badacz słusznie uznawany jest za ojca tych dyscyplin naukowych. Popularyzacja osiągnięć cywilizacji antycznej Grecji i Rzymu oznaczała również rozwój turystyki kulturowej. Tzw. *Grand Tour*, zwłaszcza do historycznych miejsc w Italii, odbywali w XVIII wieku liczni arystokraci i intelektualiści, upowszechniając modę na klasycyzm i gromadzenie starożytności. W języku polskim pojawiło się wówczas pojęcie starożytnictwa, czyli zamiłowania do świadectw dawnych epok

wyrażającego się poprzez zbieractwo, kolekcjonerstwo, rejestrowanie, badanie i ochronę reliktów przeszłości. Z ducha tego czasu wyrosła również idea pierwszego polskiego muzeum urządzonego na przełomie XVIII i XIX wieku przez księżnę Izabelę z Flemingów Czartoryską, która swoją pasję kolekcjonowania pamiątek historycznych rozwinęła podczas licznych podróży zarówno w kraju, jak i za granicą. Na frontonie specjalnie na ten cel wzniesionej w Puławach Świątyni Sybilli księżna kazała umieścić charakterystyczny napis: PRZESZŁOŚĆ PRZYSZŁOŚCI.

Prawdziwy kult przeszłości rozwinął się jednak dopiero w wieku XIX. Sprzyjały temu również procesy tworzenia się w Europie nowoczesnych państw i narodów, a więc i szczególne zapotrzebowanie na mitologię narodową i kult bohaterów. Nie przypadkiem XIX stulecie przyniosło tak spektakularny rozkwit powieści historycznej i malarstwa historycznego. W tym tkwi też paradoks wieku „pary i elektryczności", postępu i liberalizmu, który był równocześnie wiekiem historyzmu. Historyzm jako postawa odwoływał się do sprawdzonych w przeszłości wartości. Był ucieczką od „świata precyzji" do epok minionych. To dlatego nowoczesność ubierano przez cały wiek XIX w kostiumy historyczne. Nicolaus Pevsner – wybitny badacz architektury epoki historyzmu – wyróżnił pięć aspektów tej postawy:

- opieranie się na sprawdzonych, wypróbowanych formach;
- zainteresowania archeologiczne jako kamień węgielny historyzmu;
- zasada *architecture parlante*, czyli przyjęcie tezy, że pewien określony typ architektury jest najbardziej właściwy dla pewnego gatunku budowli, o pewnym określonym przeznaczeniu (np. neogotyk dla kościołów);
- argument estetyczny: wybierając dany styl, architekt bierze pod uwagę jakości artystyczne;
- aspekt romantyczny: przeświadczenie, że naśladownictwo średniowiecza rodzi uczucia szlachetne i wzniosłe.

Zabytek i jego ochrona

Na gruncie romantycznej fascynacji średniowieczem narodziła się w pierwszej połowie XIX wieku konserwacja zabytków i stopniowo zaczęło się formować samo pojęcie zabytku. Pokazuje to semantyka niemieckich słów: *Denkmal* i *Denkmalpflege*, akcentujących nie tylko upamiętnianie, ale i znaczenie ochrony artefaktów. Wiek XIX to zatem nie tylko epoka historyzmu w architekturze i sztuce, ale też początek nowoczesnej konserwacji i ochrony zabytków. Także wówczas ochrona zabytków stała się odpowiedzialnością państwa. Przykład dała Francja. Historyk François Guizot jako minister spraw wewnętrznych w rządzie Ludwika Filipa już w roku 1830 ustanowił urząd generalnego inspektora zabytków. Od roku 1834 stanowisko to piastował Prosper Mérimée, który stworzył pierwszy system in-

wentaryzacji i klasyfikacji zabytków. W roku 1840 powołana trzy lata wcześniej La Commission des monuments historiques ogłosiła pierwszą listę zabytków Francji, na której znalazły się 934 obiekty. W roku 1834 Grecja – najmłodsze państwo ówczesnej Europy – jako pierwsza wprowadziła spektakularną ustawę o ochronie zabytków, której autorem był niemiecki polityk i uczony Georg Ludwig von Maurer. W tym pionierskim dokumencie przeczytać można, że: „za narodową własność wszystkich Hellenów uznaje ona całokształt ruchomych i nieruchomych starożytności" [*Zabytek i historia*, 2002, s. 208]. W drugiej połowie XIX wieku kolejne państwa europejskie tworzyły systemy prawnej ochrony zabytków.

Wiek XIX to nie tylko czas restauracji zabytków, ale i burzliwych dyskusji teoretycznych, które weryfikowały nasz stosunek do przeszłości. Twórca pierwszej doktryny konserwatorskiej i najwybitniejszy francuski restaurator zabytków połowy XIX wieku Eugène Emmanuel Viollet-le-Duc uważał, że: „konserwować zabytek sztuki nie znaczy zachować go, naprawić czy przerobić, znaczy to przywrócić go do stanu integralności, w jakim, być może, nigdy się nie znajdował" [cyt. za: Krzyżanowski, 1973, s. 548]. Krytycy Viollet-le-Duca i jego idei puryzmu podkreślali znaczenie autentyzmu i oryginału. To dlatego John Ruskin sformułował zasadę nieinterwencjonizmu, czyli pozostawienia reliktów, np. ruin, w stanie niezmienionym. Normatywne dyskusje i ostre spory, które prowadzili na przełomie XIX i XX wieku konserwatorzy i kuratorzy wielu obiektów historycznych w całej Europie, tworzyły fundamenty pod filozofię ochrony dziedzictwa. Towarzyszył im rozwój historii sztuki jako dyscypliny uniwersyteckiej. Nowoczesne pojęcie zabytku sformułowane zostało w środowisku wiedeńskiej historii sztuki. W roku 1903 Alois Riegl – profesor historii sztuki i generalny konserwator zabytków Austrii – opublikował książkę pt. *Der moderne Denkmalkultus, sein Wesen, seine Entstehung*, która do dzisiaj pozostaje katechizmem myślenia o naszym stosunku do przeszłości. W swojej koncepcji Riegl rozróżnił zabytki sztuki i zabytki historii. Tworząc teorię zabytku, oparł ją na pojęciu wartości i wyróżnił wartość historyczną, artystyczną i starożytniczą (*Alterswert*). W efekcie tych rozstrzygnięć Riegl wydzielił trzy klasy zabytków, które reprezentują „trzy stadia postępującego uogólniania pojęcia zabytku": pomniki, zabytki historyczne i zabytki starożytnicze. Zmodyfikowaną wersję „systemu Riegla" stworzył inny przedstawiciel szkoły wiedeńskiej Walter Frodl. Według Frodla można wyróżnić trzy podstawowe wartości zabytku: historyczną, artystyczną i użytkową. Max Dvořák – następca Riegla na katedrze historii sztuki Uniwersytetu Wiedeńskiego – zerwał z koncepcją poprzednika o autonomii sztuki, dążąc do ścisłego powiązania jej z historią kultury i łącząc dominującą dotychczas analizę formy z interpretacją treści. W wydanej pośmiertnie w 1924 roku książce *Kunstgeschichte als Geistesgeschichte* (*Historia sztuki jako historia ducha*) analizował związek między sztuką a myślą filozoficzną danej epoki. Dvořák był też m.in. autorem wydanego w roku 1916 *Katechismus der Denkmalpflege* (*Katechizmu opieki nad zabytkami*), który faktycznie stał się katechizmem nowoczesnej

konserwacji zabytków. Kierując K.K. Zentralkommission für die Erforschung und Erhaltung der Kunst- und historischen Denkmale, Dvořák kategorycznie sprzeciwiał się przyjętej przez polskich konserwatorów metodzie restauracji Zamku na Wawelu, podkreślając znaczenie autentyczności. W Europie zwyciężało wówczas hasło *konservieren nicht restaurieren* Georga Dehio, który m.in. protestował przeciw odbudowie zamku w Heidelbergu. W ten sposób u progu XX wieku Riegl, Dvořák i Dehio stworzyli podstawy nowoczesnej doktryny zabytku i jego ochrony.

Okres międzywojenny przyniósł pierwszą próbę kodyfikacji norm postępowania konserwatorskiego w skali międzynarodowej. Takim dokumentem była niewątpliwie tzw. Karta Ateńska z roku 1931, stworzona pod auspicjami Ligi Narodów. Podkreślono w niej priorytet zachowania autentyczności zabytków, zalecając unikanie ich rekonstrukcji i restauracji w duchu puryzmu. Tezy te powtórzyła włoska Carta del Restauro z tego samego roku, która zawierała dyrektywy dla włoskich urzędów konserwatorskich. Z perspektywy czasu podkreśla się zarówno uniwersalny charakter Karty Ateńskiej, jak i kompleksowość poruszonej w niej problematyki ochrony dóbr kultury.

Kropkę nad i w tworzeniu europejskiej doktryny ochrony i konserwacji zabytków postawiono jednak dopiero w 1964 roku na II Międzynarodowym Kongresie Architektów i Techników Zabytków w Wenecji. Jego owocem jest Karta Wenecka, która do dzisiaj stanowi swoisty dekalog konserwatorów. W dokumencie tym nie tylko poszerzono definicję zabytku o grupy i zespoły budowli, ale wskazano na wartość autentyku, jasno podkreślając, iż nowo dodane elementy powinny się odróżniać od oryginału. W myśl Karty konserwacja ma więc na celu zabezpieczenie i utrwalenie substancji zabytku. Karta Wenecka wciąż odgrywa istotną rolę w porządkowaniu terminologii konserwatorskiej, a równocześnie od wielu lat jest krytykowana za doktrynerski i zawężający charakter, coraz bardziej nieadekwatny do szybko powiększających się pola i geografii ochrony.

Charakterystyczną tendencją jest obecnie znaczne poszerzenie i zróżnicowanie rodzajów zabytków. Skalę zjawiska dobrze ilustruje artykuł 6 obowiązującej w Polsce Ustawy o ochronie i opiece nad zabytkami z roku 2003. Stanowi on przyjmowaną dziś powszechnie w różnych krajach systematykę zabytków. Zgodnie z nią ochronie i opiece, bez względu na stan zachowania, podlegają:

1) zabytki nieruchome, w szczególności:
   a) krajobrazy kulturowe,
   b) układy urbanistyczne, ruralistyczne i zespoły budowlane,
   c) dzieła architektury i budownictwa,
   d) dzieła budownictwa obronnego,
   e) obiekty techniki, a zwłaszcza kopalnie, huty, elektrownie i inne zakłady przemysłowe,
   f) cmentarze,
   g) parki, ogrody i inne formy zaprojektowanej zieleni,

h) miejsca upamiętniające wydarzenia historyczne bądź działalność wybitnych osobistości lub instytucji;

2) zabytki ruchome, w szczególności:
   a) dzieła sztuk plastycznych, rzemiosła artystycznego i sztuki użytkowej,
   b) kolekcje stanowiące zbiory przedmiotów zgromadzonych i uporządkowanych według koncepcji osób, które tworzyły te kolekcje,
   c) numizmaty oraz pamiątki historyczne, a zwłaszcza militaria, sztandary, pieczęcie, odznaki, medale i ordery,
   d) wytwory techniki, a zwłaszcza urządzenia, środki transportu oraz maszyny i narzędzia świadczące o kulturze materialnej, charakterystyczne dla dawnych i nowych form gospodarki, dokumentujące poziom nauki i rozwoju cywilizacyjnego,
   e) materiały biblioteczne,
   f) instrumenty muzyczne,
   g) wytwory sztuki ludowej i rękodzieła oraz inne obiekty etnograficzne,
   h) przedmioty upamiętniające wydarzenia historyczne bądź działalność wybitnych osobistości lub instytucji;

3) zabytki archeologiczne, w szczególności:
   a) pozostałości terenowe osadnictwa pradziejowego i historycznego,
   b) cmentarzyska,
   c) kurhany,
   d) relikty działalności gospodarczej, religijnej i artystycznej.

Ta długa lista potwierdza nie tylko szeroki zakres i kompleksowość współczesnego pola ochrony, ale i jego „kroczący" charakter. Szybko powiększającą się dzisiaj grupą obiektów zabytkowych są na przykład zabytki techniki.

Ważną zmianą ostatnich dziesięcioleci stało się również poszerzenie chronologicznych ram ochrony, która obejmuje już nie tylko dorobek XIX stulecia, ale zaczyna też uwzględniać perspektywę całego wieku XX. W ciągu dwustu lat europejskie myślenie o „starożytnościach" i „pomnikach historii" przeszło więc długą drogę, a systemy ochrony zabytków są dzisiaj ważnym kryterium sprawności każdego nowoczesnego państwa prawa. Ochrony zabytków nie można przy tym oderwać od szerszego kontekstu – nie tylko mecenatu państwa wobec kultury, ale i reguł polityki przestrzennej, edukacji społecznej na rzecz ochrony dziedzictwa, wreszcie zagadnień ustrojowych. Za dokument, który uzupełnia i rozwija Kartę Wenecką, uważa się dziś Kartę z Burry przyjętą w roku 1999. Jej przedmiotem nie jest pojęcie zabytku, ale pojęcie „znaczenia kulturowego". Wydobywa ona znaczenie kontekstu społecznego i obejmuje różnorodne warstwy semantyczne „miejsc o znaczeniu kulturowym".

Dziedzictwo kulturowe

Relacja pomiędzy przeszłością a przyszłością nie ogranicza się dzisiaj do kwestii zabytków i ich ochrony. Pojęcie, które w ostatnim czasie robi spektakularną karierę, to dziedzictwo kulturowe (*cultural heritage*). Coraz częściej zastępuje ono klasyczne pojęcie zabytku. Trzeba przy tym koniecznie zaznaczyć, że o ile zabytek należy do przeszłości, o tyle dziedzictwo służy współczesnym celom, przy czym dziedzictwo to nie tylko materialne dobra kultury, ale także nasza pamięć i tożsamość. Dziedzictwo kulturowe to proces posiadający własną dynamikę. Odzwierciedla zarówno stosunek społeczeństwa do świata wartości, jak i sam proces reinterpretacji wartości. W tym tkwi również rosnące znaczenie dziedzictwa kulturowego. Bo dziedzictwo należy do nas wszystkich, a dostęp do niego to jedno z podstawowych praw człowieka. Dziedzictwo ma więc zawsze ludzki wymiar. Z tego faktu wynika też kluczowe znaczenie kapitału społecznego – nie tylko dla dynamicznego procesu nieustającego kreowania i reinterpretacji dziedzictwa, ale i dla jego skutecznej ochrony.

Skoro dziedzictwo należy do nas wszystkich, to nie jest domeną wąskiej grupy ekspertów. Jego wartość wyznaczają użytkownicy. Stąd jednym z fundamentalnych pytań związanych z dziedzictwem kulturowym jest pytanie o jego właścicieli, a także o to, kto tworzy, interpretuje, chroni dziedzictwo i zarządza nim. Osobną kategorią jest dziś – zwłaszcza w Europie Środkowej i Wschodniej, gdzie granice polityczne zmieniały się znacznie szybciej niż granice kulturowe – dziedzictwo wydziedziczonych i dziedzictwo bez dziedziców, „produkt" tragedii XX wieku: Holocaustu i czystek etnicznych. Bardzo dobrym przykładem tego zjawiska jest Wrocław – największe miasto w Europie i na świecie, w którym w wyniku II wojny światowej nastąpiła wymiana ludności w stu procentach. Po roku 1945 Wrocław stał się poligonem wielkich prac konserwatorskich polegających na rekonstrukcji zniszczonego miasta, prawdziwym laboratorium dziedzictwa rozumianego właśnie jako pamięć i tożsamość. To znacznie trudniejsza materia niż konserwacja zabytków. Dla pierwszych przybywających tu polskich osadników ruiny niemieckiego Breslau oznaczały bowiem dziedzictwo wroga! Przez kolejne dekady myślenie kolejnych pokoleń wrocławian o nowej małej ojczyźnie przechodziło znamienną ewolucję: od dziedzictwa wroga i obcego miasta poprzez dziedzictwo sąsiada po „umojenie" dziedzictwa i dostrzeżenie jego wartości uniwersalnych. Przykład Wrocławia pozwala lepiej zrozumieć siłę i znaczenie dziedzictwa niematerialnego, naszej pamięci i tożsamości, a także dynamikę procesu, jakim jest dziedzictwo.

Wymaga to wyraźnego rozróżnienia dziś jeszcze niesłusznie stosowanych zamiennie pojęć: zabytku i dziedzictwa, a także dwóch paradygmatów: filozofii ochrony i filozofii dziedzictwa. Gregory Ashworth [2002, s. 110–112] zwraca uwagę, iż celem ochrony zabytków jest odkrycie i zachowanie wszystkiego, co da się zachować, celem dziedzictwa zaś jest współczesna konsumpcja przeszłości. Dziedzictwo wymaga decyzji, by czerpać z przeszłości lub przekazać przyszłości.

W związku z tym zasoby dziedzictwa jako pochodna popytu są nieskończone i niewyczerpywalne. To fundamentalna różnica w porównaniu z „klasycznym" myśleniem w kategoriach policzalnego i wyczerpywalnego zasobu zabytków. Zasób ten powstawał bowiem w wyniku procesu selekcji opartej na zobiektywizowanych kryteriach stosowanych przez gremia ekspertów. Natomiast kryteria wyboru w przypadku tworzenia zasobów dziedzictwa są subiektywne. Dziedzictwo – w odróżnieniu od tradycyjnie rozumianego zabytku – nie musi być piękne. To dlatego Auschwitz jest dzisiaj najbardziej czytelnym w świecie symbolem dziedzictwa nienawiści, a Pałac Kultury i Nauki w Warszawie może służyć jako znakomity przykład tzw. *dissonant heritage*, dziedzictwa kłopotliwego. Ashworth podkreśla wreszcie, że o ile w przypadku zabytków istnieje immanentna sprzeczność pomiędzy ich ochroną a rozwojem, o tyle „dziedzictwo jest funkcją miejsca i opcją rozwoju"!

Konserwacja i dziedzictwo
Niektóre elementy paradygmatów

Paradygmat	Konserwacja	Dziedzictwo
Cele	zachowanie tego, co da się zachować	współczesne zastosowanie i wykorzystywanie
Kryteria doboru	wewnętrzne	zewnętrzne
Zasoby	ograniczone i wyczerpywalne	nieograniczone i wszechobecne
Determinowane przez	ekspertów	użytkowników

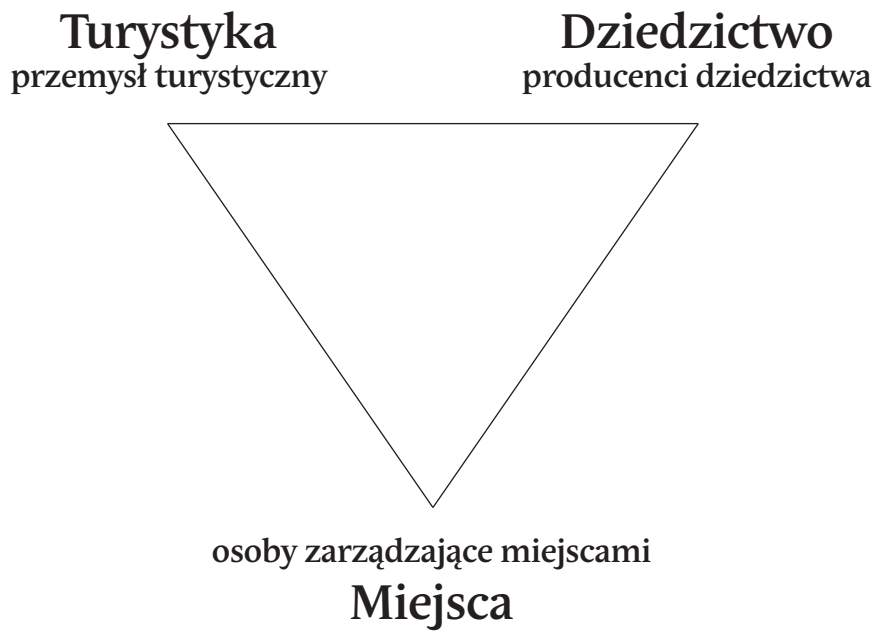
Źródło: *Dziedzictwo kulturowe* [2007, s. 33]

Dziedzictwo a rozwój

Dziedzictwo kulturowe stanowi więc nie tylko przedmiot ochrony, ale i potencjał, który winien zostać wykorzystany dla przyszłego rozwoju. Raport Komisji Europejskiej wyraźnie wskazuje na przewagi konkurencyjne wynikające nie tylko z lepszej rozpoznawalności miejsc dziedzictwa, ale też z atrakcyjności turystycznej miast historycznych i wpływu dziedzictwa kulturowego na jakość życia. Uwzględniając zabytkowe zasoby w polityce przestrzennej, za każdym razem musimy umieć zidentyfikować jego szczególne wartości i zdefiniować reguły zrównoważonego rozwoju.

Nowa filozofia polityki państwa wobec dziedzictwa winna zatem harmonijnie wykorzystywać jego potencjał prorozwojowy. Dziś bowiem nie ulega wątpliwości, że nie tylko rozwój jest istotą kultury, ale i kultura jest czynnikiem rozwoju.

W tej nowej sytuacji potrzebne jest zintegrowane podejście do otaczającego nas krajobrazu kulturowego jako niezwykle złożonego układu naczyń połączonych. Tak więc nie tylko forma – do czego przyzwyczaiło nas dotychczasowe myślenie o ochronie zabytków – ale także funkcja zabytkowych obiektów i układów decyduje dzisiaj o skuteczności ich zachowania. Dziedzictwo to nie tylko suma zachowanych na danym obszarze obiektów zabytkowych. To z jednej strony warstwa symboliczna, związana z interpretacją dziedzictwa jako sacrum, ale to także produkt rynkowy – co jest faktem ciągle dla wielu szokującym. W tym sensie skuteczne zarządzanie zasobami dziedzictwa oznacza trafną odpowiedź na pytania o jego dostępność i o konsumentów. Trzeba też koniecznie pamiętać, że dziedzictwo to zasób o szczególnych właściwościach. Zarządzanie nim winno się więc opierać na ekonomii społecznej, a nie na gospodarce rabunkowej.



Źródło: Ashworth [1999, s. 168]

Turystyka, która w dużym stopniu wyrasta z kulturowego kontekstu dziedzictwa, jest dzisiaj – zwłaszcza dla miast historycznych – zarówno szansą, jak i zagrożeniem. Może też stać się nie tylko ważnym mechanizmem rozwoju wielu ośrodków, ale i skutecznym instrumentem ochrony. Wymaga to jednak zintegrowanego podejścia do zagadnienia dziedzictwa kulturowego, funkcji miejskich i rynku. Władze miast i regionów postrzegają turystykę jako jeden z istotnych

czynników rozwoju ekonomicznego. Często nie zauważają ryzyka i negatywnych skutków. Turystyka jest w tym układzie elementem dynamicznym. Szybkość i selektywność konsumpcji turystycznej stanowi zasadnicze zagrożenie dla dziedzictwa. Jeśli dziedzictwo traktować jako zasób wartości, to konsumpcja turystyczna dziedzictwa może oznaczać istotne umniejszanie tego zasobu. Autentyczność stanowiąca o wartości dziedzictwa jest dzisiaj także poddawana konfrontacji z globalizacją i makdonaldyzacją przestrzeni kulturowej. Procesy uniformizacji zagrażają dziedzictwu, ale i wzmacniają jego wartość i znaczenie, również w wymiarze rynkowym. Lokalność staje się wobec globalizacji wartością samą w sobie.

Ochrona dziedzictwa kulturowego

Współczesny standard polityki państwa w zakresie ochrony dziedzictwa można w Europie sprowadzić do kilku zasad. Pierwsza to postawienie znaku równości pomiędzy pojęciami: dobra kultury i dziedzictwo kulturowe, oraz stworzenie pojęcia: nasze wspólne dziedzictwo (*our common heritage*). Wyklucza to groźbę selektywnej ochrony zabytków według kryteriów ideologicznych lub politycznych. Nie ma więc dzisiaj wątpliwości, że np. dziedzictwo mniejszości narodowych czy różnego rodzaju wspólnot religijnych jest naszą wspólną odpowiedzialnością.

Kluczową kwestią pozostają dwie zasadnicze sprawy. Pierwsza to mechanizm finansowania ochrony dziedzictwa. Podstawą skutecznej ochrony zabytków w demokratycznym państwie prawa jest zasada ograniczonego prawa własności ze względu na interes społeczny. Ograniczenie własności nie może jednak naruszać jej istoty. Państwo tworzy więc system pomocy kompensujący dodatkowe obowiązki właścicieli zabytków. Fundamentalną kwestią jest też merytoryczny charakter służb konserwatorskich i ich apolityczność.

Wśród najważniejszych zjawisk determinujących dziś problemy ochrony dziedzictwa kulturowego wymienić trzeba m.in.:

- rozwijający się z dużym przyspieszeniem proces przekształceń całego zasobu budowlanego, co oznacza narastającą presję funkcji ekonomicznych na krajobraz kulturowy;
- rosnący popyt na dziedzictwo, co jest konsekwencją globalizacji i ogromnego wzrostu znaczenia gospodarczego turystyki;
- przeniesienie punktu ciężkości z wartości dziedzictwa na potrzeby społeczeństwa; tę zmianę sposobu traktowania dziedzictwa można by nawet określić jako zmianę ontologicznego statusu dziedzictwa.

Systemowe podłoże konfliktów w obszarze ochrony dziedzictwa kulturowego to wynik coraz większej żywiołowości procesów zmiany, polegającej również na zmianie reguł gry w dziedzictwo. W czym więc tkwi istota zmiany? Do tej pory zabytek miał specjalny status. Był uważany za element przeszłości, który znalazł

się w teraźniejszości i który w związku z tym wymaga odrębnego traktowania. Dotychczasowe pytanie: jak chronić zabytki, przybrało postać: jak należy interpretować i przekształcać dziedzictwo. Cel, którym kiedyś była ochrona wartości zabytkowych, zmienia się, teraz jest nim wykorzystanie wartości historycznych.

Dziedzictwo przybiera dziś różne wymiary: lokalny, regionalny, narodowy, wreszcie uniwersalny. Ramy tego ostatniego wyznaczyła na gruncie prawa międzynarodowego Konwencja UNESCO o ochronie światowego dziedzictwa kulturowego i naturalnego, przyjęta w Paryżu 16 listopada 1972 roku przez Konferencję Generalną Organizacji Narodów Zjednoczonych dla Wychowania, Nauki i Kultury. Sygnatariuszami Konwencji Paryskiej jest dzisiaj ponad 180 państw niemal na całym świecie. Symbolem jej spektakularnego sukcesu jest przede wszystkim Lista Światowego Dziedzictwa UNESCO, która liczy już około 950 obiektów w 150 krajach. Karta Wenecka była dokumentem podsumowującym europejskie doświadczenie w konserwacji zabytków, Konwencja Paryska stanowi zaś wspólny mianownik ochrony najcenniejszych pomników dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego wszystkich kontynentów. Skuteczna ochrona dziedzictwa kulturowego możliwa jest dziś bowiem wyłącznie przy zaakceptowaniu jego różnorodności. Dotyczy to także zasadniczych różnic w rozumieniu przeszłości: na przykład hinduska filozofia istnienia i sanskryt znają od wieków słowo *kal*, które oznacza i wczoraj, i jutro. Nie ma w tym żadnej sprzeczności.

Konwencja za „dziedzictwo kulturowe" uważa:

- zabytki: dzieła architektury, dzieła monumentalnej rzeźby i malarstwa, elementy i budowle o charakterze archeologicznym, napisy, groty i zgrupowania tych elementów, mające wyjątkową powszechną wartość z punktu widzenia historii, sztuki lub nauki;
- zespoły: budowli oddzielnych lub łącznych, które ze względu na swą architekturę, jednolitość lub zespolenie z krajobrazem mają wyjątkową powszechną wartość z punktu widzenia historii, sztuki lub nauki;
- miejsca zabytkowe: dzieła człowieka lub wspólne człowieka i przyrody, jak również strefy, a także stanowiska archeologiczne, mające wyjątkową powszechną wartość z punktu widzenia historycznego, estetycznego, etnologicznego lub antropologicznego.

O wpisie na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO decyduje nie tylko integralność i autentyczność danego obiektu, ale zestaw kryteriów wartościujących. Zostały one wypracowane w trakcie stosowania Konwencji i ostatecznie zdefiniowane dopiero w roku 2005 jako kryteria niezbędne do określenia tzw. wyjątkowej wartości uniwersalnej (OUV – *outstanding universal value*) danego obiektu. W swoich wytycznych operacyjnych Komitet Światowego Dziedzictwa UNESCO podkreśla: „Wyjątkowa uniwersalna wartość to znaczenie kulturowe i przyrodnicze, które jest tak wyjątkowe, że przekracza granice narodowe i ma powszechne znaczenie dla obecnych i przyszłych pokoleń całej ludzkości. W związku z tym stała ochrona

tego dziedzictwa ma dla społeczności międzynarodowej jako całości pierwszorzędne znaczenie" [*Wyjątkowa uniwersalna wartość*, 2011, s. 13]. Każdy obiekt na Liście Światowego Dziedzictwa musi spełniać co najmniej jedno z poniższych kryteriów wartości kulturowych:

I. reprezentować arcydzieło ludzkiego geniuszu twórczego;
II. przedstawiać ważną wymianę wartości na przestrzeni dziejów lub na danym obszarze kulturowym, w zakresie rozwoju architektury lub techniki, sztuk monumentalnych, urbanistyki lub projektowania krajobrazu;
III. stanowić unikatowe albo przynajmniej wyjątkowe świadectwo tradycji kulturowej lub cywilizacji współczesnej bądź istniejącej w przeszłości;
IV. być szczególnym typem budowli, zespołu architektonicznego lub technologicznego albo krajobrazu ilustrującym ważny etap (lub etapy) w historii ludzkości;
V. stanowić szczególny przykład tradycyjnego osadnictwa, zagospodarowania ziemi lub morza reprezentatywny dla danej kultury (lub kultur) albo interakcji człowieka ze środowiskiem, szczególnie jeśli dane dobro podlega zagrożeniom wskutek nieodwracalnej zmiany;
VI. pozostawać w bezpośrednim lub materialnym związku z wydarzeniami lub żywą tradycją, ideami lub wierzeniami albo z dziełami artystycznymi lub literackimi o wyjątkowym znaczeniu uniwersalnym (Komitet uznaje, że to kryterium powinno być stosowane w połączeniu z innymi).

Miasta historyczne

Miasta są zwierciadłem cywilizacji. Często stanowią owoc wielowiekowych nawarstwień wynikających z przenikania kultur, idei i wartości. Miasta historyczne to szczególny rozdział dziedzictwa, gdzie przeszłość determinuje współczesny rozwój. Nie przypadkiem też miasta historyczne stanowią dziś połowę Listy Światowego Dziedzictwa Kultury UNESCO. W zależności od przyjętych kryteriów to 250–350 wpisów!

Miasto to przede wszystkim żywy organizm. Miarą rozwoju miast jest szybkość i złożoność zmiany, którą przechodzą. Współczesne procesy urbanizacyjne charakteryzują niespotykane wcześniej dynamika i skala wzrostu. Według prognoz Banku Światowego do roku 2030 pojawią się 2 mld nowych mieszkańców miast. Jeśli już dzisiaj 80% populacji miast stanowią przybysze, to jedynym, co integruje mieszkańców, jest miejsce! Jest to szczególne wyzwanie dla dziedzictwa skumulowanego w przestrzeni miejskiej.

Szybkie przeobrażenia krajobrazu kulturowego naszych miast, nierzadko jego degradacja, to rezultat postępującej gwałtownie od lat siedemdziesiątych liberalizacji rynku (*market liberalization*) i decentralizacji. Przejście od pasywnego

i statycznego myślenia o dziedzictwie rozumianym jako zabytek-sacrum do jego ochrony w realiach żywiołowych procesów prywatyzacji i komercjalizacji przestrzeni publicznej wymaga zasadniczych zmian w systemie zarządzania potencjałem dziedzictwa, zwłaszcza w wymiarze ochrony krajobrazu kulturowego zabytkowych miast (*new urban conservation approaches*).

Skala i złożoność miasta już dawno wymusiły konieczność kompleksowego widzenia jego przestrzeni kulturowej. Pół wieku temu ukazało się pionierskie dzieło Kevina Lyncha *Image of the City* (1960), w którym pojawiło się klasyczne już dzisiaj pojęcie *urban landscape*. Rok później Gordon Cullen w swej książce *The concise townscape* (1961) operował już pojęciem *townscape* i stanął na czele ruchu obrońców krajobrazu miejskiego (*townscape movement*). Przechodzenie od snu o mieście idealnym do myślenia w kategoriach krajobrazu kulturowego pozwoliło odczytać miasto nie tylko w wymiarze funkcjonalnym, ale i artystycznym, jako dzieło sztuki.

Społeczność międzynarodowa od dawna dostrzega potrzebę wypracowania strategii skutecznej ochrony najcenniejszych historycznych zespołów urbanistycznych. Przypomnieć trzeba m.in.:

1972 – Konwencję UNESCO o ochronie światowego dziedzictwa kulturowego i naturalnego;
1975 – Deklarację Amsterdamską w sprawie europejskiego dziedzictwa architektonicznego;
1976 – Rekomendację UNESCO w sprawie ochrony zespołów zabytkowych lub tradycyjnych i ich roli we współczesnym życiu;
1981 – Międzynarodową Kartę Ogrodów Historycznych, tzw. Kartę Florencką (ICOMOS);
1987 – Międzynarodową Kartę Ochrony Miast Historycznych, tzw. Kartę Waszyngtońską (ICOMOS);
1994 – dokument na temat definicji autentyzmu znany jako Dokument z Nary;
1999 – Kartę Ochrony Dziedzictwa Architektury Wernakularnej (ICOMOS);
2005 – deklarację w sprawie ochrony otoczenia budowli, miejsc i obszarów stanowiących dziedzictwo, tzw. Deklarację z Xian (ICOMOS);
2005 – Konwencję UNESCO o ochronie i promowaniu różnorodności form wyrazu kulturowego;
2011 – Rekomendację UNESCO w sprawie historycznego krajobrazu miejskiego.

Analizując te dokumenty, trzeba zwrócić uwagę na wyraźną zmianę geografii debaty poświęconej ochronie miast historycznych i szczególną aktywność państw azjatyckich w tym zakresie – wystarczy wymienić Dokument z Nary i Deklarację z Xian. Co charakterystyczne, autorzy większości dotychczasowych dokumentów („kart") pisali je, jakby miały być odlane z brązu na wieki, nie przewidując ani dynamiki rozwoju koncepcji dziedzictwa, ani szybkości zmiany jego otoczenia. Uwaga ta dotyczy zwłaszcza problematyki ochrony miast historycznych, które jak w soczewce skupiają skutki globalizacji.

Istotą nowej filozofii ochrony miast historycznych jest dzisiaj harmonijne wykorzystanie dziedzictwa jako potencjału prorozwojowego. Dziedzictwo kulturowe jest ważną częścią środowiska miejskiego i winno odgrywać istotną rolę w zrównoważonym rozwoju naszych miast. Rozpatrując kwestie dziedzictwa w kontekście urbanistycznym, za każdym razem musimy umieć zidentyfikować jego szczególne wartości i zdefiniować reguły zrównoważonego rozwoju, w który powinny być wpisane zabytkowe zasoby.

Współczesny dyskurs na temat ochrony miast historycznych operuje pojęciem historycznego krajobrazu miejskiego (*historic urban landscape* – HUL). Nie jest to nowa kategoria ochrony, ale narzędzie zarządzania historycznymi zasobami miast w warunkach gwałtownej zmiany cywilizacyjnej. Katalizatorem międzynarodowego dialogu w kwestii ochrony HUL stało się Memorandum Wiedeńskie (*Vienna Memorandum*) z roku 2005. Od tego roku datuje się również oficjalne zainteresowanie UNESCO tym problemem. Zgromadzenie Ogólne Państw Stron Konwencji Światowego Dziedzictwa na 15. sesji w październiku 2005 roku przyjęło tekst *Declaration on the conservation of historic urban landscape* (Deklaracji na temat historycznych krajobrazów miejskich). Jesienią 2009 roku Zgromadzenie Ogólne Państw Stron Konwencji zwróciło się do Centrum Światowego Dziedzictwa o przygotowanie projektu dokumentu na sesję Konferencji Generalnej UNESCO w sprawie koncepcji HUL, wprowadzonej do międzynarodowego dyskursu przez Memorandum Wiedeńskie. W listopadzie 2011 roku Konferencja Generalna UNESCO przyjęła w Paryżu tekst *Recommendation on historic urban landscape* (Rekomendacja UNESCO w sprawie historycznego krajobrazu miejskiego).

Idea *heritage urban landscape* oznacza nie tylko rewizję tzw. Karty Waszyngtońskiej (*Washington Charter*) z 1987 roku (właściwie: Międzynarodowa Karta Ochrony Miast Historycznych), prowokuje także do pogłębionej refleksji nad złożoną problematyką ochrony miast historycznych w warunkach żywiołowych zmian cywilizacyjnych. Zarządzanie potencjałem dziedzictwa w mieście historycznym wymaga dzisiaj interdyscyplinarnego podejścia, adresowanego nie tylko do decydentów, ale i do mieszkańców.

Dziedzictwo niematerialne. Pamięć i historia

Rozumienie dziedzictwa wyszło już z matecznika dziewiętnastowiecznego, statycznego myślenia o zabytku, zamkniętego w gorsecie narodowych mitów, przesądów i stereotypów. Nie przypadkiem w roku 1991 na sympozjum KBWE w Krakowie – w czasie pierwszego po upadku żelaznej kurtyny wielkiego spotkania

Wschodu i Zachodu poświęconego kulturze – pojęcie „nasze wspólne dziedzictwo" zostało wprowadzone do międzynarodowego kanonu politycznej poprawności.

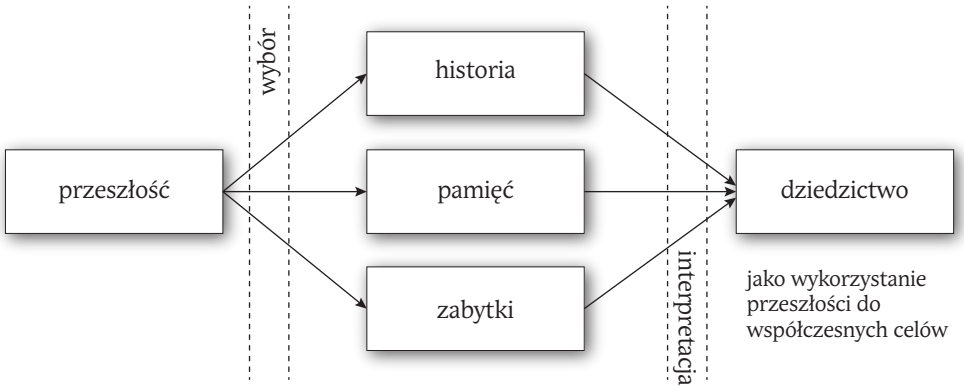
Przechodzeniu do wspólnej odpowiedzialności za przyszłość naszej przeszłości towarzyszy istotne poszerzenie rozumienia dziedzictwa i poszerzenie pola jego ochrony. Lata dziewięćdziesiąte XX wieku przyniosły m.in.: przejście do ochrony w skali krajobrazu kulturowego, poszerzenie chronologicznych ram ochrony o dziedzictwo modernizmu, zainteresowanie dziedzictwem totalitaryzmu i dziedzictwem nienawiści (Holocaust!), jak również ponowne odkrywanie dziedzictwa wydziedziczonych (np. dziedzictwa kultury żydowskiej). Szczególnie szybko rośnie ostatnio znaczenie dziedzictwa niematerialnego.

Tak istotne poszerzenie problematyki dziedzictwa znajduje już swoje odzwierciedlenie w międzynarodowych standardach ochrony. Tylko w ostatnich latach UNESCO przyjęło tak znamienne dokumenty, jak:

- Powszechna deklaracja w sprawie różnorodności kulturowej (2001);
- Konwencja w sprawie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego (2003).

Sukcesy programów światowego dziedzictwa kultury UNESCO i dziedzictwa ludzkości UNESCO symbolizują dziś globalny wymiar dziedzictwa.

Międzynarodowej dyskusji nad dziedzictwem i jego ochroną towarzyszy spektakularny rozwój teorii dziedzictwa. W języku angielskim pojawił się już nowy termin: *heritology*, określający dyscyplinę, która w myśleniu o dziedzictwie integruje tak różne dziedziny wiedzy jak z jednej strony nauki humanistyczne, z drugiej zaś ekonomię i teorię zarządzania, prawo i planowanie przestrzenne, a na uniwersytetach w wielu krajach pojawiły się już katedry dziedzictwa.



Na podstawie: G.J. Ashworth [1996], *The historical metropolis*, MCK, Kraków, s. 41

Fundamentem naszego stosunku do przeszłości jest dzisiaj nie pietyzm wobec zabytków, ale kultura pamięci jako system pamięci zbiorowej danego społeczeństwa. To znacznie więcej niż teorie Maksa Dvořáka i Juliusa von Schlossera na

temat *Kunstgeschichte als Geistesgeschichte*. Pamięć jest dzisiaj osobną kategorią badawczą. O ile historia stanowi zamkniętą strukturę, o tyle pamięć jest otwarta zarówno dla jednostek, jak i dla zbiorowości. Wspólna pamięć to artefakt, który codziennie na nowo konstruujemy, choć ludzie twierdzą, że istota ich tożsamości jest niezmienna. Pamięć zbiorowa bardziej rekonstruuje, niż rejestruje przeszłość. Bo historia i pamięć to dwie różne kwestie. W oparciu o te obserwacje francuski badacz Pierre Nora wprowadził w roku 1984 pojęcie „miejsc pamięci" (*lieux de mémoire*), inicjując rozwój tzw. historii drugiego stopnia. Historia drugiego stopnia przenosi nas w świat pamięci zbiorowej, gdzie historia jest nie tyle opisanym faktem, co formą pamięci współczesnych. Tak rozumiane miejsca pamięci konstytuują naszą tożsamość. Składają się one zarówno z elementów materialnych, jak i niematerialnych, są bowiem długotrwałymi, utrzymującymi się przez pokolenia katalizatorami zbiorowej pamięci i tożsamości, które stanowią część społecznych, kulturowych i politycznych zwyczajów.

Podobnymi przesłankami kierowali się twórcy Konwencji UNESCO w sprawie ochrony niematerialnego dziedzictwa kulturowego, przyjętej w październiku 2003 roku. W dokumencie tym podkreślono „potrzebę budowania, zwłaszcza wśród młodszych pokoleń, większej świadomości, że niematerialne dziedzictwo kulturowe i jego ochrona mają istotne znaczenie". Konwencja definiuje niematerialne dziedzictwo kulturowe jako „praktyki, wyobrażenia, przekazy, wiedzę i umiejętności – jak również związane z nimi instrumenty, przedmioty, artefakty i przestrzeń kulturową – które wspólnoty, grupy i, w niektórych przypadkach, jednostki uznają za część własnego dziedzictwa kulturowego", przy czym to „niematerialne dziedzictwo kulturowe, przekazywane z pokolenia na pokolenie, jest stale odtwarzane przez wspólnoty i grupy w relacji z ich otoczeniem, oddziaływaniem przyrody i ich historią oraz zapewnia im poczucie tożsamości i ciągłości, przyczyniając się w ten sposób do wzrostu poszanowania dla różnorodności kulturowej oraz ludzkiej kreatywności".

Tak więc w krótkim czasie rozumienie dziedzictwa kulturowego uległo znacznemu poszerzeniu. Sam Pierre Nora zauważył ostatnio, że dziedzictwo, „które do niedawna jeszcze oparte było na wyborze najstarszych, najpiękniejszych i najdoskonalszych wytworów »narodowego geniuszu«", zmienia znaczenie [Nora, 2010, s. 234]. Przesądza o tym również masowość zjawiska.

Nora stawia dziś wniosek praktyczny, że przeobrażenia pojęcia dziedzictwa uczyniły z niego przeciwieństwo tego, czym było ono wcześniej. Według francuskiego badacza „dziedzictwo zakończyło epokę historii, narodu i zabytków na rzecz epoki pamięci, społeczności i tożsamości" [tamże, s. 235]. Trzeba jednak koniecznie dodać, że dziedzictwo nie istnieje, jeśli nie istnieje świadomości jego wartości.

Dziedzictwo a ekonomia

O ile nie ma dzisiaj potrzeby przywoływania racji ekonomicznych, aby uzasadnić obowiązek ochrony dziedzictwa kulturowego, o tyle można jednak mówić o różnych relacjach pomiędzy dziedzictwem a ekonomią. Najczęściej przywoływaną jest turystyka, która opiera się na unikalności miejsca. O tej unikalności z reguły przesądza dziedzictwo naturalne lub dziedzictwo kulturowe. Poza badaniami ekonomicznych relacji dziedzictwa i turystyki nie ma badań i danych statystycznych dotyczących wpływu dziedzictwa na rozwój ekonomiczny, niemniej jednak we współczesnym piśmiennictwie wyróżnia się wiele jego aspektów. Mówi się więc o dziedzictwie kulturowym jako:

- produkcie turystycznym,
- zasobie prorozwojowym,
- zasobie podnoszącym jakość życia,
- komodyfikacji miejsca,
- rynku pracy,
- narzędziu walki z ubóstwem,
- narzędziu budowania marki,
- narzędziu promowania spójności społecznej,
- przedmiocie tezauryzacji,
- ekonomicznej alternatywie dla tworzenia nowych zasobów budowlanych.

Dziedzictwo kulturowe jest więc dzisiaj samoistnym produktem lub składnikiem innych produktów materialnych i niematerialnych. Są one z reguły związane z konkretnym miejscem. Zasoby dziedzictwa mają więc wymiar ekonomiczny przede wszystkim na poziomie lokalnym. Ich potencjał rozwojowy jest trudno mierzalny, a jako dobra publiczne nie są konkurencyjne w konsumpcji.

Dziedzictwo podlega też innym zjawiskom będącym przedmiotem zainteresowania ekonomii. Na przykład tzw. *contingent analysis* oparta jest na pytaniu: ile ludzie są skłonni zapłacić za dobra, dla których nie istnieje rynek, a teoria tzw. *option value* bada granice gotowości ludzi do płacenia za dobra, których nigdy nie będą w stanie skonsumować. W Stanach Zjednoczonych Ameryki tzw. *development rights transfer* daje właścicielom zabytkowych obiektów możliwość „sprzedaży" prawa do dodatkowej wysokości właścicielom budowli sąsiednich. Dziedzictwo może być więc przedmiotem gry rynkowej w różnych formach i aspektach. Na „rynku dziedzictwa" pojawiają się nowi i różnorodni aktorzy. Innym charakterystycznym trendem ostatnich lat jest szybki wzrost znaczenia dziedzictwa niematerialnego, w tym jego udziału w tworzeniu PKB. Łączy się to również z wyraźnym zjawiskiem przechodzenia społeczeństw od potrzeby zwiedzania nowych miejsc do potrzeby poszukiwania tożsamości własnego miejsca. Innymi słowy: im więcej

ludzie dzisiaj podróżują, tym silniejsza jest ich potrzeba szukania korzeni. Stale więc rosną zasoby dziedzictwa i zwiększa się jego potencjał rozwojowy.

Podsumowanie

Dziedzictwo kulturowe jako wykorzystanie przeszłości dla współczesnych celów jest zasobem posiadającym również wymiar ekonomiczny. Rosnący popyt na dziedzictwo jest przede wszystkim konsekwencją globalizacji i ogromnego wzrostu znaczenia gospodarczego turystyki. Dziedzictwo kulturowe nie jest przy tym dziś tylko produktem stanowiącym podstawę działalności przemysłów czasu wolnego. Jego rosnące znaczenie jako czynnika rozwoju dostrzegalne jest przede wszystkim na poziomie lokalnym. Bardzo szybko rośnie też rola dziedzictwa niematerialnego jako dynamicznego procesu ciągłej reinterpretacji przeszłości. Zarządzanie zasobami dziedzictwa kulturowego staje się coraz bardziej złożonym wyzwaniem zarówno dla władzy publicznej, jak i dla wielu innych aktorów.

Literatura (wybór)

Ashworth G.J. [1991], *Heritage planning. Conservation as the management of urban change*, Geo Pers, Groningen.

Ashworth G.J. [1999], *Dziedzictwo a turystyka: zarządzanie kryzysem zasobów*, w: *Dziedzictwo a turystyka*, J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Ashworth G.J. [2002], *Paradygmaty i paradoksy planowania przeszłości*, w: *Europa Środkowa – nowy wymiar dziedzictwa*, J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Benjamin W. [2005], *Pasaże*, Wydawnictwo literackie, Kraków.

Białostocki J. [1973], *Dzieje historiografii artystycznej i naukowej historii sztuki*, w: *Wstęp do historii sztuki*, t. 1: *Przedmiot – metodologia – zawód*, P. Skubiszewski (red.), PWN, Warszawa, s. 165–195.

Compendium of basic texts of the Council of Europe in the field of cultural heritage [1998], Strasbourg.

Costonis J.J. [1974], *Space adrift. Landmark preservation and the marketplace*, University of Illinois Press, Chicago–London.

Dziedzictwo a turystyka [1999], J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Dziedzictwo kulturowe w XXI wieku. Szanse i wyzwania [2007], M.A. Murzyn, J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Europa Środkowa – nowy wymiar dziedzictwa [2002], J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Heilbrun J., Gray Ch.M. [2001], *The Economics of art and culture*, Cambridge University Press, Cambridge.

Heritage, memory & identity [2011], H. Anheier, Y.R. Isar (eds.), SAGE Publications Ltd, Los Angeles–London–New Delhi–Singapore–Washington DC.

Howard P. [2003], *Heritage. Management, interpretation, identity*, Continuum, London–New York.

Krzyżanowski L. [1973], *Ochrona i konserwacja zabytków*, w: *Wstęp do historii sztuki*, t. 1: *Przedmiot – metodologia – zawód*, P. Skubiszewski (red.), PWN, Warszawa.

Kula M. [2002], *Nośniki pamięci historycznej*, Wydawnictwo DiG, Warszawa.

Kultura a rozwój. 20 lat po upadku komunizmu w Europie [2010], J. Purchla, R. Palmer (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
Larkham P.J. [1996], *Conservation and the City*, Routledge, London–New York.
Lowenthal D. [1985], *The Past is a Foreign Country*, Cambridge University Press, Cambridge.
Lynch K. [1960], *Image of the City*, MIT Press, Cambridge MA.
Max Dvořák i jego teoria dziejów sztuki [1974], L. Kalinowski (opr.), PWN, Warszawa.
Nora P. [1989], *Between memory and history. Les lieux de mémoire*, „Representations Special Issue", vol. 26.
Nora P. [2010], *Dziedzictwo*, „Przegląd Polityczny", nr 103/104.
Parowicz I. [2006], *Denkmalpflege effektiv fördern. Finanzierung des Schutzes von Architekturdenkmälern in europäischer Perspektive*, Martin Meidenbauer Verlag, München.
Peacock A., Rizzo I. [2008], *The heritage game. Economics, policy and practice*, Oxford University Press, Oxford, USA.
Perspectives on impact, technology and strategic management [2007], J. McLoughlin, J. Kaminski, B. Sodagar (eds.), Heritage Management Series, V. 1, Budapest.
Pomian K. [2006], *Historia. Nauka wobec pamięci*, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin.
Purchla J. [2005], *Dziedzictwo a transformacja*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
Riegl A. [2002], *Georg Dehio i kult zabytków*, R. Kasperowicz (red.), Oficyna Wydawnicza „Mówią wieki", Warszawa.
Rykwert J. [2013], *Pokusa miejsca. Przeszłość i przyszłość miast*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
Smoleń M. [2003], *Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
Szmygin B. [2000], *Kształtowanie koncepcji zabytku i doktryny konserwatorskiej w Polsce w XX wieku*, Politechnika Lubelska, Lublin.
Throsby D. [2010], *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
Tomaszewski A. [2013], *Ku nowej filozofii dziedzictwa*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
Towse R. [2011], *Ekonomia kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
Traba R. [2006], *Historia – przestrzeń dialogu*, Instytut Studiów Politycznych PAN, Warszawa.
Traba R. [2009], *Przeszłość w teraźniejszości. Polskie spory o historię na początku XXI wieku*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań.
Vademecum konserwatora zabytków: 25 lat Konwencji ochrony światowego dziedzictwa kulturalnego i naturalnego [1999], M. Konopka (red.), Polski Komitet Narodowy ICOMOS, Warszawa.
Vademecum konserwatora zabytków. Międzynarodowe normy ochrony dziedzictwa kultury [2000], K. Pawłowski (red.), Warszawa.
Violet-le-Duc E.E. [1854–1869], *Dictionaire raisonnéde l'architecture française du XIe au XVI siècle*, B. Bance, Paris.
Wyjątkowa uniwersalna wartość a monitoring dóbr światowego dziedzictwa [2011], B. Szmygin (red.), Polski Komitet Narodowy ICOMOS i Narodowy Instytut Dziedzictwa, Warszawa.
Zabytek i historia. Wokół problemów konserwacji i ochrony zabytków w XIX wieku. Antologia [2002], P. Kosiewski, J. Krawczyk (red.), Oficyna Wydawnicza „Mówią wieki", Warszawa.

Anna Karwińska

Kultura

Pojmowanie kultury

Kultura jest jednym z podstawowych pojęć wielu dyscyplin humanistycznych i społecznych, jednak od wielu dekad utrzymują się trudności ze ścisłym definiowaniem tego terminu; pozostaje on niezmiennie wieloznaczny. Rozważając sposoby definiowania kultury, należy wskazać najpierw odmienność podejścia antropologicznego i socjologicznego.

W najszerszym ujęciu w otaczającej rzeczywistości można wyróżnić dwie sfery: ukształtowaną niezależnie od istnienia i działania człowieka naturę oraz wytworzoną przez człowieka kulturę. To najszersze ujęcie określane jest zazwyczaj jako antropologiczne (w ujęciu antropologii filozoficznej, poszukującej „istoty człowieczeństwa" i dążącej do wypracowania ogólnej teorii kultury jako atrybutu człowieka). Do niego odwołują się najbardziej popularne definicje kultury, m.in. ta sformułowana w XIX wieku przez Edwarda Tylora: „Kultura lub cywilizacja jest to złożona całość obejmująca wiedzę, wierzenia, sztukę, prawo, moralność, obyczaje, zdolności i nawyki nabyte przez człowieka jako członka społeczeństwa" [Kłoskowska, 1981, s. 20–21]. Inni autorzy rozróżniali kulturę i cywilizację (tę ostatnią rozumiejąc w kategoriach dorobku materialnego).

W socjologicznym ujęciu kultury podkreśla się, że jest to ogół materialnych i niematerialnych wytworów człowieka powstających w procesach życia społecznego w ramach określonej zbiorowości. Jest to zatem węższe pojmowanie kultury - rozumianej jako dorobek pewnej społecznej całości. Jan Szczepański definiuje to pojęcie jako „ogół wytworów działalności ludzkiej, materialnych i niematerialnych, wartości i uznawanych sposobów postępowania, zobiektywizowanych i przyjętych w dowolnych zbiorowościach, przekazywanych innym zbiorowościom i następnym pokoleniom" [Szczepański, 1970, s. 78]. Jak wskazywał także Stefan Czarnowski (do którego Szczepański się odwołuje), kultura jest dorobkiem zbiorowym, obejmuje wytwory kolejnych wielu pokoleń, w tym również idee czy przedmioty twórczo przetworzone przez następców. W innych definicjach socjo-

logicznych zwraca się uwagę na fakt, że wzorów kultury uczymy się w procesach adaptacji do życia w określonej zbiorowości. Ralf Linton wskazywał, że kultura to zespół dwóch zasadniczych klas zjawisk: zachowań i rezultatów tych zachowań, jednak chodzi tu nie o wszystkie ludzkie zachowania, ale tylko o te, które stały się nawykiem, odznaczające się regularnością, co jest rezultatem procesu uczenia się. Jak podkreśla Philip Bagby, nie można jednak oczekiwać, że owa „regularność" będzie dotyczyła każdego członka społeczeństwa. Wskazuje on nie tylko na pewne części społeczeństwa, które – zachowując wewnętrzne (dla każdej grupy) regularności – różnią się od siebie (np. mężczyźni i kobiety), ale także na to, że opisanie wszystkich odmian i wyjątków od danej regularności kulturowej w danym społeczeństwie jest praktycznie niemożliwe. Można tylko mówić o większości członków społeczeństwa zachowujących się (w przybliżeniu) w sposób zgodny z taką czy inną normą kulturową [Bagby, 1975, s. 132–133].

Z socjologicznego punktu widzenia szczególnie istotne są następujące cechy kultury:

Jest wytworem społecznym, tworzą ją zawsze określone grupy, zbiorowości (naród, grupa etniczna, kategoria zawodowa, generacja, społeczeństwo funkcjonujące w określonym czasie i przestrzeni). Człowiek jako istota społeczna ma potrzebę i zdolność wykraczania poza swoje indywidualne doświadczenie i dlatego staje się współtwórcą kultury. Kultura każdej zbiorowości ma cechy swoiste, decydujące o jej odrębności. Dlatego w różnych kulturach można znaleźć odmienne odpowiedzi na pytania zasadnicze (np. dotyczące prawdy o świecie, sensu istnienia człowieka) – nawet jeśli są one zupełnie fałszywe w świetle wiedzy naukowej, to odpowiadają oczekiwaniom i potrzebom danej grupy.

Jest strukturą **długiego trwania** i ma **charakter kumulatywny**, zatem składa się z elementów powstałych w różnych okresach, modyfikowanych, zmieniających się w toku dziejów. Kolejne pokolenia dodają pewne elementy (lub je ujmują), modyfikują, nadają nowe znaczenia w zależności od zmieniających się potrzeb społeczeństwa. Zmiany elementów kultury towarzyszą zmianom (przebiegającym niekoniecznie w tym samym tempie) w innych dziedzinach życia, na przykład w gospodarce, polityce, prawie, religii, technologii czy wiedzy o świecie natury i świecie człowieka. Używamy pojęcia „opóźnienie kulturowe", wskazującego na owe niejednakowe prędkości zmian, a także „luka kulturowa", opisującego swoiste niedopasowanie niektórych elementów kultury, na przykład pewnych kodów semantycznych, przekonań, wartości czy norm, które odwołują się niejako do przeszłości. Może to być przyczyną nieprawidłowości społecznych (dezorganizacji społecznej, kształtowania się postaw „giętkości aksjologicznej" sprzyjającej powstawaniu zjawisk patologicznych) wynikających z nieadekwatności norm i wzorów do wymagań życia społecznego. Nie zawsze jednostki i grupy radzą sobie z sytuacjami „rozchwiania", czasem również takie okresy wykorzystywane są do celowych działań sprzecznych ze „starymi" normami, a jeszcze nie do końca jasno

określonych przez nowe. Jednak nie jest to zazwyczaj tak proste. To „niedopasowanie" może też stanowić swego rodzaju zabezpieczenie na okres przejściowy, zanim nowe elementy prawa, gospodarki czy należące do innych jeszcze dziedzin życia będą mogły się sprawdzić, ulec dookreśleniu, modyfikacji.

Jest **przekazywana w czasie i w przestrzeni** – następnym pokoleniom i innym społeczeństwom. Pojawia się tu oczywiście problem zakresu owego przekazywanego „depozytu". Zazwyczaj trwają normy i reguły, które zachowują swoją funkcjonalność, są podtrzymywane przez inne systemy regulacyjne (np. religię, prawo, obyczaj), a także (z różnych powodów) przez grupy o wysokiej pozycji, posiadające wpływy. Zachowywane i przekazywane są też wartości najważniejsze dla trwania grupy

Stefan Czarnowski podkreślał złożony charakter owego przekazywania kultury następnym pokoleniom. Nie wystarczy bowiem, że jakiś wytwór materialny przetrwa fizycznie. Chodzi tu o podtrzymywanie jego kulturowego znaczenia, zachowanie przez dany przedmiot mocy wywoływania określonych zachowań czy emocji. Niektóre szczególnie ważne materialne elementy kultury mogą pozostawać w pamięci zbiorowej (lub jednostkowej) jako element tożsamości, choć przestają istnieć jako przedmioty czy obiekty [Czarnowski, 1982, s. 401–403].

Wytwory kultury są **przedmiotem wymiany** między uczestnikami rozmaitych procesów społecznych.

Stopień uczestniczenia w kulturze i znajomości jej elementów może być (i bywa) **podstawą stratyfikacji społecznej**, tworzenia się grup i kręgów społecznych, źródłem prestiżu.

Jest zasobem niewyczerpywalnym, **wzbogaca się i wzmacnia** poprzez korzystanie z jej zasobów i używanie ich.

Jest przedmiotem **analizy i oceny** członków społeczeństwa, którzy uczą się zasad i reguł zarówno własnej kultury, jak i innych.

Wytwarzanie kultury, transmisja elementów kultury, ich przechowywanie i ochrona stanowią podstawę **powstawania i utrzymywania się rozmaitych instytucji**.

Warto ponadto podkreślić, że w procesach wytwarzania elementów kultury powstają pewne „nadwyżki", na które zwracał także uwagę Czarnowski, wskazując, że dany wytwór człowieka (zbiorowości) staje się elementem kultury dopiero wówczas, gdy zostanie w jakiś sposób utrwalony (zachowany), a następnie jest przekazywany w procesach transmisji kultury. Zatem nie cały dorobek zbiorowości wchodzi w skład kultury, są też elementy, które w pewnym sensie „przegrywają", odchodzą w zapomnienie; czasem bywają z niego wydobywane, a czasem dane odkrycie, zasada czy innym element kultury zostaje wytworzony po raz kolejny [Czarnowski, 1982, s. 24–241].

Kultura może być także rozważana w **perspektywie ekonomicznej**. Przede wszystkim należy zauważyć, że ujmując kulturę funkcjonalnie jako zespół odpo-

wiedzi na potrzeby i wyzwania, zarówno jednostkowe, jak i zbiorowe, wkraczamy w sferę rozważań ekonomicznych. Ważne jest tu rozróżnienie potrzeb rzeczywistych, potrzeb otoczkowych i potrzeb pozornych [Szczepański, 1981, s. 145–146]. Związane z kulturą są zwłaszcza potrzeby pozorne, których związek z rzeczywistymi potrzebami (niezbędnymi do biologicznego i społecznego przetrwania) może być bardzo luźny lub nawet żaden. Do zaspokajania tych potrzeb muszą powstać pewne wytwory materialne i niematerialne, a zatem niezbędne są jakieś środki finansowe. Decyzje w kwestiach wytwarzania dóbr kultury podlegają ocenie z punktu widzenia zasad gospodarności [Bendixen, 2001, s. 11]. Powstające wytwory są efektem zaplanowanych działań (pracy), mają także określoną wartość, nie tylko symboliczną. Jest to ważne, ponieważ, jak wspomniano wyżej, wytwory kultury są przedmiotem wymiany. Funkcjonują na rynku, mogą być nabywane, sprzedawane, a ich wartość ulega zmianie.

Kultura ma także **wymiar polityczny**. Wartości i ideały tworzone w ramach kultury stają się podstawą integracji narodowej, budowania poczucia tożsamości, dumy narodowej. Do ideałów i tradycji narodowych sięgają instytucje państwa, aby uzasadnić swoje działania i przekonać obywateli do prowadzonej polityki międzynarodowej czy wewnętrznej. Kultura dostarcza narzędzi i środków (wytworów kulturowych) do budowania postaw obywatelskich, kształtowania nastawienia wobec państwa i jego instytucji. W sferze kultury łatwiej się porozumiewać na scenie międzynarodowej niż na przykład w sferze gospodarki. Często państwa, które nie mają najlepszych stosunków, podtrzymują przynajmniej jakieś relacje kulturalne, prowadzą dyplomację kulturalną jako wstęp do trudniejszych, bardziej konfliktogennych form relacji wzajemnych. Dzięki kulturze przenikają do stosunków międzynarodowych pewne wartości i ideały, upowszechniane w mniej oczywisty, mniej propagandowy sposób. Percepcja upowszechnianych – zwłaszcza za pomocą mass mediów – treści kultury oraz uczestnictwo w różnych wydarzeniach kulturowych przyczyniają się do tworzenia w skali globalnej pewnej przestrzeni porozumienia, dialogu, wspólnoty komunikacyjnej.

Warto także zwrócić uwagę na fakt, że w kulturze globalnej w coraz większym stopniu zaznacza się ekspansja ideologii „praw człowieka". Jest to efekt powstania i utrwalania się przekonań dotyczących jednostki, sakralizujących indywidualność [Eliott, 2007, s. 359]. Ma to swoje polityczne skutki w postrzeganiu i ocenie wydarzeń politycznych w skali świata. Jeśli jednostka i jej prawa są poprzez normy i przekonania kulturowe sakralizowane, przynosi to efekty polityczne w postaci oczekiwania, że państwa będą gwarantowały takie prawa i ich przestrzeganie. Co więcej, dominacja takiego sposobu wartościowania rodzi, także w stosunkach międzynarodowych, możliwość uzasadniania działań, które w innym przypadku mogłyby być uznane za przemoc (jak np. interwencje militarne w Afganistanie czy Iraku). Jak wskazuje Michael A. Eliott, regularnie wzrasta liczba podpisanych porozumień, które dostarczają narzędzi międzynarodowych do ochrony praw czło-

wieka, i wzrasta liczba grup, których członkowie w ramach poszczególnych krajów, a także w skali globalnej podlegają ochronie [tamże, s. 354–355].

Powstaje tu jeszcze pytanie o podmioty tworzące kulturę. Jak wskazano wyżej, kultura jest wytworem zbiorowym, nie tylko w tym sensie, że wytwarzana jest przez daną całość społeczną, ale także dlatego, że jest wytwarzana w czasie, w sposób kumulatywny. Zagadnienie podmiotów kultury wymaga jednak doprecyzowania. Po pierwsze zatem mówimy o kulturach wytwarzanych przez **zbiorowości terytorialne**. Tu najlepszym przykładem są niezbyt wielkie zbiorowości lokalne, zamieszkujące określone terytorium – plemiona, które jeszcze nadal można znaleźć w niektórych obszarach krajów rozwijających się. Jak wskazywał Philip Bagby, kulturowe odmienności między tymi wspólnotami były (i są) bardzo znaczne [Bagby, 1975, s. 145–148]. Z kolei można wskazać pewne szersze kultury obejmujące wiele społeczności lokalnych, które tworzą podobne kultury ze względu na zbliżone uwarunkowania geograficzne, wspólne doświadczenia dziejowe itp. Taką kulturę wspólną w znacznym zakresie można przypisać na przykład góralom karpackim. Podobieństwa wynikające z wielowiekowego sąsiedztwa, komunikowania się, wspólnoty interesów mogą być podstawą wyodrębnienia kultury zachodnioeuropejskiej czy kultury arabskiej. Podmiotami wytwarzającymi odrębne kultury są, oczywiście, narody, grupy etniczne, grupy religijne, a także pewne grupy społeczne w ramach większych całości, jak klasy czy warstwy społeczne.

Są pewne kręgi czy grupy społeczne w obrębie danej całości społecznej, które w większym stopniu niż inne tworzą kulturę. Nie są one jednak całkowicie niezależne od istniejących w danej całości społecznej wzorów, choć często łatwiej niż przedstawicielom innych grup społecznych przychodzi im przeciwstawianie się własnemu „wyposażeniu kulturowemu" (nabywanemu w procesach socjalizacji) i obecnej w życiu społecznym tradycji. Istnienie jednostek (grup) posiadających nie tylko zasoby pozwalające na nonkonformizm kulturowy, ale także niezbędną odwagę i motywację jest bardzo ważne dla powstawania nowych ścieżek rozwojowych, i dlatego jest niebezpieczne z punktu widzenia elit władzy w systemach autorytarnych i totalitarnych. Wybitni artyści, uczeni, intelektualiści, indywidualności wzbogacają kulturę własnego społeczeństwa (i nie tylko, wnoszą bowiem często istotny wkład do kultury światowej czy chociażby regionalnej)[1]. Z kolei nie wszystkie grupy i środowiska należące do danego społeczeństwa mają możliwość wnoszenia swoich wartości czy norm do kultury dominującej. Ma to oczywisty związek z cechami zróżnicowania społecznego i układem stratyfikacyjnym, nieobecnością pewnych grup (na przykład przez wiele stuleci – kobiet) w głównym

[1] O Janie Kochanowskim uczymy się jako o twórcy języka polskiego, choć przecież posługiwał się także łaciną, obowiązującą w jego czasach jako język europejskich elit, nie tylko artystycznych. Z drugiej strony na przykład w czasach ZSRR zanikało wiele języków mniejszych grup narodowych, ze względu na to, że osoby wykształcone, zarówno twórcy, jak i naukowcy, ze względów praktycznych posługiwali się przede wszystkim językiem rosyjskim.

nurcie życia społecznego, co było skutkiem tradycji, procesów marginalizacji i automarginalizacji pewnych grup (na przykład Romów w Polsce). W krajach, w których podziały etniczne czy religijne są bardzo głębokie, dostrzec można przejawy celowej polityki dyskryminacyjnej[2].

Istnienie ważnych z punktu widzenia rozwoju kultury (w kontekście kultury narodowej) kategorii społecznych podkreślał Florian Znaniecki. Używał określenia „przodownicy kulturalni" i zaliczał do nich artystów różnych dziedzin, dziennikarzy, intelektualistów, naukowców (w tym przypadku zwłaszcza historyków i etnografów), ale także, co w Polsce w tamtym okresie było dość niezwykłe, „przodowników gospodarczych", osoby będące organizatorami i animatorami gospodarki [Znaniecki, 1990, 43–90].

Jan Szczepański dostrzegał nie tylko znaczenie najważniejszych podmiotów kształtujących kulturę, zwracał uwagę także na problem trwania wartości i wzorów kultury, szczególnie w sytuacjach zagrożenia. Podkreślał rolę, jaką w Polsce w różnych okresach odegrali chłopi, zazwyczaj charakteryzowani jako zbiorowość nastawiona na pielęgnowanie konserwatywnych wartości, co sprzyjało utrwalaniu negatywnych stereotypów dotyczących ich wkładu w rozwój społeczny i kulturowy. Tymczasem, jak wskazuje Szczepański, to właśnie konserwatyzm tej grupy społecznej pozwolił na przetrwanie i uchronienie wielu cennych wartości kultury narodowej i kultur lokalnych [1973, s. 203–217]. Można powiedzieć, że był to swego rodzaju zasób odłożony lub, używając bardziej współczesnej metafory, „zapasowa kopia", która mogła zostać użyta w sytuacji zagrożenia utratą części pamięci kulturowej.

Współcześnie podobne zagadnienia rozważane są m.in. w analizach kulturotwórczego znaczenia wielkich miast i roli klasy metropolitalnej [Jałowiecki, 1999, s. 71], a także budowania kapitału kreatywności, niezbędnego dla rozwoju gospodarczego (np. pojęcie klasy kreatywnej [Florida, 2004]). Ponadto niezbędne jest uwzględnienie nowego etapu kształtowania kultury, który pojawił się wraz ze społeczeństwem informacyjnym. Chodzi tu o zjawisko prosumentów – rozszerzenie kategorii twórców i tworzenia o konsumentów i twórców dóbr kultury jednocześnie.

[2] Przez wiele lat pomijano na przykład w programach szkolnych dorobek kulturowy Aborygenów w Australii czy Indian w Ameryce Północnej.

Mechanizmy kształtowania i przemian kultury

Kultura powstaje w procesach swoistego „dopasowywania" otaczającego świata do potrzeb człowieka (zbiorowości) i jednocześnie „dopasowywania" człowieka (zbiorowości) do możliwości i ograniczeń stwarzanych przez otoczenie. Tworzy się w ten sposób sfera pośrednicząca pomiędzy człowiekiem a jego otoczeniem, umożliwiająca mu skuteczne funkcjonowanie [Siciński, 2002, s. 25]. Określa się w związku z tym kulturę jako specyficznie ludzki mechanizm przystosowawczy tworzony przez rozmaite zbiorowości w sposób dostosowany do konkretnych potrzeb i aspiracji ich członków, ale także na miarę istniejących możliwości i ograniczeń. Każda zbiorowość wytwarza zatem odpowiedzi kulturowe (określenie Bronisława Malinowskiego) na swój własny sposób, zarówno w odniesieniu do potrzeb podstawowych, jak i wyższego rzędu. Dzieje się tak, mimo iż pewne potrzeby mają charakter uniwersalny w skali gatunku *homo sapiens* (wszystkie potrzeby biologiczne, ale także potrzeba bezpieczeństwa oraz liczne potrzeby społeczne, na przykład komunikowanie się ze sobą i z innymi, przekazywanie informacji i wiedzy, określanie „swoich" i „obcych", podtrzymywanie ciągłości życia społecznego). Powstają w ten sposób zasady organizacji życia społecznego, instytucje zapewniające możliwości zaspokajania potrzeb, podstawy ładu społecznego, wzory postępowania, wartości, przekonania (dotyczące zwłaszcza prawdy, piękna i dobra), normy określające zachowania i działania pożądane, akceptowane, tolerowane, nieakceptowane czy zakazane.

Kultura jest niezbędna dla dobrego działania rozmaitych całości społecznych, organizacji czy instytucji funkcjonujących na różnych poziomach integracji społecznej. Bez wspólnych podstaw kulturowych niemożliwe lub znacznie utrudnione jest realizowanie rozmaitych działań w różnych obszarach życia społecznego, takich jak porozumiewanie się, współpraca, konkurowanie, wywieranie wpływu, wymiana, radzenie sobie z konfliktami, rozwiązywanie problemów. Podobnie pewien przynajmniej zakres uwspólnienia (spójności) zasad, norm, kodów, zwyczajów i obyczajów potrzebny jest do wspólnego realizowania zadań gospodarczych związanych z produkcją, konsumpcją czy dystrybucją dóbr, do prowadzenia działań w sferze relacji politycznych itd. Jeśli jednostki, grupy czy instytucje mają w jakimś zakresie współdziałać, muszą być dla siebie nawzajem przewidywalne. Należy tu jednak podkreślić, że kultura nie jest tylko podłożem procesów zachodzących w różnych sferach rzeczywistości, jest także ważną **siłą sprawczą** wywołującą i stymulującą przemiany gospodarcze, polityczne, organizacyjne.

Kultura jest produktem wielu procesów społecznych, m.in. kształtowania się, trwania, rozwoju i przemian określonej zbiorowości, budowania relacji z innymi zbiorowościami, konkurowania, współpracy, walki. Kształt poszczególnych ele-

mentów kultury i ich specyfika są związane z sytuacją, doświadczeniami z przeszłości, cechami charakterystycznymi owej grupy (zbiorowości). I tak inną kulturę tworzą zbiorowości małe, a inną wielkie, inną potęgi gospodarcze czy militarne, a inną społeczeństwa odgrywające marginalną rolę w światowym systemie, inną homogeniczne kulturowo, inną heterogeniczne, złożone z wielu rozmaitych grup, inną społeczeństwa rolnicze, przemysłowe, poprzemysłowe.

Rozważając proces kształtowania się kultury, warto zauważyć, że jej zasięg rozszerza się w miarę rozwoju interakcji pomiędzy poszczególnymi wspólnotami. W nowoczesnych zurbanizowanych społeczeństwach ujednolicenie kulturowe obejmuje znaczną liczbę społeczności lokalnych, a różnice między nimi, nawet znaczne, są łagodzone przez procesy współpracy i współdziałania [Bagby, 1975, s. 154–155]. Jednak oczywiście nie wszystkie elementy kultury podlegają procesom uniwersalizacji. Rozszerzanie się wspólnoty kulturowej w ramach na przykład Unii Europejskiej oznacza powstawanie podobnych norm, zasad współdziałania, elementów kultury symbolicznej, a nawet akceptowanie podobnych wartości. Jednocześnie zaś istniejące odrębności kulturowe etniczne, religijne, regionalne mogą nie tylko trwać, ale nawet być wzmacniane. W tym sensie funkcjonujemy równocześnie w ramach pewnej kultury o charakterze bardziej globalnym (pod określonymi względami) oraz kultury lokalnej (pod innymi). Efektem takiej wielostopniowej przynależności kulturowej jest komplikowanie się procesu budowania tożsamości indywidualnej i zbiorowej, co może sprzyjać zjawiskom fragmentaryzacji kulturowej, powstawaniu konfliktów, niepewności co do kryteriów w sytuacji wyboru.

Wytwarzanie kultury dokonuje się także w związku osobliwościami otoczenia naturalnego. Otaczający człowieka krajobraz, flora i fauna, dostępne źródła pożywienia, cechy klimatu itp. stwarzają określone możliwości zaspokajania potrzeb podstawowych i wyższych, narzucają pewne ograniczenia (zwłaszcza w okresie przedtechnicznym) i konieczności. Ważne są w kształtowaniu kultury doświadczenia dziejowe, zwłaszcza te, które w sposób najbardziej dramatyczny zmieniają możliwości trwania i rozwoju (dla Polski takim wydarzeniem były na przykład rozbiory). Kolejne bardzo ważne czynniki w tym procesie to poziom rozwoju gospodarczego, a także cechy dominującego systemu politycznego. Czynników wpływających na kształt kultury danej zbiorowości czy grupy jest oczywiście znacznie więcej. Część z nich ma charakter zewnętrzny, część wynika z cech samej zbiorowości i procesów w niej zachodzących.

Z tego punktu widzenia można wskazać uwarunkowania kształtu pewnej części kultury popularnej, charakterystycznej dla społeczeństwa USA. Odpowiadała ona potrzebom heterogenicznej zbiorowości, pozbawionej tradycji utrwalonych przez praktyki codziennego bytowania, wspólnotę terytorium, religii itd. Kultura masowa dostarczała wyrazistych bohaterów o jednoznacznym charakterze (dobrych lub złych), jak Batman, Superman czy Captain America. Komiksy jako media

przekazujące przesłanie miały dodatkowo tę wyższość nad opowiadaniem, że posługiwały się maksymalnym uproszczeniem (obrazki, emotikony i minimum słów). Wartości i sposób ich przekazywania odbiorcom miały także walor „oczywistości". Dotyczyło to również innych przekazów kulturowych, na przykład filmów. Można metaforycznie powiedzieć, że w pewnych okresach w kulturze Stanów Zjednoczonych zamiast kina „moralnego niepokoju" rozwijało się kino „moralnej pewności". Przykładu dostarczają tu rozmaite seriale i filmy familijne, a także klasyczne westerny, pokazujące, w sposób mniej lub bardziej uproszczony, świat czarno-białych wartości, postaw, wyborów, zasad postępowania. Wielokrotnie powtarzane na najbardziej popularnych kanałach, utrwalają moralizujący przekaz (przy okazji wspierający budowanie dumy narodowej). Twórcom *Domku na prerii*, *Rio Bravo* czy komiksu o wyjątkowym przybyszu z planety Krypton chodziło o stworzenie pewnego zakresu wspólnych pozytywnych odniesień i wspólnie podzielanych wartości. Każda kultura ma swojego Waligórę, Janosika, Robin Hooda – bohaterów zakorzenionych w mitach i ludowych baśniach, brak takiej „wspólnoty legend i baśni" w przypadku społeczeństwa amerykańskiego trzeba było zatem uzupełnić.

Innego przykładu dostarcza proces kształtowania się kultury polskiej w okresie zaborów: jako ówczesne składowe kanonu wspólnych wartości wskazać można obawy przed wynarodowieniem, postrzegane jako obowiązek utrzymanie wiary (katolickiej), pielęgnowanie języka polskiego rugowanego ze sfery publicznej, pilnowanie stałej obecności najważniejszych wartości narodowej kultury w życiu codziennym. Od kobiet ideologowie okresu zaborów oczekiwali wychowania następnych pokoleń młodzieży na patriotów i dobrych obywateli, a jeśli byłaby taka potrzeba, to na męczenników i konspiratorów[3]. Przedstawiając w *Nocach i dniach* życie rodziny Niechciców, Maria Dąbrowska przywołuje w pobocznych wątkach wiele takich postaci, historii, wydarzeń; podobnie Eliza Orzeszkowa w *Nad Niemnem*.

Nowe elementy kultury są oczywiście zawsze niezbędne w sytuacjach gruntownych przemian społecznych, kiedy stare normy, wzory zachowania, wartości będące podstawą kryteriów oceny czy dokonywania wyborów przestają być ważne, są niefunkcjonalne w nowych warunkach. Zazwyczaj jednak ze względu na istniejące opóźnianie się wzorów kulturowych, a jednocześnie ze względu na ich relatywnie trwały charakter kultura okresu przejściowego jest swoistym kolażem rozmaitych elementów, starych i nowych. W efekcie, zwłaszcza w okresach przyspieszania zmian, następuje swoiste nakładanie się elementów już „przegrywających", żeby użyć sformułowania Czarnowskiego, na elementy „wchodzące".

[3] Jak formułuje to na przykład Henryk Sienkiewicz: „Nie dość ci tkwić w polskości [...]. Obowiązkiem polskiego domu jest wytworzyć tęgą, zwartą i czynną rodzinę, a obowiązkiem rodziny jest wszczepić w dziecko przekonanie, że patriotyzm ma być mu przewodnikiem [...]. W domu zaś może tego dokonać przede wszystkim kobieta. [...] I ostatecznie, od niej przeważnie zależy, by z czasem drobne rodzinne znicze zlały się w jedno spokojne, wielkie, błogosławione i powszechne ognisko" [cyt. za: Suchodolski, 1983, s. 687–688].

Przyjęty w PRL kierunek modernizacji, oparty na dominacji przemysłu ciężkiego według radzieckich wzorów, wymagał ukształtowania się sposobów myślenia, aspiracji, systemów wartości odmiennych od tych nadal charakterystycznych dla chłopskiego w przeważającym stopniu społeczeństwa polskiego. Kultura masowa w Polsce, zwłaszcza lat siedemdziesiątych, dostarczała wielu inspiracji w tworzeniu nowych wzorów kulturowych, niezbędnych dla budowania tzw. Drugiej Polski[4]. Można tu przywołać chociażby serial *Daleko od szosy*, pokazujący historię awansu społecznego od wiejskiego chłopaka bez ukończonej podstawówki do młodego inżyniera z dyplomem studiów zaocznych (na dodatek ożenionego z przedstawicielką inteligencji miejskiej), czy *Ślad na ziemi*, prezentujący nowych bohaterów: młode pokolenie inżynierskie.

Podobnie w pierwszym okresie transformacji, w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych niezbędne stały się przemiany kultury, bardzo zasadnicze, obejmujące wszystkie właściwie elementy: system wartości, normy i reguły działania, wzorce osobowe, przekonania dotyczące najważniejszych kwestii z zakresu prawdy i dobra, symbole, także język, w którym brakowało wielu pojęć potrzebnych do opisu nowej rzeczywistości, a wiele istniejących zużyło się „moralnie", jak na przykład „partia", „aktywność społeczna", „dobro wspólne", „spółdzielnia". Są to przemiany mentalności i praktyk społecznych, kształtowania społeczno-kulturowych uwarunkowań sprzyjających procesom restrukturyzacji gospodarczej, a także mechanizmów ułatwiających wyłanianie elit i indywidualnych „aktorów" procesu przemian.

Bardzo istotnym mechanizmem kształtowania się kultury, szczególnie ważnym w procesach głębokich przemian, jest dyfuzja kulturowa, czyli przenikanie pojedynczych elementów lub całych ich kompleksów z jednych kultur do innych. Nasilenie procesów dyfuzji kulturowej prowadzi często do nadmiaru nowych elementów, trudnych do „oswojenia", zwłaszcza jeśli zachodzi to w ograniczonym (krótkim) okresie, a także jeśli ich przyjmowanie jest w jakimś zakresie narzucone (na przykład w sytuacji podboju). Jednym z możliwych skutków jest marginalizowanie lub zanikanie poszczególnych oryginalnych elementów kultury i zastępowanie ich wzorami, normami pochodzącymi z innych kultur.

Oczywiście globalizacja niesie zagrożenia związane z marginalizowaniem kultur pewnych społeczności, na przykład etnicznych, z zanikaniem pewnych ich elementów zastępowanych przez bardziej uniwersalne, na przykład „europejskie" czy „zachodnie". Jeśli mamy do czynienia z narzucaniem wzorów silnej kultury o charakterze dominującym poprzez media masowe, opanowywanie rynku dóbr kultury, filmowego czy muzycznego i inne działania wypierające wytwory kultur lokalnych (np. opisywane często procesy westernizacji czy amerykanizacji kultur krajów rozwijających się), warto się zastanowić nad uruchamianiem mechanizmów bronią-

[4] Propagandowe hasło epoki gierkowskiej z początku lat siedemdziesiątych XX wieku.

cych przed skutkami nadmiaru dyfuzji. Jednak nie da się uzasadnić tezy o wyłącznie niszczącym wpływie na kultury lokalne procesów uniwersalizacji związanych z globalizacją. Wbrew potocznemu rozumieniu należy tu podkreślić różnicę między globalizacją kultury a powstawaniem kultury globalnej. O ile w tej pierwszej kwestii zarówno potoczna intuicja, jak i analizy socjologiczne wskazują, że rzeczywiście mamy do czynienia z postępującą globalizacją kultury, o tyle w drugiej znacząca większość socjologów nie zgadza się z tezą o powstawaniu jednej kultury globalnej [Van der Bly, 2007, s. 234–256]. W rzeczywistości proces globalizacji w gospodarce, polityce czy nauce paradoksalnie wpływa na odżywanie lokalnych odrębności kulturowych (które często, dzięki nowoczesnym technologiom informacyjnym, uzyskują nowe szanse ujawniania się i docierania do znacznej liczby osób aktualnie bądź potencjalnie zainteresowanych). Można nawet stawiać tezę, że globalizacja „prowokuje" reakcję w postaci wzrostu zainteresowania lokalnymi osobliwościami kultury. To może być także element budowania swojej odrębności, swoistości, „indywidualnego zaistnienia", a zatem możliwości wzmacniania przewagi konkurencyjnej.

Warto podkreślić, że tradycyjne sposoby radzenia sobie w warunkach zagrożenia tożsamości – czyli „ucieczka" lub „walka" – współcześnie nie wystarczają. Konieczne staje się wypracowanie skutecznych strategii podejmowania i utrzymywania dialogu z rozmaitymi „innymi". Pojawia się tu problem odpowiedniej równowagi między dążeniem do zachowania ciągłości podstawowych cech kultury danej zbiorowości a gotowością do zmiany. Obie postawy są, paradoksalnie, niezbędne do podtrzymywania tożsamości grupy; chodzi tu zwłaszcza o swoiste kontrolowanie zakresu i głębokości zmian, tak aby nie utracić elementów rdzeniowych dla danej kultury. Świadome posługiwanie się w różnych obszarach działania (w tym także w sferze gospodarczej) wartościami i normami ważnymi dla grupy ułatwia często budowanie przewagi konkurencyjnej (ramka niżej).

Ważność cech specyficznych danej kultury w budowaniu przewagi konkurencyjnej potwierdzają wyniki badań wykonywanych w różnych okresach i na różnych przykładach. Bardzo interesujące spostrzeżenia przynosi np. analiza przedsiębiorczości różnych grup etnicznych funkcjonujących w społeczeństwie wielokulturowym. Zazwyczaj członkowie takiej grupy przestrzegają podstawowych zasad fundamentalnych dla własnej kultury, co daje im poczucie bezpieczeństwa w kontaktach biznesowych ze „swoimi". Utrzymywanie sieci kontaktów pozwalających na aktualizowanie postaw ufności jest zasobem takiej grupy dającym przewagę nad innymi, bardziej rozproszonymi uczestnikami stosunków gospodarczych. Członkowie grup etnicznych, przygotowując strategie dla działań przedsiębiorczych, wykorzystują zasoby etniczne [Landa, 1994, s. 77]. W wielu kulturach, na przykład tureckiej czy koreańskiej, pożyczanie od rodziny, członków wspólnoty klanowej czy wreszcie przyjaciół jest uważane za element

pożądanych relacji, a udzielanie takiej pożyczki traktowane jako realizowanie powinności wobec członków własnej grupy. W tej sytuacji przedsiębiorcy mają ułatwiony dostęp do zasobów nawet na samym starcie działalności. Jeszcze inny pomocny w działaniach biznesowych wzór kulturowy to przestrzeganie przez klany rodzinne zasady „terytorialności", co wyklucza nieuczciwe „podkupywanie" klientów [Banaś, 2002, s. 153 i n.].

Kolejnym zagadnieniem wartym rozważenia są współczesne przemiany związane z procesami remediacji. To określenie stosunkowo niedawno pojawiło się w rozważaniach nad kulturą, choć sam proces remediacji, czyli angażowania nowych sposobów transmisji do nadawania „starych" przekazów, jest bardzo wiekowy. Jak wskazują Jay David Bolter i Richard Grusin, malarze inkorporowali inne obrazy, mapy czy księgi do przedstawionych w obrazie scen, dziś komputer pozwala na odwiedzenie galerii malarstwa czy wirtualnej biblioteki. Jest tu jednak różnica: nowoczesne media są (mogą być) znacznie bardziej agresywne w remediowaniu starego świata [Bolter, Grusin, 1999 s. 45 i 48]. Chodzi tu o sposób, w jaki funkcjonujemy w świecie dzięki telefonom komórkowym, tabletom, mp3, komputerowi i innym elektronicznym sprzętom, internetowi, portalom społecznościowym i wszystkim coraz to nowszym mediom. Wszystko to zdecydowanie wpływa na świat kultury, nasz sposób uczestniczenia, przeżywania treści kultury.

Wytwarzanie kultury odbywa się także poprzez jej konsumowanie. Każdy akt związany z uczestniczeniem w kulturze, z odbiorem jej wytworów jest jednocześnie aktem tworzenia znaczenia symbolicznego. Współcześnie w coraz większym stopniu procesy „formalnego" wytwarzania kultury uzupełniane są przez procesy pozaformalne, a sam proces tworzenia dokonuje się często w kontekście życia codziennego [Santoro, 2008, s. 13]. W tym sensie rozważamy nie tylko tworzenie kultury w perspektywie aktów twórczych dokonywanych przez specjalną grupę (kategorię) osób (artystów, intelektualistów, ideologów), ale też tworzenie wartości kultury przez jej konsumentów, którzy stają się przez to prosumentami. Sam zaś proces tworzenia kultury niekoniecznie ma charakter czegoś wyjątkowego, wymagającego szczególnego natchnienia czy niezwykłego talentu.

Elementy składowe kultury i ich powiązania

Proponowany w wielu definicjach zakres pojęcia „kultura" jest bardzo obszerny. Pojawia się istotny problem uściślenia tych elementów, które należą do tego „zbiorowego dorobku", i ich podziału wedle jakiegoś kryterium. Najpierw należy

rozstrzygnąć kwestie kultury dominującej i ewentualnych subkultur[5], a zwłaszcza kwestię relacji między nimi. W miarę wzrostu heterogeniczności społeczeństw istnienie subkultur staje się w coraz większym stopniu oczywiste, choć często trudne okazuje się kształtowanie i podtrzymywanie treści wspólnych, umożliwiających budowanie wspólnej tożsamości (na przykład narodowej).

Kolejnym kryterium rozróżniania części składowych danej kultury jest jakość (poziom) treści symbolicznych. Chodzi tu odróżnienie kultury „wysokiej" od „popularnej" ze względu na przykład na konieczność posiadania kompetencji językowych czy wiedzy filozoficznej, historycznej i innej do rozumienia przekazu kulturowego. Trudno jest wskazać „wyższe" wartości czy „wyższe" przekonania. Osobno niejako pojawia się zagadnienie kultury masowej, której cechą charakterystyczną jest nie tyle wartość przekazywanych treści, ile sposób przekazywania (można przecież za pomocą środków masowego przekazu przesyłać treści bardzo elitarne).

Inne kryterium, według którego możemy określać części składowe danej kultury, odnosi się do stopnia ich upowszechnienia w skali całej zbiorowości oraz ich ważności w budowaniu poczucia wspólnoty. Z tego punktu widzenia możemy wyodrębnić elementy podstawowe, ważne dla całej zbiorowości (np. narodu czy grupy etnicznej), elementy alternatywne, które nie są tak ściśle określone (np. normy, wzory zachowań pozwalające na pewną dowolność), wreszcie elementy specyficzne dla pewnych grup wewnątrz szerszej wspólnoty (np. mniejszości narodowych, grup zawodowych, środowisk czy kręgów zainteresowań). Pewna część elementów każdej kultury to wzory, wartości, normy czy przekonania o znacznie szerszym zasięgu, wspólne dla wielkich zbiorowości, takich jak Europa, „kraje arabskie" czy „społeczeństwa cywilizacji zachodniej".

W kwestii rozróżniania części kultury ze względu na sposób przekazu, a raczej ze względu na charakter kontaktowania się nadawcy i odbiorcy kultury, warto przypomnieć sformułowaną kilkadziesiąt lat temu koncepcję „trzech społecznych ram kultury". Pierwszy z tych układów wyróżnionych przez Antoninę Kłoskowską obejmuje akty bezpośredniego komunikowania się nadawcy i odbiorcy treści. Ich interakcja jest niezinstytucjonalizowana, ma duży ładunek spontaniczności, a role nadawcy i odbiorcy nie są ustabilizowane i mogą ulegać konwersji. Drugi układ obejmował kontakty i działania kulturalne dokonujące się w obrębie ponadlokalnych instytucji kultury (biblioteki, kluby, domy kultury, teatry, kina itp.). Trzeci układ kultury to oddziaływanie symboliczne, zapośredniczone poprzez media tradycyjne (gazety, tygodniki itp.) oraz elektroniczne (radio, telewizja, film) [Kłoskowska, 1972 s. 60–62]. Analizy tej koncepcji dokonał ostatnio Bogusław

[5] Pojęcie „subkultura" w języku potocznym często ma znaczenie pejoratywne. W socjologii chodzi o podkreślenie, że jest to bardziej lub mniej odmienna kulturowo (ze względu na wzory, system wartości, normy, osobliwości języka itp.) mniejsza grupa w obrębie jakiejś zbiorowości.

Sułkowski, uzupełniając istotnie zaproponowane na początku lat siedemdziesiątych układy kultury. Wyróżnia on: kulturę komunikacji bezpośredniej, kulturę stowarzyszeń i wolontariatu, kulturę instytucji lokalnych, publicznych i prywatnych, kulturę masową i popularną, wreszcie cyberkulturę, czyli kulturę społeczeństwa sieci [Sułkowski, 2011, s. 7]. Szczególnie istotny jest tu kierunek zmian w układach kultury wywołany rozwojem technologii informacyjnych. Właściwie poza pierwszym układem (komunikowanie „twarzą w twarz") pozostałe są modyfikowane przez rozszerzające się skutki procesów cyfryzacji, ale nawet owa komunikacja bezpośrednia w niedługim czasie zacznie coraz bardziej ulegać wpływom nowych technologii [tamże, s. 12]. Funkcjonujące i coraz ważniejsze w życiu różnych pokoleń (nie tylko najmłodszych) portale społecznościowe czy wspólnoty elektroniczne już teraz uzupełniają wspólnoty tradycyjne.

Rozważając strukturę kultury, Kłoskowska wskazuje na jej trzy zasadnicze kategorie: 1) kulturę bytu, obejmującą konkretne przedmioty świata pozaludzkiego stworzone przez ludzi, pełniące instrumentalną rolę wobec podstawowych potrzeb bytowych człowieka, 2) kulturę społeczną, obejmującą całą sferę działań i relacji z innymi osobami w naszym otoczeniu – ma ona charakter regulujący stosunki, role i układy społeczne, 3) kulturę symboliczną, która obejmuje wartości symboliczne powstające w świadomości ludzi, ale mające zewnętrzny wyraz w postaci zjawisk i przedmiotów będących nośnikami znaczeń symbolicznych [Kłoskowska, 1981, s. 110–119].

Często w podręcznikach wyodrębnia się poszczególne elementy kultury, takie jak przekonania, wartości, normy, wzory postępowania, ideały kulturowe, analizując je pod kątem ich społecznego znaczenia [Szacka, 2003, s. 78–82]. I tak wartością nazywa się „dowolny przedmiot materialny lub idealny, ideę lub instytucję, przedmiot rzeczywisty lub wyimaginowany, w stosunku do którego jednostki lub zbiorowości przyjmują postawę szacunku, przypisują mu ważną rolę w swoim życiu i dążenie do jego osiągnięcia odbierają jako przymus" [Szczepański, 1970, s. 97–98]. Wartości są trwałymi elementami kultury, choć nie są oczywiście niezmienne. Ich możliwości wpływania na zachowania społeczne jednostek i zbiorowości zależą od stopnia ich akceptacji, od miejsca w hierarchii (w wymiarze społecznym i jednostkowym). Warto tu także wskazać rozróżnienie Stanisława Ossowskiego na wartości uznawane (wiemy, że powinniśmy je cenić, że są ważne), odczuwane (to te wartości, które zinternalizowaliśmy, przyjęliśmy jako ważne dla siebie) i realizowane (te, które w praktyce życia społecznego są rzeczywiście realizowane) [Ossowski, 1967].

Przekonania odnoszą się do przyjętych w danej kulturze odpowiedzi na kluczowe dla społeczeństwa pytania o dobro, prawdę i piękno. Niemal zawsze członkowie danego społeczeństwa, grupy religijnej czy etnicznej mają poczucie, że przekonania związane z obszarami dobra, prawdy i piękna stworzone i podtrzymywane w ich własnej kulturze są najlepsze. To poczucie może być (i często jest) podstawą

konfliktów kulturowych, a także uzasadnieniem dla zachowań etnocentrycznych czy wręcz szowinistycznych, dyskryminujących tych, którzy myślą inaczej. Źródłem przekonań w danej kulturze może być tradycja, system religijny, ale także wiedza naukowa.

Normy, czyli reguły określające, jak należy postąpić, to kolejna część składowa kultury. Mogą one mieć charakter religijny, moralny czy prawny, w zależności od źródła określającego, co jest w danym przypadku słuszne, a co nie. Zazwyczaj normy można podzielić na silniejsze i słabsze, różniące się stopniem zagrożenia sankcjami. Te silniejsze są ważniejsze dla trwania i równowagi danej zbiorowości; łamanie słabszych nie zawsze jest karane, zwłaszcza jeśli zachodzą jakieś dodatkowe okoliczności usprawiedliwiające takie działanie lub norma została złamana po raz pierwszy przez daną osobę. Na przykład w odniesieniu do norm religijnych mamy pojęcie grzechu ciężkiego i grzechu powszedniego; odróżniamy też przestępstwo i wykroczenie (łamanie normy prawnej). Także normy moralne mają różną wagę, najbardziej istotne dla danego społeczeństwa są normy tabu, których naruszanie wiąże się z najsilniejszą sankcją.

W każdej kulturze występują także określone wzory postępowania i zachowania, czyli pewne regularności zachowań członków danej grupy. Wzory te są przyswajane w procesie wychowania i powielane w danych sytuacjach, często bez specjalnego zastanawiania się, choć mogą oczywiście być wzory zachowań społecznie oczekiwane, a dla pewnych jednostek czy grup trudne do zaakceptowania. Często zdarza się, że na przykład dzieci nie akceptują wzorów kulturowych narzucanych im przez rodzinę i inne instytucje socjalizujące, choć w obawie przed sankcjami przyjmują postawę konformistyczną.

Ważnym składnikiem kultury są istniejące w niej wzory ukryte. Chodzi tu o wzory, które stosujemy, nie wiedząc nawet, że są one częścią naszej kultury; zazwyczaj są one przyswajane na wczesnym etapie inkulturacji[6]. Istnienie takich ukrytych wzorów utrudnia proces przyswajania sobie innej kultury (chodzi np. o imigrantów adaptujących się do życia w nowym układzie), często bowiem nie ma możliwości dotarcia do pewnych wzorów i nauczenia się ich, a jest to istotna bariera w pełnym udziale w życiu społecznym, tym ważniejsza, im więcej takich ukrytych wzorów w danej kulturze istnieje i funkcjonuje.

Analizując te zjawiska, antropologowie i socjolingwiści posługują się pojęciem „kulturemów" – rozumiejąc je jako socjokulturowe wzory, reguły zachowań, manifestacje [Poyatos, 1983, s. 35]. Wyodrębnia się w nich ważne dla danej kultury słowa klucze. W polskim będą to na przykład: ojczyzna, niepodległość, naród, Polacy, patriota, ale także cwaniak. Słowa klucze ułatwiają zrozumienie sposobu

[6] Przez inkulturację rozumiemy wprowadzenie nowego uczestnika w kulturę danej grupy (społeczeństwa, kręgu kulturowego, grupy zawodowej). Jest to część szerszego procesu uspołeczniania, czyli socjalizacji.

myślenia danej grupy, odkrywanie, dlaczego hierarchia wartości jest taka, a nie inna. Innym rodzajem kulturemów są skrypty kulturowe [Skura, 2012]. Określa się tak schematy myślenia i działania charakterystyczne dla danego społeczeństwa, uznane za prawdziwe przez większość, wyznaczone przez wyrażane świadomie i niewyrażane (ukryte) przekonania. W sposób świadomy lub nieświadomy stosujemy je, wyrażając uczucia. Ich ważność potwierdza się także w relacjach międzynarodowych, a zwłaszcza w posługiwaniu się językiem obcym. Skrypty kulturowe, przypominające scenariusze teatralne ze względu na sposób organizowania zachowań „aktorów", mogą być odtwarzane przez kolejne pokolenia [Jagieła, 2006/2007, s. 365–374]. Ich obecność w danej kulturze jest związana ze specyfiką doświadczeń historycznych. Nierespektowanie skryptu kulturowego może być podstawą do naznaczania społecznego, a w niektórych przypadkach do marginalizacji i wykluczania. W tym sensie te elementy kultury mogą tworzyć swoiste pułapki kulturowe. Jako przykład można wskazać istniejący w wielu kulturach (także w polskiej) skrypt kulturowy kobiety-matki, która powinna podporządkowywać wszystkie swoje wybory życiowe tej dominującej roli społecznej (np. wybór zawodu, planowanie kariery, a nawet sposoby realizowania zajęć wolnego czasu). Z drugiej strony skrypt kulturowy mężczyzny – „ekonomicznej głowy domu", „wojownika" – może stanowić podobną pułapkę, nie oferuje bowiem możliwości innego sposobu realizowania ideału mężczyzny.

Współcześnie, między innymi w związku z rozwojem nowych mediów i błyskawicznym, bardzo szeroko zakrojonym rozprzestrzenianiem się elementów kultury, do badań nad strukturą kultury zastosowano pojecie „memu", utworzone przez analogię do genu – przekazującego informacje genetyczne następnym pokoleniom [Dawkins, 1996]. Mem, najprościej mówiąc, jest najmniejszą, niepodzielną jednostką przekazu kulturowego [Jagielska, 2011]. Analogia między genem a memem może być jednak myląca. Geny replikują się w inny sposób, utrwalony genotyp jest trwały w trakcie życia jednostki, przekaz jest zasadniczo wierny „oryginałowi", trwa długo poprzez pokolenia. W przypadku memów, które są przekazywane w procesach komunikowania się społecznego, taka identyczność jest praktycznie niemożliwa, ulegają one bowiem ciągłym modyfikacjom, ich „życie" trwa zazwyczaj krótko, memotyp[7] zaś zmienia się praktycznie z każdym przejętym memem [Kaczmarzyk, 2012, s. 1]. Zjawisko wolnego przemieszczania się memów od osoby do osoby przez naśladownictwo stwarza istotne zagrożenie. W procesach replikowania się mem ulega nieprzewidywalnym mutacjom. Dlatego niezbędne jest kształtowanie postawy krytycyzmu, co także jest jedną z funkcji kultury.

Wreszcie, w obrębie każdej kultury ustanawiane są określone ideały kulturowe odnoszące się do osób oraz do instytucji. Wśród tych pierwszych można wska-

[7] Zbiór memów funkcjonujących w danej chwili jako całość kształtująca zachowanie konkretnej osoby (analogia do genotypu).

zać ideały osobowości, ideały urody, idealne sposoby pełnienia określonych ról społecznych (obywatela, kobiety, mężczyzny, żony, matki, ojca, ról zawodowych, np. lekarza czy nauczyciela). Ideały instytucji, takich jak rodzina, państwo, uniwersytet, prawo, rynek, pełnią istotne funkcje w formułowaniu ocen i oczekiwań. Istotnym elementem kultury jest język służący komunikowaniu się i utrwalaniu dorobku danego społeczeństwa, który jednocześnie odzwierciedla zarówno historię danej zbiorowości, poziom jej rozwoju, jak i jej system wartości oraz – wreszcie – specyfikę otoczenia przyrodniczego.

Jan Szczepański zwraca uwagę na istniejące w każdej kulturze pewne **elementy podstawowe** – wyznaczające sposoby realizowania najważniejszych działań podejmowanych w danym społeczeństwie. Z tego punktu widzenia dla Eskimosów najważniejsze były harpun i kajak, dla Indian północnoamerykańskich polujących na bizony takimi podstawowymi elementami były łuk i techniki polowania konnego. Podstawowe elementy kultury wytwarzają wokół siebie pewien szerszy układ, określany przez Szczepańskiego jako **kompleks kulturowy** (obrzędy, magia, rytuały, organizacja życia społecznego itp., charakterystyczne dla danego społeczeństwa) [Szczepański, 1970, s. 85–88]. Jednak w odniesieniu do współczesnych wielkich, zurbanizowanych społeczeństw wyodrębnienie takich podstawowych elementów kultury jest znacznie trudniejsze. Przykładem kompleksu kulturowego współczesnych społeczeństw może być otoczka kulturowa samochodu (m.in. kodeks drogowy, nieformalne zasady i reguły związane z użytkowaniem infrastruktury, zwyczaje dotyczące interakcji między kierowcami, hierarchia samochodów jako symboli prestiżu). Warto także zastanowić się nad kompleksem kulturowym wytwarzającym się na przykład wokół nowoczesnych technologii informacyjnych (specyficzny język, gadżety, które są „niezbędne", netykieta[8], zasady regulujące uczestnictwo w portalach społecznościowych itd.).

Funkcje kultury w życiu społeczeństwa

Człowiek jako istota biologiczna obdarzona psychiką, społeczna, gospodarująca, funkcjonuje w rozmaitych rzeczywistościach, w tym także w rzeczywistości kulturowej, która ma znaczenie nadrzędne ze względu na ukształtowane w jej ramach normy i zasady porządkujące działania i zachowania indywidualne i zbiorowe. Od urodzenia członkowie zbiorowości uczą się kultury, norm i reguł życia społecznego, hierarchii wartości, odczytywania i rozumienia symboli, a także znaczeń rozmaitych gestów, przedmiotów czy wydarzeń. Uczą się komunikować werbalnie i niewerbal-

[8] Tak określa się zasady obowiązujące przy korzystaniu z zasobów sieci.

nie, reagować prawidłowo (zgodnie z przyjętymi w danej zbiorowości zasadami) na rozmaite sytuacje. Ten proces określa się jako inkulturację; obejmuje ona w pewnej części nakazywanie i zakazywanie, w pewnej zaś ukierunkowywanie, wskazywanie możliwości, marginesu swobody. Wspomniane wyżej treści podstawowe dla każdej kultury stanowią „rdzeniową" część procesu inkulturacji. W przyswajaniu i realizowaniu wzorów i wartości kultury, które określone zostały jako „alternatywne" bądź też specyficzne dla pewnych mniejszych całości, większą rolę odgrywają swobodne wybory jednostek. Jak wskazuje Zygmunt Bauman, poszerzanie się zakresu permisywizmu powoduje, że kultura w coraz mniejszym stopniu buduje szerokie wspólnoty, takie jak narody czy państwa, a w coraz większym odpowiada na indywidualne potrzeby swobodnej recepcji i ekspresji pojedynczych osób[9].

Zapewne można się zgodzić, że zakres i sposób przeżywania wspólnotowości ulega zmianie. Znaczna część członków społeczeństwa nadal jednak potrzebuje poczucia stabilności i bezpieczeństwa płynącego z możliwości odwołania się do trwałego, podzielanego przez innych zestawu wartości, norm, reguł porządkujących życie społeczne, co można określić jako naczelną funkcję kultury. We wszystkich kluczowych sferach działalności człowieka niezbędne są takie zasady – wspólnie tworzone i przestrzegane, pozwalające w akceptowany społecznie sposób osiągać cele, realizować potrzeby i aspiracje zarówno indywidualne, jak i zbiorowe.

Ta naczelna funkcja kultury – zapewnianie ładu – jest przekładana na rozmaite zadania szczegółowe. Jednym z nich jest **objaśnianie** różnych aspektów świata przyrody i świata antropogenicznego. Potrzebne były zatem wyjaśnienia dotyczące zjawisk przyrodniczych, zagrożeń i możliwości związanych ze środowiskiem naturalnym, wyjaśnienia odnoszące się do wszystkich aspektów życia społecznego, zarówno wewnątrz własnej grupy, jak i relacji międzygrupowych (np. definiowanie „obcego", „wroga", powodów do podejmowania walki itp.), a także sposobów gospodarowania, wytwarzania środków do życia, wartości wymiennej pewnych dóbr czy usług. Kultura objaśnia zatem sens różnego rodzaju interakcji społecznych i związków między rozmaitymi podmiotami, w tym stosunków społecznych, gospodarczych, politycznych.

Poprzez rozwijanie nauki i techniki człowiek zyskiwał coraz większe możliwości podporządkowywania sobie natury i wykorzystywania jej dla własnych celów. Jednak ten proces otwierania się trudnych do opanowania obszarów praktycznie nigdy się nie kończy i człowiek stale potrzebuje rozmaitych elementów kultury pełniących funkcje eksplanacyjne[10]. W różnych kulturach, w zależności od potrzeb danej społeczności, odpowiedzi objaśniające świat mogą być całkowicie odmienne.

---

[9] „Kultura składa się dziś z ofert, nie nakazów; z propozycji, a nie norm" [Bauman, 2011, s. 27].

[10] Wraz z rozwojem wiedzy i technik medycznych powstały na przykład nowe sytuacje dotyczące transplantacji, „uporczywej terapii", inżynierii genetycznej itp., które budzą wątpliwości i niepewność. Rolą kultury jest zatem nadal objaśnianie świata.

W tym miejscu niezbędne jest przypomnienie roli języka w procesach objaśniania różnych aspektów świata człowieka. Po pierwsze należy podkreślić, że język jest tworzony na potrzeby każdego społeczeństwa, nie tylko jako narzędzie komunikowania się wewnątrz i na zewnątrz własnej grupy. Język ma znaczenie dla konstruowania własnej tożsamości (w różnych wymiarach)[11], pozwala określić przynależność etniczną czy religijną, a także status danej osoby. Za pomocą języka opisujemy otaczającą rzeczywistość, jednocześnie ją interpretując. Na przykład zupełnie inny jest obraz PRL-u nakreślony językiem inteligenckiej opozycji, niż ten opisany językiem „partyjnym".

Kultura pełni istotne funkcje w **adaptacji** jednostek i zbiorowości do warunków, w jakich żyją. Jest to tym ważniejsze, że człowiek, inaczej niż większość innych gatunków biologicznych, nie ma wrodzonych predyspozycji do życia w ściśle zdefiniowanych środowiskach, a przeciwnie, przystosowuje się do bardzo odmiennych warunków, a także potrafi (w coraz większym stopniu) przystosować nawet skrajnie trudne środowiska do swoich potrzeb. Dzięki stosowaniu pisma i innych sposobów utrwalania dokonanych odkryć i stworzonych wzorów, kultura w każdym przypadku ma charakter kumulatywny. Oczywiście nie każdy typ kultury w jednakowym stopniu ułatwia tę adaptację. Zależy to od takich m.in. jej cech, jak otwartość – zwłaszcza na procesy dyfuzji, pewien stopień permisywizmu czy podatność na modyfikacje.

Kultura pełni także funkcje regulacyjne, istotne dla utrzymania przynajmniej pewnego stopnia ładu opartego na wspólnych, akceptowanych zasadach. W ramach każdej kultury formułowane są rozmaite nakazy i zakazy, wynikające z kilku systemów normatywnych, które odwołują się do różnych źródeł, takich jak moralność, prawo czy religia[12]. Kulturowo określone są także sankcje, pozytywne i negatywne. Większość jednostek należy jednak do wielu grup społecznych i podlega zróżnicowanym regułom i zasadom, czasem sprzecznym ze sobą, co może stwarzać rozmaite problemy z wyborem właściwej drogi postępowania. To także kultura dostarcza kryteriów wyboru w sytuacji kolidowania norm regulujących zachowanie[13], ale jednocześnie w coraz większym stopniu decyzja ostateczna pozostawiona jest jednostce, co stanowi dodatkowy przejaw owej wspomnianej

[11] Na przykład w niektórych kulturach kobiety używają innych określeń na te same zjawiska czy wydarzenia.

[12] Często normy moralne, religijne i prawne pokrywają się, np. zakazy religijne, przykazania: „nie kradnij" czy „nie zabijaj", są jednocześnie zakazami moralnymi i prawnymi. Inne, jak „nie cudzołóż", zgodne są z normą moralną, ale nie z prawną. Wreszcie „pamiętaj, aby dzień święty święcić" to nakaz tylko religijny, choć we współczesnej polskiej rzeczywistości próbuje się nakaz religijny wzmacniać propozycją zmiany prawa (zakaz handlu w niedziele i święta).

[13] Niedawno jedna z partii politycznych zgłosiła propozycję, by farmaceuci mogli w oparciu o „klauzulę sumienia" odmówić sprzedaży legalnych środków zapobiegania ciąży. To właśnie przykład kolidujących norm.

wyżej „indywidualizacji kultury". Zwiększająca się mobilność społeczna, zawodowa i przestrzenna, funkcjonowanie w kontekście „europejskim" czy „światowym" stwarzają coraz częściej sytuacje, w których dana osoba czy nawet grupa społeczna znajduje się niejako na pograniczu, podlegając jednocześnie wielu systemom normatywnym. W ramach danej kultury ukształtowane są rządzące naszym zachowaniem normy i reguły o różnym stopniu kategoryczności, choć zasadniczo, na co wskazywano już wcześniej, kultura staje się bardziej płynna, normy bardziej „giętkie". Skuteczność regulatywnej funkcji kultury zależy od możliwości akceptowalnego społecznie uzasadnienia nakazów i zakazów, a także uzasadnienia istniejącego (postulowanego) ładu społecznego. Tradycyjne uzasadnienia współcześnie niekoniecznie są wystarczające: coraz częściej ład jest efektem swoistych społecznych negocjacji. Ta sytuacja do pewnego stopnia osłabia regulatywną funkcję kultury, jednak jeśli do porozumienia dochodzi, paradoksalnie może ją wzmacniać. Tak czy inaczej tworzą się nowe wyzwania dla procesów socjalizacji.

Kulturowy rodowód ma przeważająca większość norm i zasad regulujących gospodarkę czy politykę, choć nie zawsze dostrzegamy te korzenie. Wspomnijmy tu dla przykładu o szczególnie ważnej zasadzie regulującej stosunki w wielu dziedzinach – **zasadzie wzajemności**. Bez tej zasady trudno sobie wyobrazić współczesną gospodarkę opartą na kredycie czy ubezpieczeniach. Także zaufanie w stosunkach gospodarczych, które często określa się jako fundament rozwoju gospodarczego, jest w pewnym stopniu elementem zasady wzajemności. Inny przykład to reguły i rytuały wymiany oraz ustalanie wartości wymienianych dóbr materialnych lub niematerialnych. Wymiana jest jednym z najstarszych rodzajów interakcji społecznych i dotyczy bardzo różnych sfer. To właśnie „przy okazji" takich kulturowo motywowanych i regulowanych aktów wymiany tworzyły się więzi, także gospodarcze, pomiędzy wioskami czy większymi całościami społecznymi, a pewne rytuały z czasem przekształcały się w zasady rządzące zachowaniami ekonomicznymi.

Kultura dostarcza członkom społeczeństwa (grupy) możliwości (i środków) wyrażania rozmaitych emocji (funkcja **ekspresyjna**) w sposób zrozumiały dla otoczenia i akceptowany. Te emocje związane są z rozmaitymi sferami działania jednostek i grup, z interakcjami o charakterze społecznym, ale także gospodarczym czy politycznym. Środki kulturowe to oczywiście język, gesty, przekazy symboliczne, ale także przedmioty materialne mające jakieś znaczenie, obrzędy, zwyczaje. Za ich pomocą wyrażamy nasze uczucia, oceny i reakcje, często w sposób pośredni. Oczywiście można używać ich do wyrażania uczuć w relacjach międzyludzkich (jak przyjaźń czy miłość), są to jednak także bardzo ważne elementy procesów gospodarczych czy stosunków politycznych. Popularność poradników odpowiadających na pytanie, jak prowadzić interesy z partnerem z innego obszaru kulturowego, wynika m.in. z tego, że jesteśmy świadomi znaczenia owych elementów kultury dla powodzenia działań w sferze produkcji czy wymiany. To kultura dostarcza

rytuałów ważnych dla subtelnej gry interesów, pozwala zastosować symboliczne zachowania ułatwiające „honorowe kompromisy", prowadzenie negocjacji w stosunkach gospodarczych czy polityce.

Kolejna bardzo ważna funkcja kultury, zwłaszcza w kontekście jej związków z rozwojem społeczno-gospodarczym, to osiągnięcie niezbędnej równowagi między koniecznością **zapewniania ciągłości** procesów życia społecznego, a także ciągłości pewnych zasad, norm, orientacji, a stymulowaniem **gotowości do zmian**. Można powiedzieć, że kultura jednocześnie zamyka członków społeczeństwa w ramach pewnych „konieczności" i otwiera nowe obszary poszukiwań oraz działań poprzez śmiałe wizje wyrażane chociażby w utopiach, mitach czy innych wytworach pokazujących alternatywne rzeczywistości. Oba nastawienia: „na trwanie" i „na zmiany", są potrzebne we wszystkich dziedzinach życia; problemem jest odpowiednie wyważenie proporcji. Jest to o tyle utrudnione, że zarówno przywiązanie do tradycji i orientacja na kontynuowanie, jak i innowacyjność, nastawienie na zmiany są w społeczeństwie „nierówno dzielone". Podział na zwolenników trwania i zwolenników zmian nie jest prosty, choć stereotypowo uważa się na przykład, że młodzież jest innowacyjna, a starsze pokolenie mniej; albo że ludzie wykształceni – tak, a niewykształceni nie; czy wreszcie, że ludność wielkich miast jest bardziej innowacyjna niż mieszkańcy wsi. W tych stereotypach ukrywa się oczywiście jakaś część prawdy, ale rzeczywistość jest o wiele bardziej złożona. Nie tylko zresztą podział według kryterium stosunku do zmian jest trudny do odtworzenia, samo kryterium też jest problematyczne, ponieważ akceptacja zmian w jednej dziedzinie niekoniecznie oznacza takie samo nastawienie w innej. Na przykład można popierać innowacje technologiczne czy gospodarcze, mając bardzo zachowawcze poglądy w sferze obyczajowej.

Każda kultura tworzy zatem mechanizmy chroniące pewne wartości podstawowe i daje również swoiste przyzwolenie na działania przełamujące dotychczasowe reguły dotyczące sfer nieobjętych taką specjalną ochroną. Sytuacje wymagające nastawienia na zmiany związane są na przykład z kształtowaniem się nowych systemów społeczno-ekonomicznych – jak w okresie rewolucji przemysłowej. Wartości związane z odchodzących światem „szlacheckim" były w dość zasadniczej kolizji z nadchodzącym światem „burżuazji". Oczywiście nie zawsze tak dramatycznie jak w przypadku bohaterów *Ziemi obiecanej*, którzy – jak Borowiecki – odrzucili wszystkie właściwie normy kulturowe obowiązujące w świecie, z którego się wywodzili. Trwanie pewnych wartości jest jednak bardzo ważne, paradoksalnie także dla powodzenia zmian.

Wspomaganie budowania własnej tożsamości jest związane z pełnieniem przez kulturę funkcji **integracyjnych**. Zbiorowości ludzkie integrują się wokół ważnych dla nich celów, których formułowanie opiera się na wspólnie zaakceptowanym systemie wartości. To w ramach kultury ukształtowane zostają wartości i ich hierarchia. Ta wspólnota wartości pozwala członkom większej czy mniejszej grupy

dochodzić do porozumienia nie tylko w kwestii celów, ale także środków i sposobów ich realizowania. Integracyjna funkcja kultury jest realizowana także przez tworzenie i upowszechnianie określonych symboli, przekonań i wierzeń, a także przez pewne przedmioty materialne. Ciekawym przykładem takiego przedmiotu (i jednocześnie symbolu) jest waluta danego kraju. Monety czy banknoty przez wiele wieków nie tylko wyznaczały obszar wspólnej gospodarki, ale też odwoływały się do wspólnoty znaczeń, doświadczeń dziejowych[14].

Integracyjna funkcja kultury w ramach danego państwa, społeczeństwa wymaga zatem wypracowania i uznania pewnej elastyczności wzorów czy reguł, wymaga nastawienia otwartego, dążenia do poznawania i ewentualnej akceptacji innych wzorów, innych wartości, umiejętności formułowania własnych opinii, dokonywania wyborów. Im bardziej dominują w kulturze wzory specyficzne, unikatowe, tym trudniej o porozumienie z innymi, im mniej otwarta jest kultura na „nowe", „inne", tym mniejsze są możliwości zmiany i rozwoju, im bardziej kultura nastawiona jest na przeszłość, tym trudniej stawiać cele wymagające odwagi zmierzenia się z niepewnym nieznanym. W tym sensie możemy powiedzieć, że im bardziej w danej kulturze dominują elementy „wiążące", wzmacniające integrację, tym trudniej akceptowane są wyzwania przyszłości i innowacje.

Podsumowanie

Przedmiotem rozważań jest tu kultura – jedno z podstawowych pojęć dyscyplin humanistycznych, rozmaicie definiowane na potrzeby każdej z nich i w związku z tym nieostre. Przyjęta tu perspektywa socjologiczna (węższa niż antropologiczna) w ujmowaniu kultury pozwoliła na pokazanie jej cech charakterystycznych i najważniejszych funkcji społecznych. Kultura tworzona jest przez rozmaite całości społeczne stosownie do ich potrzeb związanych zarówno z przetrwaniem, jak i z dążeniem do rozwoju. Dostarcza ona motywacji do działania, hierarchii wartości, kryteriów ocen, ideałów rozmaitych instytucji, tworzy podstawy integracji, porządkuje interakcje społeczne.

[14] Warto czasami przyjrzeć się pieniądzom, odczytać zastosowane inskrypcje, rozważyć rysunki. Nie są one przypadkowe ani tym bardziej bez znaczenia. Awantura o nowy wzór kanadyjskiej studolarówki jest na to dowodem. Zaproponowana w pierwszym wzorze banknotu postać kobiety „o rysach dalekowschodnich" nie została zaakceptowana. Ostatecznie wygenerowano komputerowo „białą" kobietę [Pszczółkowska, 2012, s. 14].

Literatura

Bagby P. [1975], *Kultura i historia*, PIW, Warszawa.

Banaś M. [2002], „Przedsiębiorczość Amerykanów szwedzkiego pochodzenia a proces ich asymilacji w Stanach Zjednoczonych: przypadek lokalnych społeczności w Minnesocie", niepublikowana praca doktorska, Biblioteka Jagiellońska, Kraków.

Bauman Z. [2011], *Kultura w płynnej nowoczesności*, Agora, Warszawa.

Bendixen P. [2001], *Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Bolter J.D., Grusin R. [1999], *Remediation. Understanding new media*, MIT Press, Cambridge.

Czarnowski S. [1982], *Kultura*, w: *Wybór pism socjologicznych*, Książka i Wiedza, Warszawa.

Dawkins R. [1996], *Samolubny gen*, Prószyński i S-ka, Warszawa.

Eliott M.A. [2007], *Human rights and the triumph of the individual in world culture*, „Cultural Sociology", vol. 1 (3).

Florida R. [2010], *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Jagielska M. [2011], *Innowacje kulturowe dostępne dla nielicznych. Rola nowych memów w świetle teorii Pierre'a Bourdieu*, „Teksty z ulicy", nr 13: zeszyt memetyczny, Katowice; dostępne: http://www.memetyka.us.edu.pl, korzystano 20.06.2012.

Jagieła J. [2006/2007], *Znaczenie skryptu (script life) jako nieświadomego przekazu międzygeneracyjnego w kształtowaniu się tożsamości jednostki*, w: *Wielokulturowość w przestrzeni edukacyjnej*, K. Rędziński, I. Wagner (red.), Wydawnictwo Akademii im. J. Długosza, Częstochowa; dostępne: www.analizatransakcyjna.pl, korzystano 01.07.2012.

Jałowiecki B. [1999], *Metropolie*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania w Białymstoku, Białystok.

Kaczmarzyk M., *Memy, które wygrywają*, dostępne: http://www.partnerzy-w-nauce.us.edu.pl/biuletyn/dane/6/artykuly/memy_ktore_wygrywaja_kaczmarzyk.pdf, korzystano 20.06.2012.

Kłoskowska A. [1972], *Społeczne ramy kultury*, PWN, Warszawa.

Kłoskowska A. [1981], *Socjologia kultury*, PWN, Warszawa.

Landa J.T. [1994], *Kultura i przedsiębiorczość w mniej rozwiniętych krajach: sieci etnicznych powiązań handlowych jako organizacje gospodarcze*, w: *Kultura przedsiębiorczości*, B. Berger (red.), Oficyna Literatów „Rój", Warszawa.

Ossowski S. [1967], *Z zagadnień psychologii społecznej*, Dzieła, t. 3, PWN, Warszawa.

Poyatos F. [1983], *New perspectives in nonverbal communication*, Pergamon Press, Oxford.

Pszczółkowka D. [2012], *Azjatka nie pasuje na kanadyjskie banknoty*, „Gazeta Wyborcza", 24 sierpnia.

Santoro M. [2008], *Culture as (and after) production*, „Cultural Sociology", vol. 2 (1).

Siciński A. [2002], *Styl życia, kultura, wybór*, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa.

Skura M. [2012], „Nauka języka obcego balansowaniem między własną kulturą a obcą na przykładzie języków polskiego i niemieckiego", referat wygłoszony na V Międzynarodowej Konferencji Edukacyjnej „Języki obce w kontekście współczesnych wyzwań i perspektyw", dostępne: http://www.kms.polsl.pl/prv/spnjo/referaty/skura.pdf, korzystano 20.06.2012.

Sułkowski B. [2011], *Społeczne ramy kultury czterdzieści lat później. Pięć modeli komunikacji kulturowej*, „Kultura i Społeczeństwo", t. 55, nr 2–3.

Szacka B. [2003], *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa.

Szczepański J. [1970], *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa.

Szczepański J. [1981], *Konsumpcja a rozwój człowieka*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
Szczepański J. [1973], *Odmiany czasu teraźniejszego*, wyd. 2, Książka i Wiedza, Warszawa.
Van Der Bly M.C.E. [2007], *Globalization and the rise of one heterogeneous world culture. A microperspective of a global village*, „International Journal of Comparative Sociology", vol. 48 (2–3).
Znaniecki F. [1990], *Współczesne narody*, PWN, Warszawa.

Jerzy Hausner

Kultura i polityka rozwoju

Wprowadzenie

W odniesieniu do polityki rozwoju zasadniczy spór toczy się o to, czy polityka państwa ma się koncentrować na makroekonomicznym kształtowaniu popytu, redystrybucji i wydatkach publicznych, co zapewni spłaszczenie, złagodzenie cyklu koniunkturalnego i przyczyni się do utrzymywania równowagi, czy też na kształtowaniu bodźców mikroekonomicznych po stronie podażowej, aby pobudzać restrukturyzację i produktywność, a tym samym zapewniać wysoką konkurencyjność i trwały wzrost gospodarczy. Te dwie perspektywy od kilkudziesięciu lat wyznaczają oś sporów ekonomicznych.

Polityka strukturalna (podażowa) bazuje na przekonaniu Schumpetera, że koniunktura przychodzi samorzutnie, a tym samym nie można jej wywołać środkami polityki redystrybucyjnej i dochodowej, regulowaniem popytu. Oczywiście można w ten sposób trochę nakręcić lub osłabić koniunkturę, ale to nie czynniki popytowe, lecz czynniki podażowe i dostosowania strukturalne decydują o jej wystąpieniu i trwałości. Jeśli polityka gospodarcza ma doprowadzić do ożywienia gospodarczego to musi przede wszystkim odnieść się do strukturalnej konkurencyjności gospodarki, do jej innowacyjności i produktywności, do fundamentów działalności gospodarczej, do kreatywności i przedsiębiorczości. I to odnieść się poprzez stymulowanie określonych rozwiązań instytucjonalnych i mikroekonomicznych bodźców restrukturyzacji (konkurencyjność instytucjonalna). To właśnie zbliża politykę strukturalną do polityki rozwoju. Jest ona bowiem zorientowana na dostosowanie i restrukturyzację, na zmianę i rozwój, podczas gdy polityka redystrybucyjna i dochodowa – na równowagę i koniunkturę, co oddala ją od polityki rozwoju.

Dla polityki rozwoju kluczowe znaczenie mają charakter i różnorodność otoczenia instytucjonalnego gospodarki, determinujące efektywność adaptacyjną i innowacyjność podmiotów gospodarczych. Wagę tego zagadnienia jako jedni z pierwszych dostrzegli ekonomiści zajmujący się problematyką rozwoju regionalnego. Przez długi okres obowiązujący paradygmat nakazywał wiązać rozwój

regionu z korzyściami lokalizacji i efektem aglomeracji, co odpowiadało dominującemu w ekonomii akcentowaniu „ekonomii skali". Z czasem dostrzeżono jednak, że dynamizm i innowacyjność wiążą się nie tyle z aglomeracją, ile z urbanizacją, nie tyle z wielką skalą, ile z różnorodnością, zwłaszcza instytucjonalną, co koresponduje ze współczesnym akcentowaniem „ekonomii zakresu". Oczywiście, aglomeracja tkwi u podstaw urbanizacji, ale nie wszystkie ośrodki miejskie rozwijają się. Dotyczy to tych, w których ukształtowało się zróżnicowane (a nie jednorodne) otoczenie instytucjonalne. Te ośrodki przemysłowe, które były wyłącznie rezultatem aglomeracji i stały się ośrodkami monokultury przemysłowej, z czasem upadały, o ile właśnie nie rozwinęły różnorodności instytucjonalnej umożliwiającej im innowacyjne wykorzystanie nagromadzonych zasobów i adaptację w zmienionych warunkach rynkowych. Historia gospodarcza dostarcza mnóstwa tego rodzaju przykładów, zarówno w ramach gospodarki kapitalistycznej, jak i gospodarki pokomunistycznej.

Jeżeli chcemy powiązać z kulturą tak rozumianą politykę rozwoju, i szerzej sam rozwój, to musimy dostrzec odmienność kultury dynamicznej i statycznej. Jeśli kultura jest żywa i otwarta (dynamiczna), to pozwala danej społeczności rozpoznać nowe możliwości działania w reakcji na dostrzeżone zagrożenia czy wyzwania. Natomiast kultura skostniała i zamknięta (statyczna) blokuje rozwój.

Kultura przemiany to kultura komunikacji. Zasadniczą kwestią jest przemiana społeczna polegająca na tym, że liczni członkowie danej społeczności (społeczeństwa w przypadku skali kraju) nie są już tylko konsumentami, beneficjentami rozwoju, lecz stają się jego animatorami i aktywnie w nim uczestniczą. Co służy szeroko rozumianej kreatywności, w tym przedsiębiorczości, dzięki czemu dana społeczność (społeczeństwo) jest innowacyjna. Rozwój engdogenny to rozwój kreowany przez daną społeczność. To znaczy, że dana społeczność jest podmiotem rozwoju, wynika on z jej wyobraźni i aktywności. Jest przez nią kierunkowany (ale nie kierowany). Jest to możliwe tylko za sprawą innowacyjnego zagospodarowania własnych zasobów bądź sięgnięcia po zasoby dotychczas niespożytkowane, co także jest swego rodzaju innowacją, bo wymaga wykorzystania technologii dotychczas niewykorzystywanych. Podtrzymywanie rozwoju endogennego jest zawsze następstwem generowania wiedzy społecznej i uczenia się. Chodzi w szczególności o zdolność do generowania wiedzy lokalnej i umiejętność wykorzystania jej. Samopodtrzymywalność rozwoju jest zatem funkcją kształtowania środowiska uczącego się i zdolnego do zbiorowej samorefleksji, czyli wykreowania nowej samonarracji.

Nowoczesna polityka rozwoju

Nowoczesna polityka rozwoju powinna się koncentrować przede wszystkim na kwestii systemu dostarczania dóbr, podczas gdy dotychczas władze publiczne skupiały się na systemach regulacji, co ukierunkowuje politykę gospodarczą nie na rozwój, lecz na równowagę i koniunkturę.

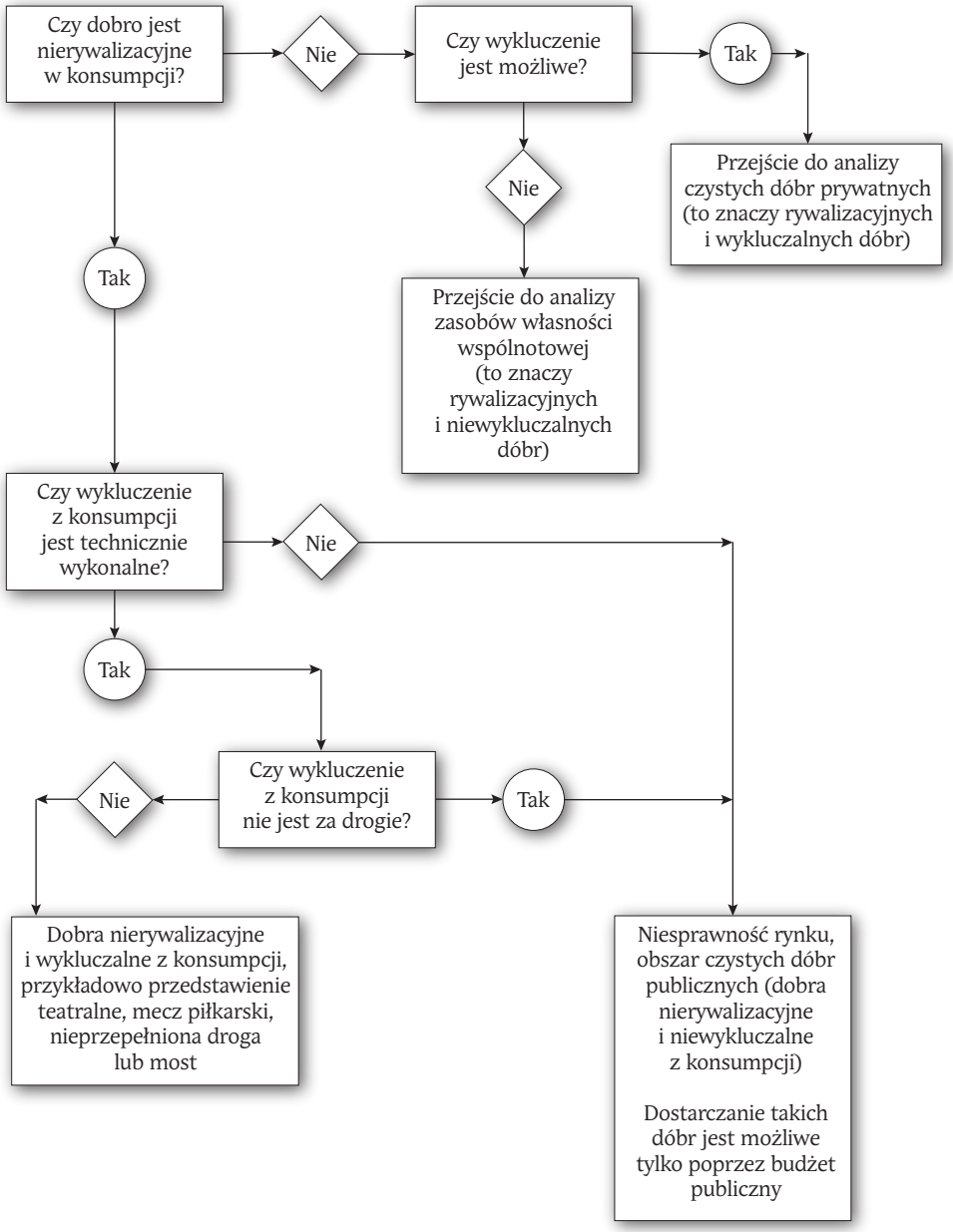
Niestety w tym zakresie w teorii dóbr w ekonomii panuje nieład. Najczęściej ekonomiści i politycy gospodarczy odwołują się do ogromnie upraszczającego schematu rozróżniającego jedynie „dobra publiczne" i „dobra rynkowe". Niewielu próbuje wyjść poza te ramy i dostrzec występowanie także dóbr innego rodzaju.

Klasyczna definicja czystego dobra publicznego została sformułowana przez Paula Samuelsona w następujący sposób: „każda indywidualna konsumpcja takiego dobra nie jest ograniczana przez żadną inną jego indywidualną konsumpcję" [Samuelson, 1954]. Ta koncepcja dobra publicznego zakłada, że jest ono niepodzielne dla konsumujących je jednostek, dla każdej z nich czyste dobro publiczne jest dostępne w całości, podczas gdy czyste dobra prywatne są podzielne w ten sposób. Tym samym nie można nikogo wyłączyć z konsumpcji czystego dobra publicznego i jednostka sama nie może się z niej wyłączyć, zrezygnować z niej ani odrzucić dobra publicznego. Przy czym wykluczalność z konsumpcji dobra publicznego jest zakładana jako technicznie niemożliwa bądź ekonomicznie nieopłacalna. W konsekwencji nie da się wprowadzić powszechnej i obowiązkowej opłaty za korzystanie z dobra publicznego. Może być to co najwyżej opłata dobrowolna i uiszczana w wysokości, którą sam konsument uzna za właściwą.

Drugą powszechnie, podręcznikowo przyjmowaną cechą czystych dóbr publicznych jest „nierywalizacyjność" (*non-rivalness*) ich konsumpcji, co jest rozumiane w ten sposób, że marginalny koszt uczestnictwa w konsumpcji takiego dobra kolejnej osoby jest równy zeru. Przy czym dobro „nierywalizacyjne" niekoniecznie jest dobrem „niewykluczalnym" z konsumpcji.

Dobra publiczne w rzeczywistości nie są darmowe, ponieważ ich dostarczanie nie jest bezkosztowe. Nawet jeśli jest to dostarczanie całkowicie nieodpłatne, to w praktyce jest finansowane z podatków. Dobro publiczne nie ma rynkowej ceny, a więc ewentualna odpłatność jest rozumiana jako uiszczanie ryczałtowej i symbolicznej opłaty, częściowo pokrywającej koszty jego wytwarzania. A to oznacza, że jego wytwarzaniem i dostarczaniem nie są zainteresowani prywatni przedsiębiorcy, gdyż nie mogą w tym przypadku osiągnąć zysku. Czyste dobra publiczne są zatem finansowane z budżetu publicznego. To podejście wydaje mi się bardzo restrykcyjne i zawężające ideę dóbr publicznych do sfery niektórych usług ogólnego pożytku publicznego. Ponadto implikuje ono bardzo prosty schemat postępowania władzy publicznej, który prowadzi do jednoznacznego określenia, jakie dobra mogą zostać dopuszczone jako czyste dobra publiczne [zob. Schemat 1]. W moim przekonaniu w praktyce tak to nie działa i działać nie może.

Schemat 1: Schemat analizy dóbr w ekonomii neoklasycznej



Źródło: Brown, Jackson 1982, s. 29

Sektor publiczny ma przede wszystkim wytwarzać dobra publiczne. Jeżeli jednak czyni to nieudolnie, władza publiczna jest niesprawna i nadużywana, to zamiast „publicznego dobra" społeczeństwo może otrzymywać „publiczne zło". Pytanie, czy mogą temu zapobiec sektory prywatny i obywatelski oraz w jaki sposób.

Problemem podejmowanym przez neoklasyczną teorię ekonomii jest optymalizacja ilości dóbr publicznych. Formalnym rozwiązaniem tego zagadnienia jest reguła, zgodnie z którą suma krańcowych stóp substytucji pomiędzy dobrem publicznym a dobrem prywatnym dla dwu jednostek musi być równa kosztowi krańcowemu dostarczenia (dodatkowej jednostki) dobra publicznego. Teoria ta podpowiada także dwa instytucjonalne mechanizmy stosowania tej formuły. Jednym z nich jest głosowanie, drugim imitacja rynkowego systemu alokacji.

Łatwo dostrzec, że oba te sposoby są praktycznie niewykonalne. Nie da się stworzyć systemu powszechnego głosowania, w którym można byłoby decydować o skali i proporcji dostarczania przez państwo różnego rodzaju dóbr publicznych. Nie da się też stworzyć algorytmu obliczeniowego, który imitowałby zachowania uczestników rynku. Są to idee utopijne. Wytwarzaniem dóbr, w tym nawet publicznych, nie można centralnie sterować. Praktycznie państwo może natomiast kreować, poprzez swoją politykę, odpowiednie rozwiązania instytucjonalne, które będą w określony sposób determinować proporcje wytwarzania różnego rodzaju dóbr. I to jest jedna z istotnych funkcji nowoczesnego państwa, mieszcząca się w zakresie polityki rozwoju.

Jeśli odrzuci się koncepcję rzeczywistego wyboru konsumenta, a jednocześnie przyjmie założenie, że dobra publiczne mają być dostarczane przez podmioty władzy publicznej, to natychmiast rodzi się pytanie, jak władza publiczna powinna wyznaczać cenę i koszt dostarczania tych dóbr. Nie jest możliwe w tym przypadku żadne rozwiązanie optymalizacyjne, gdyż władza publiczna nie może znać funkcji preferencji wszystkich obywateli, tym bardziej że nie ma możliwości, aby mogli oni je faktycznie ujawnić. Nie ma zatem możliwości pełnej agregacji indywidualnych preferencji dotyczących konsumpcji dóbr publicznych. Na co zresztą twórcy klasycznej teorii dóbr publicznych od początku wskazywali. Z czego wynika racjonalna sugestia, aby w jak największym stopniu dostarczanie dóbr pozostawić rynkowi, a zakres dóbr publicznych ograniczyć do niezbędnego minimum.

Tak czy owak, rodzi się istotne pytanie: w jaki sposób można praktycznie definiować interes publiczny w ogóle, a w szczególności w zakresie dostarczania dóbr publicznych. To zasadniczy problem teorii i praktyki demokracji, ale jednocześnie jedno z kluczowych zagadnień ekonomicznych; sposób jego rozwiązania rzutuje na model rozwoju.

Omawiane powyżej podejście teoretyczne obejmuje także występowanie dóbr mieszanych (*mixed goods*), czyli takich, które mają cechy dóbr publicznych oraz prywatnych. Przykładem może być opieka zdrowotna: gdy konkretne świadczenie medyczne otrzymuje jednostka, jest ono uznawane za dobro prywatne, natomiast staje się jednocześnie dobrem publicznym jeśli (jak w przypadku szczepienia) inne osoby odnoszą z tego tytułu bezpośrednią korzyść (mogą się uchronić przed zarażeniem).

W oparciu o omówione pojęcia i kryteria opracowana została klasyfikacja dóbr, powszechnie przyjęta w ekonomii neoklasycznej.

Tabela 1. Typologia dóbr

Wyszczególnienie	Rywalizacyjne w konsumpcji	Nierywalizacyjne w konsumpcji
Wykluczalność z konsumpcji	dobra prywatne	dobra klubowe
Niewykluczalność z konsumpcji	dobra wspólnego użytkowania (*common pool*)	czyste dobra publiczne

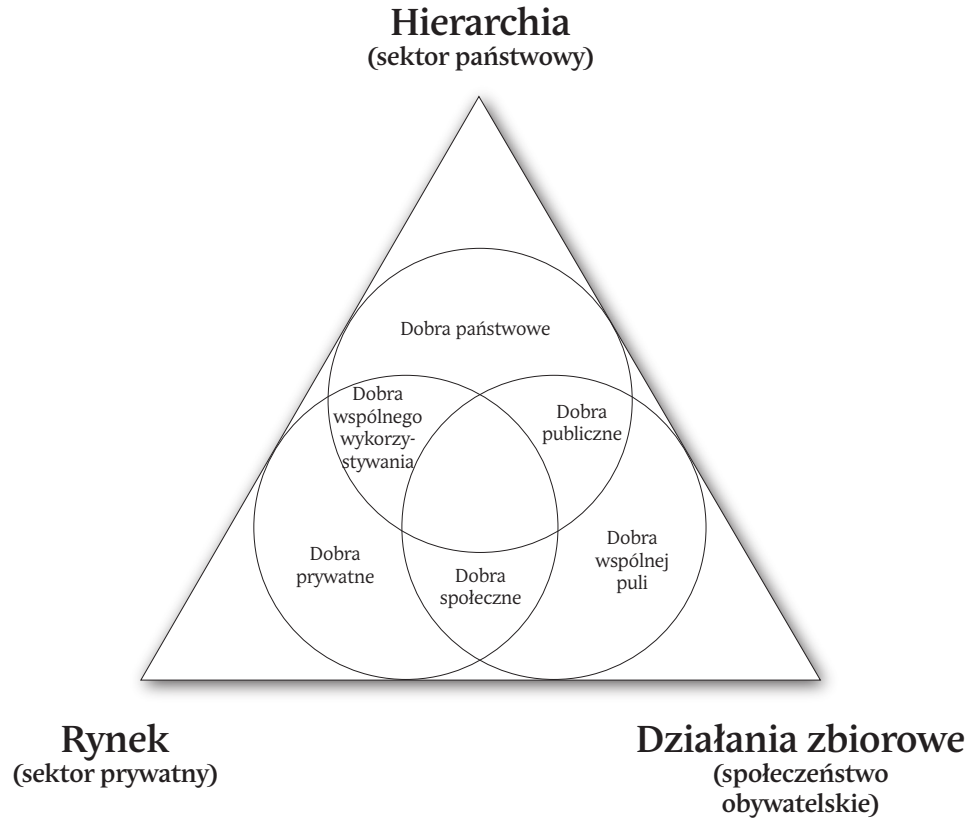
Źródło: Surdej [2006, s. 53]

Typologia ta jest zdecydowanie zbyt wąska. Bardziej rozbudowaną propozycję przedstawił Robert Picciotto [1999]. Najistotniejszy walor jego podejścia tkwi w tym, że autor wpisuje zaproponowaną przez siebie klasyfikację dóbr w koncepcję trójsektorowego społeczeństwa, w której obok sfery publicznej i prywatnej występuje także obywatelska (wspólnotowa). Te trzy sektory społeczeństwa pełnią trzy podstawowe i komplementarne funkcje. Sektor publiczny ma zapewniać bezpieczeństwo, sektor prywatny możliwości działania jednostek, a sektor obywatelski ma zapewnić jednostkom podmiotowość (*empowerment*). Tak więc te trzy sektory są z zasady zorientowane na wytwarzanie innych dóbr. Picciotto zaproponował w konsekwencji klasyfikację dóbr według tego, „kto je wytwarza, komu i na jakich zasadach je oferuje".

Klasyfikacja ta obejmuje (zob. Schemat 2):

- dobra rządowe (*government goods*) – wytwarza je sektor publiczny na swoje potrzeby, typowym przykładem może być działalność tajnych służb czy urzędów skarbowych;
- dobra publiczne (*public goods*) – wytwarzane przez sektor publiczny na potrzeby obywateli, typowym przykładem może być działalność policji czy usługi z zakresu zdrowia publicznego;
- dobra ryczałtowe (*toll goods*) – wytwarzane przez różne sektory, udostępniane każdemu za ryczałtową opłatą, typowym przykładem są autostrady czy parkingi;
- dobra prywatne (*private goods*) – typowe dobra rynkowe wytwarzane przez sektor prywatny w celach komercyjnych,
- dobra wspólnotowe (*common pool goods*) – wytwarzane przez różnego rodzaju zbiorowości na potrzeby swoich członków;
- dobra obywatelskie (*civil goods*) – wytwarzane przez różne sektory, ale tylko dla obywateli upoważnionych do korzystania z nich.

Schemat 2. Typologia dóbr i usług



Źródło: Picciotto [1999, s. 201]

Klasyfikację tę można wzbogacać o dodatkowe składniki, przykładowo wyróżniając szczególnego rodzaju dobra prywatne (np. dobra prestiżowe), czy też dodając skalę ich wytwarzania – globalną, międzynarodową, narodową czy regionalną (stąd między innymi coraz częściej operuje się pojęciem „globalnych dóbr publicznych").

Zwolennicy klasycznej teorii dóbr przyjmują, że niektóre usługi powinny mieć publiczny charakter, aby w ten sposób uzyskać określone cele redystrybucyjne. Przykładami takich usług są dla nich: edukacja, ochrona zdrowia, pomoc społeczna oraz mieszkalnictwo. W ślad za Richardem Musgrave'em [1938], dobra związane z tego rodzaju usługami są określane jako „dobra społecznie pożyteczne" (*merit goods*) i jako takie powinny być finansowane z budżetu. Przez to stają się dostępne dla każdego obywatela, choć mogłyby być dostarczane jako dobra prywatne – ale wtedy zakres ich konsumpcji byłby mniejszy.

W moim przekonaniu takie postawienie sprawy jest błędne. Tego rodzaju usługi tylko w pewnym zakresie powinny być dostarczane przez władzę publiczną. Monopol władzy publicznej na ich oferowanie to rozwiązanie nieefektywne. Znacz-

nie rozsądniej jest dopuścić do tego, aby mogły być oferowane przez podmioty o odmiennym statusie prawnowłasnościowym. Nie ma też żadnego powodu, aby dobra związane z tego rodzaju usługami były w całości finansowane budżetowo. Przeciwnie, mechanizmy ich finansowania powinny być zróżnicowane i złożone. Tym samym rola władzy publicznej w zapewnianiu różnym konsumentom *merit goods* powinna być zróżnicowana. Z pewnością powinna ona zadbać o to, aby tego rodzaju dobra były faktycznie dostępne i miały odpowiednio wysoką jakość. Natomiast nie powinna zajmować się ich dostarczaniem, powinna raczej koncentrować się na tworzeniu odpowiednich warunków, aby inne podmioty były w stanie dostarczać te dobra i były tym zainteresowane, a konsumenci mogli i chcieli z nich korzystać. Jednym z kluczowych tego komponentów powinno być działanie władzy publicznej na rzecz różnorodności mechanizmów dostarczania dóbr i stwarzania konsumentom (obywatelom) możliwości wyboru dogodnego sposobu korzystania z nich. W rachubę wchodzą takie mechanizmy, jak różne formy finansowania budżetowego, ubezpieczenie obowiązkowe i dobrowolne, publiczne, prywatne i wzajemnościowe, finansowanie prywatne oraz różnego rodzaju rozwiązania hybrydowe.

Powstaje jednak problem, jak porównywać efektywność różnych instytucjonalnych rozwiązań, gdy konsumenci nie mają w istocie wyboru – przykładem może tu być więziennictwo. Należy więc przyjąć, że pewna część dóbr publicznych musi być dostarczana przez władzę publiczną według z góry ustalonego mechanizmu finansowania, z tym że można wprowadzać różne rozwiązania zarządcze i operacyjne oraz weryfikować i porównywać ich efektywność.

Jeśli klasyczna teoria dóbr publicznych miałaby być podstawowym argumentem objaśniającym rolę państwa, to należy uznać, że całkowicie zawodzi. Dobra publiczne bowiem nie muszą być dostarczane – i w praktyce nie są – wyłącznie przez podmioty publiczne, a jednocześnie wiele dóbr faktycznie uznanych za publiczne nie ma cech, które ta teoria im przypisuje. Nie ma zatem powodu, aby w tej teorii szukać argumentów uzasadniających istotny wzrost wydatków publicznych.

Konstrukcja systemu dostarczania dóbr w danej dziedzinie powinna być taka, aby stworzyć jednostkom i grupom społecznym możliwie szeroki zakres wyboru dóbr i sposobów korzystania z nich, między innymi dając im możliwość wyboru między różnymi ofertami tych dóbr (opcja *exit*), ale także faktyczny wpływ na to, przez kogo i w jaki sposób są one oferowane (opcja *voice*). Instytucje społeczne powinny przy tym kreować i taką możliwość, że obywatele nie tylko są konsumentami określonych dóbr, ale mogą być także ich wytwórcami.

Współczesna gospodarka to gospodarka usług, a nie produkcji. Istotne jest i to, że w coraz większym stopniu są to usługi intelektualne, nie zaś materialne. Teoria dóbr i polityka rozwoju powinny to uwzględnić. W konsekwencji coraz więcej ważnych dla rozwoju społeczno-gospodarczego dóbr będzie miało mieszany charakter; nie będą czystymi dobrami prywatnymi ani czystymi dobrami publicznymi.

Będą tworzone prywatnie z myślą o spieniężeniu, ale z ich konsumpcji z różnych powodów nie da się i nie powinno wyłączać tych, którzy nie są w stanie zapłacić za nie rynkowej ceny. Kwestia ta wiąże się szczególnie z problemem praw własności intelektualnej. Własności intelektualnej nie można chronić, tak jak chroni się własność materialną. Zapewniając jej ekskluzywność, doprowadzono by do prywatyzacji kultury i wiedzy, co zahamowałoby rozwój, bo blokowałoby kreatywność i innowacyjność.

Kształtowanie nowoczesnych kompleksowych systemów dostarczania dóbr wymaga rewizji spojrzenia na relacje między podstawowymi segmentami aktywności gospodarczej, a mianowicie gospodarstwami domowymi / rodzinami, biznesem, państwem i stowarzyszeniami/fundacjami. Trzeba też przyjąć, że w przypadku wielu dóbr żadna organizacyjna forma ich dostarczania nie ma trwałej i bezwzględnej przewagi. A zatem dopuszczenie do rywalizacji różnych form organizacyjnych dostarczania dóbr oraz formowania się nowych hybrydowych form organizacyjnych jest postulatem rozumnym. W ten sposób najskuteczniej można zapewnić występowanie w gospodarce procesów rekombinacji i rekompozycji, które wyznaczają zmiany strukturalne i warunkują dostosowywanie się modelu rozwoju. Przyjęcie takiego podejścia oznacza, że w praktyce systemy dostarczania większości dóbr muszą być systemami mieszanymi i otwartymi. I tak się w krajach wysoko rozwiniętych w coraz większym stopniu dzieje. Z takiego myślenia wyrasta między innymi koncepcja *welfare mix*, której orędownicy postulują zastępowanie tradycyjnego jednosektorowego podejścia do polityki społecznej podejściem wielosektorowym i odchodzenie od klasycznej formuły państwa opiekuńczego ku współdziałaniu w obszarze usług społecznych państwa, rynku, organizacji społecznych oraz wspólnot gospodarstw domowych.

Kompleksowość nowoczesnych systemów dostarczania dóbr polega nie tylko na różnorodności form organizacyjnych ich dostarczycieli, ale także na wielości źródeł i mechanizmów ich finansowania. Nie chodzi tylko o to, że różne dobra mogą być finansowane ze środków prywatnych, publicznych lub obywatelskich, lecz także o to, że w przypadku tych samych dóbr te źródła mogą występować równolegle, a czasami wdrażane są mieszane mechanizmy finansowania określonych dóbr, np. publiczne-prywatne (jak częściowa odpłatność lub opłata ryczałtowa za dostęp do świadczeń medycznych objętych zasadniczo finansowaniem publicznym).

Cechą kompleksowych systemów dostarczania dóbr jest i to, że granice między ich wytwarzaniem i konsumowaniem – kiedyś bardzo wyraźne – powoli się zacierają, co odzwierciedla coraz powszechniejsze pojęcie „prosumenci", czyli ci, którzy jednocześnie wytwarzają i konsumują, odnoszone zwłaszcza do dóbr symbolicznych, w tym zwłaszcza dóbr kultury czy informacji. Coraz częściej współcześni konsumenci nabywają nie pojedyncze dobra, lecz dostęp do zintegrowanych systemów i pakietów użytkowych. Nikogo obecnie nie dziwi, że komputer, telefon

komórkowy czy dekoder jest oferowany za darmo lub za symboliczną opłatą, pod warunkiem że konsument zobowiąże się korzystać z pakietu komplementarnych usług oferowanych przez dostawcę. To zresztą jest szczególnym przejawem innego zjawiska charakterystycznego dla współczesnej gospodarki, a mianowicie zacierania się granic między produkcją i usługami oraz przełamywania rozdzielenia podaży i popytu. Nowoczesne systemy dostarczania dóbr wykorzystują złożone łańcuchy produkcyjno-usługowe, a jednocześnie włączają konsumenta w ich interaktywne kreowanie. Często to właśnie kreowana sieć interakcji między wytwórcą i konsumentem dóbr tworzy wartość dodaną w gospodarce opartej na wiedzy.

Trzeba jednak wyraźnie podkreślić, że formowanie kompleksowych systemów dostarczania dóbr, w tym zwłaszcza usług społecznych i dóbr społecznie pożądanych, nie jest możliwe, jeśli nie następuje wyraźne poszerzenie kryteriów oceny (ewaluacji) tych systemów, w tym rewizja spojrzenia na kwestię efektywności i odpowiedzialności. W szczególności kryterium efektywności wykorzystania zasobów powinno zostać uzupełnione o kryteria dotyczące: respektowania stanowiska interesariuszy i rzeczywistej odpowiedzialności dostarczycieli dóbr wobec nich oraz edukacji i aktywizacji społecznej. Idzie tu o to, czy działanie dostarczycieli dóbr skutecznie wpływa na samowiedzę społeczną oraz sprzyja innowacjom społecznym, a tym samym czy służy trwałemu rozwiązywaniu określonych problemów społecznych.

Kultura w cywilizacji informacyjnej

Każda cywilizacja to swoisty blok posadowiony na kulturze, która jest fundamentem i spoiwem tej cywilizacji. Kultura stanowiła zatem swoiste aksjologiczne ramy cywilizacji, wyznaczała jej przestrzeń i granice, także w sensie dosłownym, fizycznym. Domykała od wewnątrz daną cywilizację, zapewniając jej ciągłość i stabilność. Zasadniczo służyła utrzymywaniu równowagi, kreując trwałą duchową, symboliczną podbudowę i nadbudowę tego, co materialne, i tego, co zmienne.

To się obecnie zmienia. Po części dlatego, że podstawowym przedmiotem i surowcem wytwarzania stają się w cywilizacji informacyjnej dobra i zasoby symboliczne, a nie materialne. Działalność gospodarcza i praca w coraz większym stopniu polegają na przetwarzaniu i wytwarzaniu informacji, symboli, kodów i wiedzy. „Materialne" i „symboliczne" tworzy współcześnie nierozdzielny amalgamat. Bez jednego nie ma drugiego. A przede wszystkim nie ma wytwarzania. Z drugiej strony analogiczna zmiana dokonuje się po stronie popytu. Następuje przesunięcie w konsumpcji w stronę dóbr niematerialnych, w tym dóbr kultury, co – w ślad za Ronaldem Inglehartem – określa się mianem „konsumpcji postmaterialnej".

Kultura w przeszłości współwyznaczała aksjologiczne ramy ludzkiego działania, w tym działalności gospodarczej, a zarazem aktywność twórcza i artystyczna w wysokim stopniu zależna była od czynników materialnych. Kultura jako wytwarzanie dóbr i usług kulturalnych dopasowywała się do swojej bazy gospodarczej. W tym znaczeniu pojęcie przemysłów kultury odnosi się do przemysłowego, zorganizowanego i umaszynowionego wytwarzania dóbr i usług kulturalnych. Z pewnością industrialne spojrzenie na kulturę i jej wytwarzanie jest wciąż obecne i ma istotne odniesienia we współczesnych społeczeństwach. Równocześnie wraz postępującą dezindustrializacją gospodarki dezindustrializuje się także kultura. W coraz większym stopniu dobra i usługi kulturalne są wytwarzane nie przez organizacje przemysłowe, lecz za sprawą rozproszonych i usieciowionych projektów i przedsięwzięć.

Najważniejszą tego konsekwencją jest to, że zmienia się charakter przestrzeni, w której jako ludzie i społeczeństwa żyjemy i działamy. Przestrzeń fizyczną poszerza i po części wypiera przestrzeń komunikacyjna – symboliczna, wirtualna. Przestrzeń fizyczna, charakterystyczna dla cywilizacji poprzednich, w tym przemysłowej, jest ograniczona, domknięta, samoreferencyjna i wyłączająca, zarządzana systemowo – a w konsekwencji (względnie) statyczna. Przestrzeń komunikacyjna natomiast, charakterystyczna dla cywilizacji informacyjnej, jest nieograniczona, otwarta, referencyjna i włączająca, kształtowana modularnie – w konsekwencji dynamiczna. W rezultacie cywilizacja przemysłowa jest cywilizacją skupiska, cywilizacja informacyjna zaś cywilizacją przepływu.

We wcześniejszych cywilizacjach kultura rozwijała się głównie w miejskich skupiskach. Ernst Jünger ujął to kiedyś metaforycznie: „Tam, gdzie trwa ten swobodny i świetlisty dystans między ludźmi gwarantowany przez słuszne prawo, tam także bez trudu wyrastają obrazy i formy. Stwarza on korzystny klimat, w którym przede wszystkim dojrzewa kultura; małe miasta o takich prawach miały większy udział w historii naszej planety niż rozległe państwa" [1999, s. 72]. Liczyła się przede wszystkim różnorodność i intensywność kontaktów międzyludzkich. Współcześnie to samo zapewnia elektroniczna sieć komunikacyjna. To nie znaczy, że miasta, zwłaszcza wielkie, straciły swoją dominującą pozycję jako generatory kultury. Są nimi nadal, tyle że teraz wiąże się to z metropolizacją ich funkcji, z ich rolą węzła w globalnej sieci przepływów. Takim miastom kultura zapewnia witalność i stanowi dźwignię rozwoju.

Fundamentalna zmiana charakteru przestrzeni społecznej wywołuje szereg fundamentalnych następstw. Jednym z nich jest wielokulturowość. Nie idzie o to, że różne kultury stykają się i lokalnie mieszają, tak było i przedtem, lecz o to, że dzisiaj przenikają się globalnie, wzajemnie modyfikując i dynamizując.

Wszystko to powoduje, że współczesny świat społeczny stał się kompleksowy, co między innymi oznacza, że nie można nim sterować – jak dotąd – monocentrycznie. Nie jest do tego zdolne nawet największe imperium i najsilniejsze

supermocarstwo. Kompleksowość oznacza też, że nie ma żadnego zamkniętego i uniwersalnego zestawu rozwiązań instytucjonalnych, po który można sięgnąć w reakcji na strukturalne problemy zbiorowości i systemów społecznych. Przestrzeń komunikacyjna, w której się poruszamy, nadała życiu społecznemu taką dynamikę, że konieczne staje się stałe poszerzanie repertuaru rozwiązań i żadne z nich nie może zostać uznane za zamknięte i dostatecznie efektywne. Tym samym kreatywność nie jest już tylko cechą wybitnych indywidualności; stała się wymogiem wszystkich organizacji i struktur społecznych. Podobnie jak praca niematerialna stała się kluczowym zasobem ekonomicznym.

W ciągu kolejnych cywilizacji materialnych kultura i kategorie kulturowe pozwoliły ludziom wyjść poza swoją naturalną otoczkę i stworzyć nową, wirtualną przestrzeń. Teraz, aby móc się w niej poruszać, a zarazem nie zniszczyć jej materialnej podbudowy, ludzie muszą nauczyć się uczestnictwa w cywilizacji symbolicznej.

Biorąc to pod uwagę, dostrzegamy, że zmienia się zasadniczo mechanizm rozwoju społeczno-gospodarczego. Współcześnie to raczej „materialne" określa ramy i jest źródłem ograniczeń, a to, co „symboliczne", stało się czynnikiem napędzającym i dynamizującym zmianę społeczną. Kultura znalazła się tym samym w centrum, a nie na obrzeżach rozwoju. Mirosław Filiciak i Alek Tarkowski wprowadzili na tę okoliczność określenie Kultura 2.0, przy czym chodzi im w szczególności o: „[...] nowy obieg kultury, kształtowany przez doświadczenie korzystania z mediów cyfrowych oraz przez możliwości, jakie media te oferują" [Filiciak, Tarkowski, 2010, s. 90]. Współcześnie kultura wytwarza zasoby i umiejętności, które nie tylko mają znaczenie w długich cyklach rozwojowych, ale są niezbędne na co dzień. Kompetencje kulturowe są zaś zasadniczym składnikiem kompetencji zawodowych, a ich brak jest głównym czynnikiem wykluczenia społecznego. Proces ten proponuję określić jako „kulturyzację rozwoju", co jest określeniem szerszym, pojemniejszym niż stosowane przez wielu autorów – za Janem Szomburgiem – określenie „kulturyzacja ekonomii".

Zasadnicza, cywilizacyjna zmiana społeczna nie polega tylko na tym, że dobra i usługi symboliczne, niematerialne, w tym dobra i usługi kulturalne, stanowią coraz większy wolumen wytwarzania i konsumpcji, ale na tym, że sfera symboliczna przejmuje w mechanizmie rozwoju społeczno-gospodarczego tę funkcję, którą dotychczas wypełniała sfera materialna. A to powoduje, że zmienia się nie tylko gospodarka, ale także społeczeństwo i państwo.

Przede wszystkim osłabione zostają i zanikają wielkie hierarchiczne struktury organizacyjne, które są wypierane przez struktury sieciowe, horyzontalne, działające interaktywnie, a nie – jak ich poprzedniczki – imperatywnie. W rezultacie zarządzanie, czy to w sferze publicznej, czy prywatnej lub obywatelskiej, staje się współzarządzaniem (*governance*).

Otwiera to ogromną przestrzeń dla innowacji i eksperymentu, a tym samym przestrzeń dla wszelkiej kreatywności. Praca i aktywność zawodowa stają się w znacznie większym stopniu niż kiedykolwiek nowatorskie i twórcze. Przypomina to wykonywanie wolnego zawodu. Nie daje bezpieczeństwa, wiąże się z ryzykiem, ale stwarza wiele możliwości. Dzieje się tak również w wielkich korporacjach, które przeobrażają się ze zintegrowanych firm w konglomeraty o zdecentrowanym zarządzaniu, elastycznych formach organizacji, otwarte na nowe projekty i przedsięwzięcia.

Odhierarchizowanie dotyczy także kultury. Pisze o tym Zygmunt Bauman, podkreślając, że we współczesnej kulturze zanika tradycyjny podział na nauczycieli i uczniów; a jednocześnie opowiada się za procesowym i ewolucyjnym, a nie systemowym ujmowaniem kultury.

Wszędzie, gdzie kiedyś dominowały pionowo uformowane struktury o jasno określonych ramach organizacyjnych, wkracza intensywnie wielopłaszczyznowa komunikacja, która te struktury stopniowo rozsadza, co prowadzi do zacierania się granic między sektorami i organizacjami. Masowo powstają różnego rodzaju rozwiązania hybrydowe, w których mieszają się składniki tego, co kiedyś wyraźnie należało do domeny publicznej, rynkowej lub społecznej. Nie mówi się już o „twórczych przemysłach", lecz o „kreatywnej gospodarce", przez co wskazujemy, że nie chodzi o poszczególne gałęzie czy sektory, ale o obecność twórczego komponentu we wszelkiej działalności wytwórczej. Gospodarka kreatywna jest zdecydowanie bardziej zorientowana na wartość marki niż na wielkość (rocznego) zysku, co charakteryzuje gospodarkę industrialną.

W konsekwencji współczesna gospodarka to nie tylko konkurencja firm, ale coraz bardziej konkurencja nowatorskich form organizacyjnych. Z tym że i istota konkurencji ulega w sferze wytwórczości symbolicznej zmianie: nie jest obliczona na wyniszczenie; rywalizacji towarzyszy mediacja.

Obok „ekonomii korporacyjnej" rozwinęła się społeczna ekonomia sieciowa – określana jako Web. 2.0 – tworzona w ramach „społecznościówek". Siłą tej ekonomii nie jest kapitał finansowy, ale kapitał ludzki i społeczny, który pozwala przełamać bariery związane z ograniczonym dostępem do kapitału finansowego. Przy czym wszystko to, co wygenerowane społecznie, zyska. Jeśli zdobędzie szerszą uwagę i zainteresowanie, może liczyć na natychmiastowy dostęp do możliwości finansowania dalszego rozwoju. Jednym z nowych dynamizujących mechanizmów rozwojowych jest sięganie do zasobów kapitału społecznego poprzez nowoczesne technologie komunikacyjne, co w konsekwencji zasoby tego kapitału szybko pomnaża. Mechanizm ten działa według „reguły trzech »k«": komunikacja, kooperacja i kreatywność.

Celnym podsumowaniem przemiany cywilizacji postprzemysłowej w informacyjną i symboliczną jest obserwacja, iż „wartość sprzedaży produktów związanych z salsą jako dobrem symbolicznym (kompozycja znaków: taniec, muzyka)

przekroczyła na zachodniej półkuli wartość sprzedaży salsy jako sosu do potraw" [Krzysztofek, 2010, s. 95]. Stało się tak, ponieważ rozpowszechnienie nowoczesnych technologii komunikacyjnych i ich różnorodnych zastosowań wytwarza swoje środowisko społeczne i poszerza przestrzeń jego aktywności. Uczestnictwo w tej przestrzeni jest zarazem jej poszerzaniem, gdyż jak podkreśla Kazimierz Krzysztofek: „Konsumpcja znaków jest jednocześnie ich namnażaniem i puszczaniem w obieg" [tamże].

Zasoby, z których głównie korzystamy w cywilizacji informacyjnej, są nie tylko odnawialne, ale i pomnażalne, im więcej z nich korzystamy, tym więcej ich wytwarzamy. Klasyczne rozróżnienie produkcji i konsumpcji traci dotychczasowy sens. W przypadku dóbr symbolicznych, konsumując, wytwarzamy, a wytwarzając, konsumujemy. Można powiedzieć, że konsumpcja dóbr symbolicznych sama się napędza, gdyż zasadza się na interakcji, aktywności i wymianie. Przy czym konsumpcja dóbr symbolicznych dokonuje się w przestrzeni komunikacyjnej, która jest przestrzenią otwartą, dynamiczną i ekspansywną. Taka konsumpcja poszerza granice czasoprzestrzeni, kreuje swoje środowisko, dzięki czemu mogą być tworzone coraz to nowe dobra i generowane są dodatkowe zasoby umożliwiające ich wytwarzanie. Dzieje się tak również dlatego, że jeśli tylko dobra symboliczne znajdują odbiorców i trafiają do obiegu, natychmiast są przetwarzane i służą do produkowania kolejnych dóbr. Można zatem, konkludując tę myśl, powiedzieć, że konsumpcja dóbr symbolicznych nie jest tylko wypełnianiem czy zagospodarowywaniem czasu, ale też jego kreowaniem.

Dostrzegają ten proces liczni badacze kultury. Znajduje to odzwierciedlenie w nowym zestawie konceptów i pojęć używanych do opisu i wyjaśniania wyłaniającej się rzeczywistości. Nowo tworzony słownik obejmuje takie wyrazy i określenia, jak *sampling*, tagowanie, przemysły kreatywne, przemysły produkcji zawartości, przemysły praw autorskich, przemysły medialne, kapitalizm kognitywny, konkurencyjna tożsamość, interaktorzy, netokracja i netokraci, prosumenci.

Równocześnie nadajemy nowe znaczenie dotychczas używanym konceptom i kategoriom. Dobrym przykładem może być tu pojęcie własności, które ma odmienny sens w odniesieniu do dóbr materialnych oraz w odniesieniu do dóbr symbolicznych, co pociąga za sobą odmienne rozwiązania instytucjonalne.

Rodzi to problem nadmiaru zasobów i konieczności ich filtrowania, selekcji i wyboru. Inną kwestią jest próba ograniczania obiegu zasobów symbolicznych i ich zawłaszczania. Na te wyzwania w określony sposób starają się reagować z jednej strony władze publiczne, z drugiej – w reakcji na ich działanie lub zaniechanie – uczestnicy sieci komunikacyjnych (np. wymiana plików P2P).

Rozwój cywilizacji informacyjnej w żadnej mierze nie jest linearny i bezkolizyjny. Dokonuje się w warunkach występowania licznych napięć i konfliktów. Jednym z kluczowych przejawów jest wykluczenie cyfrowe, wynikające z nierówności w zakresie kompetencji komunikacyjnej i informacyjnej oraz rosnącej – w przypadku

grup społecznie upośledzonych – luki kompetencyjnej. Można temu próbować zaradzić, obniżając koszty dostępu do technologii komunikacyjnych i zapewniając solidną powszechną edukację w zakresie kluczowych kompetencji kulturowych. Lecz problem nigdy nie zniknie, ogromna dynamika zmian technologicznych i społecznych będzie go bowiem generować na kolejnych poziomach zaawansowania.

Szczególne napięcie powstaje w związku z komodyfikacją dóbr symbolicznych oraz komercjalizacją organizacji prowadzących działalność kulturalną (co między innymi wynika z rozszerzania prawnej ochrony własności intelektualnej) i jednoczesnym dążeniem do powszechnej i względnie równej konsumpcji tych dóbr. Warto w tym miejscu przywołać kwestię dyrektywy umożliwiającej patentowanie programów komputerowych, która przed paroma laty wzbudziła kontrowersje w Unii Europejskiej. Ostatecznie masowy sprzeciw internautów i zastrzeżenia niektórych rządów, w tym zwłaszcza polskiego, zablokowały to uregulowanie.

Problemy rodzą się także w związku z różnorodnymi możliwościami zastosowania dostępnych technologii i różnymi potrzebami ich użytkowników. Wynikają z tego liczne konflikty interesów grupowych. Napięcia, które sygnalizuję, nie są jednak wyłącznie pochodną konfliktów interesu. Raczej wiążą się z tym, że dokonujące się przemiany cywilizacyjne wywołują pożądane i niepożądane efekty. Można postawić pytanie, czy te pierwsze mogą się w ogóle pojawić bez tych drugich. Odnosi się do tego opracowany przez holenderską Radę Kultury dokument *Innovate*, *participate*, w którym wskazuje się, że nieunikniona komodyfikacja treści kultury z jednej strony prowadzi do uprzedmiotowienia twórczości artystycznej, lecz z drugiej czyni ją znacznie bardziej dostępną.

Tego rodzaju napięcia będą się nasilać, bo cywilizacja informacyjna wkroczyła już na stałe w sferę codzienności. Stanowi niezbywalny składnik naszej codzienności, naszego świata, habitusu – jak to ujmuje Pierre Bourdieu. Przenika zatem nasze rutynowe i powtarzalne zachowania. Tym samym konsumpcja dóbr symbolicznych, w tym kulturalnych, nie jest odrywaniem się od rygorów codzienności, lecz stała się życiową koniecznością. Jednocześnie zyskujemy możliwość wytwarzania dóbr symbolicznych na co dzień. Możemy je nieustannie wprowadzać do obiegu. Rośnie technologiczna zdolność czynienia tego i kompetencja to warunkująca. Nie rośnie jednak w tej samej mierze nasza indywidualna i zbiorowa odpowiedzialność. Wydaje się, że zawsze pozostaje w tyle. Co także stwarza napięcia i zagrożenia.

Na co dzień uwikłani w cywilizację informacyjną, nie jesteśmy jednak wszyscy mieszkańcami jednej globalnej wioski. Potrzeby i zachowania komunikacyjne z jednej strony się upowszechniają i upodabniają, z drugiej różnicują. W konsekwencji równocześnie przynależymy do różnych sieci i społeczności komunikacyjnych. Mamy możliwość wytwarzania zmiennej tożsamości indywidualnej i uczestnictwa w kreowaniu alternatywnych narracji zbiorowych.

Kolejne poważne napięcie rodzi się na tle globalnej rywalizacji narodowo (krajowo) zakorzenionych systemów wytwarzania i konsumpcji dóbr symbolicznych. Wskazuje na to odmienność reżimów regulacyjnych i polityk publicznych przyjętych w tym zakresie w USA i UE. Szczególnie świadczy o tym konflikt między przemysłem hollywoodzkim a poszczególnymi przemysłami krajowymi, co sygnalizuje i to, że w cywilizacji informacyjnej narastać będzie napięcie między globalnym i lokalnym.

Jednym z wielkich wyzwań jest rola państwa w cywilizacji informacyjnej. Interesująco piszą na ten temat Filiciak i Tarkowski, którzy dostrzegają, że: „w coraz bardziej zauważalny sposób znika z niej państwo – zarówno jako regulator medialnego ekosystemu, jak i jako aktywny podmiot" [Filiciak, Tarkowski, 2010, s. 90]. Wydaje się pewne, że ta rola nie może się sprowadzić do ustanawiania i egzekwowania odpowiednich regulacji prawnych, choć z pewnością władza publiczna musi je rozważnie kreować. Dynamika zmian technologicznych i społecznych jest jednak tak duża, że zapewne wszelkie publiczne regulacje będą za nimi podążać z opóźnieniem. Nie musi to być źródłem poważnych zakłóceń systemowych, o ile regulacje prywatne i społecznościowe będą się formować i rozwijać, zanim pojawią się określone regulacje publiczne. A będą się one rozwijać, jeśli wyłoni się wspólna dla użytkowników podstawowych sieci komunikacyjnych przestrzeń refleksji, dialogu i konfrontacji różnych punktów widzenia co do zasad i reguł funkcjonowania tych sieci. Przestrzeń publiczna, ale nie państwowa (rządowa), w której władza publiczna będzie jednym z uczestników dialogu, a nie narzucającym swój punkt widzenia formalnym autorytetem. Można to określić mianem „kreatywnego partnerstwa".

Ta propozycja prowadzi oczywiście do pytania o infrastrukturę dialogu, zorganizowanie się jego uczestników i zdolność do partnerstwa oraz do prowadzenia konkluzywnej debaty. Państwo (władza publiczna) może i powinno tworzyć i finansować taką infrastrukturę, np. w postaci publicznych (*not-for-profit*) portali społecznościowych. Może także proponować przedmiot i procedurę takiej debaty, wnosząc swoje pomysły i projekty. Nie może jednak organizować i selekcjonować uczestników dialogu; ci muszą się wyłaniać samodzielnie i zachować odpowiednią autonomię.

Innym, równoległym obszarem aktywności państwa musi pozostać powszechna edukacja, w tym kształtowanie kompetencji kulturowych i komunikacyjnych (edukacja medialna). Składnikiem polityki publicznej powinno być także stworzenie możliwości finansowania, w tym bezpośrednie dofinansowywanie, określonych dóbr, usług i treści symbolicznych, także kulturalnych. Do czego z pewnością zaliczyć należy także archiwizowanie (digitalizację) dziedzictwa kultury.

Być może bardziej istotne niż określanie kluczowych obszarów aktywności państwa jest dostrzeżenie, że państwo w sferze aktywności symbolicznej z pewnością nie może być odrębnym i samodzielnym podmiotem, kulturowym hege-

monem. Aby móc wpływać na rozwój społeczno-gospodarczy w warunkach cywilizacji informacyjnej, musi odrzucić model hierarchicznej i dominującej organizacji politycznej na rzecz modelu partnerskiego współzarządzania, w którym władza publiczna staje się autonomicznym i aktywnym podmiotem wielu horyzontalnych sieci koordynacji działań zbiorowych.

Opisywaniu sygnalizowanych powyżej napięć i strukturalnych problemów cywilizacji informacyjnej mają służyć nowe koncepty i kategorie analityczne. Zapewne niektóre z nich utrwalą się i staną się składnikiem podstawowego słownika, a inne okażą się efemerydami. Formułowanie konceptualizacji rzeczywistości informacyjnej będzie skuteczniejsze, jeśli badacze nie tylko będą obserwować nowe zjawiska i nazywać je, lecz także podejmą dyskusję na temat właściwej płaszczyzny swych dociekań i poszukiwań. W moim przekonaniu nie powinna być to płaszczyzna kultury jako sektora (tym samym płaszczyzna przemysłów kultury czy nawet przemysłów kreatywnych). Potrzebna jest szersza perspektywa, i taką wydaje mi się perspektywa relacji między kulturą i rozwojem społeczno-gospodarczym, kluczowa dla opisu cywilizacji informacyjnej.

Akcentując tak mocno kwestię „kulturyzacji rozwoju społeczno-gospodarczego", baczyć trzeba, aby nie zejść na manowce ujmowania rozwoju jako postępu, bo to prowadzić może do bezkrytycznego optymizmu cywilizacyjno-technologicznego. Ważne, aby dostrzec, co i jak się dzieje, i w miarę możliwości unikać wartościowania tego. Cywilizacja informacyjna formuje się w napięciach i konfliktach i, jak wszystkie wcześniejsze, nie będzie wolna od sprzeczności i słabości. Stwarza nowe możliwości rozwiązywania dotychczasowych problemów, ale jednocześnie generuje kolejne. Jako swego rodzaju ostrzeżenie przed bezkrytyczną wiarą w cywilizacyjny postęp ludzkości dokonujący się za sprawą technologii informacyjnych potraktować należy niegdysiejsze mrzonki, że takie formy masowego przekazu, jak radio, telewizja czy kino przyniosą efekty aktywizujące obywateli, wspierając demokrację i proces szerszego oświecenia. Nie stało się tak, czego dobitnym przykładem mogą być Włochy rządzone przez Silvia Berlusconiego. Ale zarazem dostrzec trzeba, że ogólny poziom wiedzy i kultury dzięki tym mediom wyrównał się i uległ poprawie.

Kultura i transformacja

Od samego początku, czyli przełomu lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych, transformacja pozostawała pod wpływem dominującej wizji ekonomicznej i koncepcji politycznej tego procesu opierającej się na tzw. konsensie waszyngtońskim. Zgodnie z tym sposobem myślenia, który wyznaje wielu ekonomistów – w szczególności tych, którzy ponosili odpowiedzialność za zmiany gospodarcze – transformacja miała być przejściem (linearną zmianą) z gospodarki planowej do

gospodarki rynkowej. Przejściem koniecznym, jednorazowym i docelowym. Dla wielu ekonomistów, w tym także dla głównej postaci na naszej scenie gospodarczej – Leszka Balcerowicza, celem była gospodarka bez żadnych przymiotników, oczywista normalność. Obecnie można przyjąć, że mieli oni rację u progu tego procesu, jako że terapia szokowa była jedynym sposobem na szybkie przeskoczenie do rynku i gospodarki rynkowej. Jednak od samego początku myślenie gospodarcze decydentów było zdominowane przez imperatywną metodę tego przejścia (czyli w gruncie rzeczy nie transformacji). Nigdy poważnie nie rozważono innego podejścia – interaktywnej metody zmiany systemowej. A brak lub słabość interakcji społecznych w procesie transformacji stanowią przesłankę wytwarzania szczególnych i głębokich obszarów strukturalnych zapóźnień, utrudniających społeczno-gospodarczy rozwój Polski oraz innych krajów postkomunistycznych.

Można opisać ten mechanizm rozwoju społeczno-gospodarczego jako molekularny. Co oznacza, że nasz rozwój jest pochodną działań jednostek, działań indywidualnych. Oczywiście nie dotyczy to wszystkich obywateli, jednak większość radzi sobie całkiem dobrze. Są oni w stanie osiągnąć bardzo wiele w obszarze swych potrzeb materialnych i intelektualnych. Jednak gdy porównamy sferę indywidualną ze sferą publiczną, sferą działań zbiorowych, na pierwszy rzut oka zobaczymy wielkie różnice. W domenie publicznej panuje wielki bałagan. Wszystko, co związane jest z naszymi działaniami zbiorowymi, jest dużo słabsze, nie posiada mocnych podstaw, nie zostało skonsolidowane i nie rozwija się. Nasz rozwój opiera się zatem na kapitale ludzkim, jednak z drugiej strony kapitał społeczny jest na niezwykle niskim poziomie. Dane dotyczące kapitału społecznego pokazują, że kraje postkomunistyczne – a wśród nich Polska – pozostają daleko w tyle za krajami rozwiniętymi.

Ogólnie rzecz biorąc, rozwój społeczno-ekonomiczny jest zależny od trzech mechanizmów koordynacji: • powiązań rynkowych, • hierarchii zarządzania oraz • sieci partnerskich. Główny problem związany z rządzeniem polega na tym, w jaki sposób wykorzystać te mechanizmy i w jaki sposób przechodzić od jednego do drugiego w przypadku kryzysu lub trudności strukturalnych. Jeżeli kapitał społeczny jest na niskim poziomie, a w związku z tym wymiar społeczny rozwoju jest słaby, rozwiązanie problemów ładu instytucjonalnego jest bardzo trudne. Nie istnieją fundamenty społeczne, brakuje społecznych zasobów niezbędnych do reformowania państwa i usług publicznych. Przy czym państwo jest uważane za najwyższą siłę i wyłącznego decydenta politycznego, a nie publicznego partnera mogącego współpracować z innymi partnerami, także niepublicznymi. Podobna sytuacja jest w sferze gospodarczej, gdzie kładzie się nacisk wyłącznie na własność prywatną, interesariuszy zaś lekceważy się i ignoruje.

Gdy dyskutujemy o obecnym kryzysie, to zajmujemy się wyłącznie państwem i rynkiem. Problem zostaje sprowadzony do wahadła kołyszącego się pomiędzy nimi. Wszystkie inne kwestie są pomijane. Jednak w ten sposób nie uda się znaleźć

skutecznych rozwiązań problemów. Do tego potrzebujemy nie tylko rynku i hierarchii, ale także partnerstwa we wszystkich domenach aktywności społecznej.

Ten specyficzny molekularny typ rozwoju, charakterystyczny dla krajów postkomunistycznych, skutkuje brakiem zdolności dostosowania instytucjonalnego. O wiele łatwiej jest tworzyć nowe, niż dostosowywać i rozwijać istniejące już instytucje. W praktyce obserwujemy, jak partie polityczne na szeroką skalę kolonizują i niszczą instytucje publiczne. Nieliczne są przykłady instytucji ustanowionych, a następnie autonomicznie dostosowywanych i rozwijanych. Dlatego też cały proces ustrojowej zmiany nie został jeszcze skonsolidowany i ciągle w podstawowych kwestiach miotamy się od ściany do ściany.

Podsumowując: z jednej strony można dostrzec wielkie zmiany i dorównywanie Europie Zachodniej, a z drugiej – rosnące trudności związane z rozwiązywaniem skomplikowanych problemów społecznych. W Polsce nie radzimy sobie z budową autostrad ani z modernizacją kolei. Budowanie autostrad nie jest aż takie trudne i niektóre kraje w naszym regionie wykonały to zadanie dosyć szybko i skutecznie. A co ze zmianami klimatycznymi, bezpieczeństwem energetycznym, narastającym deficytem wody, gospodarką opartą na wiedzy lub społeczeństwem informacyjnym – czyli z kwestiami bardziej skomplikowanymi, których rozwiązywanie wymaga innowacji technicznych i społecznych, współpracy i współzarządzania? Ogólnie rzecz biorąc, w takich obszarach niezbędne jest podejście horyzontalne, a nie sektorowe i wertykalne. To tutaj tkwią twarde i trudne do usunięcia bariery rozwoju społeczno-gospodarczego i zewnętrzne finansowanie unijne nie wystarczy, aby je przezwyciężyć. Musimy zmienić nasze instytucje, formować nowe mechanizmy koordynacji działań zbiorowych, a także naszą tożsamość, aby być w stanie przekroczyć ten próg rozwojowy.

Kultura jest ofiarą opisanego sposobu rozwoju. Jednak kultura powinna być także postrzegana jako brakujące ogniwo konieczne do jego modyfikacji. Potrzebny jest inny model rozwoju, który można nazwać modularnym: to rozwój zrównoważony, szerszy, multiskalarny w odniesieniu do czasu i przestrzeni. Ten rodzaj rozwoju zdecydowanie wymaga kultury nie tylko jako obszaru działań jednostek i indywidualnej kreatywności, ale także jako dziedziny komunikacji zbiorowej, dyskursu, współpracy i innowacji.

Kultura jest zatem jednym z tych kluczowych obszarów, w których rozstrzygać się będzie, czy uda nam się przezwyciężyć mocne i utrwalone bariery rozwoju tkwiące w ukształtowanym w Polsce ładzie instytucjonalnym. Syntetycznie można opisać ten ład jako system zinstytucjonalizowanej nie-odpowiedzialności, która przejawia się w trzech głównych płaszczyznach:

- Nie-odpowiedzialność społeczna to przerzucanie odpowiedzialności za kształt życia społecznego na państwo przy jednoczesnym dążeniu jednostek i grup do prywatyzacji zysków i upubliczniania strat.

- Nie-odpowiedzialność polityczna to partyjna kolonizacja aparatu państwa, klientelizm polityczny, „obojętność" klasy politycznej wobec patologii życia publicznego, uznawanie przez polityków prawa do „renty politycznej", instytucjonalna korupcja i powszechność quasi-funduszy publicznych, niekontrolowanych przez parlament.
- Nie-odpowiedzialność administracyjna to urzędnicza uznaniowość, brak osobistej odpowiedzialności urzędników, niska jakość decyzji administracyjnych, niska sprawność i nieprzejrzystość procedur administracyjnych.

Kultura może stać się jednym z kluczowych obszarów przełamywania kryzysu i uruchamiania rozwoju, pod warunkiem przeprowadzenia w tym sektorze zasadniczej reformy instytucjonalnej i restrukturyzacji publicznych instytucji kultury. Zmiany powinny być programowane w trzech perspektywach spojrzenia na kulturę:

- jako sektor,
- jako istotny zasób ekonomiczny,
- jako przestrzeń komunikacji i społecznego współdziałania, czyli niezbywalnego mechanizmu aktywizacji potencjału rozwojowego.

W sektorze kultury dominującą reakcją na kryzys jest dążenie do przetrwania poprzez pasywne przystosowanie i aktywne zabieganie o zewnętrzną ochronę. Wytwarza to poważne zagrożenie dla działalności programowej publicznych instytucji kultury, a tym samym substancji kultury. Kultura może stać się jednym z istotnych mechanizmów aktywizacji dostępnych zasobów ekonomicznych i ożywiania działalności gospodarczej, co w dalszej perspektywie przyczyni się do wzrostu znaczenia kultury jako koniecznego czynnika rozwoju społeczno-gospodarczego.

Aby tak się stało, sektor kultury musi być poddany fundamentalnej i kompleksowej reformie. Nie wszystkie jej elementy trzeba wprowadzić od razu i całościowo, ale proces powinien się rozpocząć jak najszybciej, i to od zdecydowanych posunięć legislacyjnych i organizacyjnych. Niezbędne oszczędności muszą być tak wprowadzane, aby ową reformę wyzwolić i stymulować, a jednocześnie zasoby instytucji kultury mają zostać włączone w szereg rządowych i samorządowych programów rozwojowych.

W płaszczyźnie pierwszej – kultura jako sektor – najważniejszą kwestią jest zaproponowanie i wdrożenie systemowej reformy dotyczącej zarówno samych instytucji kultury, jak i sposobu ich organizowania i nadzorowania oraz finansowania.

W płaszczyźnie drugiej – kultura jako istotny zasób ekonomiczny – najważniejszą kwestią jest uruchomienie różnych mechanizmów włączania zasobów kultury do obiegu gospodarczego i aktywizacji jej potencjału rozwojowego. Wiąże się to z dostrzeżeniem ekonomicznej wartości dziedzictwa kulturowego i uznaniem dziedzictwa za kategorię rozwojową – a nie tylko problem konserwatorski – co wymaga umiejętnego zarządzania nim.

W płaszczyźnie trzeciej – kultura jako przestrzeń komunikacji i społecznego współdziałania – najważniejszą kwestią jest dostrzeżenie w kulturze czynnika określającego postawy ekonomiczne i aktywność gospodarczą. A tym samym uznanie, że wysoka kompetencja kulturowa jest warunkiem spójności społecznej i rozwoju gospodarczego.

Tak więc kultura jest koniecznym mechanizmem komunikacji, współpracy i rozwoju. Jednak aby go uruchomić, należy najpierw zreformować kulturę jako sektor, który jest przede wszystkim sektorem państwowym. Na początek konieczne jest otwarcie tego sektora i udostępnienie finansowania publicznego organizacjom obywatelskim i prywatnym. W ten sposób można wykreować nowych promotorów zmian. Biblioteki, opery, teatry, muzea, domy kultury są traktowane jak organizacje zamknięte i jako miejsca pracy. Jednak powinny stać się otwartymi przestrzeniami kreatywności, otwartymi dla różnych stron. To umożliwi zainicjowanie interakcji społecznych zorientowanych na zmiany instytucjonalne.

Potrzebne są zatem różne działania na rzecz kultury i wykorzystywania jej jako czynnika rozwoju, począwszy od legislacji, poprzez lepsze finansowanie i zarządzanie, aż do samoorganizacji, samorządności, dialogu i partnerstwa. Niezbędne jest także dostrzeżenie roli rynku. Nie „jedynie rynku" czy nawet „po pierwsze rynku", ale „także rynku". Wyłącznie za pomocą tak szerokiego wachlarza działań będzie można uruchomić bodźce do reformy kultury jako sektora państwowego. Potrzebujemy całego spektrum inicjatyw oddolnych i odgórnych oraz pochodzących z boku. To centralny punkt polityki kulturalnej naszych czasów.

Lecz aby taka polityka kulturalna była możliwa, kulturze najbardziej potrzebni są ci politycy, urzędnicy, eksperci i twórcy, którzy zdecydują się być menadżerami zmiany, głębokiej instytucjonalnej reformy, którzy zajmą się nie tylko swoim podwórkiem, swoją organizacją czy grupą zawodową, ale kulturą jako przestrzenią komunikacji społecznej i rozwoju. W przeciwnym razie kultura będzie wprawdzie trwać i nawet jakoś się rozwijać, ale będzie to rozwój zdegenerowany.

Podsumowanie

W cywilizacji informacyjnej (poprzemysłowej) nie ma sensu rozdzielanie rozwoju gospodarczego i społecznego. Nie chodzi już tylko o to, aby dostrzec, że jeden wpływa na drugi. Sedno w tym, aby przyjąć, że jeden jest drugim: jeśli rozwój nie jest społeczny, to nie jest też gospodarczy – i odwrotnie. Rozwój dokonuje się za sprawą przenikania i wzmacniania się tego, co ekonomiczne i społeczne, materialne i duchowe, twarde i miękkie.

Wpływu kultury na rozwój terytorialny (np. województwa czy miasta) nie należy sprowadzać do kwestii promocji i zewnętrznej atrakcyjności, czyli do zagadnienia przyciągania inwestorów, kapitału turystów czy nowych rezydentów. O wiele

ważniejsze jest dostrzeżenie jej znaczenia dla odkrywania, wykorzystywania, waloryzowania i pomnażania własnych zasobów. Głównym kryterium rozwoju nie jest poziom czy dynamika tworzonego PKB, lecz szeroko ujmowana jakość życia mieszkańców.

Kluczem do zrozumienia istoty rozwoju jest kategoria „podtrzymywalności" (*sustainability*). Ponieważ w Polsce źle tłumaczymy i źle rozumiemy to pojęcie, trzeba podkreślić, że mówimy nie o równowadze, ale o zmianie. Jeżeli w tym kontekście rozwój ma mieć sensowną konotację, to idzie nie o równowagę, lecz o równoważenie, nie o stałość, stabilizację, lecz o stabilność.

Rozwój wynika z efektywnego wykorzystania różnych kapitałów – twardych i miękkich. Współcześnie wzrasta rola tych drugich, czyli kapitału ludzkiego, intelektualnego, społecznego i kulturowego. To oznacza, że coraz większej wagi nabiera kapitał, który jest w ludziach i jest osadzony w relacjach społecznych (kapitały miękkie), w porównaniu do kapitałów (twardych), którymi ludzie mogą i potrafią się posłużyć (np. kapitał finansowy).

Dziedzictwo jest zakumulowanym przez wcześniejsze pokolenia zasobem kapitałów.

Aby móc włączyć te zakumulowane kapitały do rozwoju, niezbędna jest tożsamość, rozumiana jako podmiotowość. Rzecz nie tylko w tym, kim się jest, z czego się wyrasta i co się posiada, ale także w tym, do czego się dąży, co chce się osiągnąć.

Pożytkowanie dziedzictwa wymaga interpretacji i kreatywności, jest nie tylko jego poznawaniem i chronieniem, ale też jego waloryzowaniem i uzupełnianiem. Rozwój to twórcze przeobrażenie własnego dziedzictwa.

Prawo do kultury to prawo do rozwoju i powinno być ono traktowane jako jedno z podstawowych, konstytucyjnych praw człowieka. Z tego prawa może faktycznie skorzystać tylko jednostka lub zbiorowość autonomiczna i kreatywna. Dlatego samo legislacyjne ustanowienie prawa do kultury jest zdecydowanie niewystarczające.

Nowoczesny rozwój to proces, w którym popyt generuje podaż (stąd znaczenie edukacji kulturalnej), ale też podaż tworzy popyt (stąd znaczenie wolnego internetu). Rozwój wiąże się ze zmianą technologiczną. Technologie jednak nie zapewniają rozwoju. Czasami mogą go blokować. Technologie jedynie umożliwiają rozwój, który dokonuje się za sprawą komunikacji i współdziałania wielu różnych podmiotów. Sieci koordynacji działań są społecznym interfejsem i katalizatorem rozwoju.

Do rozwoju niezbędne są inteligentne sieci koordynacji działań zbiorowych, czyli takie, które pobudzają wiedzę społeczną.

Oczywiście działanie zgodne z tymi tezami nie jest sprawą prostą. Wprost przeciwnie, stawia ono duże wymagania i jest nader rzadkie. Znacznie częstsze niż przykłady wysokiej efektywności rozwojowej są przykłady odwrotne, czego świadectwem jest wszechobecny globalny kryzys.

Literatura

Brown C.V., Jackson P.M. [1982], *Public sector economics*, Martin Robertson, Oxford.

Filiciak M., Tarkowski A. [2010], *Niebezpieczne związki – rynkowa i społeczna produkcja kultury*, w: *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, A. Gwóźdź (red.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Jünger E. [1999], *Awanturnicze serce*, Czytelnik, Warszawa.

Krzysztofek K. [2010], *Tendencje rozwoju kreatywnej ekonomii w sieciach*, w: *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, A. Gwóźdź (red.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Musgrave R.A. [1938], *The voluntary exchange theory of public economy*, „Quarterly Journal of Economics", nr 53, February.

Picciotto R. [1999], *Personal reflection on the policy dialogue*, w: *Inclusion, justice, and poverty reduction*, G. Kochendörfer-Lucius, B. Pleskovic (red.), German Foundation for International Development (DSE), Bonn.

Samuelson P.A. [1954], *The pure theory of public expenditure*, „Review of Economics and Statistics", November.

Surdej A. [2006], *Determinanty regulacji administracyjnoprawnych w oddziaływaniu państwa na gospodarkę*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków.

Część II

Kultura jako zasób

Agata Wąsowska-Pawlik

Polityka kulturalna Polski 1989–2012

Ministrowie kultury 1989–2013

Izabella Cywińska (12 X 1989 – 14 XII 1990)
Marek Rostworowski (12 I 1991 – 5 XII 1991)
Andrzej Siciński (23 XII 1991 – 15 VII 1992)
Piotr Łukasiewicz, kierownik ministerstwa, bez teki ministra (15 VII 1992 – 17 II 1993)
Jerzy Góral (11 II 1993 – 26 X 1993)
Kazimierz Dejmek (26 X 1993 – 7 II 1996)
Zdzisław Podkański (7 II 1996 – 31 X 1997)
Joanna Wnuk-Nazarowa (31 X 1997 – 25 III 1998)
Andrzej Zakrzewski (26 III 1999 – 10 II 2000)
Kazimierz Michał Ujazdowski (16 III 2000 – 12 VII 2001)
Andrzej Zieliński (12 VII 2001 – 19 X 2001)
Andrzej Celiński (19 X 2001 – 6 VII 2002)
Waldemar Dąbrowski (6 VII 2002 – 2 V 2004; 2 V 2004 – 31 X 2005)
Kazimierz Michał Ujazdowski (31 X 2005 – 7 IX 2007, 12 IX – 16 XI 2007)
Bogdan Zdrojewski (17 XI 2007 – do chwili obecnej [czerwiec 2013])

Kulturę kształtuje wiele czynników. Jednym z ważniejszych jest polityka kulturalna. W niniejszym tekście zaprezentowane zostaną historia i rozwój polityki kulturalnej Polski od roku 1989 do chwili obecnej, a także zarysowane najważniejsze cechy modeli polityki kulturalnej realizowanej w innych krajach.

Definicja pojęcia

Polityka kulturalna każdego kraju jest pochodną jego ustroju politycznego i dotyczy tej części polityki społecznej państwa, która odnosi się do twórczości artystycznej, promocji różnorodności, dostępności wytworów kultury, ochrony i zachowania dziedzictwa kulturowego. Niektórzy badacze określają politykę kulturalną jako „wpływanie instancji nadrzędnych (decyzyjnych) na bieg rzeczy w kulturze" [Gierat-Bieroń, 2012, s. 60]. Dorota Ilczuk podaje, że jest to „celowa, systematyczna ingerencja w sferę kultury [...] prowadzona dla osiągnięcia czterech podstawowych celów: zachowania tożsamości kulturowej narodu; zapewnienia równego dostępu do kultury; promocji twórczości i wysokiej jakości dóbr i usług kulturalnych; takiego zróżnicowania oferty kulturalnej, aby każda grupa społeczna mogła w niej znaleźć coś dla siebie" [Ilczuk, 2002, s. 12]. W przewodniku po problematyce polityki kulturalnej Simon Mundy pisze: „Można stwierdzić, że polityka kulturalna to zapewnienie takich form dostępu do kultury, by jednostka – w kontekście społecznym – mogła bez przeszkód poznawać i wykorzystywać dziedzictwo przeszłości, a także potencjał kryjący się w przyszłości. Ponieważ, mimo charakteru społecznego, dostęp do kultury opiera się na doświadczeniu jednostkowym, zapewnienie owego dostępu dotyczy każdego rodzaju rządu, agencji oraz struktur społeczeństwa obywatelskiego – bez względu na to, czy mają one charakter polityczny, rynkowy czy też altruistyczny. Zatem spora część zarządzania polityką kulturalną skupia się na określeniu funkcji każdego z tych różnych, a czasem konkurujących ze sobą poziomów, jak również na zdefiniowaniu związków pomiędzy nimi" [Mundy, 2000, s. 31][1]. Warto także przytoczyć opinię Mariana Golki, według którego głównym celem polityki kulturalnej winna być pomoc w tworzeniu się społeczeństwa obywatelskiego, tak by jego grupy miały zapewnioną swobodę twórczej ekspresji [Golka, 1997, s. 21].

Polityka kulturalna państwa formułowana jest w pewnym kontekście, tworzonym nie tylko przez sytuację społeczno-gospodarczą kraju, ale także przez międzynarodowe umowy i konwencje. Dla polskiej polityki kulturalnej ważny jest kontekst europejski i tradycja zaangażowania państwa w sprawy kultury. Ramy odniesienia stanowi też polityka Unii Europejskiej z jej zasadą subsydiarności, czyli nieingerowania przez organy wyższego szczebla w decyzje, które mogą być najefektywniej podejmowane przez organy niższego szczebla.

Jednym z głównych wątków międzynarodowej dyskusji o kulturze po roku 1989 była rola kultury w procesie rozwoju. Podczas 26. Sesji Ogólnej Konferencji UNESCO w 1991 roku podjęto decyzję o utworzeniu Światowej Komisji Kultury i Rozwoju. Miała ona przygotować raport, który stałby się punktem odniesienia dla

[1] Tłumaczenie fragmentu na potrzeby tekstu: Robert Kusek.

rządów i wpłynąłby na zwiększenie zainteresowania kulturą w ogóle. Raport *Our creative diversity* [*Nasza twórcza różnorodność*] został zaprezentowany w listopadzie 1995 roku. Rada Europy przygotowała swoje uzupełnienie w postaci dokumentu *In from the margins* [*Wydobyć z marginesu*], powstałego w czerwcu 1997 roku.

Warto przypomnieć, że jednym z pierwszych europejskich dokumentów podkreślających rolę kultury była Europejska Konwencja Kulturalna z 1954 roku, opracowana przez utworzoną pięć lat wcześniej Radę Europy. Celem Konwencji było zachęcenie państw europejskich do współpracy w dziedzinie kultury, a więc także wskazanie na potrzebę rozwijania dorobku artystycznego, wagę wspólnego dziedzictwa kulturowego i potrzebę jego ochrony. Autorzy raportu *Wydobyć z marginesu* twierdzą, że od czasu II wojny światowej polityka kulturalna państw europejskich realizowana była w oparciu o cztery podstawowe zasady: • promowania tożsamości narodowej, • akceptacji europejskiej wielokulturowości, • stymulacji wszelkiego rodzaju twórczości i • zachęcania do uczestnictwa we wszelkich formach życia kulturalnego. Te zasady pozostają nadal aktualne, należy jednak odczytać je na nowo w kontekście zmian globalizacyjnych oraz w jeszcze większym stopniu „wydobyć", aby skuteczniej budować społeczeństwo obywatelskie [*Wydobyć z marginesu*, 1998, s. 13].

Wybrane modele polityki kulturalnej

Twórcy polityki kulturalnej w Polsce po 1989 roku nie wzorowali się szczególnie na jakimś wybranym modelu. Izabella Cywińska przyznawała się do inspiracji doświadczeniami francuskimi. Z kolei Andrzej Siciński cenił model brytyjski. Dorota Ilczuk w swojej najnowszej książce *Ekonomika kultury* wyróżnia pięć modeli polityki kulturalnej w Europie: nordycki, anglosaski, śródziemnomorski, francuski i niemiecki. Poniżej zaprezentowane zostaną najistotniejsze cechy tych modeli. Pokazany zostanie także model amerykański, z uwagi na częste – i stereotypowe opisywanie go jako modelu bez polityki kulturalnej.

Francja

Francuski model nawiązuje do historycznej roli patrona wobec sztuki i artystów, którą odgrywał dwór królewski. Po rewolucji francuskiej państwo przejęło nie tylko funkcje monarchii, ale także Kościoła, wzmacniając tym samym centralny system regulacji. Państwo wzięło wówczas odpowiedzialność za ochronę i udostępnianie dziedzictwa kulturowego, a także patronat nad twórcami. Równy dostęp do kultury dla wszystkich obywateli gwarantuje francuska ustawa zasadnicza.

Państwo, reprezentowane przez Ministerstwo Kultury (od 1997 roku Ministerstwo Kultury i Komunikacji), posiada najważniejsze prerogatywy w kształtowaniu celów i kierunków polityki kulturalnej. Ważniejsze jest jednak powszechne przekonanie, że bez kultury nie ma rozwoju ani w zakresie społecznym, ani ekonomicznym. Sektor kultury jest integralną częścią procesu wpływającego na jakość życia obywateli. Tę opinię kultura zawdzięcza mocnej pozycji ministrów kultury, od André Malraux poczynając. Charakterystyczne, że jedyni znani powszechnie ministrowie kultury krajów europejskich to właśnie Francuzi. Swoistym elementem francuskiej polityki kulturalnej jest dekoncentracja, w wyniku której we wszystkich departamentach działają tzw. Dyrekcje Regionalne ds. Kultury (DRAC) będące przedstawicielstwami ministerstwa. Dyrekcje poprzez finansowanie i pomoc – organizacyjną oraz personalną – dla lokalnych instytucji wdrażają rządowe priorytety, wpisując się w strategię regionów. W raporcie na temat polityki kulturalnej Francji czytamy, że jej podstawowe cele są niezmienne od czasów André Malraux. Niezależnie bowiem od zmian w technologii komunikacji, nadal chodzi przede wszystkim o udostępnianie wytworów kultury (aktualnie także innych kultur niż francuska) jak największej liczbie odbiorców, wspieranie twórczości i dostępu do dziedzictwa kulturowego [*Compendium. Country profile. France*, 2011, s. 7].

Niemcy

Niemiecki model polityki kulturalnej oparty jest na systemie federalnym. Współczesne Niemcy to konglomerat wielu historycznych feudalnych księstw i niezależnych republik miejskich, które jako jeden, bardziej scentralizowany twór – Rzesza Niemiecka – pojawił się dopiero w drugiej połowie XIX wieku. Każde księstwo czy miasto tworzyło zatem własną politykę kulturalną i ta tradycja żywa jest również i dziś w szesnastu krajach związkowych (landach). Ten wysoki stopień decentralizacji został wzmocniony lekcją hitleryzmu i II wojny światowej, kiedy kultura stała się narzędziem promocji ideologii faszystowskiej. Po zakończeniu wojny rozwiązania decentralistyczne zostały ponownie wprowadzone. Po zjednoczeniu Niemiec w 1990 roku ten sam system wdrożono w przyłączonych landach wschodnich. Rząd federalny i w szczególności utworzony w 1998 urząd Pełnomocnika Rządu Federalnego ds. Kultury i Mediów (BKM – Bundesbeauftragter für Kultur und Medien) odpowiada przede wszystkim za legislację na poziomie narodowym (np. prawo autorskie), politykę medialną, zagraniczną politykę kulturalną, współfinansowanie instytucji i projektów o znaczeniu ponadregionalnym, takich jak wspieranie instytucji kultury w Berlinie, nowej stolicy zjednoczonego państwa. Poszczególne landy posiadają zwykle urzędy odpowiedzialne za kulturę, niekiedy w połączeniu ze sportem lub nauką. Platformą współpracy pomiędzy regionami jest Stała Konferencja Ministrów Kultury Landów RFN (KMK – Stän-

digen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland) [*Compendium. Country profile. Germany*, 2012, s. 2].

Wielka Brytania

Brytyjski (anglosaski) model zarządzania i finansowania kultury opiera się na zasadzie tzw. przedłużonego ramienia (*arm's length principle*) i w założeniu ma wyznaczać granicę między światem polityki a twórcami. W dużym uproszczeniu polega to na przekazywaniu przez polityków środków instytucjom pośredniczącym, które rozdzielają je, zachowując niezależność i w sposób transparentny. Podmiotem rządowym kształtującym główne nurty polityki kulturalnej jest Department for Culture, Media and Sport, czyli Ministerstwo Kultury, Środków Przekazu i Sportu, który odpowiada za sztukę, sport (w tym za Igrzyska Olimpijskie i Paraolimpijskie w 2012 roku), Loterię Narodową, turystykę, biblioteki, narodowe muzea i galerie w Anglii, środki masowego przekazu, przemysły kreatywne, w tym filmowy i muzyczny, modę, dizajn, reklamę, rynek sztuki oraz wolność prasy, regulacje, prawo autorskie, hazard i dziedzictwo kulturowe. Dewolucja brytyjska, czyli samodzielność legislacyjna Anglii, Szkocji, Walii i Irlandii Północnej sprawiły, że niektóre dziedziny, w tym kultura, podlegają zgromadzeniom ogólnym i rządom tych krajów. Finansowanie kultury w Wielkiej Brytanii odbywa się poprzez instytucje pośredniczące, tzw. nieresortowe ciała publiczne (*non-departamental public bodies*) lub tzw. *quangos* (*quasi nongovernmental organisations*). Są nimi m.in. Arts Council England, Creative Scotland, Arts Council of Wales, Arts Council of Northern Ireland; niektóre instytucje kultury, jak np. Victoria and Albert Museum czy Tate Galleries, również mają taki status. Warto w tym miejscu wspomnieć, że pierwszą organizacją realizującą założenia polityki kulturalnej na zasadzie tzw. przedłużonego ramienia była założona w 1940 roku Council for the Encouragement of Music and the Arts – Rada ds. Wspierania Muzyki i Sztuki. Działała ona pod przewodnictwem wielkiego brytyjskiego ekonomisty Johna Maynarda Keynesa i dzięki niemu została przekształcona w 1946 roku w Arts Council of Great Britain[2]. Jednym z najważniejszych źródeł finansowania kultury w Wielkiej Brytanii jest założona w 1994 roku Loteria Narodowa, której zyski dystrybuowane są m.in. przez rady sztuki [*Compendium. Country profile. United Kingdom*, 2012, s. 9].

[2] John Maynard Keynes, kolekcjoner dzieł sztuki i znawca malarstwa, należał do Grupy Bloomsbury, którą tworzyli artyści i intelektualiści skupieni wokół Virginii Woolf i jej siostry Vanessy Bell.

Stany Zjednoczone

Sektor kultury w Stanach Zjednoczonych ukształtował się odmiennie niż w Europie. Determinuje go historia społeczeństwa amerykańskiego, którego początki związane są z emigrantami z Europy szukającymi wolności i niezależności od państwa absolutystycznego i Kościoła rzymskokatolickiego. Sfera kultury i, szerzej, sfera publiczna oparte są na indywidualizmie i filantropii – obowiązku „oddania" tego, co się zyskało dzięki warunkom stworzonym przez państwo. Indywidualna decyzja i woluntaryzm odgrywają podstawową rolę. Siłą kultury USA jest silne społeczeństwo obywatelskie. Niemal wszystkie instytucje kultury mają status organizacji pozarządowych (przede wszystkim formę stowarzyszenia tzw. 501c 3 – oznaczenie pochodzące z artykułu kodeksu podatkowego) i organizacji nienastawionych na zysk oraz uznane są za organizacje pożytku publicznego. W przypadku USA nie mówi się o opozycji państwo – rynek, ale o przeciwstawieniu sfery komercyjnej i niekomercyjnej. Wypada zwrócić uwagę, że poniższe uwagi nie dotyczą sfery komercyjnej, w której realizuje się kultura masowa związana z przemysłem rozrywkowym (chociaż korzysta ona z tych samych praw co sfera niekomercyjna).

W USA nie ma ministerstwa kultury ani żadnej instytucji na poziomie federalnym, która pełniłaby funkcję podobną do ministerstwa w znaczeniu europejskim. Powołany w 1965 roku federalny urząd National Endowment for the Arts (NEA) nie odgrywa większej roli. Budżet NEA w 2005 roku wynosił 125 mln dolarów. Sens istnienia NEA i tak jest podważany, z obawy przez centralizacją, ograniczaniem roli społeczeństwa obywatelskiego i przed państwem dyktującym jedynie słuszne normy artystyczne [Martel, 2008, s. 490]. Neutralność państwa w sferze kultury jest wartością.

Funkcjonowanie instytucji kulturalnych nienastawionych na zysk oparte jest na systemie podatkowym, a konkretnie na bardzo korzystnym systemie ulg i odpisów podatkowych, dogodnym nie tylko dla samych instytucji, ale i dla tych, którzy je finansują. Chodzi nie tylko o najbogatszych, lecz także o zwykłych odbiorców kultury zasilających szeregi osób finansujących instytucję. Charakterystycznym pytaniem menadżerów kultury z USA jest tzw. *membership*, czyli to, jak wielu indywidualnych donatorów posiada instytucja. Państwo interweniuje zatem w sektor kultury, ale czyni to w sposób pośredni, za pomocą rozwiązań fiskalnych. Inny ważny element działania instytucji kultury to wolontariat. Powszechnym zjawiskiem jest rzesza współpracowników, którzy „oddają" instytucji swój czas i kompetencje. System funkcjonowania kultury nienastawionej na zysk, który jest w stanie produkować sztukę o najwyższej jakości artystycznej, musi zmierzyć się z wieloma wyzwaniami, takimi jak wpływ sektora komercyjnego, erozja systemu, który stwarza okazję do niepłacenia podatków, kwestia niewielkiego zasięgu projektów kulturalnych wysokiej jakości, autocenzura w wyniku uzależnienia od gustu donatorów.

Polityka kulturalna Polski po 1989 roku

Moment przełomu politycznego w roku 1989 jest zarazem cezurą w wymiarze społecznym i kulturowym. Zamyka epokę komunizmu, gospodarki planowej, cenzury. Do 1989 roku termin „polityka kulturalna" obarczony był negatywną konotacją, związaną z brakiem wolności słowa, centralizacją, monopolem państwa [Golka, 1997, s. 23]. W związku z tym u progu zmian politycznych wręcz odżegnywano się od używania tego określenia.

Izabella Cywińska, która po przełomie objęła stanowisko ministra kultury, tak opisywała tamten okres: „Wychowana w PRL-u, byłam zrażona do pojęcia »polityka kulturalna«. Uciekając od negatywnych skojarzeń związanych z tym terminem za komuny, powiedziałam kiedyś, że polityka kulturalna mnie nie interesuje. Odebrane to zostało fatalnie, bo ludzie myśleli, że będę zamykać, jak leci. Po pierwsze, chodziło o odejście od narzucania czegokolwiek komukolwiek, o zlikwidowanie fasadowości socjalistycznej, mocno obecnej w polskim życiu kulturalnym, oraz o stworzenie przekonania, że kto zamawia melodię, ten płaci skrzypkowi, czyli że kultura musi korespondować ze zdrowymi zasadami rynku. Preferowałam takie rozumowanie, że skoro nie ma pieniędzy, to trzeba szczególny nacisk położyć na rzeczy najcenniejsze, na kulturę najwyższą, ale wyselekcjonowaną (mogącą nas reprezentować w świecie), i na kulturę popularną, doceniając jej wagę w kształtowaniu demokratycznego społeczeństwa" [Gierat-Bieroń, 2009, s. 24–25].

Mimo tych deklaracji brakowało całościowej koncepcji polityki kulturalnej, panowała wiara w jedyną słuszną drogę, którą wyznaczały demokracja i wolny rynek. Po latach dominacji państwa uważano, że jego oddziaływanie na sektor kultury powinno być zminimalizowane. W jakimś sensie kultura w Polsce do dziś płaci za ówczesne decyzje marginalizacją, i to zarówno w wymiarze symbolicznym, jak i finansowym.

W pierwszych latach transformacji dokonano prywatyzacji rynków wydawniczego i muzycznego, które dziś zaliczamy do sektora tzw. przemysłów kultury. Należy jednak pamiętać, że ówczesne zmiany ustrojowe były decyzjami bez precedensu, realizowanymi „z marszu", a na ludziach, którzy je inicjowali ciążyło poczucie ogromnej odpowiedzialności za podejmowane decyzje. To właśnie decyzje Izabelli Cywińskiej okazują się dzisiaj najodważniejsze.

We wrześniu 1990 roku w Ministerstwie Kultury i Sztuki przygotowano na posiedzenie Rady Ministrów materiał pod nazwą *Kultura w okresie przejściowym*, w którym jako naczelne zadanie polityki kulturalnej państwa przyjęto „ochronę praw obywateli do swobodnej twórczości, swobodnego wyboru form uczestnictwa i swobodnego wyboru jej wartości". Pierwszym oficjalnym dokumentem omawiającym główne założenia polityki kulturalnej państwa był dokument *Poli-*

tyka kulturalna państwa. Założenia, przyjęty przez Radę Ministrów w sierpniu 1993 roku. Określenie „polityka kulturalna" użyte w tytule miało podkreślić wagę tej polityki w sytuacji, kiedy „państwo nie wyrzeka się wpływu na życie kulturalne i uczestnictwo społeczeństwa w kulturze, a także dopóki kultura uznawana jest za niezbywalny składnik tożsamości narodowej" [*Ministerstwo Kultury i Sztuki*..., 1998, s. 346]. W dokumencie wskazano dwa obszary szczególnego zainteresowania państwa – ochronę dziedzictwa narodowego oraz książkę i czytelnictwo. Obok nich wymieniono silną rolę samorządów przy zmniejszonej władzy ministerstwa kultury (decentralizacja zarządzania), obowiązek wspierania przez państwo najwartościowszych przedsięwzięć, wspieranie rozwoju tzw. trzeciego sektora. Andrzej Siciński, wielki orędownik idei społeczeństwa obywatelskiego, minister, za którego kadencji rozpoczęły się prace nad tym dokumentem, podkreślał potrzebę polityki kulturalnej jako „spójnej, ciągłej, konsekwentnej, niezależnej od tego, kto w danym momencie ministruje" [Gierat-Bieroń, 2009, s. 64].

Po objęciu teki ministra przez Kazimierza Dejmka dokument trafił jednak do szuflady. Inny dokument legislacyjny – Ustawę o prawie autorskim – zaczął przygotowywać bliski współpracownik ministra Sicińskiego Piotr Łukasiewicz, dokończył zaś minister Jerzy Góral, tak że została ona uchwalona w 1994 roku już za kadencji ministra Dejmka. Nowością w działaniach Ministerstwa było finansowanie projektów poprzez przyznawanie grantów. Ta oczywista dziś metoda wspierania twórczości artystycznej wtedy budziła kontrowersje i sprowadziła na resort kontrolę NIK.

Deklaratywna była też Karta Kultury Polskiej, która powstała w 1996 roku pod patronatem prezydenta Aleksandra Kwaśniewskiego. Karta akcentowała przede wszystkim państwowy mecenat w kulturze, przestrzegała przed zbytnią jej komercjalizacją, a także wskazywała na potrzebę promocji kultury polskiej w świecie.

Kolejnym dokumentem resortowym były *Zadania Ministerstwa Kultury i Sztuki 1996–1997*. Za najważniejsze uznano wówczas ochronę dziedzictwa kulturowego, promocję książki i czytelnictwa oraz edukację kulturalną. Warto podkreślić, że za kadencji ministra Zdzisława Podkańskiego zatrzymany został spadkowy trend w finansowaniu kultury z budżetu państwa: wydatki wzrosły z 0,69 do 0,82% [*Kultura i przemysły kultury*..., 2002, s. 15]. W tym czasie również opracowano ponad 170 aktów prawnych, w tym 10 ustaw, m.in. o muzeach, o bibliotekach, o obowiązkowym egzemplarzu bibliotecznym, znowelizowano ustawę o prowadzeniu i organizowaniu działalności kulturalnej [*Ministerstwo Kultury i Sztuki*..., 1998, s. 355]. W 1997 roku opublikowany został raport *Kultura polska 1989–1997* pod redakcją Teresy Kostyrko, pierwsze kompleksowe opracowanie na temat stanu kultury przygotowane na zamówienie Ministerstwa Kultury i Sztuki. To, że raport opracowano na zlecenie resortu, stało się koronnym argumentem krytyki jego zawartości; podkreślano m.in. błędy w interpretacji danych i publicystyczny ton charakterystyki poszczególnych dziedzin kultury [Braun, 1998].

Po wyborach w 1997 roku nastąpiła zmiana w podejściu do tych zagadnień. W dokumencie *Nowa polityka kulturalna. Projekt założeń* do wcześniej już określonych celów dodano nowe i poszerzono o nie listę priorytetów: niwelowanie dysproporcji między rozwojem gospodarczym a kulturalnym, między kulturą wysoką i popularną; wzmacnianie edukacyjnej roli mediów; rozwój współpracy międzyresortowej w zakresie kultury; wspieranie badań w kulturze, wspieranie edukacji menadżerów kultury, wspieranie rodzinnego uczestnictwa w kulturze; promocja kultury polskiej za granicą (jako priorytet pojawiła się po raz pierwszy). Widać zatem pewnego rodzaju inflację zadań priorytetowych, co wpłynęło na obniżenie wartości każdego z nich, a przy zmniejszonych środkach finansowych skutkowało niższą efektywnością.

Co charakterystyczne, przy coraz bardziej życzeniowo formułowanych celach polityki kulturalnej decydenci zdawali się nie dostrzegać trudnych warunków, w jakich funkcjonowały instytucje kultury. Wspomniany wyżej raport w niewielkim stopniu odnosił się do kontekstu ich działania, nie zauważano też, że sektor kultury nie został poddany – w przeciwieństwie do innych działów – kompleksowej reformie. Zmiany, które w nim następowały, jak np. decentralizacja, były pochodną zmian w innych dziedzinach. Nieprzystające do nowej rzeczywistości uwarunkowania prawne, statyczne myślenie o kulturze, brak ciągłości w działaniach kolejnych ministrów sprawiły, że ludzie kultury sami zdecydowanie zaczęli się domagać zmian. W obliczu coraz bardziej anachronicznego modelu finansowania i zarządzania kulturą Jacek Purchla i Andrzej Rottermund nie tylko sformułowali diagnozę, ale także zaproponowali reformę ustroju publicznych instytucji kultury (marzec 1999) [Purchla, Rottermund, 2000]. Ich inicjatywa – sama diagnoza, a przede wszystkim propozycja reformy – pobudziła dyskusję, jednak pozostała w sferze postulatów.

Z dniem 1 stycznia 1999 roku rozpoczął się drugi etap reformy terytorialnej kraju, który w kontekście instytucji kultury zapamiętany został jako tzw. gra w numerki [por. np. *Kultura i przemysły kultury*..., 2002, s. 16]. Warto przypomnieć, że decentralizację sfery kultury zainicjowała już w 1990 roku Ustawa o samorządzie gminnym. W zakresie działań gminy znalazły się kwestie o znaczeniu lokalnym, w tym odpowiedzialność za instytucje upowszechniania kultury, takie jak biblioteki, domy kultury, świetlice. Drugim etapem był tzw. program pilotażowy reformy administracji publicznej z 1993 roku. Polegał on na przyjęciu przez gminy – na mocy porozumienia rządu z 46 gminami miejskimi – dodatkowego zadania: prowadzenia instytucji kultury wpisanych do rejestru będącego w gestii wojewody. W 1999 roku powołano kolejne poziomy samorządu terytorialnego: powiat i województwo samorządowe, które stały się organizatorami dla większości placówek mających dotychczas status instytucji państwowej. Ostateczna decyzja co do tego, które instytucje pozostaną w gestii ministra kultury, nie była poprzedzona żadną merytoryczną weryfikacją, nie określono też kryteriów podziału instytucji na na-

rodowe i samorządowe [Gierat-Bieroń, 2009, s. 164]. Arbitralność i brak dyskusji nad rolą i znaczeniem kultury w polityce państwa i samorządu znalazły odzwierciedlenie w opiniach o braku przygotowania sektora kultury do tej reformy, na co nałożyła się dodatkowo kwestia niedoszacowania kosztów całej operacji [*Modele mecenatu*..., 2008, s. 46]. Aby rozwiązać problem, zdecydowano o utworzeniu rezerwy celowej w budżecie państwa. Ta proteza finansowa funkcjonowała do 2004 roku. Od drugiego etapu decentralizacji można uznać, że nie tylko minister kultury odpowiada za kształtowanie polityki kulturalnej. Nowym, może nawet ważniejszym graczem stały się samorządy regionalne i gminne odpowiedzialne za przygotowanie i realizację lokalnych polityk kulturalnych.

Warto odnotować także, że w październiku 1999 roku minister Andrzej Zakrzewski zdecydował o zmianie nazwy Ministerstwa Kultury i Sztuki na Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, czym zasygnalizował zmianę akcentów w polityce resortu, większe zainteresowanie problematyką przeszłości niż współczesności. Przy czym to właśnie ten minister, dążąc do przełamania kompleksu Polski „resortowej", doprowadził do podpisania wraz z ministrem spraw zagranicznych Bronisławem Geremkiem w październiku 1999 roku listu intencyjnego w sprawie utworzenia Instytutu Promocji Kultury Polskiej, nazwanego później Instytutem Adama Mickiewicza[3]. Również wtedy, gdy toczyły się negocjacje w sprawie traktatu akcesyjnego Polski do Unii Europejskiej, resortowi udało utrzymać zerową stawkę podatku VAT na książki.

Na przełomie XX i XXI wieku, gdy kwestia wejścia Polski do Unii Europejskiej była już skonkretyzowanym zamierzeniem, pojawiło się sporo alarmistycznych głosów wieszczących koniec narodowej tożsamości, rozmycie się polskości „w europejskim sosie". Wtedy to minister Kazimierz Michał Ujazdowski zdecydowanie postawił na „nowoczesną politykę historyczną", jak sam to określał. Zainicjował m.in. kampanię „Bohaterowie naszej wolności", podkreślał też zaniedbania III Rzeczypospolitej w działaniach na rzecz podnoszenia wiedzy i świadomości o wkładzie Polski w walkę z nazizmem i komunizmem.

W związku z coraz częściej wyrażanymi obawami o przyszłość sektora kultury, a także w kontekście nowej sytuacji po reformie samorządowej jeszcze za kadencji ministra Andrzeja Zakrzewskiego podjęto próbę analizy obowiązującego ustroju i zarysowania koniecznych zmian[4]. Działania naprawcze podejmował również minister Ujazdowski. Warto jednak przypomnieć, że koniec jego urzędowania oraz kadencja ministra Zielińskiego zbiegły się z pogłębieniem deficytu budżetowego, znanego jako tzw. dziura Bauca[5]. Również minister Andrzej Celiński musiał przez to dyscyplinować resortowy budżet. W niewątpliwie kryzysowej sytuacji, wykorzy-

[3] IAM rozpoczął działalność 1 marca 2000 roku.

[4] Zadanie to powierzono początkowo Michałowi Kuleszy, a następnie Wojciechowi Misiągowi.

[5] Od nazwiska ministra finansów Jarosława Bauca, który ten problem ujawnił.

stując już opracowaną ekspertyzę autorstwa Wojciecha Misiąga, minister Celiński skoncentrował się nie na wytyczaniu kolejnych priorytetów polityki kulturalnej, ale na kompleksowej reformie sektora kultury w Polsce. Kulturę potraktowano w niej jako element organizacji życia społecznego oraz podkreślono potrzebę ekonomizacji instytucji kultury. Minister zaprezentował swój projekt zarządzania kulturą w kwietniu 2002 roku podczas debaty *Szansa dla kultury*. Ambitny plan przewidywał m.in.: • finansowanie ze środków budżetu państwa, z gwarancją zapewnienia stałego corocznego wzrostu budżetu co najmniej o 1% powyżej inflacji, • zagwarantowanie w przyszłości co najmniej 1% w dochodach państwa jako standardu finansowania, • przeznaczanie części dochodów z gier liczbowych i loterii na kulturę, • możliwość przeznaczenia 1% podatku PIT na kulturę, • tworzenie przez instytucje tzw. nienaruszalnych kapitałów z 1% ich budżetów rocznie (tzw. fundusze kryształowe), • zrównanie dostępu do środków publicznych dla organizacji pozarządowych, • wprowadzenie kontraktów menadżerskich[6]. Ważną konstatacją tego planu było potwierdzenie, że wysokość wszystkich środków finansowych na kulturę w Polsce nie maleje (od czasu reformy samorządy wydawały nawet więcej środków niż państwo), a powszechne niezadowolenie z przeznaczanych na kulturę nakładów pokazywało raczej nieracjonalność ich wydawania i niechęć środowisk do podjęcia krytycznej autoanalizy. Niestety niewiele z tych planów udało się zrealizować (m.in. odpis od gier hazardowych), a minister Celiński po niespełna roku urzędowania podał się do dymisji.

W lipcu 2002 roku Ministerstwo Kultury (nazwa skrócona przez Andrzeja Celińskiego) objął Waldemar Dąbrowski, który postawił na przygotowanie sektora do skorzystania ze środków finansowych UE. Wielkim osiągnięciem ministra było wpisanie finansowania projektów związanych z kulturą i dziedzictwem kulturowym w ramy unijnych funduszy strukturalnych. Uruchomiono program „Promesa Ministra Kultury". Jego beneficjenci mogli ubiegać się o dofinansowanie wkładu własnego do projektów infrastrukturalnych. Warto odnotować, że w latach 2004–2006 (pierwszy okres programowania) zainicjowano ponad trzysta projektów z zakresu infrastruktury kulturalnej na kwotę ponad 1,7 mld zł, współfinansowanych w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego [*Możliwości finansowania kultury*..., 2008, s. 7].

Najważniejsze dokumenty kadencji ministra Dąbrowskiego to *Program Narodowej Strategii Rozwoju Kultury 2004–2007*, a następnie *Program Narodowej Strategii Rozwoju Kultury 2004–2013*. Punktem wyjścia dla Strategii był „zrównoważony rozwój kultury jako najwyższej wartości przenoszonej ponad pokoleniami, określającej całokształt historycznego i cywilizacyjnego dorobku Polski, warunkującej tożsamość narodową, zapewniającej ciągłość tradycji i rozwój regionów".

[6] Dane z materiału niepublikowanego przygotowanego przez ministra kultury na debatę „Szansa dla kultury w Muzeum Narodowym w Warszawie" (6.04.2002).

Realizacja Strategii opierała się na koncentracji działań w województwach w oparciu o pięć Narodowych Programów Kultury dotyczących: • promocji czytelnictwa i rozwoju sektora książki, ochrony zabytków i dziedzictwa narodowego, • rozwoju szkolnictwa artystycznego i promocji twórczości (program „Maestria"), • rozwoju instytucji artystycznych, • wspierania sztuki współczesnej (program „Znaki Czasu"). Narzędziem realizacji były programy operacyjne Ministra Kultury. Ich wdrożeniem zajęły się instytucje zarządzające. W 2005 roku Ministerstwo zaplanowało 11 programów operacyjnych: • promocja twórczości, • rozwój infrastruktury kultury i szkół artystycznych oraz wzrost efektywności zarządzania kulturą, • edukacja kulturalna i upowszechnianie kultury, • obserwatorium kultury, • rozwój inicjatyw lokalnych, • promocja polskiej kultury za granicą, • media z kulturą, • promocja czytelnictwa, • „Promesa Ministra Kultury", • „Znaki Czasu", • dziedzictwo kulturowe. W ramach każdego programu wnioski o środki finansowe oceniane były przez zespół sterujący. Z kilkuletniej już perspektywy można stwierdzić, że ten mechanizm był próbą realizacji zasady tzw. przedłużonego ramienia. Ale tylko próbą, gdyż nie stworzono w pełni niezależnego od ministra systemu przyznawania środków finansowych.

Programem, któremu szczególnie dużo uwagi poświęcał minister Dąbrowski, był Narodowy Program Kultury „Znaki Czasu", mający naprawić wieloletnie zaniedbania w wymianie między artystami, instytucjami publicznymi i odbiorcami sztuki współczesnej. Program działał w latach 2005–2008 i miał inspirować województwa do tworzenia Regionalnych Towarzystw Zachęty Sztuk Pięknych poprzez partycypowanie resortu w połowie kosztów zakupów nowych dzieł sztuki. Od 2010 roku Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego współfinansuje zakupy dzieł sztuki i rozwój kolekcji muzealnych w ramach Programu Operacyjnego „Kolekcje".

Innym kluczowym osiągnięciem ministra Dąbrowskiego było przygotowanie i uchwalenie w 2005 roku Ustawy o kinematografii i Polskim Instytucie Sztuki Filmowej (PISF), która przyniosła stabilne finansowanie polskiej produkcji filmowej. Rewolucyjnym jak na polskie warunki pomysłem było przeznaczenie na wspieranie produkcji filmowej środków pochodzących od właścicieli kin, dystrybutorów filmów, nadawców telewizyjnych, platform cyfrowych i telewizji kablowych. PISF realizuje też działania edukacyjne poprzez program Filmoteka Szkolna, w ramach którego nieodpłatnie przekazuje wszystkim szkołom ponadpodstawowym pakiety filmowe zawierające 55 wybranych polskich filmów fabularnych, dokumentalnych i animowanych.

W ponownej kadencji minister Kazimierz Michał Ujazdowski powrócił do nazwy Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz uruchomił nowe programy operacyjne: „Patriotyzm jutra", „Chopin", „Śpiewająca Polska". Dużym sukcesem było doprowadzenie do zmiany oficjalnej nazwy Muzeum w Auschwitz-Birkenau na Liście Światowego Dziedzictwa UNESCO. Nowa nazwa brzmi: „Auschwitz-Birkenau. Niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady 1940–1945".

W atmosferze dużych oczekiwań po wyborach w 2007 roku ministrem został Bogdan Zdrojewski. To najdłużej urzędujący minister kultury od roku 1989 (druga kadencja w toku), toteż widoczna jest ciągłość w jego działaniach, zwłaszcza w odniesieniu do realizacji Narodowej Strategii Rozwoju Kultury poprzez programy operacyjne.

Z inicjatywy ministra Zdrojewskiego we wrześniu 2009 roku zwołano w Krakowie Kongres Kultury Polskiej. W ramach przygotowań do obrad powstało kilkanaście raportów – opracowań o stanie kultury stanowiących punkt wyjścia do szeregu dyskusji. Najbardziej żywą było starcie ekonomistów, w tym Leszka Balcerowicza, i ludzi kultury. Dyskusje kongresowe, ferment, który wywołały, doprowadziły do uruchomienia społecznej siły w postaci ruchu Obywatele Kultury. Jednakże jedynym konkretnym rezultatem Kongresu jest tzw. mała nowelizacja Ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej, uchwalona w sierpniu 2011 roku.

Sektor kultury w Polsce funkcjonuje w oparciu o szereg ustaw. Ustawa o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej z października 1991 roku była wielokrotnie nowelizowania. Nowelizacja z 2011 roku zawiera jedynie kilka postulatów Kongresu Kultury. Wprowadza m.in. pojęcia instytucji artystycznej i sezonu artystycznego, kadencyjność dla dyrektorów instytucji kultury na 3, 5 lub 7 lat i możliwość odwołania z funkcji dyrektora tylko pod określonymi w ustawie warunkami, co wzmacnia nieco autonomię instytucji, możliwość prowadzenia instytucji przez podmiot prywatny, co stwarza szansę współpracy instytucji sektora publicznego z organizacjami pozarządowymi.

Kolejna kadencja ministra Zdrojewskiego to także kontynuacja wielkich inwestycji w zakresie infrastruktury kulturalnej ze środków strukturalnych oraz Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego i Norweskiego Mechanizmu Finansowego. Z uwagi na fakt, iż sektor kultury jest jednym z najlepiej absorbujących środki europejskie, minister podkreśla dużą odpowiedzialność za utrzymanie i program działania nowych obiektów. Do priorytetów polityki kulturalnej na lata 2013–2015 należeć będą: ochrona dziedzictwa, inwestycje w infrastrukturę kulturalną oraz edukacja kulturalna i artystyczna. W ramach ochrony dziedzictwa planuje się: • przeznaczenie ponad 350 mln złotych na ratowanie zabytków, • stworzenie Krajowego Programu Ochrony Zabytków, • kontynuację projektów odzyskiwania dzieł narodowych, • poprawę infrastruktury muzealnej oraz uruchomienie Funduszu Żelaznego Fundacji Auschwitz–Birkenau, • zakończenie pierwszego etapu digitalizacji zabytków ruchomych i nieruchomych, • spektakularne wystawy polskiej sztuki w najważniejszych obiektach świata (m.in. Muzeum Narodowe w Pekinie, Państwowe Muzeum Ermitażu w Sankt Petersburgu). Działania związane z edukacją kulturalną i artystyczną wpisują się w ramy Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego i dotyczyć będą: zakończenia 28 projektów (m.in. Akademii Muzycznej w Łodzi, Szkoły Muzycznej I i II stopnia we Wrocławiu, Aka-

demii Sztuk Pięknych w Warszawie), podręcznika e-book do nauki plastyki *Pinakoteka*, drugiej części „Filmoteki Szkolnej" (po narodowej, światowa klasyka dla szkół ponadpodstawowych), kontynuacji programu zakupów instrumentów dla szkół, wprowadzenia zmian w systemie kształcenia w szkołach artystycznych[7].

Politykę kulturalną lat dziewięćdziesiątych cechowała doraźna reaktywność, dostosowywanie się do okoliczności wynikających ze zmian polityczno-gospodarczych. Był to okres formułowania haseł i priorytetów, ale trudno mówić o konsekwencji w ich wdrażaniu. Większość dokumentów miała charakter deklaratywny, za którym nie szły odpowiednie środki finansowe. Na przełomie wieków różne środowiska inicjowały dyskusję o potrzebie reform i na temat samych reform ustroju kultury w Polsce. Debaty te nie pociągały za sobą konkretnych działań i nie miały wpływu na formułowanie polityki kulturalnej – która w znacznym stopniu uzależniona była od preferencji politycznych danego ministra kultury. W związku z wstąpieniem Polski do Unii Europejskiej decydenci skoncentrowali się na przygotowaniu sektora do absorpcji środków europejskich w zakresie modernizacji infrastruktury kulturalnej, co w dużej mierze się powiodło. Szkoda jednak, że zabrakło myślenia strategicznego i prorozwojowego na temat tego, jakie mają być instytucje kultury zarządzające nowymi przestrzeniami, nową architekturą. Charakterystyczne jest również to, że po roku 2000 istotnie zwiększyła się liczba instytucji kultury o statusie instytucji narodowych. Na początku lat dziewięćdziesiątych powstały dwie takie placówki: Międzynarodowe Centrum Kultury w Krakowie i Centrum Sztuki Współczesnej Zamek Ujazdowski w Warszawie. Natomiast po roku 2000 utworzono: Instytut Adama Mickiewicza z siedzibą w Warszawie (2000), Narodowe Centrum Kultury w Warszawie (2002)[8], Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego w Warszawie (2003), Instytut Książki w Krakowie (2003), Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie (2005), Polskie Wydawnictwo Audiowizualne w Warszawie (2005) – przekształcone następnie w Narodowy Instytut Audiowizualny (2009), Polski Instytut Sztuki Filmowej w Warszawie (2005), Muzeum Historii Polski w Warszawie (2006), Ośrodek „Pamięć i Przyszłość" we Wrocławiu (2007)[9], Muzeum Westerplatte w Gdańsku, po zmianie nazwy Muzeum II Wojny Światowej (2008), Instytut Muzyki i Tańca w Warszawie (2010), Centrum Polsko-Rosyjskiego Dialogu i Porozumienia w Warszawie (2011). Wykaz tych instytucji obrazuje kierunki polityki kulturalnej w poszczególnych kadencjach.

[7] Informacje podane na konferencji prasowej ministra w dniu 20 października 10.2012. http://www.mkidn.gov.pl/pages/posts/plany-mkidn-na-lata-2013-2015-ndash-konferencja-prasowa-w--kprm-3373.php?p=30, korzystano 2.12.2012.

[8] W maju 2005 połączono Centrum Międzynarodowej Współpracy Kulturalnej Instytut Adama Mickiewicza i Narodowe Centrum Kultury w Instytut im. Adama Mickiewicza, a następnie w marcu 2006 roku ponownie rozdzielono.

[9] Ośrodek założony został w maju, od września współprowadzony jest z Gminą Wrocław.

Na pytania o sens kultury, o jej rolę w życiu społecznym – co wiąże się ze zmianami modelu uczestnictwa w kulturze i presją globalizacji – polityka kulturalna w Polsce nie zawsze daje wyraźne odpowiedzi. W tym sensie wielką rolę odegrał konkurs na Europejską Stolicę Kultury 2016. Chociaż już *Narodowa Strategia*... [2005] wyraźnie podkreślała nowe rozumienie kultury jako „długoterminowej inwestycji ekonomicznej", dopiero konkurs wymusił na samorządach myślenie o kulturze jako o ważnym czynniku wpływającym na rozwój. Postawił pytania o sens i miejsce lokalnych polityk kulturalnych w programach strategicznych miast, a to przecież miasta są generatorem zmian w wielu dziedzinach. Również polityka kulturalna państwa po roku 2010 nie tylko nadrabia zapóźnienia, ale pragnie kształtować rzeczywistość. Wieloletni program „Kultura+" ma na celu poprawę dostępu do kultury oraz uczestnictwa w życiu kulturalnym na obszarach wiejskich i wiejsko-miejskich poprzez modernizację i budowę infrastruktury bibliotecznej oraz cyfryzację zasobów polskich muzeów, bibliotek i archiwów[10]. Składają się nań dwa priorytety: „Biblioteka +. Infrastruktura bibliotek" oraz „Digitalizacja".

Pod koniec lat dziewięćdziesiątych rozpoczęła się w Polsce dyskusja nad ekonomicznym wymiarem sektora kultury. Termin „przemysły kultury" wszedł do obiegu i oznacza tę część działalności kulturalnej, która z jednej strony miała cechy twórczości, a z drugiej była skierowana na osiąganie zysku. Monika Smoleń podkreślała, że „sektor kultury należy rozpatrywać w kategoriach systemu, który współtworzą instytucje kultury finansowane ze środków publicznych, organizacje non profit i przedsięwzięcia na polu kultury działające według zasad rynkowych – *przemysły kultury*" [Smoleń, 2003, s. 63]. Do przemysłów kultury zalicza się przemysł audiowizualny, wydawniczy, fonograficzny, modowy, reklamowy itp. Komisja Europejska, doceniając wielkość tego sektora i traktując go jako wielki rynek pracy, zleciła przygotowanie raportu *Creative industries in Europe*. Wydaje się, że w Polsce jeszcze nie w pełni dostrzega się wagę przemysłów kreatywnych i dlatego nie odzwierciedla się ona w priorytetach polityki kulturalnej.

Kryzys ekonomiczny i jego wpływ na sektor kultury

Kryzys w sposób istotny wpłynął i nadal będzie wpływał na kulturę i politykę kulturalną. Sytuacja ta może jednak być okazją do zrewidowania obecnych postaw i błędów tkwiących w systemie organizacji kultury w naszym kraju. Niestety może stać się również rodzajem utrwalacza *status quo*. Mniejsze dotacje na działalność

[10] Zob. http://www.mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/finanse/program-wieloletni-kultura.php, korzystano 03.11.2012.

kulturalną mogą uruchomić mechanizm obronny, którego główną cechą będzie ograniczanie działalności, tak aby móc przetrwać najtrudniejszy okres. Wszelkie działania zmierzające do racjonalizacji wydatków, w tym redukcje etatów, mogą być odbierane nie tylko jako zamach na wolność artystyczną, ale też jako „dobijanie leżącego". Ważnym kontekstem tej sytuacji jest ciągle niska pozycja kultury na liście priorytetów państwa i samorządów lokalnych, toteż nadal środki finansowe najłatwiej ciąć właśnie w tym sektorze.

Polityka kulturalna powinna uwzględniać ten problem. Badacze z Europy Zachodniej wysuwają szereg postulatów w tym zakresie, podkreślając wagę skali makro i potrzebę oparcia się raczej na wiedzy i kompetencjach niż na narzędziach i technikach. Według Lluísa Boneta i Fabia Donata kulturze potrzebne są: • poprawa procesu decyzyjnego, • rozwój badań dotyczących efektywności, • promowanie partycypacyjnych metod pracy, • promowanie współpracy, partnerstwa publiczno-prywatnego, sieciowania, • większa transparentność, • zastosowanie innowacji technologicznych do tworzenia modeli realizacji projektów [Bonet, Donato, 2011, s. 9].

Ważnym europejskim forum dyskusji o polityce kulturalnej jest Rada Europy. W 2009 roku zainaugurowała ona prace platformy CultureWatchEurope, w ramach której prowadzi się badania, organizuje seminaria i konferencje eksperckie. Pierwszym spotkaniem była konferencja „Kultura a rozwój 20 lat po upadku komunizmu w Europie", zorganizowana w Krakowie w czerwcu 2009 roku we współpracy z Międzynarodowym Centrum Kultury. Kolejne to: „Culture and the policies of change" w Brukseli (2010), „Cultural governance: from challenges to changes" w słoweńskim Bledzie (2011), „Cultural access and participation – from indicators to policies for democracy" w Helsinkach (2012). Te spotkania również pokazały, że największym wyzwaniem dla sektora kultury jest bez wątpienia kryzys ekonomiczny. Kryzys, a także nowe technologie komunikacji wywierają na kulturę wpływ podobny do wpływu reformacji na religię pięćset lat temu [*Cultural Governance* ..., 2011, s. 10].

Jednocześnie trzeba pamiętać, że w ciągu ostatnich dwudziestu lat sektor kultury w Europie rozwijał się niezwykle dynamicznie. Zaobserwować można wzmożoną aktywność organizatorów działań kulturalnych na wszystkich polach, w zakresie festiwali sztuki, teatru, muzyki, budowy nowych muzeów, galerii, budynków będących symbolami architektonicznymi wielu miast, rozwoju turystyki kulturalnej wspomaganej środkami europejskimi, mody i dizajnu. Ponadto organizuje się wiele konferencji, seminariów; ogromną popularnością cieszy się konkurs na Europejską Stolicę Kultury organizowany przez Komisję Europejską. Wraz z tą dynamiczną obecnością kultury w życiu społecznym nie rośnie jednak jej prestiż i przekonanie o wadze sektora dla rozwoju społeczno-gospodarczego, co skutkuje właśnie cięciami budżetowymi. A zatem postulat, że polityka kulturalna powinna uwzględniać sytuację kryzysu ekonomicznego, to aktualnie paląca kwestia. Jakie

elementy polityki kulturalnej odpowiadają wyzwaniom współczesności, jak budować politykę dla aktywności kulturalnej obywateli, a nie tylko dla instytucji? Odpowiedź nie jest prosta i jednoznaczna, kilka propozycji zostało wymienionych wyżej, ale wydaje się, że naczelną ideą winna być zmiana paradygmatu zarządzania kulturą (kluczowa kwestia podejmowania ryzyka) oraz nowy język komunikowania się sektora kultury z innymi działami życia społecznego [*Culture and the policies of change*, 2010, s. 9–22].

Podsumowanie

Polityka kulturalna państwa ma decydujący wpływ na rozwój kultury. Właściwe ramy prawne dla funkcjonowania twórców i instytucji, zapewnienie odpowiedniego finansowania dostępnego zarówno dla publicznych, jak i dla niepublicznych podmiotów, dążenie do odpolitycznienia decyzji finansowych i merytorycznych na różnych szczeblach – to pożądane elementy polityki kulturalnej, za którą odpowiada państwo. Przedstawiona wyżej historia budowania ustroju kultury w Polsce po 1989 roku pokazuje, jak trudne jest to zadanie. Jest ono tym trudniejsze, jeśli nie idzie w parze z uznaniem kultury za jeden z ważniejszych czynników budujących siłę intelektualną i kompetencje społeczeństwa. W dzisiejszym świecie to właśnie te wartości mogą pomóc przezwyciężać kryzys ekonomiczny i pozytywnie wpływać na rozwój społeczno-gospodarczy kraju.

Literatura (wybór)

Bonet L., Donato F. [2011], *The financial crisis and its impact on the current models of governance and management of the cultural sector in Europe*, „ENCATC Journal of Cultural Management and Policy", vol. 1, nr 1.

Braun J. [1998], *Mierzone tylko w kilogramach*, „Życie" z 20.01.

Chełmińska M. [1993], *Warunki rozwoju kultury na szczeblu lokalnym. Europejskie modele rozwiązań systemowych a sytuacja w Polsce*, Instytut Kultury, Warszawa.

Chełmińska M. [2001], *Rola UNESCO w kształtowaniu uniwersalnych norm polityki kulturalnej; Rada Europy wobec kultury*, w: *Międzynarodowe stosunki kulturalne. Wybór dokumentów i literatury*, Cz. Lewandowski (opr.), Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław.

Gierat-Bieroń B. [2009], *Ministrowie kultury doby transformacji, 1989–2005* (wywiady), Universitas, Kraków.

Golka M. [1997], *Transformacja systemowa a kultura w Polsce po 1989 roku*, Instytut Kultury, Warszawa.

Hołda J., Hołda Z., Ostrowska D. [2005], *Prawne podstawy działalności kulturalnej*, Wolters Kluwer Polska, Kraków.

Ilczuk D. [2002], *Polityka kulturalna w społeczeństwie obywatelskim*, Narodowe Centrum Kultury, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Ilczuk D. [2012], *Ekonomika kultury*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Ilczuk D., Misiąg W. [2002], F*inansowanie i organizacja w gospodarce rynkowej*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk.
Martel F. [2008], *Polityka kulturalna Stanów Zjednoczonych*, Dialog, Warszawa.
Prawelska-Skrzypek G. [2003], *Polityka kulturalna polskich samorządów. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
Purchla J. [2005], *Dziedzictwo a transformacja*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
Purchla J., Rottermund A. [2000], *Projekt reformy ustroju publicznych instytucji kultury w Polsce*, „Rocznik Międzynarodowego Centrum Kultury", nr 8.
Smoleń M. [2003], *Przemysły kultury – ekonomiczny wymiar sektora kultury*, „Zarządzanie w kulturze", t. 4.

Prace zbiorowe, raporty

Cultural access and participation – from indicators to policies for democracy [2012], raport z konferencji, Rada Europy, CultureWatchEurope.
Cultural governance. From challenges to changes [2011], reader konferencji, Rada Europy, CultureWatchEurope.
Culture and the policies of change [2010], reader konferencji, Rada Europy, CultureWatchEurope.
Ekonomika kultury. Od teorii do praktyki [2011], B. Jung (red.), Narodowe Centrum Kultury, Instytut Adama Mickiewicza, Warszawa.
Europejskie modele polityki kulturalnej [2005], B. Gierat-Bieroń, K. Kowalski (red.), Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Instytut Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
Europejskie modele polityki kulturalnej (2) [2006], B. Gierat-Bieroń (red.), Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Instytut Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
Kultura a rozwój 20 lat po upadku komunizmu w Europie [2010], J. Purchla, R. Palmer (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Rada Europy, Kraków.
Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski [2002], J. Szomburg (red.), Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk.
Kultura niezależna w Polsce 1989-2009 [2010], P. Marecki (red.), Korporacja Ha!art, Kraków.
Kultura polska a Unia Europejska. Problemy, wyzwania, nadzieje [1998], K. Mazurek-Łopacińska (red.), Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Warszawa–Wrocław.
Kultura polska w dekadzie przemian [1999], T. Kostyrko, M. Czerwiński (red.), Instytut Kultury, Warszawa.
Mecenat pełnowymiarowy. Polityka kulturalna państwa 2005–2006 [2007], Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa.
Ministerstwo Kultury i Sztuki w dokumentach 1918–1998 [1998], A. Siciński i inni (red.), Instytut Kultury, Warszawa.
Modele mecenatu państwa wobec integracji europejskiej. Doświadczenie Polski i Słowacji [2008], J. Purchla, M. Vášáryová (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
Możliwości finansowania kultury z funduszy europejskich w latach 2007–2013 [2008], K. Tylus-Sowa i inni (red.), Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa.
Narodowa Strategia Rozwoju Kultury na lata 2004–2013, Ministerstwo Kultury, dostępne: http://bip.mkidn.gov.pl/media/docs/Narodowa_Strategia_Rozwoju_Kultury.pdf, korzystano 15.10.2012.

Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce [2004], R. Borowiecki (red.), Oficyna Ekonomiczna, Kraków.

The economy of culture in Europe [2006], KEA, European Affair; Media Group, Turku School of Economics; MKWirtschaftsforschung GmbH, Brussels, European Commission.

Wydobyć z marginesu. Przyczynki do dyskusji o kulturze i rozwoju w Europie [1998], Instytut Kultury, Warszawa [na podstawie raportu przygotowanego dla Rady Europy przez The European Task Force on Culture and Development: In from the margins. A contribution to the debate on culture and development in Europe (1997), Council of Europe Publishing].

Internet

Compendium. Cultural policies and trends in Europe, www.culturalpolicies.net:

Delvainquière J.C. [2011], *Country profile. France*, *Compendium. Cultural policies and trends in Europe*, 12. edycja, Rada Europy, ERICarts.

Fisher R., Figueira C. [2012], *Country profile. United Kingdom*, *Compendium. Cultural policies and trends in Europe*, 13. edycja, Rada Europy, ERICarts.

Wagner B., Blumenreich U. [2012], *Country profile. Germany*, *Compendium. Cultural policies and trends in Europe*, 13. edycja, Rada Europy, ERICarts.

Krzysztofek K. [2009], *Jaka polityka kulturalna w epoce globalizacji i mediów elektronicznych?*, „Bistro.edu.pl. czasopismo elektroniczne", Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie.

Raporty o stanie kultury w Polsce na: www.kongreskultury.pl.

Strony www

http://www.mkidn.gov.pl/pages/posts/plany-mkidn-na-lata-2013-2015-ndash-konferencja--prasowa-w-kprm-3373.php?p=30, korzystano 02.12.2012.

http://mkidn.gov.pl/pages/posts/unijne-dofinansowanie-dla-kultury-przekroczylo-2-miliardy-zlotych-3404.php, korzystano 30.11.2012.

http://www.mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/finanse/program-wieloletni-kultura.php, korzystano 03.11.2012.

http://muzeum-niepodleglosci.pl/palac-dane/jerzy-hausner/, korzystano 03.11.2012.

Katarzyna Jagodzińska

Charakterystyka działalności kulturalnej w Polsce po transformacji ustrojowej

Dynamika zmian polskiego sektora kultury po 1989 roku jest bardzo duża, chociaż w poszczególnych branżach i na poszczególnych polach działalności ma inny charakter. Urynkowienie niektórych sektorów kultury zakończyło się dopiero niedawno (zajęło to ponad dwadzieścia lat!), niektórych dziedzin działalności kulturalnej prywatyzacja w ogóle nie dotyczy. Jednak wszystkie sektory i związane z nimi instytucje podlegają ciągłym zmianom – począwszy od tworzenia brakujących instytucji i zapewniania im odpowiedniej bazy lokalowej po ich unowocześnianie i zmianę orientacji, w której centrum znajduje się odbiorca, jego potrzeby i oczekiwania. Zmieniają się instytucje – ich wygląd, sposoby zarządzania, tworzenia i realizacji programów. Zmienia się publiczność, o którą konkurują wszystkie typy instytucji i przemysłów. Cały czas ewoluują rynki poszczególnych dóbr kultury. W sektorach dotychczas zdominowanych przez instytucje publiczne powstają instytucje prywatne (zwłaszcza teatry, również centra sztuki), pojawiają się projekty instytucji działających w oparciu o partnerstwo publiczno-prywatne (Muzeum Historii Żydów Polskich), wiele instytucji prowadzą fundacje i stowarzyszenia.

W niniejszym rozdziale odwołuję się do przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych, które obejmują konkretne branże, typy działalności i powiązane z nimi instytucje. Zastosowany został podział na tradycyjne instytucje kultury: muzea, biblioteki, teatry, filharmonie i orkiestry, a także domy kultury, oraz przemysły kultury: rynek książki, kinematografia, media, rynek muzyczny, rynek sztuki oraz wzornictwo. Podczas gdy instytucje kultury w Polsce reprezentują w przeważającej części sektor publiczny o charakterze niedochodowym, w dużo mniejszym stopniu trzeci sektor oraz właścicieli prywatnych, to przemysły kultury są z definicji związane z działalnością komercyjną.

Istotnym źródłem danych i informacji wykorzystywanych w poszczególnych podrozdziałach są raporty o stanie kultury zamówione przez ministra kultury i dziedzictwa narodowego w związku z Kongresem Kultury Polskiej zorganizowanym w 2009 roku w Krakowie.

Instytucje kultury

Organizacyjną ramę dla instytucji działających na polu kultury wyznacza Ustawa z dnia 25 października 1991 r. o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (znowelizowana 31 sierpnia 2011 r.). Wymienione są w niej teatry, opery, operetki, filharmonie, orkiestry, instytucje filmowe, kina, muzea, biblioteki, domy kultury, ogniska artystyczne, galerie sztuki oraz ośrodki badań i dokumentacji w różnych dziedzinach kultury. Ponadto część instytucji – muzea, biblioteki, a także przemysł filmowy – funkcjonuje w oparciu o ustawy odnoszące się do nich w sposób szczegółowy.

Oprócz opisanych poniżej typów instytucji działają również wyspecjalizowane narodowe instytucje kultury podlegające bezpośrednio ministrowi kultury: Instytut Adama Mickiewicza, Instytut Książki, Narodowy Instytut Fryderyka Chopina, Międzynarodowe Centrum Kultury, Polski Instytut Sztuki Filmowej, Archiwa Państwowe, Instytut Teatralny, Narodowy Instytut Audiowizualny, Narodowe Centrum Kultury, Narodowy Instytut Dziedzictwa, Instytut Muzyki i Tańca, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów.

Muzea

Na przestrzeni ponad dwudziestu lat, które minęły od przełomowego 1989 roku, w polskim muzealnictwie zaszły fundamentalne zmiany: inwestycje w infrastrukturę (nowe obiekty, modernizacje) powoli dostosowują polskie muzea do światowych standardów wystawienniczych, tworzone są nowe kategorie instytucji – muzea sztuki współczesnej i muzea poświęcone historii Polski. Coraz częściej na wystawach i w przestrzeniach okołowystawowych wykorzystywane są nowe technologie, coraz większe znaczenie muzea przywiązują do działań edukacyjnych oraz do komfortu publiczności (przestrzenie wypoczynku i strefy usług). To jednak dopiero początek zmian – na wkroczenie w XXI wiek, nie tylko w zakresie warunków lokalowych, ale także sposobu zarządzania, czekają setki muzeów zarówno w dużych miastach, jak i na prowincji.

Muzea w Polsce funkcjonują w oparciu o Ustawę z dnia 21 listopada 1996 r. o muzeach (znowelizowaną w 2007 r.). Zgodnie z nią: „Muzeum jest jednostką organizacyjną nienastawioną na osiąganie zysku, której celem jest gromadzenie i trwała ochrona dóbr naturalnego i kulturalnego dziedzictwa ludzkości o cha-

rakterze materialnym i niematerialnym, informowanie o wartościach i treściach gromadzonych zbiorów, upowszechnianie podstawowych wartości historii, nauki i kultury polskiej oraz światowej, kształtowanie wrażliwości poznawczej i estetycznej oraz umożliwianie korzystania ze zgromadzonych zbiorów" (Art. 1). Definicja ta, jak również powszechnie respektowana międzynarodowa definicja muzeum wypracowana przez International Council of Museums (Międzynarodową Radę Muzeów ICOM) z siedzibą w Paryżu (organizacja doradcza UNESCO), której Polska jest członkiem, wydaje się już dzisiaj – w kontekście nowych technologii, nowych potrzeb i nowych wyzwań – niewystarczająca. Dorota Folga-Januszewska w raporcie o stanie kultury *Muzea w Polsce 1989–2008* zaproponowała definicję alternatywną: „Muzeum współczesne bywa stale jeszcze instytucją trwałą, musi przynosić dochody, aby przetrwać, służy społeczeństwom i ich polityce określania tożsamości i wartości, jest dostępne publicznie także przez Internet, prowadzi badania nad świadectwami działalności człowieka i jego otoczeniem, gromadzi zbiory i symulakra, konserwuje i zabezpiecza zbiory lub nośniki, na których są one zapisane, udostępnia je i prezentuje, tworzy nowe rzeczywistości oraz wartości edukacyjne i fikcyjne, służy rozrywce" [Folga-Januszewska, 2008, s. 54].

Z uwagi na typ organizatora muzea w Polsce dzielą się na: 1) muzea podległe ministrowi właściwemu ds. kultury i dziedzictwa narodowego (czyli bezpośrednio przez ministerstwo nadzorowane i finansowane: muzea narodowe, zamki królewskie, muzea specjalistyczne o randze narodowej), muzea martyrologiczne i instytucje podległe innym ministrom (np. Muzeum Wojska Polskiego) oraz muzea podległe kierownikom urzędów centralnych; 2) muzea samorządowe utworzone przez jednostki samorządu terytorialnego (muzea wojewódzkie podległe wojewodom, miejskie podległe prezydentom lub burmistrzom, powiatowe podległe starostom i gminne podległe wójtom); 3) muzea współprowadzone (samorządowo-państwowe); 4) muzea tworzone przez inne podmioty (wyższe uczelnie, stowarzyszenia, fundacje, związki wyznaniowe, osoby prawne i fizyczne). MKiDN prowadzi 18 muzeów: Centralne Muzeum Morskie w Gdańsku, Muzeum Łazienki Królewskie w Warszawie, Muzeum Łowiectwa i Jeździectwa w Warszawie, Muzeum Narodowe w Krakowie, Muzeum Narodowe w Poznaniu, Muzeum Narodowe w Warszawie, Muzeum Pałac w Wilanowie, Muzeum Stutthof w Sztutowie, Muzeum Zamkowe w Malborku, Muzeum Żup Krakowskich w Wieliczce, Państwowe Muzeum na Majdanku, Państwowe Muzeum Auschwitz-Birkenau w Oświęcimiu, Zamek Królewski na Wawelu – Państwowe Zbiory Sztuki w Krakowie, Zamek Królewski w Warszawie – Pomnik Historii i Kultury Narodowej, Muzeum Historii Polski w Warszawie, Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha w Krakowie, Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku; 13 muzeów jest przez MKiDN współprowadzonych.

W kwestii liczby muzeów za najbardziej wiarygodne powinny zostać uznane statystyki opracowane przez Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów

(NIMOZ, powstał w 2011 r. z przekształcenia Ośrodka Ochrony Zbiorów Publicznych), do którego zadań należy gromadzenie i upowszechnianie wiedzy o muzeach, muzealiach, zbiorach publicznych i obiektach zabytkowych oraz wyznaczanie i upowszechnianie standardów w zakresie muzealnictwa i ochrony zbiorów. NIMOZ sporządził wykaz muzeów, które mają statut bądź regulamin uzgodniony z ministrem kultury i dziedzictwa narodowego. W 2012 roku obejmował 427 muzeów (wraz z oddziałami 721 podmiotów), wśród których wyodrębnił: muzea państwowe: 27, samorządowe: 298, prywatne – osoby fizyczne: 52, prywatne – instytucje: 50. W ujęciu geograficznym najwięcej muzeów znajduje się w województwach mazowieckim, małopolskim i wielkopolskim, a najmniej w opolskim i lubuskim.

W latach dziewięćdziesiątych XX wieku możliwości inwestowania w muzealną infrastrukturę były bardzo ograniczone. Do nielicznych powstałych w tym okresie gmachów należą Centrum Sztuki i Techniki Japońskiej „Manggha" w Krakowie (otwarte w 1994 r., od 2007 r. muzeum, często określane mianem najlepiej zaprojektowanego polskiego gmachu muzealnego – arch. Arata Isozaki) i niewielkie Muzeum Rzeźby Współczesnej w Orońsku (1989–1992). W pierwszej dekadzie XXI wieku rozpoczął się w Polsce muzealny *boom*. Modernizowane są historyczne gmachy, istniejące muzea wprowadzają się do nowych siedzib, z impetem powoływane są też nowe instytucje muzealne, dla których adaptowane są postindustrialne lub historyczne budynki, bądź projektowane nowe gmachy. Szczególne miejsce w kategorii nowych instytucji zajmują instytucje sztuki współczesnej oraz muzea historyczne. O ile tworzenie muzeów historycznych wynika z potrzeby dokonania rewizji dziejów i jest ambicją polityków, o tyle instytucje sztuki współczesnej są owocem naturalnych potrzeb elit intelektualnych społeczeństwa, a z ich powstaniem łączą się różne formy mecenatu. W okresie 2004–2012 otwartych zostało kilkanaście gmachów muzealnych (najistotniejsze to: Muzeum Powstania Warszawskiego, 2004; Pałac Biskupa Erazma Ciołka – Oddział Muzeum Narodowego w Krakowie, 2007; Muzeum Sztuki w Łodzi – ms², 2008; Muzeum Narodowe Ziemi Przemyskiej, 2008; Oddziały Muzeum Okręgowego im. Leona Wyczółkowskiego w Bydgoszczy na Wyspie Młyńskiej, 2009; Muzeum Fryderyka Chopina w Warszawie, 2010; Fabryka Schindlera – Oddział Muzeum Historycznego Miasta Krakowa, 2010; Muzeum Sztuki Współczesnej w Krakowie, 2010) oraz centrum sztuki (CSW „Znaki Czasu" w Toruniu, 2008). W wyniku konkursów architektonicznych wyłoniono do realizacji trzy kolejne muzea sztuki: Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie, Muzeum Współczesne Wrocław, Muzeum Śląskie w Katowicach (otwarcie w nowej siedzibie planowane na 2014), oraz cztery duże muzea historyczne: Muzeum Historii Żydów Polskich (otwarte w 2013), Muzeum Historii Polski i Muzeum Wojska Polskiego w Warszawie, Muzeum II Wojny Światowej w Gdańsku; znane są również koncepcje kilku następnych instytucji.

W odniesieniu do XX wieku można także mówić o zapaści w zakresie rozwijania muzealnych kolekcji (zlikwidowano m.in. Fundusz Zakupów i Fundusz Pla-

styki Ministerstwa Kultury i Sztuki). W związku z reformą administracji publicznej z 1998 roku większość muzeów została przekazana samorządom, które zgodnie z wcześniejszą ustawą o muzeach zobowiązane są do zapewnienia środków na ich utrzymanie, rozwój i bezpieczeństwo. Dopiero od 2005 roku muzea te mogą występować o dotacje bezpośrednio do MKiDN, bez pośrednictwa jednostek samorządu terytorialnego [Folga-Januszewska, 2008, s. 12]. Ministerstwo zainicjowało również programy operacyjne, w których w trybie konkursu przyznawane są dodatkowe środki na działalność bieżącą, edukację i inwestycje. W 2004 roku jednym z priorytetów polskiej kultury stała się współczesna sztuka. Minister Kultury ogłosił program „Znaki czasu" – wspierania sztuki w regionach, polegający na stworzeniu w każdym województwie autonomicznej kolekcji sztuki najnowszej, co miało zainicjować powstanie nowych instytucji sztuki (tak się stało w Toruniu, Krakowie – chociaż tutaj ostatecznie nie doszło do przekazania muzeum powstałej w regionie kolekcji, oraz we Wrocławiu). Jego istotnym elementem był fundusz zakupu zbiorów. Pod koniec 2008 roku program został zakończony.

Istotną rolę promocyjną pełni organizowana w Polsce od 2003 roku „Noc Muzeów", podczas której każdego roku padają frekwencyjne rekordy. Mimo krytyki (m.in. spłycanie doświadczenia wizyty w muzeum, bardziej wydarzenie społeczne niż duchowe i poznawcze) impreza wykreowała modę na chodzenie do muzeów (przynajmniej raz w roku).

Autorzy raportu *Muzea w Polsce 1989–2008* wskazali na brak pięciu aktów prawnych, które umożliwiają sprawne funkcjonowanie muzeów i wymianę zbiorów: 1) ustawy o zabezpieczeniu przed konfiskatą, 2) ustawy o gwarancjach państwowych dla uprawnionych instytucji kultury, 3) ustawy o obowiązku badania i publikowania proweniencji dzieł zgromadzonych w muzeach publicznych, 4) ustawy o dostępie do zbiorów narodowych (ustawy o domenie publicznej), 5) elementów prawa podatkowego rozszerzających możliwości świadczenia odpisów podatkowych na rzecz instytucji muzealnych. Wyzwania dla polskich muzeów u progu drugiej dekady XXI wieku to intensyfikacja prac nad cyfryzacją zbiorów (z naciskiem na rejestracje obrazowe i multimedialne) oraz poprawa systemu zabezpieczeń przed kradzieżą i oddziaływaniem niewłaściwych warunków klimatycznych w magazynach i na wystawach stałych. Postulowane jest także wdrożenie przez GUS właściwej metodologicznie ankiety, która dałaby miarodajną liczbę muzeów i muzealiów (ta konieczność wskazywana jest także w przypadku innych klasyfikowanych dziedzin kultury).

Biblioteki

Komputeryzacja i digitalizacja zmienia charakter bibliotek (dokumenty elektroniczne, katalogi *online*) i sposób dostępu do zbiorów (biblioteki cyfrowe). Jed-

nocześnie rośnie rola bibliotek jako miejsca nauki i spędzania wolnego czasu – powoli zmieniają się one w nowoczesne, interdyscyplinarne centra kultury.

Biblioteki działają w oparciu o Ustawę z dnia 27 czerwca 1997 r. o bibliotekach. Zgodnie z ustawowym zapisem biblioteki „organizują i zapewniają dostęp do zasobów dorobku nauki i kultury polskiej oraz światowej" (Art. 3, pkt. 1), a do ich zadań należy:

„1) gromadzenie, opracowywanie, przechowywanie i ochrona materiałów bibliotecznych, 2) obsługa użytkowników, przede wszystkim udostępnianie zbiorów oraz prowadzenie działalności informacyjnej, zwłaszcza informowanie o zbiorach własnych, innych bibliotek, muzeów i ośrodków informacji naukowej, a także współdziałanie z archiwami w tym zakresie.

Wśród zadań może się ponadto znaleźć: prowadzenie działalności bibliograficznej, dokumentacyjnej, naukowo-badawczej, wydawniczej, edukacyjnej, popularyzatorskiej i instrukcyjno-metodycznej" (Art. 4).

Przy ministrze właściwym ds. kultury działa Krajowa Rada Biblioteczna, która koordynuje ogólnokrajowe przedsięwzięcia biblioteczne i stymuluje rozwój bibliotekarstwa. Rolę centralnej biblioteki pełni Biblioteka Narodowa w Warszawie, która zajmuje się m.in. gromadzeniem, opracowywaniem, udostępnianiem i wieczystym archiwizowaniem materiałów bibliotecznych powstałych w Polsce oraz za granicą, a dotyczących Polski; opracowywaniem i wydawaniem bibliografii narodowej; prowadzeniem badań z zakresu bibliotekoznawstwa, nauki o książce i pokrewnych dziedzin wiedzy. Biblioteki dzielą się na: publiczne (wojewódzkie, powiatowe i gminne – tworzą ogólnokrajową sieć biblioteczną), naukowe, szkolne i pedagogiczne, fachowe i zakładowe oraz biblioteki obsługujące specjalne grupy użytkowników (np. Centralna Biblioteka Niewidomych).

Na koniec 2011 roku GUS podał liczbę 8290 bibliotek publicznych. Liczba ta od 1989 roku, kiedy działało 10 313 takich bibliotek, systematycznie się zmniejsza. Mimo to rocznik „Biblioteki Publiczne w Liczbach 2009" wskazuje, że sieć bibliotek publicznych (sieć tworzą w jednej trzeciej biblioteki główne i w dwóch trzecich ich filie) powoli się w Polsce stabilizuje. Każdego roku około 1% bibliotek jest wyłączonych z obsługi (remonty, trudności lokalowe, kadrowe), większość wraca do sieci. Spada liczba placówek wyspecjalizowanych w obsłudze młodych czytelników – liczba filii dla dzieci i młodzieży zmniejszyła się w pierwszej dekadzie XXI wieku o jedną piątą. Dwie trzecie bibliotek i filii zlokalizowanych jest na wsi. Sieć bibliotek wspomagają punkty biblioteczne, które jednak są niemal masowo likwidowane (w ciągu pierwszej dekady wieku zlikwidowano 40%, w 2009 roku działało 1469 punktów).

Całkowita wielkość księgozbioru bibliotek publicznych to 134,3 mln woluminów książek i czasopism oprawnych. Liczba ta zmienia się z uwagi na systematyczną selekcję zbiorów i jednoczesne zakupy nowości wydawniczych (International Federation of Library Associations wskazuje, że wielkość kolekcji bibliotecznej

powinna wynosić 150–250 książek na 100 mieszkańców, a wskaźnik uzupełniania 20–25 woluminów na 100 mieszkańców w ciągu roku). Liczba zakupów jest mniejsza z uwagi na zmniejszone środki z MKiDN – kwota przekazana na ten cel w 2009 roku była o dwie trzecie niższa niż w 2005. Jednocześnie zmienia się charakter księgozbiorów – zmniejszają się zbiory audiowizualne, a rosną zbiory dokumentów elektronicznych.

Liczba czytelników w bibliotekach w 2009 roku to 6553,8 tys. osób (w stosunku do 7423,1 tys. w 1990). Zmieniła się również struktura wiekowa osób korzystających z bibliotek. W pierwszej dekadzie wieku z bibliotek odeszło prawie 11% czytelników, z czego najliczniejszą grupę stanowiły dzieci i młodzież do 15 lat oraz młodzież w przedziale wiekowym 15–19 lat.

Do największych wyzwań bibliotek w minionym dziesięcioleciu należała komputeryzacja. Z pierwszego badania stanu informatyzacji bibliotek przeprowadzonego przez GUS dopiero w 1999 roku wynikało, że zaledwie niecałe 8% zostało skomputeryzowanych. Dziesięć lat później było to już 75%. Ponad połowa komputerów wykorzystywanych w bibliotekach jest dostępna dla czytelników (prawie wszystkie z dostępem do internetu). Biblioteki wciąż są jednak słabo wyposażone w komputerowe programy biblioteczne – w 2009 roku miało je 60% placówek dysponujących komputerami, a dostęp do katalogów własnych przez internet oferowało 20% z nich.

W 2009 roku MKiDN przystąpiło do realizacji programu „Biblioteka+", który stanowi odpowiedź na potrzebę radykalnej poprawy stanu bibliotek publicznych w Polsce. Jego strategicznym celem jest przekształcenie bibliotek gminnych w nowoczesne centra dostępu do wiedzy, kultury oraz ośrodki życia społecznego, a także wprowadzenie systemu certyfikującego dla bibliotek. Cztery obszary działań programu to: 1) stworzenie jednolitego, ogólnopolskiego, centralnego systemu komputerowego MAK+ umożliwiającego zarządzanie zbiorami bibliotecznymi, wymianę informacji o księgozbiorach i wypożyczeniach pomiędzy samymi bibliotekami oraz zdalny dostęp poprzez internet dla czytelników; 2) internetyzacja bibliotek; 3) szkolenie bibliotekarzy w zakresie nowych kompetencji; 4) uruchomienie programu finansowego wsparcia modernizacji i rozbudowy bibliotek gminnych.

Rozwój digitalizacji umożliwił tworzenie kolekcji i bibliotek cyfrowych. W 2006 roku Biblioteka Narodowa uruchomiła Cyfrową Bibliotekę Narodową Polona. Jej celem jest udostępnianie w postaci cyfrowej wydań najważniejszych tekstów literackich i naukowych, dokumentów historycznych, czasopism, grafik, fotografii, nut oraz map. W tym samym roku powstała Śląska Biblioteka Cyfrowa (w porozumieniu z Uniwersytetem Śląskim). Jej celem jest prezentacja w internecie kulturowego dziedzictwa tego regionu w jego historycznej i współczesnej różnorodności, publikowanie naukowego dorobku regionu oraz wspieranie działalności dydaktycznej i edukacyjnej. W 2005 roku założona została Małopolska Biblioteka Cyfrowa.

Problemem jest dostępność bibliotek szkolnych. Robert Kaźmierczak wskazuje, że są one otwarte zaledwie przez ok. 120–130 dni w roku po pięć godzin dziennie (szkoła publiczna prowadzi bowiem zajęcia dydaktyczne przez ok. 170 dni w roku, od tego trzeba odliczyć wakacje i ferie, rekolekcje, szkolne święta itp.) W wielu szkołach utrzymywany jest również dzień administracyjny, w którym biblioteki są niedostępne dla czytelników. Czas pracy nauczycieli bibliotekarzy jest niewspółmiernie krótki w stosunku do czasu pracy personelu bibliotek publicznych (o połowę), a ich pensje są porównywalne [Kaźmierczak, 2009, s. 76–77].

Teatr

Wobec braku ustawowej definicji teatru przytoczona zostanie definicja przyjęta przez GUS na potrzeby działalności statystycznej:

„1. Instytucja lub organizacja zajmująca się profesjonalnie regularnym wystawianiem utworów scenicznych (dramatycznych, lalkowych, muzycznych i rozrywkowych), posiadająca stały zespół (aktorów, śpiewaków, tancerzy, muzyków, reżyserów, scenografów itp.), z reguły posiadająca budynek lub pomieszczenie przystosowane do wystawiania utworów scenicznych, przy wykorzystaniu różnych technik przekazu: słowo, ruch, muzyka, dźwięk, plastyka (niezależnie od liczby występujących w nich osób). Teatr może być stały lub objazdowy, a ze względu na prezentowaną formę sceniczną wyróżnia się: teatr dramatyczny, teatr lalkowy, teatr muzyczny (opera, operetka, tańca, balet, musical, rewiowy).

2. Instytucja kultury; profesjonalna jednostka wyodrębniona pod względem prawnym, organizacyjnym i ekonomiczno-finansowym, prowadząca regularnie jednorodną działalność sceniczną, niezależnie od liczby posiadanych scen".

W 2003 roku powstał w Warszawie Instytut Teatralny, który zajmuje się dokumentowaniem polskiego życia teatralnego oraz badaniami nad współczesnością i historią polskiego teatru, ma także pomóc w promowaniu naszego teatru za granicą.

Podobnie jak muzea, od 1990 roku teatry zostały poddane decentralizacji, którą przeprowadzono w trzech etapach. W latach 1991–1992 15 teatrów zostało przekazanych samorządom miejskim. Etap drugi związany był z realizacją Programu Pilotażowego Reformy Administracji Publicznej (1993) oraz z ustawą o „dużych miastach" (1995). Zakładano, że docelowa liczba teatrów państwowych nie przekroczy jednej trzeciej liczby z 1989 roku. Lista teatrów niepodlegających przekazaniu objęła 17 instytucji, po proteście środowiska teatralnego (i nowych wyborach do parlamentu) rozszerzono ją do 59. W 1994 roku działało 48 teatrów miejskich, 64 pozostały w gestii państwa, a 3 współprowadzili wojewoda i miasto. W związku z reformą administracyjną z 1999 roku 30 teatrów dramatycznych i wszystkie opery zostały przekazane urzędom marszałkowskim, a wszystkie teatry lalkowe (26) znalazły się w gestii samorządów powiatowych. MKiDN prowadzi

trzy teatry: Teatr Narodowy, Teatr Wielki – Opera Narodowa i Narodowy Stary Teatr w Krakowie, współprowadzi zaś Teatr Polski we Wrocławiu, Ośrodek Praktyk Teatralnych „Gardzienice" i Operę Wrocławską (instytucje wpisane do rejestru MKiDN), a także pięć teatrów i dwie opery wpisane do rejestru organizatorów samorządowych.

W 1989 roku liczba teatrów (łącznie dramatycznych i muzycznych) wynosiła 111 (161 scen), w roku 1999 – 149 (232) i w kolejnej dekadzie utrzymywała się na poziomie 138–145. Na przestrzeni dwóch dekad o ok. 60% zwiększyła się liczba scen, przybyło zwłaszcza tzw. małych scen. W latach 1989–1991 widoczny był spadek liczby widzów: z 9,1 mln do 6,4 mln, wzrost do 7,1 mln nastąpił w latach 1997–1998, a w kolejnej dekadzie ich liczba utrzymywała się na poziomie ok. 6 mln.

Z uwagi na charakter organizatora teatry dzielą się na publiczne i niepubliczne. *Raport Przemiany organizacyjne teatru w Polsce w latach 1989–2009* [Płoski, 2009] podaje, że w 2009 roku działały 124 teatry publiczne (w tym: 62 dramatyczne, 8 dramatycznych bez zespołu, 24 lalkowe, 5 tańca i ruchu, 11 operowych, 9 muzycznych i operetkowych, 5 impresaryjnych), a ponadto 7 instytucji kultury, w których działają teatry, i 5 teatrów impresaryjnych domów kultury. Najczęściej spotykanym modelem działalności jest teatr repertuarowy, czyli grający w danym okresie na zmianę kilka sztuk. Działają także teatry impresaryjne, które przygotowują program z wykorzystaniem zewnętrznych produkcji. Do najdroższych scen publicznych należą teatry operowe, które w celu obniżenia kosztów decydują się na koprodukcję przedstawień.

Teatry niepubliczne obejmują teatry typu *for profit* – działające jako przedsiębiorstwa (np. spółka z o.o.) w oparciu o prawo handlowe, oraz typu *non profit* zorganizowane jako organizacje pozarządowe (stowarzyszenia, fundacje). Zarówno teatry publiczne, jak i niepubliczne mogą występować o wsparcie do MKiDN – początkowo miało ono charakter dotacji celowych, po 2000 roku pojawiła się możliwość aplikowania o środki do programów operacyjnych. Samorządy lokalne wspierają teatry na podstawie procedur konkursowych lub przez powierzenie im do realizacji zadań samorządu. Wskazać można szereg przykładów udanej współpracy teatrów niepublicznych z władzami publicznymi, które działając w budynkach znajdujących się w zarządzie publicznym, zapewniają w ten sposób stały i różnorodny program artystyczny, a zarazem rozwiązują problem lokalowy teatrów niezależnych (np. scena Teatr Stara Prochoffnia w Warszawie została udostępniona trzem teatrom niepublicznym). Według autorów raportu liczba teatrów niepublicznych waha się od 150 do 180. One same definiują swój profil jako repertuarowy, chociaż często grają sztuki małoobsadowe skierowane do mniejszej publiczności. Teatry te otrzymują zazwyczaj dotacje w wysokości 30–50% kosztów utrzymania. Wyjątkiem jest Teatr Polonia Krystyny Jandy, dla którego dotacje stanowią zaledwie 4% wpływów. Raport wskazuje, że rozwój prywatnych teatrów komercyjnych utrudniają utrzymywane ze środków publicznych sceny grające re-

pertuar rozrywkowy – komedie, rewie, recitale (publiczne teatry muzyczne: Teatr Muzyczny Roma w Warszawie, Teatr Muzyczny Capitol we Wrocławiu, Teatr Rozrywki w Chorzowie, Gliwicki Teatr Muzyczny), które walczą o tego samego widza. Popularnością cieszą się prywatne teatry rewiowe: Studio Buffo i Teatr Sabat w Warszawie, Teatr Broadway w Szczecinie [Płoski, 2009, s. 60–61].

Większość budynków teatralnych na początku lat dziewięćdziesiątych wymagała remontów. Poczynając od końca tego dziesięciolecia, wiele budynków zostało poddanych modernizacji, od pierwszej dekady XXI wieku z wykorzystaniem środków europejskich. Do największych inwestycji tego rodzaju należy projekt utworzenia Europejskich Scen Teatru im. Stefana Jaracza w województwie łódzkim, obejmujący modernizację infrastruktury i technologii teatralnej w teatrze w Łodzi oraz w domach kultury w czterech miastach województwa (zakończony w 2008 r.). Podobnie jak instytucje wystawiennicze, również teatry wykorzystują w swojej działalności przestrzenie postindustrialne: teatry publiczne traktują je jako dodatkowy środek artystyczny, a teatry niezależne przede wszystkim jako stałą siedzibę.

Istotną grupą publiczności teatralnej są dzieci i młodzież – przedstawienia dla młodej widowni stanowią jedną piątą repertuaru i zapewnia ona 75% widowni teatrów. Opublikowany w 2005 roku *Raport o stanie polskiego teatru dla dzieci i młodzieży w latach 1989–2003* wskazuje na problemy związane z tym rodzajem działalności, m.in.: przedstawienia chałturnicze, nastawione tylko na zysk, prezentowane w przedszkolach i szkołach bez żadnej kontroli ich poziomu artystycznego; brak weryfikacji jakościowej produkcji dla dzieci i młodzieży, brak promocji najlepszych wzorów; niski poziom tekstów dramatycznych – plagą są dokonywane przez reżyserów adaptacje znanych baśni.

Ważną rolę upowszechnieniową pełnią festiwale teatralne; w Polsce rocznie odbywa się ich ok. 250–280 (liczba ta obejmuje zarówno duże imprezy międzynarodowe, jak i przeglądy w powiatowych domach kultury). Część festiwali zaczyna stawiać na interdyscyplinarność, do programu, oprócz teatru, włącza się koncerty, projekcje czy taniec np. Festiwal Teatralny Malta w Poznaniu, Festiwal Dialogu Czterech Kultur w Łodzi. Do najważniejszych festiwali należą: Krakowskie Reminiscencje Teatralne (od 1975), Festiwal Szekspirowski w Gdańsku (od 1993), Festiwal Dialog we Wrocławiu (od 2001), Międzynarodowy Festiwal Teatralny Boska Komedia w Krakowie (od 2008), Spotkanie Teatrów Narodowych w Warszawie (od 2009).

Raport przygotowany na Kongres Kultury Polskiej wskazał dwie główne tendencje widoczne we współczesnym teatrze: coraz liczniej powstające wielozespołowe centra, które sprzyjają rozwojowi niezależnych inicjatyw, oraz przekształcanie teatrów repertuarowych w multidyscyplinarne, na których program składają się wydarzenia z różnych dziedzin kultury.

Taniec

W Polsce działa 9 zespołów baletowych przy operach i 8 zespołów przy teatrach muzycznych. W 2009 roku Polski Balet Narodowy został wydzielony ze struktur Opery Narodowej i jest jej równorzędnym partnerem w ramach Teatru Wielkiego. W następnym roku Bałtycki Teatr Tańca został wydzielony z Opery Bałtyckiej. Pod koniec pierwszej dekady XXI wieku działało w Polsce kilkadziesiąt teatrów tańca, z których ponad 30 uznawanych jest przez krytykę. Oprócz wspomnianych wyżej zaledwie trzy teatry mają status instytucjonalny: Polski Teatr Tańca – Balet Poznański (1973, bez stałej siedziby, finansowany ze środków wojewody, premiery finansowane przez MKiDN), Śląski Teatr Tańca (1991, siedzibę dzieli z Centrum Kultury w Bytomiu, finansowany przez Miasto, w połowie 2013 r. zlikwidowany) i Kielecki Teatr Tańca (1995, początkowo prywatny zespół, od 1998 – stowarzyszenie, od 2004 – instytucja miejska). W 1956 roku powstał działający nieprzerwanie Wrocławski Teatr Pantomimy. Działają także zespoły tańca ludowego, w tym dwa zawodowe: Zespół Pieśni i Tańca „Śląsk" oraz Państwowy Zespół Ludowy Pieśni i Tańca „Mazowsze".

Szczególny rozwój i popularyzacja tańca współczesnego miały miejsce po przełomie 1989 roku. W latach dziewięćdziesiątych powstał szereg zespołów tańca, m.in. Teatr Tańca DF w Krakowie (1990), Teatr Dada von Bzdülöw w Gdańsku (1993), Kielecki Teatr Tańca (1995). Do najbardziej cenionych współczesnych niepublicznych inicjatyw w zakresie tańca współczesnego należy projekt Stary Browar Nowy Taniec.

W tym samym czasie nastąpił prawdziwy wysyp festiwali tańca: Międzynarodowe Prezentacje Współczesnych Form Tanecznych w Kaliszu (1993), Międzynarodowa Konferencja Tańca Współczesnego i Festiwal Sztuki Tanecznej w Bytomiu (1994), Międzynarodowe Warsztaty Tańca Współczesnego (1994), a także Międzynarodowe Biennale Tańca Współczesnego oraz Międzynarodowy Festiwal Teatrów Tańca (2004) – w Poznaniu, Międzynarodowe Spotkania Teatrów Tańca w Lublinie (1997). Po roku 2000 powstały m.in. Festiwal Gdańska Korporacja Tańca (2002), Baltic Movement Project w Gdańsku (2009).

Filharmonie i orkiestry

W 2012 roku działało w Polsce 25 filharmonii, które bez wyjątku reprezentują sektor publiczny: jedna finansowana jest przez MKiDN (Filharmonia Narodowa), 12 przez samorządy wojewódzkie, 8 przez samorządy miejskie oraz 4 współfinansowane przez MKiDN i samorządy (Filharmonia im. W. Lutosławskiego we Wrocławiu, Filharmonia Pomorska im. I. Paderewskiego w Bydgoszczy, Filharmonia Zielonogórska im. T. Bairda, Opera i Filharmonia Podlaska – Europejskie Centrum Sztuki w Białymstoku). Działają 32 zawodowe orkiestry, jedna orkiestra muzyki

współczesnej oraz 10 orkiestr teatrów operowych. Organizatorem jednej orkiestry jest MKiDN – Polskiej Orkiestry „Sinfonia Iuventus", Ministerstwo jest też współorganizatorem Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach.

Największymi zespołami dysponują: Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia (118 muzyków), Orkiestra Symfoniczna Filharmonii Śląskiej w Katowicach (99), Orkiestra Symfoniczna Filharmonii Narodowej (97) i Polska Filharmonia Bałtycka (84); typowa orkiestra filharmoniczna liczy 70–80 muzyków. Przy filharmoniach działają również mniejsze zespoły – orkiestry smyczkowe, grupy kameralne.

Istotny wpływ na dobór repertuaru mają koszty związane z wypożyczeniem lub zakupem materiałów orkiestrowych od wydawców oraz opłaty z tytułu tantiem autorskich na rzecz Stowarzyszenia Autorów ZAiKS. Najbardziej dostępne pod tym względem są utwory osiemnasto- i dziewiętnastowieczne, w przeciwieństwie do muzyki współczesnej (konieczność wnoszenia opłat obowiązuje do 70 lat od śmierci kompozytora). Koszty wypożyczenia nut rosną, kiedy koncert jest transmitowany przez radio lub telewizję albo nagrywany na płytę (od 50–400%). Wykonanie polskiej muzyki współczesnej jest więc dużo droższe od klasycznego repertuaru, cieszy się też dużo mniejszym zainteresowaniem publiczności.

W 2012 roku istniało 68 chórów – liczba ta obejmuje chóry filharmoniczno-operowe, katedralne, chłopięce, akademickie, muzyki dawnej, zarówno profesjonalne, jak i amatorskie.

W wielu miastach planowana jest budowa lub rozbudowa sal koncertowych, filharmonii i oper. Przy wsparciu funduszy unijnych wzniesione zostały Opera Krakowska (2004–2008) oraz Opera i Filharmonia Podlaska (2012). Ponadto w 2006 roku została oddana do użytku Opera Nova w Bydgoszczy, której budowa rozpoczęła się... w 1974 roku.

Podobnie jak w przypadku teatru, istotną formą upowszechniania muzyki oraz poszerzania oferty są festiwale. Polskie Centrum Informacji Muzycznej (POLMIC) odnotowało w 2012 roku 231 festiwali muzycznych (część z nich to wydarzenia jednorazowe bądź też imprezy organizowane poza Polską), wśród nich najliczniejsze grupy stanowią festiwale organowe, monograficzne oraz muzyki współczesnej (łącznie ponad dwadzieścia). Do najważniejszych festiwali muzyki dawnej należą m.in. Festiwal Oper Barokowych w Warszawie (od 1993), Misteria Paschalia w Krakowie (od 2004), do festiwali muzyki klasycznej: Międzynarodowy Festiwal Chopinowski w Dusznikach-Zdroju (od 1946), Międzynarodowy Festiwal „Wratislavia Cantans" we Wrocławiu (od 1966), Muzyka w Starym Krakowie (od 1976), Wielkanocny Festiwal Ludwika van Beethovena w Warszawie (od 1997, do 2003 w Krakowie), do festiwali muzyki współczesnej: Warszawska Jesień (od 1956), Sacrum-Profanum w Krakowie (od 2003), Festiwal Prawykonań w Katowicach (od 2005), do festiwali muzyki jazzowej: Jazz nad Odrą we Wrocławiu (od 1964), Warsaw Summer Jazz Days (od 1991), do festiwali muzyki pop i rock: Przy-

stanek Woodstock w Kostrzynie nad Odrą (od 1995), Heineken Open'er w Gdyni (od 2001), do festiwali operowych: Bydgoski Festiwal Operowy (od 1994), Festiwal Hoffmannowski w Poznaniu (od 2001), Poznańskie Dni Verdiego (od 2000), Festiwal Mozartowski w Warszawie (od 1990). Równie istotną rolę pełnią konkursy muzyczne (POLMIC wymienia 123). Najbardziej prestiżowe to: Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina, Międzynarodowy Konkurs Skrzypcowy im. Henryka Wieniawskiego, Międzynarodowy Konkurs Dyrygentów im. Grzegorza Fitelberga, Międzynarodowy Konkurs Wokalny im. Stanisława Moniuszki, Konkurs Młodych Kompozytorów im. Tadeusza Bairda.

Domy kultury

Z uwagi na dostępność i liczbę placówek, często zlokalizowanych poza centrami dużych miast, domy kultury należą do kluczowych placówek prowadzących edukację kulturalną w Polsce. Domy kultury, a także ośrodki kultury, kluby i świetlice spełniają szereg funkcji społecznych: prowadzą amatorską działalność artystyczną, pełnią funkcje towarzyskie, sportowe i rozrywkowe. Według definicji GUS domy kultury prowadzą wielokierunkową działalność społeczno-kulturalną, mieszczą się w odrębnym budynku wyposażonym w salę widowiskowo-kinową, z odpowiednio przystosowanymi pomieszczeniami i urządzeniami. Ośrodki kultury są wielofunkcyjnymi instytucjami społeczno-kulturalnym, które integrują wokół wspólnego programu działalność istniejących w danej miejscowości autonomicznych instytucji kultury (domu kultury, biblioteki, klubu, świetlicy, kina, ognisk artystycznych, izby regionalnej, urządzeń rekreacyjno-sportowych, zakładu usług gastronomicznych). Kluby kultury prowadzą działalność kulturalną w środowisku lokalnym we współdziałaniu z instytucjami, organizacjami i stowarzyszeniami kulturalnymi, społecznymi i politycznymi. Posiadają odpowiednio wyposażone jedno lub więcej pomieszczeń. Z kolei świetlice dysponują zazwyczaj jednym pomieszczeniem, a zasięg ich działania obejmuje małe grupy lokalnych społeczności. Poszczególne typy instytucji i organizacji mają charakter wojewódzki, miejski, dzielnicowy, osiedlowy, spółdzielczy, miejsko-gminny lub wiejski. W 2009 roku działało łącznie 4027 instytucji wszystkich typów, a w 2011 – 3708, z czego: ośrodków kultury 1536, świetlic 1103, domów kultury 724 i klubów 345 (GUS). Jedną z podstawowych form działalności omawianych instytucji jest prowadzenie specjalistycznych pracowni. Największą popularnością cieszą się pracownie plastyczne i muzyczne, jest ich też najwięcej (w 2009 r. odpowiednio 28% i 26%). Mniej jest pracowni komputerowych (16%), fotograficznych (4%), filmowych (3%), politechnicznych (2%), radiowych i telewizyjnych (1%). W zakresie typów imprez najczęściej organizowane są seanse filmowe (22%), występy zespołów amatorskich (18%), prelekcje, spotkania i wykłady (15%), w następnej kolejności imprezy turystyczne i sportowo-rekreacyjne, występy artystów, wystawy, dyskoteki. Z kolei naj-

większą widownię gromadzą występy artystów i zespołów amatorskich. Kolejną podstawową formą aktywności instytucji jest prowadzenie zespołów artystycznych (w 2009 r. – 18,3 tys.). Największą grupę stanowią wśród nich zespoły taneczne, następnie muzyczno-instrumentalne, wokalne, teatralne i folklorystyczne. Inną formą działalności są koła zainteresowań (kluby). Najwięcej członków liczą kluby seniora, na drugim miejscu są kluby plastyczne, a na trzecim – turystyczne i sportowo-rekreacyjne.

Uczestnikami zajęć realizowanych przez te instytucje są przede wszystkim dzieci i młodzież do 15 roku życia oraz seniorzy.

Z opracowanej przez Narodowe Centrum Kultury *Diagnozy domów kultury w Polsce* wynika, że domy i pokrewne instytucje kultury są dziś anachroniczne i w żaden sposób nie odzwierciedlają statusu danego podmiotu czy jego funkcji. Coraz częściej przy tym podmioty pełniące zwyczajowe funkcje przypisywane domom kultury są nazywane „centrami kultury", „centrami aktywności lokalnej" lub jeszcze inaczej, w sposób niebudzący automatycznych skojarzeń z domem kultury. Od 2009 roku wdrażany jest program Dom Kultury+, realizowany przez NCK. Jego celem jest poszerzenie dostępu do kultury, stworzenie warunków sprzyjających rozwojowi współpracy, komunikacji, pobudzeniu aktywności obywatelskiej w przestrzeni kultury oraz rozwojowi nowoczesnej edukacji kulturalnej i artystycznej. Zgodnie z założeniami programu, dom kultury powinien: budować strategię rozwoju i funkcjonowania w oparciu o analizę lokalnej sytuacji społeczno-ekonomicznej, aktywnie uczestniczyć w życiu danej gminy, stwarzać możliwości wielostronnej edukacji kulturalnej, być dostępnym dla wszystkich grup społecznych, kształcić postawy aktywnego uczestnictwa w kulturze, angażować artystów w życie kulturalne społeczności, integrować społeczności lokalne, przeciwdziałać wykluczeniu społecznemu i jego skutkom, przyczyniać się do rozwoju gminy, być moderatorem dialogu w społeczności lokalnej, budować postawy otwartości i tolerancji. Na zmianę charakteru domów kultury wpłynąć ma organizacja szkoleń oraz przyznawanie dofinansowań na realizację zadań z zakresu edukacji i animacji kulturalnej.

Przemysły kultury

Rynek książki

Światowy rynek książki przeżywa obecnie rewolucję technologiczną związaną z szybką popularyzacją e-booków. W Polsce trend ten rozwija się równolegle do krajów zachodnich, stawiając przed branżą wydawniczą i przed kulturą w ogóle nowe wyzwania: potrzebę digitalizacji zbiorów oraz ochrony praw autorskich.

Popularnością cieszą się również wprowadzone wcześniej audiobooki. Tradycyjna forma książki – wydawanej w postaci e-booka czy audiobooka – podlega dematerializacji. Coraz większe znaczenie zyskuje bliska współpraca wydawców prasy, książek i serwisów internetowych.

Do 1989 roku działało w Polsce około stu wydawnictw państwowych oraz niewielka liczba oficyn niezależnych (kościoły, spółdzielnie), publikujących specjalistyczne tytuły w niewielkich nakładach. Hurtem książki zajmowała się Składnica Księgarska, działała również państwowa sieć księgarska Dom Książki. Przemiany ustrojowe zapoczątkowały kilkuetapowy proces zmian: najpierw masowo zaczęły powstawać nowe wydawnictwa, potem nastąpiła prywatyzacja księgarń i wydawnictw oraz pojawiły się prywatne hurtownie (proces prywatyzacji kończy się dopiero teraz, na początku drugiej dekady XXI w.). W pierwszym dziesięcioleciu XXI wieku rozpoczął się proces konsolidacji: duże koncerny wydawnicze (wiele z nich z całkowitym lub częściowym udziałem kapitału zagranicznego) przejmują mniejsze wydawnictwa.

Od początku drugiego dziesięciolecia XXI wieku w Polsce zarejestrowanych jest ponad 3 100 wydawnictw – wielka grupa małych wydawców to cecha charakterystyczna polskiego rynku książki. Jednocześnie występuje na nim bardzo duża koncentracja – udział w rynku trzystu największych wydawnictw branży wynosi prawie 98%. Najwięksi wydawcy w 2011 roku to: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Nowa Era, Wolters Kluwer Polska, Grupa PWN, Weltbild Polska, Grupa Edukacyjna MAC, Pearson Central Europe, Reader's Digest, Wiedza i Praktyka, Wydawnictwo Olesiejuk. Dziesięć największych wydawnictw literackich to: Albatros, Czarne, Muza, Prószyński i S-ka, Rebis, W.A.B., Weltbild, Wydawnictwo Literackie, Znak, Zysk i S-ka. [*Rynek książki*..., 2011, s. 3, 6–7]. Do mniejszych wydawców należą oficyny akademickie przy wyższych uczelniach, oficyny przy placówkach muzealnych i prywatne oficyny naukowe. Zaliczyć do nich trzeba również liczną grupę wydawców zbiorów poetyckich (finansowanych przez samych autorów czy też przez władze lokalne), wydawców katalogów wystaw, wydawców publikacji religijnych i politycznych.

Liczba wydanych tytułów w stosunku do danych z 1990 roku uległa niemal potrojeniu: 10 596 w 1990 i systematyczny wzrost do końca dekady do ponad 19 000, 22 298 tytułów w 2000, a w 2011 – 31 515. Nowości stanowiły w 2010 roku 55% wszystkich tytułów (we wcześniejszych latach ok. 60%). Największe nakłady osiągają podręczniki, na drugim miejscu znajduje się literatura dziecięca, na trzecim – literatura religijna, a na czwartym – beletrystyka.

Do końca 2010 roku obowiązywała zerowa stawka VAT na książki. W związku z koniecznością harmonizacji podatkowej w obrębie państw należących do UE po okresie przejściowym – trwającym do końca kwietnia 2011 roku – wprowadzony został VAT w wysokości 5% (jest to stawka obniżona).

Czytelnictwo książek wykazuje z kolei tendencję spadkową. W 2010 roku grupa osób, które przeczytały co najmniej jedną książkę, stanowiła 44% społeczeństwa, na przestrzeni lat 1994–2006 czytający stanowili grupę ponad 50%, podczas gdy np. w 1992 roku poziom ten wynosił 71%.

Usługi poligraficzne świadczy ok. 16 000 firm, w tym drukarni ok. 3 500–4 000. Branża hurtowni książek koncentruje się wokół Warszawy – ich właściciele rezygnują ze struktur terenowych na rzecz magazynów centralnych. Działają cztery sieci sprzedaży książek o zasięgu ogólnopolskim: Azymut, FK Jacek Olesiejuk, Platon i Wikr. W 2010 roku odnotowano 2 300 księgarń (tendencja spadkowa) – sprzedano w nich 38% książek. Do głównych sieci księgarskich należą: Empik, Matras, Dom Książki, Książnica Polska, Nova Duo, HDS (działa pod różnymi markami: InMedio, Relay, Virgin, Akapit). Rośnie rynek sprzedaży internetowej: największą księgarnią internetową jest Merlin, na drugim miejscu Empik, a dalej Gandalf (w 2011 r. Empik kupił 70% udziałów tej konkurencyjnej księgarni). Często wybieraną formą zakupu są też kluby książki: Świat Książki, Klub dla Ciebie, Klub Książki Księgarni Krajowej, Prodoks). Tradycyjne księgarstwo ponosi porażkę w zestawieniu z innymi kanałami sprzedaży, oprócz księgarni internetowych i klubów – z hipermarketami i kioskami z prasą [Dobrołęcki i in., 2008, s. 28–29].

Istotne znaczenie dla rynku książki mają duże imprezy targowe: Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie (organizowane od 1958 r., wcześniej w Poznaniu, w 2011 zawieszone), Warszawskie Targi Książki (od 2010), Targi Książki w Krakowie (od 1996). W kategoriach promocyjnych traktować również można nagrody literackie – za najbardziej prestiżowe uznawane są: Nagroda Literacka Nike (przyznawana od 1997), a także Nagroda Fundacji im. Kościelskich (od 1962), Nagroda Literacka Gdynia (od 2006), Literacka Nagroda Europy Środkowej ANGELUS (od 2007).

Jednym z najpoważniejszych problemów przemysłu wydawniczego jest przestrzeganie Ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, która podmiotom uprawnionym z tytułu autorskich praw majątkowych przyznaje wyłączne prawo do korzystania z utworu. Wyjątkiem jest tzw. własny użytek osobisty, gdzie zgoda nie jest wymagana, a korzystanie jest nieodpłatne. Przyczyną strat dla podmiotów uprawnionych jest nielegalne kopiowanie w punktach kserograficznych i nielegalna dystrybucja utworów sprowadzonych do postaci cyfrowej, co odbywa się przy dużej bierności organów ścigania. W polskim prawodawstwie brakuje przepisów odnoszących się do *Public lending right* (reguluje je dyrektywa UE) – prawa posiadacza praw autorskich do rekompensaty za publiczne udostępnienie jego utworów w bibliotekach.

Kinematografia[1]

Fundamentalny wpływ na rozwój kinematografii ma rozwój technik cyfrowych, który zrewolucjonizował system produkcji oraz kanały dystrybucji. Istotną rolę w zakresie rozpowszechniania odgrywa internet, który umożliwia szybką, często nielegalną dystrybucję – korzystanie z niej jest przejawem powszechnego łamania praw autorskich.

Ramy prawne kinematografii wyznacza Ustawa z dnia 30 czerwca 2005 r. o kinematografii. Branża została w niej zdefiniowana jako „twórczość filmowa, produkcja filmów, usługi filmowe, dystrybucja i rozpowszechnianie filmów, w tym działalność kin, upowszechnianie kultury filmowej, promocja polskiej twórczości filmowej oraz gromadzenie, ochrona i upowszechnianie zasobów sztuki filmowej" (R. 1, Art. 3, pkt. 2). W celu wsparcia kinematografii powołany został Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF). Do jego zadań należy: „1) tworzenie warunków do rozwoju polskiej produkcji filmów i koprodukcji filmowej; 2) inspirowanie i wspieranie rozwoju wszystkich gatunków polskiej twórczości filmowej, a w szczególności filmów artystycznych, w tym przygotowania projektów filmowych, produkcji filmów i rozpowszechniania filmów; 3) wspieranie działań mających na celu tworzenie warunków powszechnego dostępu do dorobku polskiej, europejskiej i światowej sztuki filmowej; 4) wspieranie debiutów filmowych oraz rozwoju artystycznego młodych twórców filmowych; 5) promocja polskiej twórczości filmowej; 6) dofinansowywanie przedsięwzięć z zakresu przygotowania projektów filmowych, produkcji filmów, dystrybucji filmów i rozpowszechniania filmów, promocji polskiej twórczości filmowej i upowszechniania kultury filmowej, w tym produkcji filmów podejmowanych przez środowiska polonijne; 7) świadczenie usług eksperckich organom administracji publicznej; 8) wspieranie utrzymywania archiwów filmowych; 9) wspieranie rozwoju potencjału polskiego niezależnego przemysłu kinematograficznego, a w szczególności małych i średnich przedsiębiorców działających w kinematografii" (R. 2, Art. 8, pkt. 1).

PISF otrzymuje dotacje podmiotowe z budżetu państwa, pozyskuje przychody z eksploatacji filmów, do których przysługują mu autorskie prawa majątkowe, a także pobiera opłaty, do których wnoszenia zobowiązane są (w wysokości 1,5% przychodów) podmioty prowadzące kina i dystrybuujące filmy, nadawcy programu telewizyjnego oraz operatorzy platform cyfrowych i telewizji kablowych. Ponadto publiczny nadawca telewizyjny jest zobowiązany przeznaczyć na produkcję filmów nie mniej niż 1,5% rocznych wpływów z abonamentu za posiadanie odbiorników telewizyjnych. Dofinansowanie danego przedsięwzięcia nie może przekroczyć 50% budżetu filmu, z wyjątkiem filmów ambitnych, o wysokich walorach artystycznych, niekomercyjnych oraz debiutów reżyserskich i filmów niskobudżetowych.

[1] Dane w tym podrozdziale pochodzą z *Raportu o stanie polskiej kinematografii* [Miczka, 2009].

Ochroną narodowego dziedzictwa kulturowego w dziedzinie kinematografii zajmuje się Filmoteka Narodowa oraz filmoteki regionalne. Producenci są zobowiązani do przekazywania Filmotece kopii każdego wyprodukowanego filmu oraz materiałów dokumentacyjnych związanych z produkcją.

Od 1989 roku obserwować można lawinowy wzrost liczby firm producenckich: w 1989 działało ich niespełna dziesięć, w 2001 – ponad 400, w 2009 – ok. 500, większość z nich to jednak firmy małe, zatrudniające 3–5 osób. Produkcją filmów fabularnych zajmuje się ok. 30–35 prywatnych firm; do największych należą: Heritage Films, Akson Studio, Apple Film Production, Skorpion Art Film, Opus Film, Filmcontract i Se-Ma-For Produkcja Filmowa Sp. z o.o. Wciąż ważną rolę pełnią Studia Filmowe (dawne Zespoły Filmowe): Kadr, Zebra, Tor, OKO, Kalejdoskop, Kronika (prywatyzacja rozpoczęta w 2012 r.) i Perspektywa. Działają również państwowe wytwórnie filmowe: Wytwórnia Filmów Fabularnych w Łodzi (wyspecjalizowana w obsłudze produkcji filmowej, wynajmuje przedmioty inscenizacyjne i halę zdjęciową), Wytwórnia Filmów Dokumentalnych i Fabularnych w Warszawie, Wytwórnia Filmów Fabularnych we Wrocławiu (dysponuje największą halą zdjęciową w Polsce), Wytwórnia Filmowa „Czołówka" w Warszawie (specjalizuje się w filmach dokumentalnych), Wytwórnia Filmów Oświatowych i Programów Edukacyjnych w Łodzi, Studio Miniatur Filmowych w Warszawie, Studio Filmów Rysunkowych w Bielsku-Białej. Produkcją filmową zajmują się także nadawcy telewizyjni: Telewizja Polska SA produkująca przez Agencję Filmową TVP SA, a także stacje prywatne, które umowa licencyjna zobowiązuje do inwestowania w polską produkcję filmową – Canal+ Polska i TVN.

W 2005 roku powstały w Polsce 24 fabularne filmy kinowe, w 2006 – 29, w 2007 – 34, w 2008 – 39, w 2012 – 42. W 2005 roku ze środków publicznych wydano na wsparcie produkcji filmowej 21 mln zł, w 2006 – PISF wydatkował 52 mln, a w 2007 – 64 mln i nadal utrzymuje się tendencja wzrostowa.

W 1987 roku frekwencja w kinach wyniosła aż 95,3 mln widzów. W kolejnych latach spadała, najniższy poziom osiągnęła w 1992 roku – 10,5 mln; potem rozpoczął się systematyczny wzrost: 1995 – 22,6 mln, 1999 – 27,5 mln, 2004 – 33,3 mln, 2008 – 35 mln, 2009 – 39 mln, 2010 – 37 mln. Wyniki frekwencyjne w poszczególnych latach podbijają wielkie produkcje filmowe: ekranizacje klasyki polskiej literatury, zwłaszcza powieści historycznych (*Ogniem i mieczem* – 7,1 mln widzów, 1999; *Pan Tadeusz* – 6,2 mln, 1999; *Quo vadis* – 4,3 mln, 2001; *W pustyni i w puszczy* – 2,2 mln, 2001; *Zemsta* – 2 mln, 2002), filmy o tematyce religijnej, hity kina hollywoodzkiego (*Park jurajski* – 2,7 mln, 1993; seria pełnometrażowych filmów animowanych, którą w 1994 r. zapoczątkował *Król Lew* – 2,7 mln; *Titanic* – 3,5 mln, 1998), komedie romantyczne produkcji rodzimej i amerykańskiej. Bezpośredni wpływ na obniżenie frekwencji w latach dziewięćdziesiątych miała ogromna popularność magnetowidów i filmów na kasetach wideo (powszechnie dostępne nielegalne kopie) i jednoczesny ubogi repertuar filmów zagranicznych w kinach.

Frekwencja w pewnym stopniu skorelowana była ze spadkiem liczby kin: w 1990 roku działało ich 1435, w 1993 – 705, w 2002 – 633. W drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych liczba miejsc w kinach zaczęła się zwiększać dzięki tworzeniu kin wielosalowych – w 1996 roku powstał pierwszy multipleks Femina w Warszawie, w 1998 roku pierwsze ośmiosalowe Multikino w Poznaniu, a następnie kina sieci Ciemna City, Ster Kinekor (po kilku latach wchłonięta przez Cinema City), Silver Screen, Kinepolis. W 2012 roku sieć Cinema City posiadała 31 kin, a Multikino – 26. Inwazja multipleksów doprowadziła do zamknięcia wielu tradycyjnych kin. Część z tych, które przetrwały, należy do Sieci Kin Studyjnych i Lokalnych – przystąpiło do niej 88 kin (w latach 2003–2005 sieć działała w ramach Filmu Polskiego – Agencji Promocji, od 2006 przy Filmotece Narodowej; od 2007 obejmuje również kina w małych miejscowościach – lokalne). Kina te mają ułatwiony dostęp do wyselekcjonowanego przez Filmotekę repertuaru oraz otrzymują wsparcie finansowe w organizacji działań upowszechniających kulturę filmową.

Ważną rolę upowszechnieniową pełnią festiwale. Do kilku prestiżowych, o długiej tradycji: Krakowskiego Festiwalu Filmów Krótkometrażowych (od 1961) i Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych (od 1974 w Gdańsku, w 1987 przeniesiony do Gdyni), a także Warszawskiego Festiwalu Filmowego (od 1985), w latach dziewięćdziesiątych dołączyły kolejne, m.in. z zakresu filmu krótkometrażowego Międzynarodowy Festiwal Filmowy Etiuda & Anima w Krakowie (od 1994, do 2005 jako MFF Etiuda) oraz Rozstaje Europy w Lublinie (1999–2009, zawieszony), Międzynarodowy Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych Plus Camerimage w Bydgoszczy (od 1993, najpierw w Toruniu, później w Łodzi), Międzynarodowy Festiwal Filmowy Era Nowe Horyzonty we Wrocławiu (od 2001) oraz największy międzynarodowy przegląd sztuki dokumentu odbywający się w różnych miastach Polski – Planete Doc Film Festival (od 2004).

Na rzecz kinematografii działa powstałe w 2005 roku Polskie Wydawnictwo Audiowizualne, przemianowane w 2009 roku na Narodowy Instytut Audiowizualny. Do zadań NInA należy: gromadzenie, archiwizacja, rekonstrukcja i dokumentowanie twórczości audiowizualnej; promocja dziedzictwa audiowizualnego oraz umożliwienie warunków powszechnego dostępu do niego; wspieranie inicjatyw w zakresie produkcji, rejestracji i promocji wartościowych dzieł kultury; działalność wydawnicza; edukacja medialna oraz działalność szkoleniowa na polu popularyzacji i rozwoju mediów.

Media

Rozwój mediów po roku 1989 charakteryzuje się największą dynamiką i największą złożonością spośród omawianych w rozdziale sektorów i przemysłów kultury. Z uwagi na swoją specyfikę media są w równym stopniu elementem kultury, jak i składową procesów społecznych, politycznych oraz gospodarczych. Jak żaden

z przemysłów kultury są barometrem wydarzeń bieżących, a zmiany na rynku mediów są nierzadko wypadkową tych wydarzeń. Podobnie jak w przypadku kinematografii rozwój nowych technologii ma decydujący wpływ zarówno na kształt, jak i na sposób odbioru poszczególnych typów mediów – tradycyjnych: prasy, radia i telewizji, oraz nowych: internetu, telekomunikacji. W ostatniej dekadzie XX wieku na niespotykaną wcześniej skalę nobilitowany został obraz (kosztem słowa pisanego), co spowodowało zmianę nawyków czytelniczych: przejście od „czytelnictwa", polegającego na – jak pisze Ryszard Filas – wyszukiwaniu informacji podawanych bezpośrednio i „między wierszami", do „oglądactwa", określanego jako przeglądanie krótkich materiałów przetykanych licznymi ilustracjami i reklamami; towarzyszy temu odchodzenie od prasy na rzecz telewizji i internetu [Filas, 1999, s. 55].

Przemiany polskich mediów, w przeciwieństwie do wielu innych przemysłów kultury, są dobrze udokumentowane i opisane. W syntezach przoduje Ośrodek Badań Prasoznawczych w Krakowie (od 1990 r. jednostka Uniwersytetu Jagiellońskiego). Na łamach wydawanych przez OBP „Zeszytów Prasoznawczych" Ryszard Filas regularnie publikuje artykuły, które obrazują tendencje widoczne w poszczególnych typach mediów oraz przekrojowe podsumowania przemian mediów masowych.

Ryszard Filas dokonał periodyzacji rozwoju polskich mediów w latach 1989–2009, dzieląc dwudziestolecie na osiem faz (zob. Tabela 1).

Tabela 1. Fazy przemian polskich mediów w latach 1989–2009

Okres	Nazwa (charakterystyka) fazy
1. maj 1989 – połowa 1990	faza żywiołowego entuzjazmu nowych wydawców i nadawców oraz wymuszonych przekształceń starych tytułów
2. połowa 1990 – koniec 1992	faza pozornej stabilizacji i zmian podskórnych w prasie i radiu
3. początek 1993 – koniec sierpnia 1994	faza otwartej walki o rynek mediów, zwłaszcza audiowizualnych
4. wrzesień 1994 – koniec 1996	faza zagospodarowania rynku po pierwszym procesie koncesyjnym i inwazji tygodników niemieckich
5. 1997 – 2000	faza nowego podziału rynku mediów i postępującej specjalizacji
6. 2001 – 2003	faza rosnącej dominacji mediów elektronicznych w warunkach kryzysu ekonomicznego
7. 2004 – 2007	faza wstępnej przebudowy oferty mediów tradycyjnych wobec spodziewanej inwazji nowych technologii medialnych
8. 2008 –	faza realnej konfrontacji mediów tradycyjnych z nowymi technologiami medialnymi w warunkach spowolnienia gospodarczego

Źródło: Opr. własne na podstawie Filas [1999], Filas [2010]

Ostatnia dekada XX wieku na rynku prasowym to przełamanie monopolu RSW Prasa–Książka–Ruch za sprawą wydawców z dużym udziałem kapitału zagranicznego. Najpierw mocną pozycję na polskim rynku zdobył francuski koncern Socpresse Roberta Hersanta, po czym jego tytuły wykupiła bawarska grupa Passauer Neue Presse. Pod koniec dekady najsilniejszą pozycję miały wydawnictwa niemieckie: Heinricha Bauera, grupa Burdy, Gruner + Jahr, Springer oraz szwajcarska grupa Marquarda.

W maju 1989 roku zaczęła się ukazywać „Gazeta Wyborcza" łącząca formułę ogólnopolskiej gazety opiniotwórczej i gazety lokalnej. Systematycznie malały nakłady dzienników: z 7,5 mln egz. w 1989 roku do 3,9 mln egz. w 1999. Czytelnicy rezygnowali z gazet codziennych na rzecz czasopism. Zlikwidowane zostały regionalne popołudniówki (w 1989 r. było ich aż 13) – całkowicie znikły z rynku lub zostały przekształcone w dzienniki poranne. Po przejęciu przez którąś z zachodnich grup wydawniczych były wchłaniane jako dodatek przez posiadający silniejszą pozycję dziennik należący do tego samego wydawcy. Z 50 powstałych w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych dzienników regionalnych do końca dekady utrzymała się zaledwie jedna szósta. Na rynku czasopism najpierw rozwijały się miesięczniki, później nastąpiła inwazja tygodników i dwutygodników wzorowanych na magazynach zachodnich. Pojawiły się nowe typy magazynów: erotyczne, ezoteryczne, rozrywkowo-plotkarskie, *true stories*, *people magazine*, przewodniki repertuarowe, ogólnoporadnikowe, specjalistyczne, lifestylowe dla mężczyzn. Do segmentu prasy specjalistycznej zaliczyć można tzw. partworki, czyli pisma kolekcjonerskie mające zamknięty cykl wydawniczy, o określonej liczbie numerów. Nakłady czasopism również były nieporównywalnie małe w stosunku do okresu PRL-u. Nastąpił rozwój prasy lokalnej i sublokalnej, a także alternatywnej (ziny). Rozwój takich tygodników, w szczególności plotkarskich, przyczynił się do zmiany modelu czytelnictwa i wykształcenia się tzw. oglądactwa.

Dnia 29 grudnia 1992 roku uchwalona została Ustawa o radiofonii i telewizji, która m.in. powołała do życia Krajową Radę Radiofonii i Telewizji. Zgodnie ze swoim ustawowym celem stoi ona „na straży wolności słowa w radiu i telewizji, samodzielności nadawców i interesów odbiorców oraz zapewnia otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji". Do głównych zadań Rady należy przyznawanie koncesji na rozpowszechnianie programów. W ustawie znalazły się zapisy określające misję publiczną publicznej radiofonii i telewizji (patrz: ramka). Ustawa przekształciła Polskie Radio w jedną ogólnokrajową i siedemnaście jednoosobowych spółek akcyjnych Skarbu Państwa. Polskie Radio i Telewizja Polska stały się mediami publicznymi. W pierwszym procesie koncesyjnym koncesje ogólnopolskie uzyskały dwie rozgłośnie komercyjne: RMF FM i Radio Zet, a także Radio Maryja. Telewizja publiczna dysponowała dwoma kanałami ogólnopolskimi. Dawne, istniejące of początku lat dziewięćdziesiątych ośrodki regionalne były zamieniane na oddziały terenowe TVP (do 1998 r. powstało ich 12). Przyznana została jedna

koncesja na nadawanie ogólnopolskiej telewizji komercyjnej – otrzymał ją Polsat. W drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych nasiliły się procesy koncentracyjne – stacje zawierają porozumienia dotyczące reklam i programów, pojawiły się dwie grupy nadawców lokalnych i tzw. sieci lokalne sformatowane na wzór zachodni.

W 1998 roku uruchomione zostały dwie konkurencyjne platformy cyfrowe: Wizja TV i Cyfra+, a w 2000 roku platforma Polsatu (później Cyfrowy Polsat). Pod koniec lat dziewięćdziesiątych rozpoczęła się rewolucja komunikacyjna: błyskawicznie upowszechniała się telefonia mobilna GSM i zwiększała się liczba abonentów (0,8 mln w 1997 r., 6,7 w 2000). Szybko rosła popularność komunikowania tekstowego za pomocą SMS-ów. Równie błyskawiczną karierę zrobił internet. W latach 1995–2000 pojawiły się największe portale: Wirtualna Polska (1995), Onet (1996, pod tą nazwą od 2000), Interia (1999/2000). Prasa drukowana tworzyła swoje wersje elektroniczne.

Pierwsza dekada XXI wieku to okres rosnącego znaczenia mediów elektronicznych. Dzienniki i tygodniki opinii zaczęły gwałtownie tracić czytelników wydań papierowych na rzecz wydań internetowych, zazwyczaj udostępnianych nieodpłatnie. Postępuje tabloidyzacja wszystkich mediów oraz ich konwergencja – przenikanie się tekstów i treści audiowizualnych. Upowszechniać zaczęło się internetowe dziennikarstwo obywatelskie, w ramach którego użytkownicy serwisów opisują zdarzenia znajdujące się poza zainteresowaniem mediów masowych (np. Alert24.pl, wiadomosci24.pl, interia360.pl).

W roku 2010 ukazywało się 56 dzienników (w 2005 – 65), w tym 9 płatnych ogólnopolskich. Ich łączny nakład to 3,3 mln egz. (w 2005 – 4,9 mln egz.). Czytelnictwo prasy w 2010 roku wynosiło 52% (w 2006 – prawie 66%). Spośród czasopism wszystkich typów w 2010 roku najwyższe nakłady miały: „Tele Tydzień" (1,37 mln egz.) „Tele Program" (1,32), „Prześlij Przepis" (1,12), „Tele Magazyn" (0,83), „Życie na Gorąco" (0,77), „Tina" (0,61), „Świat Kobiety" (0,59). Tygodniki opinii plasowały się na dalekich pozycjach („Polityka" – 0,19 mln egz., „Newsweek Polska" – 0,18, „Wprost" – 0,17).

W przypadku radia największy udział w rynku posiadają programy komercyjne: na pierwszym miejscu znajduje się RMF FM, na drugim łącznie koncesjonowane programy lokalne, na trzecim Radio ZET, a dopiero na czwartym Program I PR. Systematycznie spada słuchalność radia, szczególnie w grupie najmłodszych słuchaczy.

Największą oglądalność wśród programów telewizyjnych ma Program 1 TVP cały czas jednak maleje jego popularność. Na drugim miejscu jest TVN, na trzecim Polsat (zmniejszył się dystans dzielący stacje komercyjne od telewizji publicznej), na czwartym TVP2. W 2011 roku telewizja publiczna obejmowała 36,6% rynku (TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Historia, TVP Sport, TVP HD, TVP Seriale) – czyli utrzymuje się tendencja spadkowa (pięć lat wcześniej programy publiczne stanowiły 50%).

W 2007 roku rozpoczęła się ofensywa radia internetowego w wersji komercyjnej. W latach 2003–2007 potroiła się liczba abonentów platform cyfrowych: z 950 tys. do 3,4 mln. W tym samym czasie podwoił się odsetek internautów: z 21,7% wzrósł do 41,5%. Rozwijał się internet szerokopasmowy. W 2007 roku liczba abonentów telefonii komórkowej przekroczyła liczbę mieszkańców Polski, osiągając 41,5 mln. Karierę zaczęły robić nowe funkcje internetu realizowane przez polskie podmioty: komunikator Gadu-Gadu, portal społecznościowy nasza-klasa.pl i portal zakupowy allegro.pl. Ożywił się rynek reklamowy – udział telewizji w torcie reklamowym skurczył się do 50%, a beneficjentem stał się internet.

W latach 2008–2009 dwukrotnie podejmowane były próby nowelizacji ustawy medialnej w celu odpolitycznienia mediów i zapewnienia im źródeł finansowania. Przy drugim podejściu proponowano m.in.: likwidację abonamentu, zasilanie mediów publicznych z budżetu państwa lub z akcyzy na energię elektryczną, powołanie Funduszu Mediów Publicznych, licencje programowe określające konkretne ilości konkretnych programów o określonych parametrach „misyjnych", stworzenie spółki Polskie Media Regionalne złożonej z dotychczasowych oddziałów regionalnych TVP oraz scalenie dotychczas autonomicznych regionalnych spółek PR i tematyczny podział anten, na podstawie którego Jedynka otrzymałaby licencję na publicystykę, informację, dokument, reportaż i programy dla dzieci, a Dwójka na audycje z zakresy kultury wysokiej i popularnej. Zapowiadana była całkowita rezygnacja z abonamentu, a nadawcy publiczni mieliby być finansowani z wpływów z reklam i budżetu. Na proponowane zmiany nie było jednak zgody politycznej.

W lipcu 2013 roku zakończył się w Polsce okres wdrażania telewizji cyfrowej – wtedy ostateczne wyłączone zostały nadajniki naziemnej telewizji analogowej.

Na rynku radiowym utrwalił się podział na cztery wielkie grupy: ZPR/Time, Grupa Radiowa Agory, Eurozet, Grupa Radiowa RMF. Każda z nich stworzyła również platformy radia internetowego. Nastąpił szybki rozwój telewizji cyfrowej (liczba abonentów w roku 2009 r. przekroczyła 5 mln). Rozwijały się kanały tematyczne.

Pierwszego stycznia 2001 roku zaczęła obowiązywać ustawa Prawo telekomunikacyjne, która otworzyła rynek telekomunikacyjny dla firm medialnych, a rynek medialny – dla telekomów, co przyczyniło się do rozwoju szerokopasmowego internetu. Na jej podstawie operatorzy telewizji kablowej mogli świadczyć tzw. potrójną usługę: telewizję, telefon stacjonarny i internet, a firmy telekomunikacyjne – dostarczać internet i telewizję. Dnia 7 maja 2010 roku uchwalona została tzw. megaustawa internetowa (o wspieraniu rozwoju usług i sieci telekomunikacyjnych), która ma umożliwić upowszechnienie w Polsce szerokopasmowego internetu do 2015 roku. Cały czas rośnie liczba internautów. Rozwija się internet mobilny, popularyzują tablety umożliwiające korzystanie z internetu, czytanie książek i prasy.

W raporcie o sytuacji polskich mediów Wiesław Godzic zdiagnozował sytuację mediów publicznych. Za główny problem uznał połączenie konieczności osiągania

zysku przez media publiczne i realizowania misji, co sprowadza się do prezentowania materiałów, które rzadko gwarantują zwrot nakładów na ich wyprodukowanie. Podkreśla on, że w opinii społecznej publiczny nadawca powinien realizować cel edukacyjny, który stereotypowo uważa się za nieatrakcyjny. Równie stereotypowo kulturę wysoką uznaje się za niszową, a o popularnej mówi się, że podporządkowana jest wysokiej oglądalności i niskim gustom. Zwrócił też uwagę na systematyczny spadek jakości programów i postępującą tabloidyzację, którą charakteryzuje nachalność i miałkość treści [Godzic, b.d., s. 3–5]. Jego zdaniem misja powinna polegać na współuczestniczeniu w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego i społeczeństwa wiedzy, na prezentowaniu programów, których telewizje komercyjne z różnych powodów nie dostarczają [tamże, s. 22].

Misja publiczna radiofonii i telewizji

Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji definiuje misję publiczną publicznej radiofonii i telewizji oraz zadania mediów publicznych w tym zakresie. Zgodnie z Art. 21 publiczne radio i telewizja oferują „całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujące się pluralizmem, bezstronnością, wyważeniem i niezależnością oraz innowacyjnością, wysoką jakością i integralnością przekazu". Do konkretnych zadań publicznych mediów należą:

1) tworzenie i rozpowszechnianie programów ogólnokrajowych, programów regionalnych, programów dla odbiorców za granicą w języku polskim i innych językach oraz innych programów realizujących demokratyczne, społeczne i kulturalne potrzeby społeczności lokalnych;
2) tworzenie i rozpowszechnianie programów wyspecjalizowanych, na których rozpowszechnianie uzyskano koncesję;
3) budowa i eksploatacja nadawczych i przekaźnikowych stacji radiowych i telewizyjnych;
4) rozpowszechnianie przekazów tekstowych;
5) prowadzenie prac nad nowymi technikami tworzenia i rozpowszechniania programów radiowych i telewizyjnych;
6) prowadzenie działalności produkcyjnej, usługowej i handlowej związanej z twórczością audiowizualną, w tym eksportu i importu;
7) popieranie twórczości artystycznej, literackiej, naukowej oraz działalności oświatowej;

8) upowszechnianie wiedzy o języku polskim;

8a) uwzględnianie potrzeb mniejszości narodowych i etnicznych oraz społeczności posługującej się językiem regionalnym, w tym emitowanie programów informacyjnych w językach mniejszości narodowych i etnicznych oraz języku regionalnym;

9) tworzenie i udostępnianie programów edukacyjnych na użytek środowisk polonijnych oraz Polaków zamieszkałych za granicą.

Rynek muzyczny

Niemal cały polski rynek muzyczny należy do sektora prywatnego. Jest zdominowany przez cztery koncerny fonograficzne (obejmują trzy czwarte rynku): Universal Music Polska (2000, wywodzi się z wytwórni Izabelin Studio założonej na początku lat dziewięćdziesiątych), EMI Music Poland (założona w 1990 firma Pomaton podpisała w 1993 umowę z EMI Music na wyłączne licencjonowane reprezentowanie w Polsce EMI), Sony BGM Music Entertainment (powstał w 1995 w wyniku przejęcia warszawskiej wytwórni MJM Music) i Warner Music Poland. Większość z kilkuset małych firm fonograficznych nie ma własnego systemu dystrybucji i korzysta z usług któregoś z koncernów (zwanych majorsami). Do prężnie działających mniejszych producentów należą: Kayax, Mystic, My Music, Fonografika, Agencja MTJ, 4Ever Music, Asfalt Records, Q1Music. Silną pozycję na rynku płytowym mają również wydawcy prasy Bauer i Agora SA – korzystając z zerowej stawki VAT na książki, do 2010 roku sprzedawali książki z dołączoną płytą. Jak zauważył Bartek Chaciński, ta praktyka oraz wydawanie płyt w tzw. polskiej cenie (tłoczone w Polsce, z niższej jakości obwolutą) wpłynęły na stabilizację polskiego przemysłu płytowego. Ponadto wiele instytucji muzycznych – filharmonie, opery, akademie muzyczne – zaczyna samodzielnie wydawać płyty. W niewielkich nakładach wydają je także sami muzycy, są one jednak dostępne w bardzo ograniczonej dystrybucji [Chaciński, 2011, s. 138–139; Jagiełło-Skupińska, 2011, s. 354].

Nagrania muzyki poważnej stanowią 10% wartości wszystkich sprzedanych nagrań w Polsce [Jagiełło-Skupińska, 2008, s. 6]. W tym segmencie rynku specjalizuje się kilkanaście wytwórni (majorsi mają tu dużo słabszą pozycję): Acte Préable (założona w 1997, zajmująca się przede wszystkim zapomnianą muzykę polską), BeArTon (1995, wydawca cyklu Wydanie Narodowe Dzieł Fryderyka Chopina), CD Accord (1996), Fundacja Pro Musica Camerata (1992), Musicon (1991), Polskie Nagrania (1956, od 2005 jednoosobowa spółka Skarbu Państwa), Polskie Radio Katowice (działalność wydawnicza od 1991), Radiowa Agencja Fonograficzna – Polskie Radio (1996, nagrania pochodzą z Archiwum Polskiego Radia), Selene (1991).

W 1991 roku powstał Związek Producentów Audio-Video (ZPAV) – stowarzyszenie, którego celem jest ochrona i zbiorowe zarządzanie prawami producentów fonogramów i wideogramów, reprezentowanie tych producentów i wspieranie ich interesów i praw oraz prowadzenie działalności promocyjnej, edukacyjnej i kulturalnej w dziedzinie fonografii. Stanowi polską Grupę Krajową Międzynarodowej Federacji Przemysłu Fonograficznego. Wartość polskiego rynku muzycznego zmalała prawie dwukrotnie w ciągu pierwszej dekady XXI wieku. Ponieważ ZPAV nie udostępnia liczbowych wyników sprzedaży, miernikiem popularności są wyróżnienia: złote, platynowe i diamentowe płyty. W okresie PRL-u złota płyta przyznawana była za sprzedaż 160 tys. egzemplarzy albumu. ZPAV kilkakrotnie obniżał progi dla poszczególnych wyróżnień, obecnie w przypadku muzyki popularnej złotą płytę album uzyskuje po sprzedaniu 10 tys. egzemplarzy.

Oprócz ZPAV na rzecz wykonawców działają: Stowarzyszenie Autorów ZAiKS, Związek Artystów Wykonawców STOART, Stowarzyszenie Artystów Wykonawców Utworów Muzycznych i Słowno-Muzycznych SAWP.

Wzrasta w Polsce znaczenie rynku muzyki cyfrowej, chociaż odbywa się to dużo wolniej niż w krajach wysoko rozwiniętych. Sprzedaż plików muzycznych jest ciągle zjawiskiem marginalnym, także z powodu piractwa internetowego.

Do problemów polskiego rynku muzycznego zaliczyć należy także koncentrację dystrybucji: ok. 30% rynku należy do Empiku, 35% do sieci Media Markt i Saturn [Chaciński, 2011, s. 139]. Aleksandra Jagiełło-Skupińska zwraca natomiast uwagę, że barierą dla polskiego przemysłu fonograficznego jest także kwestia wysokich kosztów nagrań w stosunku do niewielkich nakładów płyt [Jagiełło-Skupińska, 2011, s. 354].

Rynek sztuki

Rynkiem dzieł sztuki zajmują się domy aukcyjne oraz komercyjne galerie. Polski rynek sztuki cały czas znajduje się w fazie budowy i jest peryferyjny wobec światowego. W 2012 roku w Polsce działało 13 domów aukcyjnych: w Warszawie (Agra-Art, Desa Unicum, Okna Sztuki, Ostoya, Polswiss Art, Rempex, Abbey House SA, Altius), Krakowie (Desa Kraków, Nautilus), Katowicach (Desa), Łodzi (Rynek Sztuki), Sopocie (Sopocki Dom Aukcyjny).

GUS odnotował w 2010 roku działalność 370 galerii sztuki (tendencja wzrostowa), liczba ta obejmuje jednak tylko te galerie, których podstawową lub jedną z głównych form działalności jest organizowanie wystaw (znalazło się tu więc wiele galerii niekomercyjnych, w tym Narodowa Galeria Sztuki Zachęta, CSW Zamek Ujazdowski i CSW Znaki Czasu w Toruniu). W raporcie *Rynek dzieł sztuki w Polsce. Aspekty prawno-ekonomiczne* wskazanych zostało ponad 600 podmiotów – galerii i antykwariatów – prowadzących działalność na rynku sztuki.

Wyraźnie dostrzec można trend wzrostowy w zakresie liczby organizowanych aukcji: w 1990 roku odbyło się ich 28, w latach 1993–1996 – ponad dwadzieścia, w 1997 – 39, w latach 1999–2003 – ponad pięćdziesiąt, w 2004 – 87. Joanna Białynicka-Birula wskazała przyczyny wzrostu i spadku zainteresowania zakupem dzieł sztuki w Polsce w poszczególnych okresach: 1989–1991 – dzieła sztuki traktowane były jako lokata stanowiąca zabezpieczenie zasobów pieniężnych, 1992–1993 – spadek liczby kupujących, wycofanie się ważnych nabywców, zawieszenie działalności przez niektóre domy aukcyjne, spadek liczby aukcji, 1994–1995 – wzrost związany z budzącą obawy denominacją złotego, ustabilizowanie się rynku, 1996–1998 – wzrost popytu na dzieła sztuki ze strony dużych firm, powstanie nowych domów aukcyjnych [Białynicka-Birula, b.d., s. 22–23]. W 2011 roku odbyło się 125 aukcji dzieł sztuki, o jedną czwartą więcej niż w roku poprzednim. W latach 2006–2010 liczba dzieł sztuki wylicytowanych na aukcjach wzrosła o 30%.

Największy udział w rynku ma malarstwo (w 2011 r. zawarto 2751 transakcji), na drugim miejscu plasuje się grafika (885 transakcji), a na kolejnych: prace na papierze (561), rzemiosło artystyczne (506), rzeźba (143), fotografia (104). W przypadku malarstwa rośnie znaczenie sztuki współczesnej. Prace artystów urodzonych po 1971 roku (młoda sztuka) stanowiły 46% zawartych transakcji (sztuka powojenna i sztuka przed 1945 odpowiednio po 27%), chociaż jej udział w obrotach to zaledwie 11% (sztuka przed 1945 – 59%, sztuka powojenna – 30%). Cena młotkowa prac z tej kategorii wynosiła ok. 1500 zł [Gajewski, 2012, s. 177]. W 2011 roku zorganizowane zostały 42 aukcje poświęcone wyłącznie sztuce współczesnej i młodej sztuce. Odbyła się też Pierwsza Polska Aukcja Street Artu – Urban Art (zorganizowana przez Rempex). Na znaczeniu zyskuje także plakat i fotografia.

Rośnie znaczenie internetowej sprzedaży dzieł sztuki. Szacuje się, że w ten sposób kupuje się połowę całkowitej liczby dzieł sztuki. Coraz większa popularność tej metody wymusza na domach aukcyjnych i galeriach udostępnianie stron internetowych z ofertami, często w formie sklepów internetowych.

Kwestie wywozu dzieł sztuki za granicę określa Ustawa z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami. Zgody na stały wywóz wymagają prace liczące więcej niż 50 lat, których wartość przekracza wskazaną w ustawie kwotę: dla malarstwa – 40 tys zł, akwareli, gwaszy i pasteli – 16 tys zł, rysunków – 12 tys zł, grafik i ich matryc oraz plakatów – 16 tys zł, rzeźb i posągów – 20 tys zł, fotografii, filmów negatywów – 6 tys zł (Art. 51, pkt. 1). Pozwolenie wydaje minister właściwy ds. kultury i ochrony dziedzictwa narodowego. Może go jednak odmówić, jeśli „zabytek posiada szczególną wartość dla dziedzictwa kulturowego" (Art. 52, pkt. 1a).

Wśród rekomendacji zawartych w raporcie *Rynek dzieł sztuki w Polsce* znalazły się m.in.: postulat ułatwienia procedury uzyskania zaświadczenia przy wywozie dzieł sztuki; katalogowanie wszystkich dzieł sztuki polskich artystów, które umożliwi bezpieczny obrót na rynku; prawne uporządkowanie w odrębnej ustawie

działalności podmiotów rynku dzieł sztuki: domów aukcyjnych, galerii i antykwariatów; wspieranie rozwoju *art banking* (doradztwa z zakresu inwestycji w dzieła sztuki jako inwestycji alternatywnej); stworzenie sprzyjających warunków dla kupujących i posiadaczy dzieł sztuki (ulgi podatkowe dla podmiotów gospodarczych nabywających dzieła sztuki; możliwość spłaty należności wobec państwa dziełami sztuki; możliwość przekazania państwu części spadku obejmującego dzieła sztuki, bez konieczności sprzedaży części kolekcji rodzinnej w celu spłaty zobowiązań z tytułu podatku spadkowego).

Wzornictwo

Wzornictwo ma spośród wszystkich sztuk charakter najbardziej powszechny i demokratyczny i jest – podobnie jak media – nieodłącznym elementem codzienności. Tak jak architektura jest dziedziną kreatywności i sztuki, której nie da się oddzielić od życia. Jego konsumpcja wiąże się z użytkowaniem sprzętów, budynków, pojazdów, jest w tym samym stopniu przypisane do sfery publicznej i do prywatnej. Jest dziedziną sztuki, która ma najbardziej utylitarny charakter. Poza funkcją estetyczną, wzornictwo winno przyczyniać się do rozwiązywania problemów społecznych w zakresie ekologii, zrównoważonego rozwoju i nowych technologii oraz problemów indywidualnych, takich jak funkcjonalność i ergonomia. Zgodnie z definicją przyjętą przez Międzynarodową Radę Stowarzyszeń Wzornictwa Przemysłowego (International Council of Societies of Industrial Design – ICSID) „wzornictwo jest działalnością twórczą, mającą na celu określenie wieloaspektowych cech przedmiotów, procesów, usług oraz ich całych zespołów w całościowych cyklach istnienia. Wzornictwo stanowi więc główny czynnik zarówno innowacyjnego humanizowania technologii, jak i wymiany kulturalnej i gospodarczej". Obejmuje produkty, usługi, grafikę, wnętrza i architekturę, integruje szereg dyscyplin: naukę, sztukę, technikę i przemysł. Z kolei Michał Stefanowski podaje, że wzornictwo to „działanie twórcze uwzględniające czynniki technologiczne, marketingowe, społeczne, kulturowe, ergonomiczne i ekologiczne, polegające na projektowaniu formy powielanych w produkcji przedmiotów" [cyt. za: Balcerzak, 2007, s. 5]. Paweł Balcerzak zauważa też, że „projektowanie wzornictwa jest pomostem między techniką, strategią komercyjną a stylem i jakością życia" [tamże, s. 6]. W analizie przeprowadzonej przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego znalazła się uwaga, że „dobrze zaprojektowany produkt uwzględnia zarówno uwarunkowania rynku (potrzeby konsumenckie, sytuację ekonomiczną, konkurencję), cele biznesowe firmy, jak i charakter marki. Proponuje nowe (innowacyjne) rozwiązania i technologie, dające nową wartość dla użytkownika czy też usprawniające proces produkcji lub – zgodnie z najnowszymi trendami – będące przyjaznymi dla środowiska" [Bochińska, Palczewska, Putkiewicz, 2007, s. 21].

Wzornictwo nie jest dyscypliną młodą – już w 1950 roku powstał Instytut Wzornictwa Przemysłowego, do którego zadań należy propagowanie wzornictwa i prowadzenie badań – jednak bardzo późno stało się w Polsce elementem gry rynkowej. Autorki *Diagnozy stanu wzornictwa* zauważyły, że dopiero w 2008 roku zostało ono ujęte w systemie Polskiej Klasyfikacji Działalności jako „działalność w zakresie specjalistycznego projektowania", która obejmuje:

- projektowanie wzornictwa tkanin, odzieży, obuwia, biżuterii, mebli i pozostałego wystroju i dekoracji wnętrz oraz pozostałe wzornictwo wyrobów użytku osobistego i gospodarstwa domowego;
- projektowanie przemysłowe, tj. tworzenie i rozwój projektów i specyfikacji, które optymalizują użytkowanie, wartość i wygląd wyrobów, włącznie z określeniem materiałów, mechanizmów, kształtu, koloru i wykończenia powierzchni wyrobu, biorąc pod uwagę cechy i potrzeby użytkowników, bezpieczeństwo, popyt, sposób dystrybucji, użytkowanie i konserwację;
- działalność projektantów graficznych, działalność dekoratorów wnętrz [Bochińska, Palczewska, 2008, s. 12–13].

W 2007 roku na zlecenie Ministerstwa Gospodarki powstał raport *Analiza aplikacji wzornictwa przemysłowego w polskich przedsiębiorstwach*, w wyniku którego zapadła decyzja o wsparciu rozwoju wzornictwa przemysłowego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Wyniki badań pokazały rosnącą świadomość przedsiębiorców co do roli wzornictwa w promocji produktów, osiąganiu przewagi konkurencyjnej i rozwoju firmy.

Propagowaniem wzornictwa na gruncie ogólnopolskim zajmuje się wspomniany Instytut Wzornictwa Przemysłowego, realizujący m.in. programy „Dobry wzór", „Design młodych" i „Zaprojektuj swój zysk" oraz tworzący *Słownik projektantów polskich* – bazę polskich projektantów działających od lat pięćdziesiątych. Upowszechnianie wzornictwa odbywa się poprzez świadczenie usług doradczo-eksperckich w obszarze jego zastosowań i podnoszenia efektywności rynkowej, doradztwo w zakresie metodyki wdrażania nowych produktów i usług, w zakresie tworzenia strategii rozwoju przedsiębiorstw, organizacji i instytucji, miast i regionów w obszarze biznesów kreatywnych, promowanie wzornictwa jako strategicznego kierunku innowacji gospodarki polskiej i europejskiej, ułatwianie współpracy projektantów z przedsiębiorstwami, a także badania w obszarze wzornictwa. Nowy program instytucji oparty na tych podstawach realizowany jest od 2006 roku. Inicjatywy łączące promocję projektowania przemysłowego i rozwoju przedsiębiorczości podejmowane są również w regionach: od 2005 roku w Cieszynie działa Śląski Zamek Sztuki i Przedsiębiorczości, od 2011 roku Centrum Design Gdynia, od 2012 roku Concordia Design – centrum dizajnu i kreatywności dla biznesu w Poznaniu, oraz Design Centrum Kielce. Ważną rolę upowszechnieniową pełnią też festiwale: Międzynarodowy Festiwal Design – Łódź Design (od 2007) oraz Gdynia Design Days (2008). Inwestycja w rozwój wzornictwa powinna również obejmować

wprowadzenie stypendiów dla studentów, które umożliwiałyby długoterminową współpracę z konkretnym przedsiębiorstwem, upowszechnianie praktyki przygotowywania projektów dyplomowych na zamówienie przedsiębiorstw, rozwój praktyk studenckich w tym zakresie czy modernizację pracowni na uczelniach wraz z ich właściwym wyposażeniem [Mamica, 2012, s. 199–201].

Działalność kulturalna trzeciego sektora

Trzeci sektor to organizacje pozarządowe, w Polsce działające jako fundacje i stowarzyszenia. Działalność organizacji społecznych może wypełniać luki związane z ograniczonymi możliwościami państwa bądź też brakiem zainteresowania ze strony sektora prywatnego. W 1989 roku działało w Polsce 277 fundacji różnego typu i od tego momentu można mówić o lawinowym wzroście ich liczby, co obrazuje poniższa tabela. W 2010 roku działało 76,8 tys. organizacji non profit, z czego stowarzyszenia i podobne organizacje społeczne stanowiły 67,9 tys., a fundacje – 7,1 tys. [*Podstawowe dane o stowarzyszeniach*..., 2012].

Od początku lat dziewięćdziesiątych badania trzeciego sektora prowadzi Stowarzyszenie Klon/Jawor. Ankietowane organizacje wybierają spośród podanych 14 głównych pól działalności te, w których są aktywne, wskazują również jedno główne pole działalności. Liczba organizacji zajmujących się przede wszystkim kulturą i sztuką systematycznie się zwiększa – w 2010 roku stanowiły one 14% wszystkich organizacji (zob. Tabela 2). W zależności od roku jest to trzecia lub druga pozycja w zakresie głównych dziedzin działalności wszystkich organizacji pozarządowych. Na pierwszym miejscu znajdują się organizacje zajmujące się sportem, turystyką rekreacją oraz działalnością hobbystyczną, a na drugim od 2006 roku – organizacje aktywne w zakresie edukacji i wychowania.

Tabela 2. Fundacje specjalizujące się w kulturze

Rok	Procent wskazań na kulturę i sztukę jako najważniejsze pole działań fundacji
2002	9,5%
2004	11,6%
2006	12,8%
2008	12,7%
2010	14%

Źródło: Raporty Stowarzyszenia Klon/Jawor

W 2008 roku prawie 32% organizacji zajmujących się kulturą i sztuką działało na polu środków masowego przekazu, produkcji telewizyjnej lub radiowej, wyda-

wania czasopism lub książek, prowadzenia bibliotek; tyle samo prowadziło działalność sceniczną, teatralną, muzyczną lub kinematograficzną; 30% działało w obszarze ochrony zabytków i miejsc pamięci narodowej, podtrzymywania tradycji narodowych, regionalnych, kulturowych, prowadzenia muzeów; 25% zajmowało się sztukami plastycznymi, malarstwem, rzeźbą, fotografią i architekturą (raporty Stowarzyszenia Klon/Jawor).

Obok organizacji zakładanych po 1989 roku działają stowarzyszenia powstałe przed tą datą, niektóre jeszcze w XIX wieku. Są to przede wszystkim związki twórcze, zrzeszenia artystów i organizatorów upowszechniania kultury, związki promujące wspólne zainteresowania, np. Stowarzyszenie Pisarzy Polskich, Polski Klub Literacki PEN, Związek Polskich Artystów Plastyków, Towarzystwo im. Fryderyka Chopina, Stowarzyszenie Autorów ZAiKS (początkowo Związek Autorów i Kompozytorów Scenicznych).

Podsumowanie

Wszystkie sektory sprzężone są ze zmianami zachodzącymi na rynkach światowych, zwłaszcza z rewolucją technologiczną. Cyfryzacja, digitalizacja i internetyzacja to podstawowe pojęcia wszystkich pól działalności kulturalnej. Nowe możliwości reprodukcji, zapisu, nowe kanały dystrybucji oraz ich powszechna dostępność sprawiły, że wszystkie sektory, a także działające w ich ramach instytucje borykają się z kwestią praw własności intelektualnej. Nowe możliwości technologiczne to również nowe formy dystrybucji, nowe środki wyrazu, nowe sposoby dotarcia do publiczności. Jednak rewolucja technologiczna sprawia, że zmieniają się nie tylko same kanały, narzędzia i instytucje. Zmieniają się również odbiorcy, za którymi poszczególne branże i dziedziny starają się podążać. To nowe potrzeby i nowe oczekiwania związane ze zmniejszającą się ilością wolnego czasu i zmieniającymi modelami pracy (urządzenia przenośne umożliwiają pracę z dowolnego miejsca na świecie) wpływają na zmianę modelu korzystania z kultury, a także kształtują ofertę kulturalną (np. *video on demand*, książki w formie dźwięków lub pikseli, oferta muzeów w internecie). Chociaż wciąż wiele sektorów wymaga unowocześnienia, w bardzo szybkim czasie polskie społeczeństwo dogoniło w zakresie popularyzacii rozwiązań technologicznych rozwinięte kraje Zachodu.

Literatura

Raporty o stanie kultury

zamówione przez MKiDN na Kongres Kultury Polskiej w 2009 r.:
Białynicka-Birula J. [b.d.], *Rynek dzieł sztuki w Polsce. Aspekty prawno-ekonomiczne*, [b.m.].

Bochińska B., Palczewska I. [2008], *Diagnoza stanu wzornictwa*, Warszawa.
Dobrołęcki P., Frołow K., Gołębiewski Ł., Hetman-Krajewska J., Tenderenda-Ożóg E., Nowak T., Miodunka P. [2008], *Raport o stanie kultury „Przemysł książki"*, [b.m.]
Folga-Januszewska D. [2008], *Muzea w Polsce 1989–2008. Stan, zachodzące zmiany i kierunki rozwoju muzeów w Europie oraz rekomendacje dla muzeów polskich*, Warszawa.
Godzic W. [b.d.], *Sytuacja polskich mediów audiowizualnych w latach 1989–2009*, [b.m.].
Grabowska J., Szymajda J. [2009], *Raport o tańcu współczesnym w Polsce w latach 1989–2009*, Kraków – Łódź.
Miczka T. [2009], *Raport o stanie polskiej kinematografii*, [b.m.].
Płoski P. [2009], *Przemiany organizacyjne teatru w Polsce w latach 1989–2009*, Warszawa.

Inne raporty i materiały źródłowe

Badania polskiego rynku prasy, Izba Wydawców Prasy.
Bochińska B., Palczewska I., Putkiewicz A. [2007], *Analiza aplikacji wzornictwa przemysłowego w polskich przedsiębiorstwach*, Ministerstwo Gospodarki – Departament Rozwoju Gospodarki, Warszawa.
Chaciński B. [2011], *Muzyka pop/rock, rynek fonograficzny*, w: *Raport o stanie muzyki polskiej*, J. Grotkowska, A. Chłopecki (red.), Instytut Muzyki i Tańca, Warszawa.
Jagiełło-Skupińska A. [2008], *Rynek muzyczny w Polsce. Raport*, J. Grotkowska, A. Chłopecki (red.), Polskie Centrum Informacji Muzycznej, Warszawa.
Jagiełło-Skupińska A. [2011], *Dostępność danych na temat życia muzycznego w Polsce*, w: *Raport o stanie muzyki polskiej*, J. Grotkowska, A. Chłopecki (red.), Instytut Muzyki i Tańca, Warszawa.
Kowalski T. (red.), Goleniewski A, Słodowski J., Malinowska E., *Raport o stanie kultury: Kinematografia. W kierunku rynku i Europy*, [b.m.] [b.d.].
Lewandowski P., Mućk J., Skrok Ł. [2010], *Znaczenie gospodarcze sektora kultury, Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy*, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa.
Mamica Ł. [2012], *Wzornictwo przemysowe jako determinanta konkurencyjności gospodarki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Zeszyty Naukowe, Seria Specjalna: Monografie nr 218, Kraków.
Przemiany w zwyczajach słuchania radia w latach 2001–2010 [2012], Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Departament Monitoringu, Warszawa.
Raport o stanie muzyki polskiej [2011], J. Grotkowska, A. Chłopecki (red.), Instytut Muzyki i Tańca, Warszawa.
Raport o stanie polskiego teatru dla dzieci i młodzieży w latach 1989–2003 [2005], Z. Rudziński, J. Tyszka (red.), Centrum Sztuki Dziecka w Poznaniu.
Raporty GUS: *Kultura w 2008 r.*; *Kultura w 2010 r.*
Raporty Instytutu Książki: *Rynek książki w Polsce* za lata: 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012.
Raporty Stowarzyszenia Klon/Jawor: *Podstawowe fakty o organizacjach pozarządowych* za lata: 2002, 2005, 2006, 2010.
Biblioteki publiczne w liczbach 2009 [2011], Biblioteka Narodowa, Instytut Książki i Czytelnictwa, Warszawa.
Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej [2012].
Rynek książki w Polsce 2012 [2011], P. Dobrołęcki (opr.), Instytut Książki.
Rynek muzyczny w Polsce. Raport [2008], J. Grotkowska, A. Chłopecki (red.), Polskie Centrum Informacji Muzycznej, Warszawa.

Rynek telewizyjny w 2011 roku – analiza. Udziały, czas oglądania, struktura widowni programów telewizyjnych [2012], Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, Departament Monitoringu, Warszawa.

Opracowania

Bajka Z. [2000], *Rynek mediów w Polsce*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, Z. Bauer, E. Chudziński (red.), Universitas, Kraków.

Balcerzak P. [2007], *O wzornictwie przemysłowym: definicje, procedury, korzyści*, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie – Wydział Wzornictwa Przemysłowego, Warszawa.

Filas R. [1999], *Dziesięć lat przemian mediów masowych w Polsce (1989–1999)*, „Zeszyty Prasoznawcze", nr 1–2.

Filas R. [2010], *Dwadzieścia lat przemian polskich mediów (1989–2009) w ujęciu periodycznym*, „Zeszyty Prasoznawcze", nr 3–4.

Gajewski M. [2012], *Rok 2011 na polskich aukcjach – podsumowanie*, „Art&Business", nr 2–3.

Instytucje upowszechniania kultury w XXI wieku. Przeżytek czy nowa jakość [2009], J. Sójka, M. Poprawski, P. Kieliszewski (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Instytucje kultury w czasach kryzysu [2009], J. Sójka, P. Kieliszewski, P. Landsberg, M. Poprawski (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Kaźmierczak R. [2009], *Biblioteki marnowanych potencjałów*, w: *Instytucje kultury w czasach kryzysu*, J. Sójka, P. Kieliszewski, P. Landsberg, M. Poprawski (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Niewiarowski W., *Polski rynek sztuki ewoluuje?*, www.antykwariusze.pl.

Stefanowski M. [2007], *Wzornictwo w Polsce dzisiaj / Design in today's Poland*, Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie – Wydział Wzornictwa Przemysłowego, Warszawa.

Katarzyna Jagodzińska

Szkolnictwo artystyczne i sytuacja artysty w Polsce

Polski system oświaty, w szczególności kształcenia na poziomie wyższym, co najmniej od początku pierwszej dekady XXI wieku jest przedmiotem krytycznej dyskusji w obrębie środowisk nauki i kultury. W międzynarodowych rankingach szkół wyższych polskie uczelnie plasują się na końcowych pozycjach: w opracowywanym w Chinach Academic Ranking of World Universities (ARWU) za rok 2010 klasyfikowane są tylko dwa polskie uniwersytety: Jagielloński i Warszawski – oba plasują się w trzeciej setce (na 500 uwzględnionych na liście), podobnie w brytyjskim rankingu The World University Rankings za lata 2011–2012 te same uczelnie zostały sklasyfikowane w pierwszej połowie trzeciej setki (na 400 uczelni). Szkolnictwo artystyczne, będące integralną częścią systemu nauczania, w dużej mierze sytuuje się poza dyskusją dotyczącą konieczności podniesienia jakości i poziomu kształcenia. Wypracowany w poprzednim systemie model nauczania artystycznego cieszy się bowiem dobrą międzynarodową renomą i może swobodnie konkurować z zachodnim systemem kształcenia. W licznych opracowaniach podkreśla się, że jego siłą jest osobisty kontakt nauczyciela i ucznia, przybierający kształt relacji mistrz–uczeń. Szczególnie wysoko oceniane jest szkolnictwo na poziomie niższym – szkół podstawowych, gimnazjalnych i liceów.

W roku szkolnym 2011/2012 odnotowano w Polsce łącznie 675 szkół artystycznych; 250 z nich to szkoły, dla których organem założycielskim jest Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, 116 – szkoły prowadzone przez jednostki samorządu terytorialnego, a 309 – szkoły niepubliczne (z czego 125 z uprawnieniami szkół publicznych). Do szkół publicznych oraz niepublicznych z uprawnieniami szkół publicznych uczęszczało łącznie 84 287 uczniów (dane: Centrum Edukacji Artystycznej). Na poziomie wyższym działa 19 uczelni: muzycznych, sztuk pięknych, teatralnych i filmowych. W roku 2007 kształciły one 14 404 studentów (dane MKiDN). W przeciwieństwie do szkół nieartystycznych podlegających ministrowi edukacji narodowej (szkolnictwo niższe) i ministrowi nauki i szkolnictwa

wyższego (szkolnictwo wyższe), nadzór pedagogiczny nad wszystkimi szkołami artystycznymi sprawuje minister kultury i dziedzictwa narodowego.

Kształcenie artystyczne stopnia podstawowego i średniego

Po długich sporach związanych z projektowaniem drugiego etapu reformy samorządowej z 1998 roku szkoły artystyczne pozostały w gestii władz państwowych, w przeciwieństwie do szkół nieartystycznych, które zostały przekazane w zarząd jednostkom samorządu terytorialnego. Ramy prawne szkolnictwa artystycznego określa Ustawa z dnia 7 września 1991 r. o systemie oświaty, zgodnie z którą podmiotem zakładającym i prowadzącym publiczne szkoły artystyczne jest minister właściwy ds. kultury i ochrony dziedzictwa narodowego, sprawuje on także nadzór pedagogiczny nad szkołami publicznymi i niepublicznymi. Do szkolnictwa artystycznego, podobnie jak do całego systemu oświaty stopnia podstawowego i średniego, odnosi się również Ustawa z dnia 26 stycznia 1982 r. Karta Nauczyciela. Podział na typy szkół określa Rozporządzenie Ministra Kultury z dnia 29 grudnia 2004 r. w sprawie typów szkół artystycznych publicznych i niepublicznych.

Z badań przeprowadzonych przez autorów *Raportu o stanie kultury w obszarze szkolnictwa artystycznego* wynika, że siłą niepublicznego szkolnictwa artystycznego jest wydajność kształcenia (według zasady: płacę – wymagam), szkoły te jednak nie mogą sobie pozwolić na rygorystyczną selekcję uczniów. Znajdują się również w gorszej sytuacji finansowej – chociaż zarówno szkoły publiczne, jak i niepubliczne mogą korzystać z finansowania budżetowego, te pierwsze mają zapewnione większe bezpieczeństwo ekonomiczne [Pawłowski, s. 29–31]. Wnioski autorów *Raportu o stanie muzyki polskiej* można odnieść do szkół artystycznych wszystkich specjalizacji. Wskazują oni, że szkoły prywatne mają mniejszy prestiż, często są słabiej wyposażone i dysponują gorszą bazą lokalową. Z tego względu nie stanowią dla szkół publicznych prawdziwej konkurencji. W małych i średnich miastach sieć szkół artystycznych jest na tyle rzadka, że praktycznie nie współzawodniczą ze sobą, o konkurencji można mówić jedynie w dużych miastach [*Raport o stanie muzyki polskiej*, 2011, s. 301].

W roku 2012 MKiDN rozpoczęło prace nad wprowadzeniem zmian w szkolnictwie artystycznym; ich efektem mają być nowe ramowe plany nauczania w szkolnictwie muzycznym I i II stopnia, w szkolnictwie plastycznym i baletowym. Zmiany wprowadzane będą w związku z koniecznością dostosowania kształcenia do możliwości i potrzeb coraz młodszych dzieci, ekspansją nowych technologii i koniecznością dostosowania metod nauczania do nowych realiów oraz w związku ze zmianami na rynku pracy.

Kształcenie muzyczne

Szkoły muzyczne dzielą się na dwa podstawowe typy: 1) szkoły realizujące kształcenie ogólne i artystyczne oraz 2) szkoły realizujące wyłącznie kształcenie artystyczne. Szkoły typu pierwszego obejmują: a) ogólnokształcące szkoły muzyczne I stopnia – nauka w nich trwa 6 lat, dają podstawy wykształcenia muzycznego i wykształcenie ogólne w zakresie szkoły podstawowej; b) ogólnokształcące szkoły muzyczne II stopnia – nauka w nich trwa 6 lat, dają wykształcenie w zawodzie muzyk i wykształcenie ogólne w zakresie gimnazjum i liceum ogólnokształcącego oraz możliwość przystąpienia do egzaminu maturalnego (do szkół przyjmowani są uczniowie, którzy nie przekroczyli 14 roku życia). Szkoły typu drugiego obejmują: a) szkoły muzyczne I stopnia – nauka w nich trwa 6 lat lub 4 lata, w zależności od wieku ucznia (do szkół przyjmowani są kandydaci w wieku 6–15 lat), dają podstawy wykształcenia muzycznego; b) szkoły muzyczne II stopnia – nauka w nich trwa 6 lat lub 4 lata, zależnie od specjalności kształcenia, dają wykształcenie w zawodzie muzyk (do szkół przyjmowani są kandydaci w wieku 10–20 lat).

W szkołach muzycznych I stopnia uczniowie kształcą się w zakresie gry na wybranym instrumencie. Zajęcia odbywają się indywidualnie (jeden uczeń – jeden nauczyciel). Początkowo są to dwie lekcje tygodniowo po 30 minut, następnie dwie godziny lekcyjne po 45 minut. W zakresie realizowanych przedmiotów uczeń odbywa indywidualne próby z akompaniatorem, gra w zespole kameralnym, w orkiestrze lub śpiewa w chórze. Szkoły II stopnia obejmują kilka wydziałów, które kształcą w następujących specjalnościach: muzyk instrumentalista, muzyk wokalista, muzyk nauczyciel rytmiki, muzyk lutnik. Utrzymany jest tryb kształcenia indywidualnego w wymiarze dwóch godzin lekcyjnych tygodniowo gry na instrumencie lub śpiewu. W ostatniej klasie są to trzy godziny lekcyjne.

Dyskutowane w 2012 roku kierunki zmian w szkołach muzycznych I stopnia to: wzrost roli muzykowania zespołowego, organizacja kursów przygotowawczych dla kandydatów, możliwość przyznania dodatkowych godzin nauki dla najzdolniejszych uczniów oraz zwiększenie autonomii dyrektorów szkół, tak aby mieli do dyspozycji dodatkowe godziny w obu cyklach kształcenia. Z kolei w szkołach II stopnia zaproponowano możliwość wyboru przez uczniów części przedmiotów zgodnie z zainteresowaniami, a także zwiększenia wymiaru zajęć z zespołu kameralnego oraz położenie szczególnego nacisku na praktyczny aspekt realizacji zajęć ogólnomuzycznych.

Edukację muzyczną oferują także szkoły policealne kształcące w zawodzie aktora scen muzycznych (Policealne Studium Zawodowe Wokalno-Aktorskie w Gdyni, Policealne Studium Zawodowe Wokalno-Baletowe w Gliwicach, Policealne Studium Zawodowe Piosenkarskie w Poznaniu oraz Policealne Studium Jazzu w Warszawie), Szkoła Artystyczna w Zakopanem kształcąca w różnych dziedzinach

artystycznych w zakresie szkoły podstawowej i gimnazjum, a także Szkoła Chóralna w Poznaniu (nauka trwa tu 9 lat).

Szkół artystycznych o profilu muzycznym jest w Polsce najwięcej: łącznie 420 placówek publicznych, w tym 302 szkoły I stopnia, 114 – II stopnia, 4 – policealne kształcące w zawodzie aktora scen muzycznych oraz dwie szkoły eksperymentalne – muzyczna i muzyczno-plastyczna [Pawłowski, s. 7].

Niepubliczne szkoły muzyczne stanowią 43% wszystkich szkół muzycznych w Polsce, ale kształcą jedynie 11% uczniów, podczas gdy szkoły podległe MKiDN – przy zbliżonej liczbie placówek – aż 72% uczniów [*Raport o stanie muzyki polskiej*, 2011, s. 301].

Kształcenie plastyczne

System szkolnictwa plastycznego ma mniej złożoną strukturę od muzycznego. Występują tu wyłącznie szkoły oferujące łącznie kształcenie ogólne i artystyczne. Dwa typy szkół plastycznych to: • ogólnokształcące szkoły sztuk pięknych – nauka w nich trwa 6 lat, dają wykształcenie w zawodzie plastyka i wykształcenie ogólne w zakresie gimnazjum i liceum ogólnokształcącego, po którego ukończeniu można przystąpić do egzaminu dojrzałości; • licea plastyczne – nauka w nich trwa 4 lata, dają wykształcenie w zawodzie plastyka i wykształcenie ogólne w zakresie liceum ogólnokształcącego, po ukończeniu szkoły można złożyć egzamin dojrzałości.

Kształcenie zawodowe obejmuje następujące specjalności: fotografia, marketing dzieł sztuki, reklama wizualna, techniki graficzne, techniki rzeźbiarskie, techniki renowacyjne (renowacja elementów architektury, renowacja mebli i wyrobów snycerskich, renowacja witraży), techniki scenograficzne (charakteryzacja i stylizacja, modelarstwo i dekoratorstwo), formy użytkowe (artystyczny druk sitowy, ceramika, dekorowanie wnętrz, jubilerstwo, lutnictwo, meblarstwo, metaloplastyka, projektowanie zabawek, snycerstwo, szkło artystyczne i witraż, techniki malarskie i pozłotnicze, tkanina artystyczna, wyroby unikatowe). Przedmioty artystyczne to nie mniej niż 70 godzin w cyklu kształcenia (ponad 10 godzin tygodniowo w ogólnokształcącej szkole sztuk pięknych, a w liceum plastycznym ponad 15 godzin).

Proponowane w 2012 roku kierunki zmian to: aktualizacja ramówek, indywidualizacja procesu nauczania – dostosowanie kształcenia do potrzeb uczniów i do bazy dydaktycznej szkoły oraz dodatkowe godziny na pracę z uczniem zdolnym, podział przedmiotów na obowiązkowe i moduły uzupełniające, większa autonomia dyrektorów szkół, tak aby mogli decydować o rodzaju prowadzonych zajęć.

W Polsce działa 67 publicznych szkół plastycznych, w tym 22 ogólnokształcące szkoły sztuk pięknych, 41 liceów plastycznych i 4 publiczne szkoły policealne [Pawłowski, s. 7].

Kształcenie baletowe

Szkoły baletowe umożliwiają kształcenie na poziomie ogólnym i artystycznym bądź wyłącznie artystycznym. Nauka w ogólnokształcących szkołach baletowych trwa 9 lat, dają one wykształcenie w zawodzie tancerza i wykształcenie ogólne w zakresie klas IV–VI szkoły podstawowej, gimnazjum i liceum ogólnokształcącego. Po ukończeniu liceum można przystąpić do egzaminu dojrzałości (do szkół przyjmowani są kandydaci w wieku 9–10 lat). Z kolei nauka w szkołach baletowych obejmujących szkoły sztuki tańca trwa 9 lub 6 lat, w zależności od wieku ucznia, dają one wykształcenie w zawodzie tancerza (do szkół przyjmowani są kandydaci w wieku 6–15 lat).

W 2012 roku środowiska zaangażowane w dyskusję o szkolnictwie artystycznym zaproponowały wprowadzanie bardziej różnorodnych technik wspierających klasyczny i współczesny kierunek kształcenia baletowego, pogłębienie procesu kształcenia ucznia kreatywnego, zainteresowanego zmianami zachodzącymi w choreografii europejskiej oraz poszerzenie autonomii dyrektorów szkół w podejmowaniu decyzji dotyczących profilu kształcenia artystycznego w danej placówce.

W Polsce działa pięć ogólnokształcących szkół baletowych.

Kształcenie w zakresie sztuki cyrkowej

Nauka w szkołach sztuki cyrkowej trwa 4 lata, dają one wykształcenie w zawodzie aktora cyrkowego. Do szkół przyjmowani są kandydaci, którzy ukończyli 15, ale nie przekroczyli 21 lat. Edukacja obejmuje następujące specjalności: akrobata, gimnastyk, ekwilibrysta, żongler, mim i clown. Mogą też istnieć specjalności mieszane: ekwilibrystyczno-żonglerska, akrobatyczno-ekscentryczna, gimnastyka parterowa i gimnastyka napowietrzna.

W Polsce działa jedna publiczna szkoła sztuki cyrkowej – Państwowa Szkoła Sztuki Cyrkowej w Warszawie.

Kształcenie animatorów kultury i bibliotekarzy

Oprócz szkół stricte artystycznych do kształcenia artystycznego - regulowanego tym samym rozporządzeniem ministra kultury - zalicza się pomaturalne szkoły bibliotekarskie i animatorów kultury, które dają wykształcenie w zawodzie bibliotekarza lub animatora kultury. Szkoły animatorów kultury kształcą w zakresie: animacji społeczności lokalnych, specjalności artystyczno-instruktorskich: teatralnej, tanecznej (z wariantem taniec współczesny), fotograficznej i filmowej, turystyki (ze specjalnością turystyka i rekreacja) oraz arteterapii. Absolwent szkoły bibliotekarskiej otrzymuje tytuł zawodowy bibliotekarza, może również specjalizować się w zakresie biblioterapii.

Kształcenie na poziomie akademickim

Podstawowym aktem prawnym odnoszącym się do wyższego szkolnictwa artystycznego jest Ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. Prawo o szkolnictwie wyższym. Określa ona, że publiczne uczelnie artystyczne są nadzorowane przez ministra właściwego ds. kultury i ochrony dziedzictwa narodowego.

W większości wyższych szkół artystycznych w Polsce obowiązują studia dwustopniowe – licencjackie i magisterskie. Na części uczelni można również podjąć studia doktoranckie. Absolwentom studiów drugiego stopnia nadaje się tytuł zawodowy „magister sztuki" po ukończeniu kierunków: architektura wnętrz, dyrygentura, edukacja artystyczna w zakresie sztuk plastycznych, edukacja artystyczna w zakresie sztuki muzycznej, grafika, instrumentalistyka, jazz i muzyka estradowa, kompozycja i teoria muzyki, malarstwo, organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej, reżyseria, reżyseria dźwięku, rzeźba, scenografia, taniec, wiedza o teatrze, wokalistyka, wzornictwo. Tytuł magistra sztuki otrzymują również absolwenci jednolitych studiów magisterskich po ukończeniu kierunków: aktorstwo, konserwacja i restauracja dzieł sztuki, realizacja obrazu filmowego, telewizyjnego i fotografia, reżyseria. Nie ma uczelni wyższej kształcącej w zakresie tańca czy sztuki cyrkowej.

Trzeci stopień kształcenia w zakresie muzyki realizuje w Polsce 8 uczelni. W roku akademickim 2007/2008 uczelnie muzyczne kształciły 5284 studentów. Ponad 78% z nich uczyło się na studiach stacjonarnych. W zakresie sztuk pięknych również kształci 8 szkół. Uczęszcza do nich największa liczba studentów spośród uczelni artystycznych – 7149 osób, co stanowi nieco ponad połowę wszystkich studentów. Prawie 60% studiuje na studiach stacjonarnych. Dwie uczelnie wyższe kształcą w zakresie teatru oraz jedna w zakresie filmu, teatru i produkcji telewizyjnej. Łącznie uczy się w nich 1730 studentów, z czego na studiach stacjonarnych 52%. Listę artystycznych uczelni wyższych pokazuje Tabela 1.

Tabela 1. Uczelnie artystyczne (stan w 2013 r.)

Uczelnie muzyczne	Akademia Muzyczna im. Feliksa Nowowiejskiego w Bydgoszczy Akademia Muzyczna im. Stanisława Moniuszki w Gdańsku Akademia Muzyczna im. Karola Szymanowskiego w Katowicach Akademia Muzyczna w Krakowie Akademia Muzyczna im. Grażyny i Kiejstuta Bacewiczów w Łodzi Akademia Muzyczna im. Ignacego Jana Paderewskiego w Poznaniu Uniwersytet Muzyczny Fryderyka Chopina w Warszawie (jedyna szkoła o tym statusie wśród uczelni muzycznych) Akademia Muzyczna im. Karola Lipińskiego we Wrocławiu

Uczelnie plastyczne	Akademia Sztuk Pięknych w Gdańsku Akademia Sztuk Pięknych w Katowicach Akademia Sztuk Pięknych im. Jana Matejki w Krakowie Akademia Sztuk Pięknych im. Władysława Strzemińskiego w Łodzi Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu (jedyna uczelnia o tym statusie wśród uczelni plastycznych) Akademia Sztuki w Szczecinie Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie Akademia Sztuk Pięknych we Wrocławiu
Uczelnie teatralne i filmowe	Państwowa Wyższa Szkoła Teatralna im. Ludwika Solskiego w Krakowie Państwowa Wyższa Szkoła Filmowa, Telewizyjna i Teatralna im. Leona Schillera w Łodzi Akademia Teatralna im. Aleksandra Zelwerowicza w Warszawie

Najbardziej elitarny charakter kształcenia ze względu na liczbę studentów przypadających na jednego nauczyciela akademickiego oferują uczelnie muzyczne – tutaj współczynnik ten wynosi 3,45. Na uczelniach teatralnych i filmowych 5,29, a plastycznych 5,63.

Także publiczne i prywatne szkoły wyższe oferują kierunki, które umożliwiają otrzymanie tytułu magistra sztuki. Podlegają one ministrowi nauki. *Raport o stanie kultury w obszarze szkolnictwa artystycznego* podaje, że takich uczelni działa co najmniej 46. Jego autorzy wskazują, iż pozycja uczelni niepublicznych oferujących edukację artystyczną jest słabsza niż uczelni publicznych. Proces nauczania ma tutaj charakter dużo mniej zindywidualizowany, chociaż oferta specjalizacji jest dużo bardziej skorelowana z wymaganiami rynku.

Ocena kształcenia artystycznego i wnioski

Znacznie więcej zmian postuluje się wobec szkolnictwa wyższego niż niższego, które na ogół jest dobrze oceniane, na bieżąco nadzorowane i weryfikowane. Ważnym głosem krytycznym odnoszącym się do kształcenia muzycznego I stopnia jest *Raport o stanie szkolnictwa muzycznego I stopnia. Diagnozy, problemy, wnioski modelowe*, który ukazał się w drugiej połowie 2012 roku. Zostały w nim poruszone kwestie dotyczące pracy pedagogicznej: modeli nauczania, przygotowania i kompetencji nauczycieli. Na gruncie przeprowadzonych badań ankietowych okazało się, że nauczyciele przeszkody w osiąganiu lepszych wyników pedagogicznych czy przyczyny rezygnacji przez uczniów z nauki w szkole widzą na zewnątrz – winią uczniów i rodziców, mówią o problemach środowiskowo-społecznych, zachowu-

jąc wysoką samoocenę [*Raport o stanie szkolnictwa muzycznego*, 2012, s. 45–46]. Małgorzata Chmurzyńska wskazała, że w polskich szkołach muzycznych przeważa dyrektywny styl nauczania. Nauczyciele są przekonani, że zadaniem ucznia jest dokładne zrealizowanie poleceń nauczyciela (85%), nauczyciel powinien być wymagający i stanowczy, gdyż tylko wtedy zmobilizuje ucznia do wysiłku (60%), nauczyciel powinien sam decydować o wyborze repertuaru, ponieważ tak jest najkorzystniej dla procesu nauczania gry na instrumencie (60%), nauczyciel powinien tak prowadzić lekcję, aby była ona wypełniona efektywnym realizowaniem programu (80%), lekcja instrumentu polega przede wszystkim na przekazywaniu przez nauczyciela uczniowi wiedzy i umiejętności (61%), proces kształcenia instrumentalnego nie jest efektywny, jeśli uczniowi pozwala się na zbyt wiele dowolności (55%) [tamże, s. 51–52]. Taki model nauczania stoi w sprzeczności ze współczesnymi trendami nauczania; podkreśla się bowiem konieczność rozwijania przez nauczyciela kreatywności ucznia: samodzielności i ciekawości poznawczej, jego twórczych zdolności.

W Polsce nie prowadzi się badań dotyczących losów absolwentów szkół wyższych; nie wiadomo, ile osób kończących studia artystyczne znajduje pracę w zawodzie i dla ilu praca ta stanowi podstawowe źródło utrzymania. Prawdziwą bolączką wyższego szkolnictwa artystycznego – na co wskazują autorzy *Raportu o stanie kultury*... – jest słabe umocowanie rynkowe kierunków studiów. Nie tylko sam ich wachlarz nie odpowiada zapotrzebowaniu rynku, ale również programy i metody kształcenia w obrębie poszczególnych dyscyplin i specjalizacji są realizowane w oderwaniu od potrzeb rynku, przyszłych możliwości zatrudnienia i oczekiwań pracodawców. Od przełomu wieków obserwuje się w Polsce intensywny rozwój przemysłów kreatywnych i specjalistyczne wykształcenie artystyczne, często wykraczające poza ramy jednej dyscypliny, jest wysoce pożądane. Programy nauczania nie zapewniają zdobycia wiedzy o tym, w jaki sposób funkcjonować na rynku pracy (jak konstruować umowy, wyceniać swoją pracę, orientować się w zakresie ubezpieczeń zdrowotnych i społecznych). Sytuację świetnie ilustruje konstatacja: „uczelnie nastawione są głównie na kształcenie wirtuozów i wielkich artystów" [Pawłowski, s. 41]. Pomijają tym samym rzeczywiste zapotrzebowanie na osoby świadczące wysokiej jakości usługi o charakterze artystycznym. Myślenie marketingowe w programach nauczania nie istnieje bądź jest marginalne, chociaż paradoksalnie wiele kierunków studiów z założenia ma charakter wybitnie praktyczny (np. wzornictwo, projektowanie przemysłowe, konserwacja dzieł sztuki).

Z kwestią „urynkowienia" programów łączyć należy często powracające pytanie: co jest istotą studiów artystycznych – nauczanie reguł warsztatu czy kształtowanie osobowości artysty? [Kowalski, 2005, s. 21]. We wszystkich dziedzinach warsztat ma swoje kryteria i reguły – czy uczelnia powinna kształcić rzemieślników pracujących zgodnie z regułami, czy też osobowości przekraczające przyjęte reguły? Ale czy w oparciu o akademickie reguły można właściwie ocenić talent,

który z definicji regułom się wymyka? To dylematy nie do rozstrzygnięcia, bo zarówno wirtuoz, jak i rzemieślnik są artystami – choć w innym wymiarze – i obaj odpowiadają na społeczne zapotrzebowanie.

Cezary Kościelniak w artykule *Akademie sztuk pięknych i przedsiębiorczych?* [2009] skupił się na związku akademii sztuk (chociaż problem ten w równym stopniu dotyczy wszystkich uczelni artystycznych) z trzecim sektorem oraz na kwestii innowacyjności. W jego opinii relacje te w obecnym kształcie są stanowczo niewystarczające, czemu w dużej mierze winny jest zakaz prowadzenia przez szkoły wyższe działalności gospodarczej (obchodzą go, zakładając fundacje, co jednak piętrzy biurokrację). Słusznie zauważył, że przyuczelniane ośrodki kultury, galerie i imprezy promują przede wszystkim studencką twórczość i nie liczą się na rynku sztuki. Nie mogą też przynosić dochodów, wobec czego nie konkurują z podmiotami niepublicznymi. Rozwiązaniem tej sytuacji byłoby np. zakładanie przez uczelnie wyższe komercyjnych galerii lub współprowadzenie firm usługowych (agencji reklamowych, biur projektowych), co nie tylko pozwalałoby pozyskiwać dodatkowe środki finansowe, ale też umożliwiałoby studentom zdobycie praktycznej wiedzy i praktycznych umiejętności w warunkach rynkowych. Kościelniak postuluje zainicjowanie przez uczelnie współpracy z przemysłami kultury poprzez tworzenie inkubatorów przedsiębiorczości kulturalnej. Na uczelniach miałyby powstawać centra badawcze i rozwojowe.

Autorzy *Raportu o stanie kultury* do głównych mankamentów szkolnictwa wyższego zaliczyli także brak menadżerskiego zarządzania oraz prowadzenie przez uczelnie studiów niestacjonarnych, które umożliwiają uzyskanie dyplomu w takim samym czasie jak w przypadku studiów stacjonarnych, jednak przy nierównoważności programów nauczania. Podkreślono też zbytnie przywiązanie środowiska akademickiego do stopni i tytułów naukowych. Z punktu widzenia jakości kształcenia dobrym rozwiązaniem byłoby zatrudnianie w charakterze nauczycieli akademickich wybitnych artystów, niekoniecznie posiadających odpowiednie stopnie (wtedy jednym z kryteriów ich oceny mogłyby być międzynarodowe nagrody). W przypadku poszczególnych typów uczelni artystycznych podnoszona jest kwestia zbyt długiego cyklu kształcenia (4 lub 5 lat), który w przypadku osób niewybierających kariery artystycznej zmniejsza ich szanse na rynku pracy. Postulowane jest też przekazanie pod nadzór ministra kultury całego systemu kształcenia artystycznego, nie tylko publicznych uczelni artystycznych.

Uczelnie poszczególnych specjalizacji stoją również wobec właściwych sobie problemów. W przypadku szkolnictwa baletowego jest to niedobór wyszkolonych pedagogów baletu oraz brak dobrej współpracy szkół z zespołami baletowymi. W zakresie szkolnictwa muzycznego programy nauczania powinny kłaść większy nacisk na grę w orkiestrze i na muzykę kameralną. W odniesieniu do kształcenia plastycznego wskazano, że za potrzebami rynku nie nadąża stosowany na uczelniach sprzęt i specjalistyczne oprogramowanie komputerowe. Programy wszyst-

kich typów szkół i uczelni artystycznych powinny zostać uzupełnione o rozbudowany zestaw przedmiotów informatycznych. W przypadku kształcenia filmowego weryfikacji wymagają niedostosowane do wymagań rynku programy kształcenia Wydziału Produkcji. Konieczne jest także kształcenie w zakresie nowych form audiowizualnych i nowych mediów oraz przygotowywanie aktorów do pracy przed kamerą.

Istotną barierą rozwoju uczelni artystycznych jest również niemal wyłącznie polskojęzyczna oferta studiów. Kościelniak zauważył, że wprowadzenie programów kształcenia w języku angielskim jako wykładowym w naukach o sztuce jest łatwiejsze niż w innych dyscyplinach – tutaj bowiem nie słowo jest najważniejsze, lecz inne środki wyrazu. W roku akademickim 2007/2008 liczba cudzoziemców studiujących na uczelniach artystycznych wynosiła zaledwie 241 osób (na 14 163 polskich studentów).

Pozycja i sytuacja artysty

Nie ma jednej obowiązującej definicji słowa „artysta", która jasno wskazywałaby, kto jest artystą, a kto nim nie jest. Ukończenia szkoły bądź uczelni artystycznej bynajmniej nie można traktować jako jedynego wyznacznika statusu twórcy, gdyż na polu wszystkich dyscyplin od wieków mamy do czynienia z artystami, którzy odnoszą sukcesy artystyczne i rynkowe, choć nie odebrali formalnej edukacji artystycznej. Zgodnie z Ustawą z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych: „przedmiotem prawa autorskiego jest każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia (utwór)". Twórcą jest więc osoba, która tworzy utwory chronione prawem autorskim.

W zdecydowanej większości przypadków uznanie dla artystów i ich zawodowy prestiż nie idą w parze ze społecznym statusem. Dzieła sztuki otacza aura wyjątkowości [Benjamin, 2011], a sam artysta – zwłaszcza taki, który zaczyna wspinać się po drabinie artystycznego sukcesu – zaczyna obrastać swoistą mitologią. Ewelina Wejbert-Wąsiewicz zebrała dwadzieścia jeden mitów odnoszących się do postaci twórcy (omówione przez Mariana Golkę [1995], Marię Gołaszewską [1977] i Andrzeja Osękę [1978]). Są to mity: wyjątkowości, indywidualności, powołania, wolności, cierpienia, szaleństwa, buntu, bluźnierstwa, spontaniczności, samotności, odrzucenia, zaangażowania, bezinteresowności, egocentryzmu, zabawy, oczyszczenia, artysty-kapłana, zbiorowego, antyartysty, sztuczności, odkrywcy. To romantyczne ujęcie może się oczywiście przekładać na magię nazwiska artysty, które niczym marka nabiera wartości, a jej wymiernym efektem są ceny osiągane na rynku sztuki. Jednak tego rodzaju prestiż i w wybranych przypadkach również sukces ekonomiczny nie są skorelowane z umiejscowieniem zawodu artysty

w systemie formalno-prawnym. W powszechnym, zwłaszcza w Polsce, rozumieniu sztuka jako wartość najwyższa powinna być odseparowana od kwestii finansowych. Zawód artysty to powołanie, a nie praca, za którą przysługuje wynagrodzenie. Paradoks polskiej nieumiejętności powiązania sztuki i ekonomii opisał Kuba Szreder: „[...] przekonanie artystów o własnej wyjątkowości umożliwia ich wyzysk. Działa proste założenie: skoro artyści nie pracują, to nie trzeba płacić za ich pracę. Artysta jest wynagradzany poniekąd przy okazji. Dopiero zajęcie konkretnych pozycji (akademika, artysty reprezentowanego przez galerię czy realizującego zamówienia publiczne) umożliwia wymianę kapitału symbolicznego czy pewnego prestiżu na gratyfikacje natury ekonomicznej, finansowej. Sama praca artysty z założenia nie jest wynagradzana" [Szreder, 2012, s. 4].

Działalność artystyczna powinna być rozpatrywana nie tylko w perspektywie estetycznej – wirtuozerii, maestrii i kunsztu – ale również w kontekście wpływu na rozwój gospodarczy. Grupy artystów związanych zarówno z poszczególnymi gałęziami sztuki, jak i z przemysłami kreatywnymi decydują o powstaniu artystycznego, twórczego klimatu dzielnicy, a nawet całego miasta, co przekłada się na wizerunek miejsca, a w dalszej kolejności na konkretne wpływy do kasy miejskiej (np. poprzez wzrost cen nieruchomości w okolicy, rozwój gastronomii, bazy hotelowej, punktów usługowych).

Kwestie dotyczące społecznego statusu artystów były wielokrotnie podnoszone na forum międzynarodowym. W 1980 roku opracowane zostało Zalecenie UNESCO w sprawie statusu artysty, następnie Parlament Europejski wypracował dwie rezolucje: z 9 marca 1999 roku w sprawie sytuacji i roli artystów w Unii Europejskiej oraz z 7 czerwca 2007 roku w sprawie statusu społecznego artystów. W tej drugiej znalazł się zapis, że PE: „1) zwraca się do państw członkowskich o opracowanie lub wdrożenie środowiska prawnego i instytucjonalnego w celu wspierania twórczości artystycznej poprzez przyjęcie lub stosowanie ogółu spójnych i kompleksowych środków uwzględniających sytuację wynikającą z umów, zabezpieczenie socjalne, ubezpieczenie zdrowotne, podatki bezpośrednie i pośrednie oraz zgodność z zasadami europejskimi; 2. podkreśla, że należałoby uwzględnić nietypowy charakter metod pracy artysty; 3. podkreśla ponadto potrzebę uwzględnienia nietypowego i niepewnego charakteru wszelkich zawodów związanych ze sztuką" [*Rezolucja* (...) *7 czerwca 2007*]. W 2009 roku Międzynarodowa Federacja Aktorska (FIA) i Międzynarodowa Federacja Muzyków (FIM) wspólnie wypracowały *The status of the artist / Manifest w sprawie statusu artysty*. Wskazane w nim zostały aspekty działalności artysty, które wymagają wprowadzenia w poszczególnych państwach odpowiedniej ochrony i rozwiązań prawnych dotyczących warunków życia i pracy, dostępu do ubezpieczeń społecznych – ubezpieczeń na wypadek braku pracy, ubezpieczeń oraz świadczeń zdrowotnych i chorobowych. Za kluczowe dla działalności artystycznej i warunków bytowych twórców-wykonawców uznane zostały następujące kwestie:

1. Brak pewności stałego zatrudnienia.
2. Dla artystów-wykonawców ubezpieczenia społeczne i emerytalne są tak samo ważne jak dla wszystkich pracujących.
3. Pracy artystów towarzyszy ekspozycja zawodowa na różne zagrożenia utraty zdrowia i wypadków przy pracy. Jednak artyści nie zawsze są od nich ubezpieczeni.
4. Mobilność (ruchliwość zawodowa i społeczna) artystów ma swoją cenę.
5. Prawo zrzeszania się, zawierania układów zbiorowych i udziału w trójstronnym dialogu społecznym ma zasadnicze znaczenie dla wszystkich artystów-wykonawców.
6. Brak odpowiednich zinstytucjonalizowanych rozwiązań systemowych, umożliwiających artystom-wykonawcom kształcenie ustawiczne i ewentualne przekwalifikowanie.
7. Prawo autorskie, prawa pokrewne, własność intelektualna nie są pojęciami abstrakcyjnymi – pomagają artystom-wykonawcom uzyskiwać środki na utrzymanie.
8. Artyści-wykonawcy są często wyłączani, pomijani przy podejmowaniu decyzji dotyczących ich działalności twórczej, warunków pracy i zabezpieczenia społecznego.

Kwestie te stały się punktem wyjścia dla sformułowania zaleceń odnośnie do koniecznych zmian w polityce kulturalnej poszczególnych państw, mających przyczynić się do poprawy statusu artystów. Podstawową kwestią jest wypracowanie rozwiązań prawnych, które zapewnią artystom dostęp do zabezpieczenia socjalnego oraz ubezpieczeń zdrowotnych i chorobowych oraz przygotowanie odrębnych, bardziej elastycznych zasad podatkowych i świadczeń emerytalnych, niezależnie od charakteru umów, na podstawie których artyści wykonują swoją pracę. Ponadto wszystkie umowy o pracę i kontrakty artystów powinny gwarantować pełne, obowiązkowe ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków, bez dodatkowych kosztów dla artysty, niezależnie od jego statusu prawnego wynikającego z rodzaju i formy umowy zawartej z zatrudniającym. Manifest został co prawda wypracowany przez stowarzyszenia aktorów i muzyków, ale postulaty dotyczą artystów wszystkich profesji.

W maju 2012 roku miał miejsce w Polsce protest artystów plastyków zorganizowany przez Obywatelskie Forum Sztuki Współczesnej pod hasłem „Strajk! – Dzień bez sztuki". Na jeden dzień w geście solidarności z artystami zamknięte zostały muzea i galerie sztuki (ok. 60 w całym kraju), co miało zwrócić uwagę rządu i opinii publicznej na problemy środowiska. Ten symboliczny gest miał pokazać, „[...] jak wyglądałby świat bez sztuki. Właśnie tak za kilka lat może skończyć polska kultura!" [*STRAJK!*, s. 1]. Zawarte tu postulaty są zbieżne z manifestem międzynarodowym: „Artyści nie są biznesmenami, nie tworzą z myślą o zysku.

Niektóre dzieła, często te najważniejsze dla społeczeństwa, nawet nie nadają się do sprzedaży. A wielu twórców, także tych, którzy już weszli na karty encyklopedii, pozostaje poza systemem ubezpieczeń emerytalnych i zdrowotnych" [tamże]. Należałoby także powiązać sukces artystyczny z minimalnym zabezpieczeniem socjalnym, stworzyć fundusz artystyczny pozwalający na samodzielne opłacanie składek przez twórców oraz opracować bogatszy program stypendiów dla twórców.

Bodźcem dla organizacji strajku była zapowiedź rządu o ograniczeniu możliwości odliczania 50% kosztów uzyskania przychodu powyżej wskazanej kwoty przychodu rocznie (85 528 zł). W założeniu ma to być próba zmniejszenia nadużyć i zaniżania podatków przez osoby, których praca nie jest objęta prawem autorskim. Środowisko artystów, w które ten projekt uderza finansowo, zamiast wprowadzania limitu proponowało dokładne określenie i zawężenie katalogu czynności, które mogą być objęte pięćdziesięcioprocentowym kosztem uzyskania przychodu.

Uznanie statusu artysty na polu prawno-ekonomicznym powinno iść w parze z szeroką edukacją kulturalną społeczeństwa rozpoczynającą się na poziomie nauczania wczesnoszkolnego. Wskazane wyżej problemy twórców są bowiem wynikiem niezrozumienia znaczenia dzieła artystycznego oraz specyfiki pracy artystów. Problem dobrze podsumowuje „Res Publica Nova": „Pozycja artystów w polskim społeczeństwie jest co najmniej ambiwalentna: z jednej strony, w oficjalnym przekazie, obywatele uważają, że ich funkcja jest ważna, istnieje przyzwolenie na ich niezrozumiałą działalność. Z drugiej strony – świat bez artystów byłby taki sam, ponieważ uczestnictwo Polaków w kulturze jest znikome" [Gruszczyński, 2012].

Podsumowanie

Szkolnictwo artystyczne w Polsce, zwłaszcza na poziomie wyższym, wymaga reformy. W powszechnej świadomości zadaniem uczelni artystycznych jest kształcenie wielkich Artystów, którzy wytyczać będą nowe drogi polskiej kultury i których nazwiska staną się synonimami kraju. Takie osoby są w zdecydowanej mniejszości, natomiast zdecydowana większość absolwentów świadczy i świadczyć będzie usługi na rynku pracy, do czego uczelnie ich właściwie nie przygotowują. Stąd też sytuacja artysty (zwłaszcza społeczna) jest bezpośrednio powiązana z systemem kształcenia. Obok konieczności tych zmian potrzebne jest również wprowadzenie zmian legislacyjnych (nie tylko w Polsce, także w innych krajach UE), które zagwarantują artyście minimalne socjalne zabezpieczenie i – z uwagi na szczególny charakter pracy oraz istotną rolę, jaką ma on do odegrania w społeczeństwie – swoistą elastyczność „systemu", w jakim pracuje.

Literatura

Benjamin W. [2011], *Dzieło sztuki w epoce jego reprodukowalności technicznej*, w: tenże, *Twórca jako wytwórca*, Wydawnictwo KR, Warszawa (I wydanie: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit / L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction mécanisé*, 1936).

Edukacja artystyczna i kulturalna w szkołach w Europie [2010], Agencja Wykonawcza ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego (EACEA), Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa (I wydanie w j. angielskim: 2009).

Gruszczyński A. [2012], *Strajk?*, „Res Publica Nowa", 22 maja; http://publica.pl/teksty/strajk, korzystano 01.09.2012.

Kościelniak C. [2009], *Akademie sztuk pięknych i przedsiębiorczych?*, w: J. Sójka, M. Poprawski, P. Wieliszewski (red.), *Instytucje upowszechniania kultury w XXI wieku. Przeżytek czy nowa jakość*, Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Kowalski G. [2005], *Uczyć sztuki czy kształcić artystów (Kilka spostrzeżeń szarlatana)*, w: *Polskie szkolnictwo artystyczne. Dzieje – teoria – praktyka*, M. Poprzęcka (red.), Stowarzyszenie Historyków Sztuki, Warszawa.

Pawłowski K. i zespół [b.d.], *Raport o stanie kultury w obszarze szkolnictwa artystycznego*, raport opracowany na zlecenie MKiDN, [b.m.].

Raport o stanie muzyki polskiej [2011], J. Grotkowska, A. Chłopecki (red.), Instytut Muzyki i Tańca, Warszawa.

Raport o stanie szkolnictwa muzycznego I stopnia. Diagnozy, problemy, wnioski modelowe [2012], W. Jankowski (red.), Instytut Muzyki i Tańca, Warszawa.

STRAJK! [2012], gazeta strajkowa „Strajk! 24 maja Dzień bez sztuki".

Szreder K. [2012], *Dlaczego artyści są biedni?*, gazeta strajkowa „Strajk! 24 maja Dzień bez sztuki".

Wejbert-Wąsiewicz E. [2012], *Rola artysty w społeczeństwie*, „Realia i co dalej...", nr 1 (styczeń).

Dokumenty

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 7 czerwca 2007 r. w sprawie społecznego statusu artystów (2006/2249(INI)), http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2007-0236&language=PL, korzystano 28 marca 2013.

The status of the artist, The International Federation of Actors, manifest tłumaczony na 10 języków, http://www.fia-actors.com/en/policy_The%20Status%20of%20the%20Artist.html, korzystano 01.09.2012; polskie tłumaczenie: Manifest w sprawie statusu artysty, http://www.fia-actors.com/uploads/manifesto_PL.pdf, korzystano 28.03.2013.

Jan Strycharz

Organizacje sektora kultury a rozwój

Dobrze funkcjonujące organizacje sektora kultury należy postrzegać jako zasób rozwojowy społeczeństwa. Organizacje te mają bowiem potencjał wypracowywania i zakorzeniania w społeczeństwie przedsiębiorczych modeli zachowania. Przedsiębiorczość natomiast należy postrzegać jako ważny czynnik innowacji – z kolei społeczna zdolność wytwarzania i wdrażania innowacji jest podwaliną rozwoju społeczno-gospodarczego.

Dokładne omówienie tego procesu wymaga określonego instrumentarium terminologicznego. Po pierwsze zatem zdefiniuję organizacje sektora kultury oraz zakres i pole ich działalności. Następnie przedstawię wpływ organizacji sektora kultury na rozwój, zwracając szczególną uwagę na ich potencjał kapitałotwórczy. Na koniec rozważę kwestię skuteczności organizacji kulturalnych w wykorzystaniu ich potencjału rozwojowego. Opiszę trendy, które blokują kapitałotwórczy aspekt działalności tych organizacji. Przy tej okazji uzasadnię tezę, iż otwartość i inkluzywność to zasady działania, które skutecznie niwelują czynniki ograniczające potencjał rozwojowy organizacji sektora kultury.

Organizacje sektora kultury

Organizacje sektora kultury stymulują wytwarzanie dóbr i usług kulturalnych i rozpowszechniają je przy użyciu różnych narzędzi. **Sektor kultury** można podzielić na dwie kategorie, które wskazują na sposób realizowania produkcji: sztuki tradycyjne (produkcja ręczna) i przemysły kultury (produkcja przemysłowa) [*The economy of culture*..., 2006, s. 3]. Produkt kultury z pierwszej kategorii jest unikatowy i przeznaczony do konsumpcji w czasie jego tworzenia (jak np. przedstawienie teatralne, performance – wówczas konsumpcja jest jednorazowa) lub w czasie gdy jest ono udostępnione do wglądu – nie jest jednak odbiorcy przekazywane (np. wystawa w muzeum – możliwa jest wielokrotna konsumpcja). W tej kate-

gorii można wyróżnić sztuki wizualne, sztuki performatywne i szeroko rozumiane dziedzictwo.

Jeżeli chodzi o przemysły kultury, to produkty tego gatunku wytwarza się na skalę masową z wykorzystaniem procesów przemysłowych nastawionych na reprodukcję. Dlatego też dobra będące produktem organizacji działającej w przemyśle kultury są powtarzalne. Mowa tu o takich subkategoriach, jak film, telewizja i radio, muzyka czy książka i prasa.

Tabela 1. Kategorie sektora kultury

Sektor kultury		
Kategoria	*Subkategoria*	*Przykład dobra*
Sztuki tradycyjne	sztuki wizualne	obraz, rzeźba
	sztuki performatywne	spektakl teatralny, performance
	dziedzictwo	wystawa w muzeum, odrestaurowany zabytek, szlak architektury drewnianej
Przemysły kultury	film	DVD z filmem
	telewizja i radio	program telewizyjny, program radiowy
	muzyka	CD z muzyką, plik MP3 z muzyką
	książka i prasa	książka, gazeta, portal internetowy

Źródło: Opr. własne na podstawie *The economy of culture*..., 2006

Organizacje, które za cel swojego działania stawiają wytwarzanie – bądź wspieranie wytwarzania i upowszechnianie poprzez reklamę i dystrybucję – takich czy innych dóbr artystycznych lub kulturalnych, to organizacje sektora kultury. Przy czym zarówno w polskim piśmiennictwie, jak i w dyskursie publicznym stosuje się przeważnie określenie „instytucje kultury".

Instytucja kultury – na mocy Ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej – oznacza konkretną formę prawno-organizacyjną podmiotu powołanego do życia przez tzw. organizatora, czyli w rzeczywistości przez jednostkę samorządu terytorialnego bądź organ administracji centralnej. Jak ujmuje to w swojej książce na temat ekonomiki teatru Hanna Trzeciak [2011, s. 11], „[...] organizator powołuje i odwołuje dyrektora instytucji kultury lub powierza zarządzanie instytucją osobie fizycznej bądź prawnej na podstawie kontraktu menedżerskiego. Do obowiązków organizatora należy między innymi zapewnienie środków finansowych niezbędnych do rozpoczęcia działalności, do dalszego funkcjonowania instytucji oraz do utrzymania obiektu, w którym jest prowadzona".

Podmioty wytwarzające dobra i usługi kulturalne mogą przyjmować także inne formy organizacyjno-prawne. Dwie pozostałe kategorie można opisać jako • organizacje non profit oraz • przedsiębiorstwa. Organizacje non profit to instytucje niedochodowe i pozarządowe działające w formule fundacji lub stowarzyszenia, dlatego funkcjonują na podstawie przepisów Prawa o stowarzyszeniach oraz Ustawy o fundacjach. Z kolei określenie „przedsiębiorstwo" odnosi się do organizacji będących firmami prywatnymi lub spółkami w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego czy Kodeksu spółek handlowych, których głównym celem jest maksymalizacja zysku.

Działania w sektorze kultury polegające na stymulowaniu wytwarzania dóbr kulturalnych bądź ich rozpowszechnianiu prowadzą również jednostki samorządu terytorialnego lub administracji szczebla centralnego. Istotnym elementem sektora kultury są również wszelkie organizacje nieformalne nieposiadające osobowości prawnej.

Tabela 2. Formy organizacyjno-prawne organizacji sektora kulturalnego

Nazwa formy	Przykład organizacji
instytucja kultury	Stary Teatr w Krakowie
gminna instytucja kultury	Krakowskie Biuro Festiwalowe
organizacja non profit	Fundacja Orange
oganizacja nieformalna (nieposiadająca osobowości prawnej)	Koło Gospodyń Wiejskich w Dzwonowie
przedsiębiorstwo	Empik
jednostka samorządu terytorialnego	Biuro Kultury Urzędu m. st. Warszawy
jednostka administracji centralnej	Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego

Źródło: Opr. własne

Wpływ organizacji kulturalnych na rozwój

Aby rzetelnie wytłumaczyć, w jaki sposób konsumpcja dóbr wytworzonych przez organizacje kulturalne może wpływać na całe społeczeństwo, należy się odwołać do koncepcji **efektów zewnętrznych**. Wypracowano ją na gruncie nauk ekonomicznych w celu zobrazowania relacji między producentem, konsumentem a innymi członkami społeczeństwa niebiorącymi bezpośrednio udziału w transakcji.

W wyniku realizacji transakcji między producentem (organizacją kulturalną) a konsumentem, konsument staje się odbiorcą pewnej wartości przygotowanej

i przekazanej przez producenta w postaci jakiegoś dobra. Wartością w przypadku dóbr kulturalnych może być doświadczenie estetyczne lub doświadczenie specyficznej atmosfery, w której dochodzi do konsumpcji dobra. Pytanie o efekt zewnętrzny to pytanie, czy inni członkowie społeczeństwa niezaangażowani w relację między konsumentem a producentem jakoś korzystają lub tracą – w wymiarze ogólnym – na indywidualnym doświadczeniu konsumenta. Przykładem negatywnego efektu zewnętrznego jest zanieczyszczenie powietrza będące skutkiem wyprodukowania i przekazania energii do odbiorcy indywidualnego. Konsument zyskuje energię, za którą płaci, jednak jego prywatny zysk skutkuje odpowiednią ilością szkodliwych substancji wyemitowanych do atmosfery. Prywatny zysk staje się jednocześnie szkodą społeczną. Należy podkreślić, że konsument nie kupuje zanieczyszczenia – zanieczyszczenie jest zewnętrznym efektem umowy na dostarczenie energii zawartej między nim a producentem.

Indywidualne umowy zawierane przez konsumenta mogą być również przyczyną pozytywnych efektów zewnętrznych. Przykładowo, kiedy ktoś samodzielnie podejmuje decyzję o tym, żeby podnieść swoje kwalifikacje zawodowe i realizuje w tym celu dodatkowe studia czy kurs, zwykle jego podstawową motywacją jest rozwój kariery. Jednak dzięki temu, że osoba ta zyskuje nowe kompetencje, skuteczniej pracuje, czyli – w ujęciu ekonomicznym – wytwarza więcej wartości. Bezpośrednio korzysta na tym ona i firma, która jednak dzięki rozwojowi może np. tworzyć nowe miejsca pracy, zmniejszając bezrobocie. Dodatkowo osoba, która zaczyna więcej zarabiać, staje się aktywniejszym konsumentem i stymuluje poziom produkcji innych firm, czyli w ujęciu szerszym – wzrost gospodarczy.

W odniesieniu do działalności organizacji sektora kultury również można mówić o efektach zewnętrznych, które mają źródło w indywidualnych decyzjach osób chcących realizować swoje cele. Organizacje sektora kultury – podobnie jak inne organizacje – działają w społeczeństwie, odpowiadając na konkretne potrzeby. Milena Dragićević-Šešić i Branimir Stojković w książce *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing* identyfikują cztery podstawowe rodzaje potrzeb kulturalnych [2010, s. 23]:

1. Potrzeba ekspresji językowej i komunikacji
2. Potrzeba poznania, poszerzania horyzontów
3. Potrzeby estetyczne w życiu codziennym
4. Potrzeby estetyczne i artystyczne
   a. Potrzeba poznania estetycznego
   b. Potrzeba tworzenia (kreacji)

Zawiązanie transakcji między organizacją kulturalną a konsumentem wytworzonych przez nią dóbr lub usług odbywa się na podstawie przeświadczenia tego drugiego, że dane dobro czy dana usługa zrealizuje którąś z jego potrzeb w zadowalającym go zakresie. Jednak jednostkowa konsumpcja dobra kulturalnego wywołuje pozytywny efekt w społeczeństwie. Na podstawie dyskusji dostępnych

w literaturze na temat społecznych funkcji kultury pozytywne efekty zewnętrzne związane z konsumpcją dóbr kultury można zgrupować w czterech kategoriach: • stymulacja pomysłów kreatywnych i wyobraźni, • dostarczanie standardów estetycznych, • poprawa postaw społecznych odbiorców czy • pobudzanie do dyskusji oraz krytycznej oceny rzeczywistości.

1. Stymulacja pomysłów kreatywnych i wyobraźni

Jak pisze w swoim podręczniku do ekonomii kultury Ruth Towse, „źródłem kultury jest kreatywność" [2011. s. 127]. W tym samym duchu eksperci Konferencji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju stwierdzają, iż ludzie, którzy są twórcami dóbr i usług kulturalnych, mają „wyobraźnię i zdolność tworzenia oryginalnych idei, a także nowatorskich sposobów postrzegania świata w postaci dźwięków, słów i obrazów" [*Creative economy report*..., 2008, s. 9].

Obcowanie z nowymi ideami nie tylko dostarcza satysfakcji, ale też stymuluje pozytywnie wyobraźnię odbiorcy, który może następnie dać jej upust w pracy zawodowej. Rola wyobraźni i kreatywności zostanie szczegółowo opisana w dalszej części rozdziału, tu należy zaznaczyć, że kreatywność w ujęciu społeczno-gospodarczym polega na umiejętności tworzenia przez daną społeczność nowych modeli zachowań w biznesie oraz modeli budowania i kultywowania relacji społecznych. Bazując na istniejących zasobach, wprowadzają one jakościową zmianę funkcjonowania systemu społeczno-gospodarczego. Jak wskazuje Jerzy Hausner we wstępie do polskiego wydania cytowanej książki Ruth Towse, kreatywność jest istotnym dopełnieniem poziomu wiedzy społeczeństwa. Wiedza bowiem, rozumiana jako informacja, pozostaje w zasadzie bezwartościowa, jeśli nie zostanie kreatywnie wykorzystana [Towse, 2011].

2. Dostarczanie standardów estetycznych

Obcowanie z dobrami kulturalnymi to obcowanie z wysokiej jakości standardami estetycznymi w łączeniu słów, dźwięków, obrazów i materii. Sam fakt takiego obcowania może być doświadczeniem, którego wielu ludzi poszukuje na przykład w sztuce. Jednak to, że ktoś regularnie ma kontakt z estetyką wysokiej jakości, wpływa pozytywnie na jego wrażliwość estetyczną, co przekłada się później na każdy aspekt życia tej osoby. Osoba taka realizuje swoje działania z większą dbałością o szczegóły, szukając adekwatności estetycznej, co w efekcie wpływa pozytywnie na całe społeczeństwo.

Rola estetyki w gospodarce wzrosła w ostatnich latach wraz z uznaniem wagi wzornictwa (czy dizajnu) w produkcji dóbr, ale także w projektowaniu usług. Coraz częściej uznaje się, że dizajn produktu spełnia funkcje komunikacyjne, i coraz bardziej podkreśla się konieczność wytworzenia emocjonalnej łączności produktu z konsumentem właśnie poprzez użycie odpowiedniego materiału, kolorystyki i kształtu.

Staje się oczywiste, iż od dizajnu nie da się uciec – firmy dzięki odpowiedniemu dizajnowi uzyskują duże przewagi konkurencyjne, czego znakomitym przykładem jest spółka Apple. Dizajn ma ogromne znaczenie dla tzw. e-gospodarki, która staje się coraz ważniejszym komponentem gospodarek krajów rozwiniętych. Firma doradcza Deloitte przewiduje, że do roku 2020 działalność internetowa będzie generowała ok. 13% PKB Polski [*Wpływ przyspieszonego rozwoju*, 2012, s. 21]. Należy przy tym podkreślić, iż transakcje internetowe zawierane są poprzez odwiedziny odpowiedniej witryny, a ta bez odpowiedniej oprawy graficznej nie przyciągnie ani nie zatrzyma klienta. To, czy witryna jest atrakcyjna i funkcjonalna, decyduje o zawiązaniu transakcji gospodarczej. Coraz bardziej popularny jest zawód projektanta witryn, ale także tzw. specjalisty od doświadczenia użytkownika (*user-experience specialist*), który musi mieć dużą wrażliwość estetyczną, jak i wrażliwość na mankamenty funkcjonalności, które są kluczowymi determinantami powodzenia przedsięwzięcia internetowego.

Kolejny element współczesnej gospodarki, dla którego istotna jest estetyka, to marketing. Dobry marketing jest ściśle związany z wolnorynkowym systemem produkcji. Pozwala na odpowiednie opakowanie, komunikowanie i sprzedaż wartości wytworzonej przez producenta. Dziś zwraca się uwagę na to, że dobry marketing musi odwoływać się właśnie do wierzeń i systemu wartości klientów – stąd coraz większa rola takich gałęzi marketingu jak *branding*, czyli działań nastawionych na odpowiednią identyfikację samej marki. Aby sprawnie tego dokonać, należy po pierwsze dobrze rozumieć daną grupę konsumencką, ale po drugie dysponować odpowiednim poziomem kompetencji estetycznych w celu prezentacji produktu czy marki przy pomocy obrazu, słowa i muzyki. Wzrost wrażliwości estetycznej pozwala na wzrost jakości w marketingu.

Co jednak najważniejsze, podniesienie poziomu wrażliwości estetycznej w społeczeństwie spowoduje, że poszczególne jednostki trudniej będzie zmanipulować przekazem konstruowanym przez wielki biznes. Kompetencje estetyczne powodują, iż konsumenci są w stanie lepiej ocenić spójność produktu z jego oprawą, a zatem ich decyzje zakupowe będą premiowały jakość (a nie „krzykliwość"), zwiększając jednocześnie efektywną alokację zasobów.

3. Poprawa postaw społecznych odbiorców

Konsumpcja dóbr i usług kulturalnych charakteryzuje się wspólnotowością. Miejsce konsumpcji jest jednocześnie miejscem spotkań z członkami społeczności (np. teatr, kino, muzeum czy biblioteka) lub samo dobro jest nastawione na kreację wspólnej przestrzeni (np. gazeta). Istnieją oczywiście dobra kulturalne, których konsumpcja odbywa się w samotności (jak książka), jednak często lektura ciekawej historii (przyswojenie ciekawej informacji) budzi chęć dzielenia się przemyśleniami czy refleksjami będącymi następstwem konsumpcji.

Organizacje kulturalne jak mało które organizacje mają potencjał pełnienia funkcji społecznych poprzez materializowanie i promowanie takich wartości, jak przynależność, współzależność, tożsamość wspólnotowa, solidarność, odpowiedzialność, lojalność, zaufanie. Odpowiedni sposób organizacji konsumpcji dóbr i usług kulturalnych może zatem mieć bezpośredni wpływ na zakorzenienie tych wartości w społeczeństwie.

Każda z wymienionych wartości ma duże znaczenie dla rozwoju społeczno-gospodarczego społeczeństw, zaufanie wzbudza jednak szczególne zainteresowanie badaczy życia społecznego.

Jak zauważa Piotr Sztompka, aby żyć, „[...] musimy wchodzić w interakcje z innymi. Musimy więc nieustannie podejmować grę, czynić zakłady, stawiać na takie lub inne przyszłe działania naszych partnerów" [Sztompka, 2002, s. 310]. Intensywność interakcji z innymi wzrasta wraz z zamiarem przekonania innych do zmiany dotychczasowych sposobów postępowania. Zaufanie, którym darzymy innych lub którym sami jesteśmy obdarzani, odgrywa kluczową rolę we współpracy: „[...] zaufanie pozwala nam zredukować niepewność i założyć, że inni będą postępować korzystnie dla nas, lub przynajmniej neutralnie. Możemy wtedy działać spokojniej, optymistyczniej, swobodniej" [tamże]. Wiara w możliwość korzystnej współpracy z innymi członkami danej społeczności napędza ilość przedsięwzięć, weryfikuje ich społeczną przydatność i prowadzi do postępu. Brak tej wiary powoduje, że ludzie podejrzliwie patrzą na propozycje zmiany, i „skłania nas do powstrzymania się od działań, zachowania dystansu i ciągłej czujności" [tamże].

4. Pobudzanie do dyskusji oraz krytycznej oceny rzeczywistości

Uczestnictwo w działaniach będących efektem pracy artystycznej może rodzić dystans wobec otaczającej człowieka rzeczywistości. Dystans ten jest niezbędny do pobudzania zmiany, która ma prowadzić do rozwoju danego społeczeństwa.

Chodzi o to, że zakorzenione społecznie przekonania, wierzenia i wartości konstytuują pewne modele zachowań, które są przez społeczeństwo uznawane za właściwe. Socjologowie tego rodzaju modele zachowań nazywają normami społecznymi. Normy społeczne mogą stymulować rozwój, jednak – z drugiej strony – mogą również ten rozwój blokować, nie dopuszczając do usankcjonowania nowych i bardziej efektywnych sposobów rozwiązywania problemów.

Działalność kulturalna i sztuka często ukazują normy społeczne niejako z dystansu, dzięki wielu zabiegom artystycznym (niejednokrotnie kontrowersyjnym), które powodują wzmocnienie przekazu. Wskazuje się również, że obcowanie ze sztuką jest źródłem doświadczenia estetycznego, które pozwala na przeżycia wewnętrzne oderwane od kontekstu rzeczywistości. Obcowanie z wytworem działalności artystycznej kieruje myśli odbiorcy ku strefom niekoniecznie związanym ze światem materii. Można powiedzieć, iż jest to przestrzeń wolności od konkretnej kultury, mającej historyczne zakorzenienie.

Tego typu doświadczenia budują kapitał krytycznej oceny rzeczywistości, oceny opartej na umiejętności wyobrażenia sobie, że mogłoby być inaczej, niż jest. Oferta organizacji sektora kultury, która jest w sposób ścisły związana z działalnością artystyczną, ma duże możliwości rozwijania wyobraźni – podstawowego narzędzia zmiany zarówno indywidualnej, jak i społecznej. (Rola wyobraźni została już po części opisana w punkcie pierwszym; poniżej opis ten zostanie rozwinięty bardziej szczegółowo). Podsumowując powyższe rozważania, podkreślmy zatem: krytyczna dyskusja na temat otaczającej człowieka rzeczywistości stanowi zasób rozwojowy związany z wyobraźnią, która jest pobudzana poprzez uczestnictwo w wydarzeniach artystycznych.

Efekty zewnętrzne a przedsiębiorczość i innowacja

Należy podkreślić fakt, że w zasadzie wszystkie powyżej opisane efekty zewnętrzne związane z konsumpcją oferty kulturalnej wpływają na jakość i poziom **przedsiębiorczości**. Jest to ważne, ponieważ przedsiębiorczość jako taka stanowi fundament gospodarki wolnorynkowej opartej na konkurencji, która – jak powszechnie się uznaje – jest motorem zmiany i warunkiem rozwoju.

Jak pisze cytowana już Ruth Towse [2011, s. 127], „rolą przedsiębiorcy jest dostrzec i wykorzystać możliwość dostarczenia nowego dobra na rynek albo wdrożenie nowego sposobu robienia czegoś". Przedsiębiorczość wiąże się ściśle z wyobraźnią i krytyczną oceną rzeczywistości, a wspomagają ją poziom zaufania społecznego oraz zdolność do radzenia sobie z ryzykiem i niepewnością. Istnieją badania, które potwierdzają wpływ czynników kulturowych na poziom przedsiębiorczości. Głównie zwraca się uwagę na to, czy w danym społeczeństwie wartości związane z przedsiębiorczością są wystarczająco silnie zakorzenione.

Dyskusja wokół przedsiębiorczości pozwala na przedstawienie **innowacji** – ostatniego ogniwa łańcucha ukazującego wpływ organizacji kulturalnych na rozwój. Stwierdzenie, iż „rolą przedsiębiorcy jest dostrzec i wykorzystać możliwość dostarczenia nowego dobra na rynek albo wdrożenie nowego sposobu robienia czegoś", jest równoznaczne ze stwierdzeniem, że przedsiębiorcy są tak naprawdę odpowiedzialni za projektowanie i wprowadzanie innowacji do obrotu rynkowego, a przez to do życia społecznego. Wdrożenie nowego sposobu robienia czegoś mówi wprost o zmianie zachowań. Przedsiębiorca, jak zostało powiedziane wcześniej, musi sobie tę zmianę uprzednio wyobrazić. Jednostkowa wyobraźnia jest kluczowym elementem zmiany społecznej i początkiem innowacji – jej projekcją. Wyobrażenie sobie, że sprawy mogą wyglądać inaczej, niż aktualnie wyglądają, ma zwykle swój początek w krytycznej ocenie rzeczywistości.

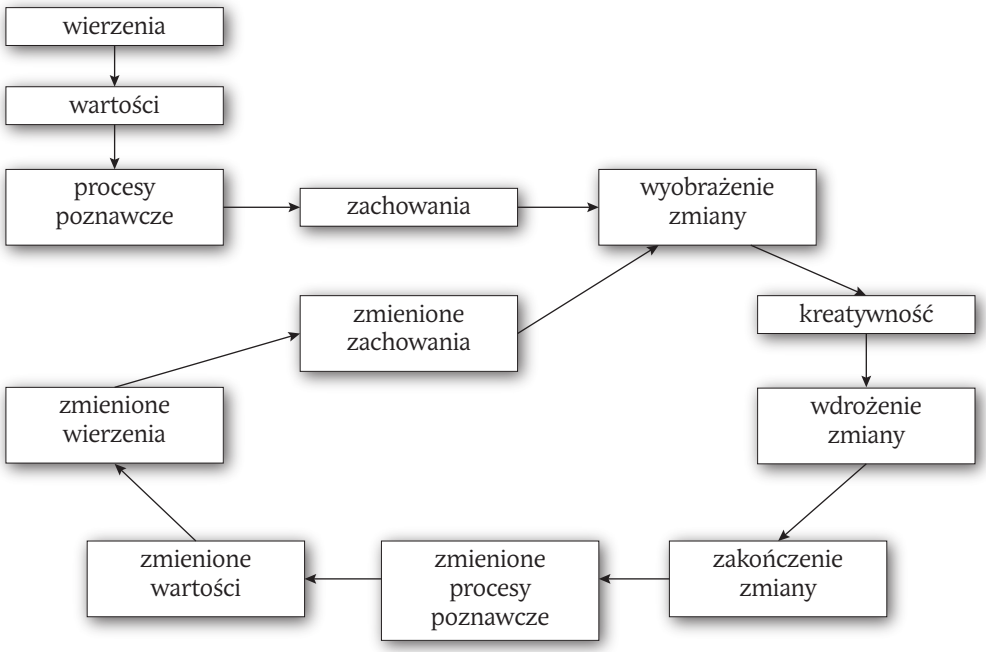
Przykład firmy Apple pokazuje, jak wyobraźnia jednego człowieka może zmienić cały przemysł muzyczny [Isaacson, 2011]. Steve Jobs przez cały okres swojej aktywności zawodowej był bardzo blisko sztuki – regularnie odwiedzał wystawy

sztuki i targi wzornictwa, studiował prace wielkich projektantów i architektów. Oczywiście sama wyobraźnia jest jedynie początkiem (projektem), jednak należy ją postrzegać jako warunek *sine qua non* innowacji.

Upraszczając, można zatem powiedzieć, że przedsiębiorca zauważa możliwość zmiany, a następnie poprzez konkretny produkt – namawiając innych do skorzystania z niego – wprowadza tę zmianę do społeczeństwa. To, czy proces wdrożenia zakończy się sukcesem, zależy od wielu czynników, których szczegółowe omówienie wykraczałoby poza tematykę tego rozdziału. Warto natomiast podkreślić, że wdrożenie wyobrażonej idei powoduje skutki (zarówno zamierzone, jak i niezamierzone) w sposobach zachowań zewnętrznych: jak coś robimy, jak i tych wewnętrznych: procesów poznawczych, czyli jak przetwarzamy informacje, jak je interpretujemy i jak je porządkujemy, tworząc znaczenia. W ten sposób społeczeństwo zaczyna funkcjonować w inny niż do tej pory sposób. Jeżeli zmiana wpływa pozytywnie na skuteczność i efektywność rozwiązywania problemów przez daną społeczność, poziom jej dobrobytu rośnie i możemy mówić o rozwoju.

W tym kontekście należy raz jeszcze podkreślić, że konsumpcja dóbr wytworzonych przez organizacje kulturalne ma potencjał pozytywnego wpływu na poziom i jakość wyobraźni będącej w tej perspektywie pierwszym ogniwem łańcucha rozwojowego.

Diagram 1. Uproszczony cykl rozwojowy w kontekście roli, jaką odgrywają w nim organizacje kulturalne



Źródło: Opr. własne

Znaczenie metafory w planowaniu przyszłości

Autor książki *Romantyczny ekonomista: wyobraźnia w ekonomii* Richard Bronk zwraca również uwagę, że wyobraźnia jest jedynym narzędziem, które pozwala funkcjonować przedsiębiorcy w odniesieniu do przyszłości [Bronk, 2009, s. 1–2]. Podkreśla on w zasadzie pewną oczywistość, często pomijaną w dyskusjach o działalności gospodarczej, że dane, do których mamy dostęp, dotyczą jedynie przeszłości. To na podstawie tych danych i naszej pamięci o nich konstruujemy rozumienie tego, jak wygląda rzeczywistość i jak będzie wyglądała przyszłość. Dopiero retrospektywna analiza może zweryfikować to, czy nasz obraz był adekwatny. Przewidywanie przyszłości jest jednak grą na tyle ryzykowną, że w praktyce (także biznesowej) polega ono raczej na wskazaniu różnych możliwych scenariuszy, aby odpowiednio wcześniej przygotować się na najbardziej nieoczekiwane zdarzenia. Aby jednak wziąć pod uwagę – czyli wizualizować – coś, co jeszcze się nie wydarzyło, trzeba dysponować odpowiednio rozbudowaną wyobraźnią. Z mocą wyobraźni do wizualizacji zdarzeń wiąże się bezpośrednio umiejętność krytycznego spojrzenia na rzeczywistość. Należy podkreślić, iż wielkie kryzysy gospodarcze zdarzały się, ponieważ nikt nie był w stanie wyobrazić sobie, że któryś z elementów systemu gospodarczego aktualnie funkcjonującego przestanie spełniać swoją funkcję.

Aspekt wyobrażenia sobie różnych, nawet najbardziej nieprawdopodobnych scenariuszy zdarzeń jest tym bardziej aktualny dzisiaj, kiedy zwraca się uwagę, iż czasy są na tyle turbulentne, że nikt w zasadzie nie potrafi powiedzieć, co zdarzy się jutro. Znaczenie konsumpcji dóbr kulturowych w zarządzaniu przyszłością unaocznia fakt, iż wielu liderów biznesowych czy politycznych otwarcie przyznaje się do czytania literatury *science fiction*, w poszukiwaniu odpowiedzi na pytania o to, co może przynieść przyszłość. Pokazuje to, że dostęp do tworów kulturalnych może zwiększać zdolność społeczeństwa do kierowania zmianą zgodnie ze swoimi potrzebami lub – przynajmniej – do przygotowania się na to, co nastąpi.

Analiza danych, rozumienie rzeczywistości i przewidywanie przyszłych zdarzeń to działania powszechne w działalności gospodarczej, która i w skali mikro, i w skali makro opiera się bardzo często na wypracowanych modelach opisujących rzeczywistość. Jednak zbyt ścisłe „trzymanie się" modeli prowadzi do niezdolności dojrzenia wagi zmiennych aktualnie w nich nieujętych, dlatego też coraz częściej podkreśla się rolę metafory jako narzędzia planowania strategicznego. Aspektem kultury dużych korporacji finansowych, który stał się obiektem krytyki jako poważna przyczyna ostatniego kryzysu finansowego, jest właśnie zafiksowanie decydentów na śledzenie tych tzw. twardych wskaźników.

Deirdre McCloskey [1998] przekonuje, że modele ekonomiczne są swego rodzaju metaforami. Autorka posuwa się nawet do stwierdzenia, iż powiedzieć, że rynki są obrazowane przez „krzywe" popytu i podaży, to to samo, co powiedzieć, że zachodni wiatr jest „oddechem jesieni" [tamże, s. 40]. Jeżeli zgłębimy to z pozoru

kontrowersyjne stwierdzenie, okaże się, że odwołuje się ono do zdroworozsądkowej obserwacji, iż pojedyncze słowa czy obrazy mogą być odbiciem złożonych procesów – jest to coś, na czym bazuje sztuka jako taka i – w konsekwencji – aktywność kulturalna. Oczywiste jest bowiem, że słowo „krzywe" odwołuje się do graficznego obrazu będącego historycznym zapisem zachowań konsumentów i producentów. Należy zatem rozumieć, że rynek jest obrazowany przez historię zawartych transakcji, które są warunkowane całym zbiorem czynników. Pamięć o pełnym znaczeniu używanych metafor ekonomicznych pozwala skupiać się na tym, co ważne, a jednocześnie nie zapominać o wielu innych aspektach, które mogą odegrać dużą rolę w przyszłości. Skupienie się na samym obrazie krzywych nie pozwala na skuteczne działania i zagraża społeczeństwu. To dlatego McCloskey argumentuje, że będziemy sprawniejsi gospodarczo, jeżeli w pełni zrozumiemy narzędzie i rolę metafory. Oczywiście produkcja dóbr kulturalnych to projektowanie doświadczenia opartego na metaforze słowa, obrazu, światła czy muzyki. Każdorazowa konsumpcja dobra kultury zwiększa umiejętność rozumienia metafory w jej pełni, a także sposobów jej oddziaływania. Te wypracowane na polu kultury umiejętności z łatwością można przenosić na inne pola funkcjonowania człowieka – także na działalność gospodarczą.

Przybliżanie człowiekowi wytworów kulturalnych jest, jak się okazuje, czymś więcej aniżeli jedynie rozrywką. Konsumpcja dóbr kulturalnych, których esencją jest obcowanie z artefaktami niemającymi utylitarnego przełożenia, może mieć pozytywny wpływ na takie aspekty, jak wyobraźnia, kreatywność, zaufanie czy rozumienie metafor. Z pewnością można wymienić ich więcej, a ich znaczenie może wydawać się jeszcze bardziej subtelne. Po bliższym przyjrzeniu okazuje się, że są to bardzo ważne narzędzia rozwoju człowieka w wymiarze zarówno personalnym, jak i społeczno-gospodarczym. Można powiedzieć, że konsumpcja produktów wytwarzanych przez organizacje kulturalne buduje potencjał rozwojowy poprzez pozytywny wpływ na rozwój kapitału ludzkiego.

Funkcja kapitałotwórcza organizacji sektora kultury a kontekst polski

Ta funkcja organizacji sektora kultury jest w coraz większym stopniu rozpoznawana przez samych konsumentów. Autorzy raportu *Kultura lokalnie: między uczestnictwem w kulturze a partycypacją w zarządzaniu* [Kowalik i inni, 2011] przeprowadzili wśród małopolskich społeczności lokalnych badania, których celem było odtworzenie rozumienia uczestnictwa w kulturze i motywacji towarzyszących konsumpcji kultury. Ze zgromadzonych danych wynika, że członkowie poszczególnych społeczności pośród wielu aspektów motywacyjnych związanych z organizowaniem dostępu do dóbr i usług kulturalnych wymieniają również dwa

dotyczące budowania kapitału kulturowego: integrację społeczności oraz rozwój kompetencji:

„O wiele ciekawsze jest to, że bardzo często badani przychodzą do instytucji, gdyż chcą spróbować czegoś nowego, poznawać nowych ludzi i spędzać z nimi czas, co dowodzi, że dla pewnej grupy mieszkańców pełnią [one] funkcję integracyjną. Pozwalają na zaspokojenie potrzeb związanych z budowaniem i przynależeniem do wspólnoty – stają się zatem jedną z przestrzeni życia zbiorowego dla badanej zbiorowości" [tamże, s. 114].

O potencjale kapitałotwórczym organizacji kulturalnych świadczy stwierdzenie, iż poszczególne osoby traktują przedsięwzięcia kulturalne jako przestrzenie, w których można „poznać nowych ludzi i spędzać z nimi czas". Osoba zgadzająca się z tą opinią nie tylko uznaje, że przedsięwzięcie kulturalne przyciąga różnych ludzi, którzy nie mogą mieć ze sobą styczności w codziennym funkcjonowaniu, ale także, że tworzy ono przestrzeń bezpieczną dla wejścia w głębszą interakcję z takim człowiekiem.

W kontekście Polski aspekt ten wydaje się wyjątkowo ważny. Cykliczne raporty *Diagnoza społeczna* wskazują, że odsetek osób w społeczeństwie polskim ufających innym ludziom jest niezwykle niski [por. np. *Diagnoza 2011*, s. 285]. Profesor Janusz Czapiński, jeden z autorów *Diagnozy*, stawia tezę, iż Polacy dobrze funkcjonują w ramach rodziny, jednak poza nią wybierają postawy defensywne, które skutkują brakiem zaangażowania. Przywołany wcześniej raport opublikowany przez Małopolski Instytut Kultury wskazuje, że organizacje kulturalne są w lepszej sytuacji niż jakikolwiek inny podmiot, jeśli chodzi o przełamywania oporu przed zbliżaniem się do obcych ludzi. Niestety autorzy raportu stwierdzają równocześnie, iż ten „duży potencjał kapitałotwórczy [...] jest wykorzystywany w bardzo ograniczonym stopniu".

Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy może być zdiagnozowana i daleko idąca politycyzacja instytucji kultury połączona ze znikomą wiedzą decydentów politycznych na temat kapitałotwórczego potencjału organizacji sektora kultury. W efekcie „instytucje te są traktowane przez władze miast bardzo instrumentalnie – są wykorzystywane do obsługi miejskich uroczystości i w celach promocyjnych" [Wittels, 2011, s. 52]. Tę diagnozę potwierdza dominujące wśród dyrektorów polskich placówek kulturalnych i ich przełożonych przekonanie, że działalność kulturalna to potrzeba wyższego rzędu, która musi ustępować potrzebom podstawowym. W efekcie wydatki na kulturę pozostają jedynie wydatkami i nie są ani traktowane, ani pomyślane jako inwestycja w człowieka, która na dalszym etapie wpłynie pozytywnie na poziom dobrostanu społeczeństwa.

Drugim aspektem kapitałotwórczym dostrzeganym przez samych konsumentów jest rozwój kompetencji [Kowalik i in., 2011]. Co ciekawe, szczególną uwagę zwracają oni na te kompetencje, które zostały zidentyfikowane przez Komisję Europejską jako kluczowe dla uczenia się przez całe życie:

1) porozumiewanie się w języku ojczystym
2) kompetencje informatyczne
3) umiejętność uczenia się
4) kompetencje społeczne i obywatelskie
5) inicjatywność i przedsiębiorczość
6) świadomość i ekspresja kulturalna.

Badane osoby stwierdzają, że rozwijają te kompetencje poprzez uczestnictwo w różnego rodzaju warsztatach organizowanych w lokalnych instytucjach kultury [tamże].

Skuteczność działania organizacji sektora kultury – autonomia, partycypacja i otwartość

Jak zostało powiedziane, organizacje sektora kultury są nastawione na stymulowanie twórczości artystycznej, czy szerzej: kulturalnej, oraz na umożliwienie jej odbioru przez jak najszersze grono [Dragićević-Šešić, Stojković, 2010, s. 17]. W tym celu organizacje te wytwarzają dobra kulturalne i dążą do jak największej konsumpcji tych tworów przez społeczeństwo.

Zostało również powiedziane, że konsumpcja dóbr kulturalnych nie tylko realizuje potrzeby kulturalne człowieka, takie jak potrzeba ekspresji, potrzeba doznania estetycznego czy potrzeba tworzenia [tamże, s. 23]. Konsumpcja wytworów kulturalnych jest również źródłem pozytywnych efektów zewnętrznych, istotnych dla potencjału rozwojowego społeczeństwa. Do najważniejszych pozytywnych efektów zostały zaliczone: wpływ na jakość wyobraźni i poziom kreatywności, zwiększenie wrażliwości estetycznej, wzrost poziomu zaufania i wrażliwości krytycznej oraz umiejętności posługiwania się metaforą.

Skuteczne działanie organizacji sektora kultury polega na zaspokajaniu potrzeb konsumentów. Wszystkie te organizacje tworzą pewien system zakorzeniony w społeczeństwie, dlatego z punktu widzenia całego systemu skuteczność organizacji kultury polega na takim zaspokajaniu potrzeb, które jednocześnie maksymalizuje społeczne korzyści wynikające z konsumpcji jednostkowej. Jeżeli zatem potencjał organizacji kultury umożliwiający ich wpływ na rozwój społeczno-gospodarczy zostanie potraktowany poważnie, to powinny one modelować swoje działania w taki sposób, by maksymalizować pozytywne efekty zewnętrzne wynikające z zawierania i realizacji transakcji między nimi i konsumentami ich oferty.

Zarządzanie organizacjami kultury wymaga uznania, że zaspokojenie potrzeb konsumentów jest warunkiem koniecznym, aby doszło do transakcji. Wymaga również zrozumienia, iż z punktu widzenia społeczeństwa satysfakcja konsumenta, stanowiąca wynik transakcji między nim a organizacją sektora kultury, nie jest celem samym w sobie – ważne, jaki jest jej wpływ na budowanie kapitału ludzkiego.

Działanie kapitałotwórcze organizacji sektora kultury nabiera szczególnego znaczenia w zarządzaniu organizacjami non profit i instytucjami kultury. Co prawda biznesowe organizacje sektora kultury w podobnym stopniu jak inne organizacje mogą wpływać na rozwój, ale zasadą ich działania jest wypracowanie zysku w oparciu o przychody pozyskane bezpośrednio od konsumenta. Organizacje non profit, podobnie jak instytucje kultury finansują swoją działalność ze źródła zewnętrznego. W przypadku instytucji kultury jest to budżet państwa czy budżet gminy, a w przypadku organizacji non profit – fundatorzy, członkowie stowarzyszenia bądź różne programy grantowe służące do rozdysponowania środków pochodzących z budżetu państwa lub z budżetu Unii Europejskiej. Dlatego organizacje non profit i instytucje kultury są zobowiązane nie tylko do zapewnienia konsumentowi satysfakcji, ale też do realizowania poprzez swą działalność innych – społecznych – celów.

Jednak, paradoksalnie, zależność od fundatora lub organizatora może ograniczyć skuteczność działania instytucji kultury czy organizacji non profit. Autorzy przytaczanego już raportu *Kultura lokalnie*... identyfikują – w oparciu o inne prace badawcze – kilka niepokojących trendów w odniesieniu do instytucji kultury [Kowalik i in., 2011, s. 10]:

1. Traktowanie lokalnej instytucji kultury jako zaplecza dla działań samorządu i organizacji pozarządowych przy jednoczesnym marginalizowaniu rozwoju instytucji i jej pracowników, czego konsekwencją jest brak możliwości stworzenia przez te instytucje nowoczesnych ram organizacyjnych dla rozwoju sektora kultury.
2. Ograniczenie oferty instytucji kultury do działań konwencjonalnych, rzadko nastawionych na nieszablonowe inicjatywy czy realizację rzeczywistych potrzeb członków społeczności lokalnej, co ma swoje przyczyny w wąskiej definicji działalności kulturalnej.
3. Powstawanie w lokalnych środowiskach konfliktów dotyczących sposobu rozdzielania środków oraz związany z tym niewystarczający wpływ społeczności lokalnej na zarządzanie środkami i decydowanie o kierunkach rozwoju sektora kultury (brak wypracowanych narzędzi partycypacji w zarządzaniu sektorem kultury).

Trendy te są niepokojące, ponieważ wskazują, że cały potencjał kapitałotwórczy organizacji kulturalnej może zostać niewykorzystany wskutek nieodpowiedniego zarządzania. Autorzy raportu zwracają również uwagę, że „niezależnie od tego, w jaki sposób instytucja jest zarządzana oraz jakie relacje utrzymuje ze swoim otoczeniem, osoby aktywne znajdują dla siebie przestrzeń do działania" [tamże, s. 154]. Osoby bierne zaś nie wchodzą w interakcję z organizacjami sektora kultury. W takiej sytuacji lokalna instytucja kultury nie spełnia w zasadzie żadnych funkcji społecznych, a skupia się jedynie na wydatkowaniu pieniędzy w sposób zgodny z wymogami formalno-prawnymi.

W przypadku dobrego wykorzystania potencjału społecznego w przedsięwzięcia organizacji kulturalnej angażują się zarówno osoby o wysokim indywidualnym kapitale kulturowym, jak i te, których indywidualny kapitał jest niski. Pozwala to nie tylko na zwiększanie kapitału kulturowego poprzez bezpośrednie działania organizacji, ale także na wykorzystanie już istniejącego kapitału zakumulowanego w bardziej aktywnych jednostkach, których zaangażowanie zwiększa wartość dodaną działalności kulturalnej.

Dlatego w zarządzaniu organizacjami kultury tak ważny jest model partycypacyjny. Umożliwia on włączanie szerokiego grona interesariuszy w proces decyzyjny dotyczący aktywności organizacji kulturalnej. Interesariusze to, najkrócej mówiąc, osoby, które z jakiegoś powodu są zainteresowane działaniem danej organizacji, jednak z formalnego punktu widzenia nie są osobami decyzyjnymi. Potencjalny konsument dóbr będących efektem działania organizacji kulturalnej z pewnością jest również interesariuszem jej działania. Przedsięwzięcia biznesowe zwykle w sposób istotny uwzględniają potrzebę komunikacji z potencjalnym klientem i włączania go w proces decyzyjny. Jednak organizacje non profit i instytucje kultury często zbytnio skupiają się na satysfakcji osoby (bądź podmiotu) finansującej ich działanie, co niekoniecznie jest równoznaczne ze skutecznym tworzeniem i udostępnianiem dóbr kulturalnych.

Dragan Klaić – zmarły w roku 2011 wybitny teoretyk i praktyk kultury – wskazuje, że podstawą skutecznego działania organizacji kultury jest zapewnienie sobie autonomii i wypracowanie mechanizmu zarządzania umożliwiającego jej utrzymanie. Autonomia pozwala zwrócić się ku temu, co istotne, i pozwala, by profil i strategia działania organizacji kulturalnej zostały określone w oparciu o uważną analizę kontekstu, porównanie z innymi organizacjami kultury, opisanie misji i wizji oraz w zgodzie z lokalizacją i potencjalnymi mocnymi stronami organizacji. Przy czym kluczową częścią analizy kontekstu jest analiza interesariuszy i ich potrzeb względem działalności organizacji kultury [*Instytucje upowszechniania*..., 2009, s. 93].

Na dalszych etapach organizacje kulturalne mogą za pomocą innych metod angażować potencjalnych klientów w proces podejmowania decyzji co do charakteru swej działalności. Nawiązanie intymnej relacji między klientem a dostarczycielem dóbr kulturalnych pozwala nie tylko lepiej zrozumieć potrzeby tego pierwszego, ale także – co może nawet ważniejsze – pozwala wypracować lepsze sposoby dotarcia do danej społeczności i przekazania niejednokrotnie trudnych treści kulturowych.

Można powiedzieć, że podejście partycypacyjne do zarządzania organizacjami kulturalnymi jest zgodne z podejściem endogenicznym do rozwoju społeczno-gospodarczego. Bazuje ono bowiem na przekonaniu, iż społeczeństwo ma konkretne potrzeby wzrostu kulturalnego i integrowania się w duchu zaufania, a organizacja kulturalna powinna jedynie spełniać rolę facylitatora tego typu zachowań.

Podejście partycypacyjne jest ważne zwłaszcza w kontekście zmian społecznych będących skutkiem globalizacji oraz zmian w technologii. Kultura dzisiaj – jak zauważa belgijski praktyk kultury Jan Van Rillaer – coraz rzadziej skupia się „wokół jakiegoś wydarzenia czy budynku, twardych faktów, które łatwo sprecyzować. Częściej wokół przepływu i sieci elementów, które trudno uchwycić" [*Instytucje upowszechniania*..., 2009, s. 102]. W związku z tym zarządzanie partycypacyjne wymaga nowych narzędzi.

Myśl tę rozwijają m.in. autorzy publikacji *Otwartość w instytucjach kultury* związani z ruchem Creative Commons, który działa na rzecz uwolnienia treści twórczych:

„W przeciągu ostatnich dwudziestu lat pejzaż kulturowy zmienił się dramatycznie. Jeszcze w połowie lat dziewięćdziesiątych XX wieku uczestnictwo w kulturze było w przeważającej większości związane albo z mediami masowymi, albo właśnie z instytucjami kultury. W ciągu niecałych dwóch dekad pojawiła się konkurencja w postaci obiegów treści kultury i przestrzeni aktywności kulturowej związanych z Internetem. Sieć jest dzisiaj źródłem treści – także tych niedostępnych ani w telewizji, ani w bibliotece. Sieć jest też przestrzenią własnej, indywidualnej lub zbiorowej aktywności – związanej z tworzeniem, rekomendowaniem czy dzieleniem się zasobami. To funkcje, które przez większość XX wieku były domeną instytucji kultury" [Hofmokl i inni, 2011, s. 4].

Spostrzeżenie to zwraca uwagę na fakt, że jeśli organizacje kulturalne mają z powodzeniem wykorzystywać swój potencjał kapitałotwórczy, niezbędne jest, aby były blisko „cyfrowej rewolucji" i brały udział w digitalizacji zasobów kulturowych. Wbrew podejściu konserwatywnemu cyfryzacja kultury nie musi być procesem szkodliwym. Nowe technologie mogą być przydatne w dotarciu do osób, które nie mają łatwego dostępu do produktów kulturalnych.

Przykłady wykorzystania technologii w zwiększaniu konsumpcji kulturalnej można mnożyć. Warto wspomnieć chociażby o projekcie wolnelektury.pl realizowanym przez Fundację Nowoczesna Polska. Koordynatorzy projektu zbudowali portal internetowy, na którym udostępniają – w postaci cyfrowej – literaturę polską i światową. Książki te są osiągalne z każdego miejsca na świecie, a jedynym warunkiem jest posiadanie komputera podłączonego do internetu bądź czytnika elektronicznych wersji książek. Literatura umieszczona na portalu jest darmowa – koordynatorzy publikują jedynie te książki, co do których prawa autorskie majątkowe nie mają już zastosowania. Są to jednak w większości bardzo wartościowe pozycje, część z nich to również lektury szkolne.

Cyfryzacja treści pozwala organizacjom kulturalnym wejść w świat cyfrowej cyrkulacji wytworów kultury i zwiększać do nich dostęp. Otwarte dzielenie się wartościowymi treściami za pomocą nowych kanałów komunikacji jest również sposobem na wzmacnianie zarządzania partycypacyjnego i docieranie do coraz to nowych grup. Pokazuje także, że w obliczu postępu technologicznego organizacje

sektora kultury – podobnie jak inne podmioty społeczne i gospodarcze – stoją przed wyzwaniem wymyślenia siebie na nowo. Przy czym zmiany społeczne, które z roku na rok nabierają coraz większej dynamiki, będą wymagały coraz to nowych modeli współpracy organizatora kultury z jego klientem; zwłaszcza jeżeli organizator ma przy tym realizować cele społeczne. Dlatego – według cytowanego już Dragana Klaicia – „[...] odnowa i konsolidacja ośrodków kultury nie może być rutynową operacją, prowadzoną przez multiplikację jakiegoś standardowego modelu, ani wprowadzana na siłę przez marketingowe sztuczki i klisze. Kontekst, lokalizacja i kulturalna konstelacja powinny determinować funkcję i profil takiego ośrodka" [*Instytucje upowszechniania*..., 2009, s. 98]. Takie zarządzanie organizacjami kulturalnymi ma szanse przyczynić się do wyprowadzenia dryfujących społeczeństw na nową – i co ważne: autonomiczną – ścieżkę rozwoju społeczno-gospodarczego.

Podsumowanie

W tym rozdziale wskazałem na związki między działalnością organizacji kulturalnych a rozwojem społeczno-gospodarczym społeczeństw. W pierwszej jego części wyjaśniłem, czym są organizacje kulturalne, a także opisałem specyfikę ich działania, definiując sektor kultury poprzez rodzaje realizowanych w jego ramach działań. W drugiej części opisałem połączenia między działalnością organizacji kultury a potencjalnym wpływem wyników tych działań na życie społeczne i gospodarcze. Argumentowałem, że organizacje kulturalne mają potencjał pozytywnego wpływu na stymulację pomysłów kreatywnych i wyobraźni, dostarczanie standardów estetycznych, poprawę postaw społecznych odbiorców oraz pobudzanie do dyskusji i krytycznej oceny rzeczywistości. Ponadto zwróciłem uwagę, że wszystkie te elementy mają znaczenie w osiąganiu przewag konkurencyjnych przez firmy współczesnych gospodarek poprzez swój głęboki wpływ na ich zdolności do innowacji. W ostatniej części tego rozdziału wskazałem na warunki, które powinny zostać spełnione, by organizacje kulturalne wykorzystywały w pełni swój potencjał kapitałotwórczy. Aby tak było, muszą być one tworzone w oparciu o takie wartości, jak otwartość, autonomia i partycypacja. Wartości te mogą być wspierane przez odpowiednie użycie nowoczesnych zasobów cyfrowych udostępnionych przez postęp technologiczny – zasobów, które są w zasięgu ręki każdej organizacji kulturalnej.

Literatura

Bronk R. [2009], *The romantic economist. Imagnation in economics*, Cambridge University Press, Cambridge.

Camagni, R. [2002], *On the concept of territorial competitiveness. Sound or misleading?*, dostępne: http://ideas.repec.org/p/wiw/wiwrsa/ersa02p518.html, korzystano 20.12.2012.

Components of the Cultural product, dostępne: http://tiny.pl/hkb35, korzystano 20.12.2012.

Creative economy report 2008. The challenge of assesing the creative economy: towards informed policy-making [2008], UNCTAD, Geneva.

Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków [2011], J. Czapiński, T. Panek (red.), Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa.

Domański B. [2004], *Krytyka pojęcia rozwoju a studia regionalne*, „Studia Regionalne i Lokalne", nr 2 (16).

Dragićević-Šešić M., Stojković B. [2010], *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Entrepreneurship and culture [2010], A. Freytag, R. Thurik (eds.), Springer Verlag, Berlin, Heidelberg.

Geodecki T., Gorzelak G., Górniak J., Hausner J., Mazur S., Szlachta J., Zaleski J. [2012], *Kurs na innowacje. Jak wyprowadzić Polskę z rozwojowego dryfu?*, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej, Kraków.

Gorzelak G., Jałowiecki B. [2000], *Konkurencyjność regionów*, „Studia Regionalne i Lokalne", nr 1 (1).

Grosse T.G. [2008], *Nowa polityka spójności: wybrane nurty debaty europejskiej*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa.

Hofmokl J., Tarkowski A., Śliwowski K. [2011], *Otwartość w instytucjach kultury*, Creative Commons Polska, Gdańsk–Warszawa.

Instytucje upowszechniania kultury w XXI wieku [2009], J. Sójka, M. Poprawski, P. Kieliszewski (red.), Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.

Isaacson W. [2011], *Steve Jobs*, Insignis Media, Kraków.

Kowalik W., Matlak M., Nowak A., Noworól K., Noworól Z. [2011], *Kultura lokalnie: między uczestnictwem w kulturze a partycypacją w zarządzaniu*, Małopolski Instytut Kultury, Kraków.

Krajewski M. [2010], „Uczestnictwo w kulturze jako proces uspołecznienia", odczyt na XIV Ogólnopolskim Zjeździe Socjologicznym w Krakowie.

McCloskey D. [1998], T*he rhetoric of economics*, University of Wisconsin Press, Madison.

Sun S. [2008], *Organizational culture and its themes*, „International Journal of Business and Management", vol. 3, nr 12.

Sztompka P. [2002], *Socjologia: analiza społeczeństwa*, SIW Znak, Kraków.

The economy of culture in Europe [2006], KEA Europan Affairs, Bruxelles.

The impact of culture on creativity [2009], KEA European Affairs, Bruxelles.

Towse R. [2011], *Ekonomia kultury*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Trzeciak H. [2011], *Ekonomika teatru*, Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego.

Wittels K. [2011], *W stronę kreatywnego regionu – nowa rola regionalnych instytucji kultury*, w: *Strategie dla kultury. Kultura dla rozwoju. Zarządzanie strategiczne instytucją kultury*, M. Śliwa (red.), Małopolski Instytut Kultury, Kraków.

Wpływ przyspieszonego rozwoju szerokopasmowego dostępu do Internetu na polską gospodarkę [2012], raport Deloitte, dostępne: http://tiny.cc/07empw, korzystano 20.12.2012.

Część III

Dziedzictwo jako zasób

Jacek Purchla

Dziedzictwo kulturowe w Polsce: system prawny, finansowanie i zarządzanie

Zasoby dziedzictwa kulturowego w Polsce

Fakt, iż dziedzictwo kulturowe stanowi poważny zasób prorozwojowy, jest już w Polsce kwestią bezsporną. Nadal trudno jednak oszacować jego potencjał, co wynika z natury dziedzictwa kulturowego jako kategorii dynamicznej i niepoliczalnej. Dlatego ochrona dziedzictwa i zarządzanie nim w dalszym ciągu dotyczą przede wszystkim zabytków jako zbioru jednoznacznie zdefiniowanego. Pozwala to w oparciu o prowadzony przez państwo rejestr precyzyjnie określić skalę, strukturę i stan zabytkowych zasobów objętych ochroną prawną, co w pierwszej kolejności odnosi się do zabytków nieruchomych. Odrębną grupę materialnego dziedzictwa kulturowego stanowią zabytki ruchome, których znakomita większość znajduje się pod opieką publicznych muzeów i bibliotek. Zasób ten nie jest przedmiotem niniejszych rozważań.

Według statystyki prowadzonej przez Narodowy Instytut Dziedzictwa (NID) pod koniec 2011 roku na terytorium Polski znajdowało się 65 750 zabytków nieruchomych. Trzeba przy tym dodać, że w środowiskach konserwatorskich od lat trwa dyskusja nad adekwatnością tej statystyki w stosunku do wartości i stanu zachowania naszego dziedzictwa materialnego[1]. Trzeba też wyraźnie rozróżnić zabytki nieruchome wpisane do rejestru od znacznie szerszej grupy obiektów o wartościach kulturowych, które znajdują się w tzw. ewidencji zabytków.

---

[1] Każde państwo prowadzi w tej kwestii własną politykę. Tak na przykład lista tzw. zabytków rejestrowych we Francji obejmuje mniej obiektów niż analogiczna lista w Polsce.

Wśród 65 750 „zabytków rejestrowych" objętych ochroną prawną najliczniejszą grupę stanowią domy mieszkalne: kamienice, pałace i dwory miejskie czy chałupy wiejskie. Ten rodzaj zabytków to nieomal 25% całego polskiego zasobu. Drugą co do liczebności grupę tworzy prawie 12,5 tys. obiektów sakralnych, w tym świątynie różnych wyznań, klasztory, dzwonnice i kaplice. Najwięcej zabytkowych obiektów znajduje się w województwach śląskim i wielkopolskim. Tabela nr 1 szczegółowo objaśnia strukturę i geografię rejestru zabytków w Polsce.

Gdyby na polskie zasoby dziedzictwa kulturowego spojrzeć z perspektywy Listy Światowego Dziedzictwa UNESCO, to okaże się, że niemal połowa wpisanych na nią obiektów zlokalizowana jest w województwie małopolskim. Stare Miasto w Krakowie i Kopalnia Soli w Wieliczce znalazły się: na Liście już w 1978 roku wśród 12 pierwszych miejsc wyróżnionych przez UNESCO. Kolejne polskie wpisy to:

- Auschwitz-Birkenau. Niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady (1940–1945);
- Puszcza Białowieska;
- Stare Miasto w Warszawie;
- Stare Miasto w Zamościu;
- średniowieczny zespół miejski Torunia;
- zamek krzyżacki w Malborku;
- Kalwaria Zebrzydowska: manierystyczny zespół architektoniczny i krajobrazowy oraz park pielgrzymkowy;
- Kościoły Pokoju w Jaworze i Świdnicy;
- drewniane kościoły południowej Małopolski: Binarowa, Blizne, Dębno, Haczów, Lipnica Murowana, Sękowa;
- Park Mużakowski;
- Hala Stulecia we Wrocławiu.

Wśród „polskich wpisów" dominują zespoły urbanistyczne. Tylko Puszcza Białowieska to obiekt z listy dziedzictwa przyrodniczego, to także jeden z dwóch – obok Parku Mużakowskiego – wpisów transgranicznych. Ostatni chronologicznie obiekt z Polski – Hala Stulecia we Wrocławiu (wpis z 2006 roku) – jest równocześnie jednym z pierwszych dzieł architektury i sztuki inżynierskiej XX wieku, które znalazły się na Liście Światowego Dziedzictwa. Z terenu województwa małopolskiego, obok Krakowa, Wieliczki, Oświęcimia i Kalwarii Zebrzydowskiej, wpisano aż cztery drewniane kościoły: w Binarowej, Dębnie, Lipnicy Murowanej i Sękowej.

Tabela nr 1. Obiekty nieruchome wpisane do rejestru zabytków w Polsce

WOJEWÓDZTWO	URBANISTYKA	SAKRALNE	OBRONNE	PUBLICZNE	ZAMKI	PAŁACE	DWORY	ZIELEŃ	FOLWARCZNE	GOSPODARCZE	MIESZKALNE	PRZEMYSŁOWE	CMENTARZE	INNE	**RAZEM**
DOLNOŚLĄSKIE	136	1416	111	606	99	489	191	845	820	199	2144	332	332	390	**8110**
KUJAWSKO-POMORSKIE	22	494	74	174	25	89	235	408	397	109	493	102	149	132	**2903**
LUBELSKIE	52	808	56	169	13	107	157	399	309	91	528	67	463	300	**3519**
LUBUSKIE	34	535	36	142	23	132	78	197	303	80	1947	86	60	102	**3755**
ŁÓDZKIE	33	569	15	152	19	62	209	387	121	78	559	120	149	106	**2579**
MAŁOPOLSKIE	57	995	59	324	32	68	216	412	284	234	1462	73	401	406	**5023**
MAZOWIECKIE	127	1022	58	577	14	155	349	936	374	137	1755	256	344	343	**6447**
OPOLSKIE	36	646	54	136	28	74	78	216	188	80	1040	81	138	145	**2940**
PODKARPACKIE	50	1004	80	242	19	53	155	305	281	109	878	68	359	246	**3849**
PODLASKIE	68	512	9	191	4	14	58	114	86	117	555	77	334	120	**2259**
POMORSKIE	61	507	108	225	14	71	156	270	219	181	846	103	135	148	**3044**
ŚLĄSKIE	69	598	16	328	36	88	85	201	166	232	1573	189	110	128	**3819**
ŚWIĘTOKRZYSKIE	45	444	15	51	18	30	68	226	91	16	199	68	176	114	**1561**
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	67	898	128	278	28	99	190	420	523	195	1915	209	522	142	**5614**
WIELKOPOLSKIE	143	1109	38	468	22	338	448	998	926	171	1440	258	360	262	**6981**
ZACHODNIO-POMORSKIE	58	853	68	258	23	165	100	712	157	108	355	118	245	127	**3347**
RAZEM	1058	12410	925	4321	417	2034	2773	7046	5245	2137	17689	2207	4277	3211	**65750**

Tablica nr 1. Polskie obiekty na Liście Światowego Dziedzictwa UNESCO

1. Stare Miasto w Krakowie (1978)
2. Kopalnia Soli w Wieliczce (1978)
3. Auschwitz-Birkenau. Niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady (1940–1945) (1979)
4. Puszcza Białowieska (1979)
5. Stare Miasto w Warszawie (1980)
6. Stare Miasto w Zamościu (1992)
7. Średniowieczny zespół miejski Torunia (1997)
8. Zamek krzyżacki w Malborku (1997)
9. Kalwaria Zebrzydowska: manierystyczny zespół architektoniczny i krajobrazowy oraz park pielgrzymkowy (1999)
10. Kościoły Pokoju w Jaworze i Świdnicy (2001)
11. Drewniane kościoły południowej Małopolski: Binarowa, Blizne, Dębno, Haczów, Lipnica Murowana, Sękowa (2003)
12. Park Mużakowski (2004)
13. Hala Stulecia we Wrocławiu (2006)

Stan w roku 2012

Jak ważną rolę w rozwoju lokalnym odgrywa dziedzictwo kulturowe, świadczyć może fakt, iż wszystkie trzy najczęściej frekwentowane placówki muzealne w Polsce – Wawel, Auschwitz-Birkenau i Wieliczka – znajdują się na obszarach wpisu UNESCO. Odwiedzane każdego roku przez ponad milion turystów z kraju i zagranicy, tworzą swego rodzaju „małopolski pakiet turystyczny".

Jedną z zasadniczych kwestii dotyczących oceny zasobów dziedzictwa kulturowego w Polsce jest pytanie o stan obiektów wpisanych do rejestru zabytków i ich wartość odtworzeniową. Próbę odpowiedzi na to pytanie podjął po raz pierwszy Paweł Jaskanis w raporcie przygotowanym w związku z Kongresem Kultury w Krakowie w roku 2009[2]. Istotą obliczeń przeprowadzonych przez zespół Jaskanisa było zbudowanie odpowiedniego algorytmu, który pozwolił na oszacowanie finansowej skali problemu. Podstawą szacunków dla ustalenia sumarycznej wartości odtworzeniowej wszystkich zabytków były dwa założenia teoretyczne:

- wszystkie wydatki należy ponieść w jednym roku,
- każdy zabytek wymaga całkowitego odtworzenia, czyli – po konserwatorsku – przeprowadzenia całkowitej restauracji lub rekonstrukcji.

Całkowita wartość odtworzenia zabytków objętych prawną ochroną konserwatorską została oszacowana na kwotę nie mniejszą niż 171,655 mld zł[3]. Wychodząc

[2] *Raport o systemie ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce po roku 1989*, J. Purchla (red.), Warszawa 2009; przygotowany przez zespół autorów w składzie: Aleksander Böhm, Piotr Dobosz, Paweł Jaskanis, Jacek Purchla, Bogusław Szmygin.

[3] Warto pamiętać, że obliczenia te nie obejmują nieoszacowanej tu wartości zbiorów muzealnych, bibliotecznych i archiwalnych, zbiorów dóbr kultury w galeriach sztuki, teatrach, filharmoniach itd.,

od kwoty 158,626 mld zł całkowitej wartości odtworzeniowej zabytkowych obiektów budowlanych – bez parków, cmentarzy i kategorii „inne" – przyjęto, że:

- ok. 25% budowli wymaga pilnej konserwacji lub remontu, a ich koszt wynosi ok. 80% wartości odtworzeniowej;

Z pozoru 25% ogółu obiektów budowlanych to duża grupa, jednak gdyby porównać liczbę zabytków objętych wpisami do rejestru zabytków i rzeczywistą liczbę istniejących zabytków oraz aktualny stan zachowania oryginalnej ich substancji historycznej, to najpewniej okazałoby się, iż wiele zabytków jest zachowanych szczątkowo (np. fundamenty, archeologiczne warstwy kulturowe i historyczny kontekst przestrzenny). Wniosek: grupa ta jest najpewniej skazana na niebyt, trzeba jednak mieć świadomość utraty wartości, którą można określić kwotowo.

- ok. 5% budowli każdego roku wymaga bieżących konserwacji i napraw zabezpieczających substancję zabytkową (każda budowla raz na ok. 25–30 lat), których koszt kształtuje się na poziomie ok. 25% wartości odtworzeniowej;
- ok. 40% budowli wymaga doraźnych napraw (każda budowla raz na ok. 5 lat), których koszt kształtuje się na poziomie ok. 10% wartości odtworzeniowej;
- ok. 30% budowli nie wymaga przeprowadzenia prac konserwatorskich, lecz na ich na utrzymanie w stanie niepogorszonym potrzeba rocznie 2,5% wartości odtworzeniowej.

Ponadto konserwacji wymaga co roku ok. 5% zabytków ruchomych.

Stan zasobów dziedzictwa kulturowego jest w Polsce bardzo zróżnicowany i jest także funkcją ich sytuacji własnościowej. Tak więc na przykład w stosunkowo dobrym stanie znajdują się kościoły pozostające nieprzerwanie w kulcie, zwłaszcza należące do Kościoła rzymskokatolickiego. Na drugim biegunie znajdują się obiekty symbolizujące dziedzictwo bez dziedziców, na przykład synagogi i cmentarze żydowskie. Po roku 1989 szybko też zmienia się struktura własnościowa zabytków w Polsce. W gestii Skarbu Państwa pozostaje dziś zaledwie 15% całego zasobu. Około 1/3 zabytków rejestrowych znajduje się już w rękach prywatnych. Znaczna część zasobu należy też do samorządów oraz do Kościołów i związków wyznaniowych.

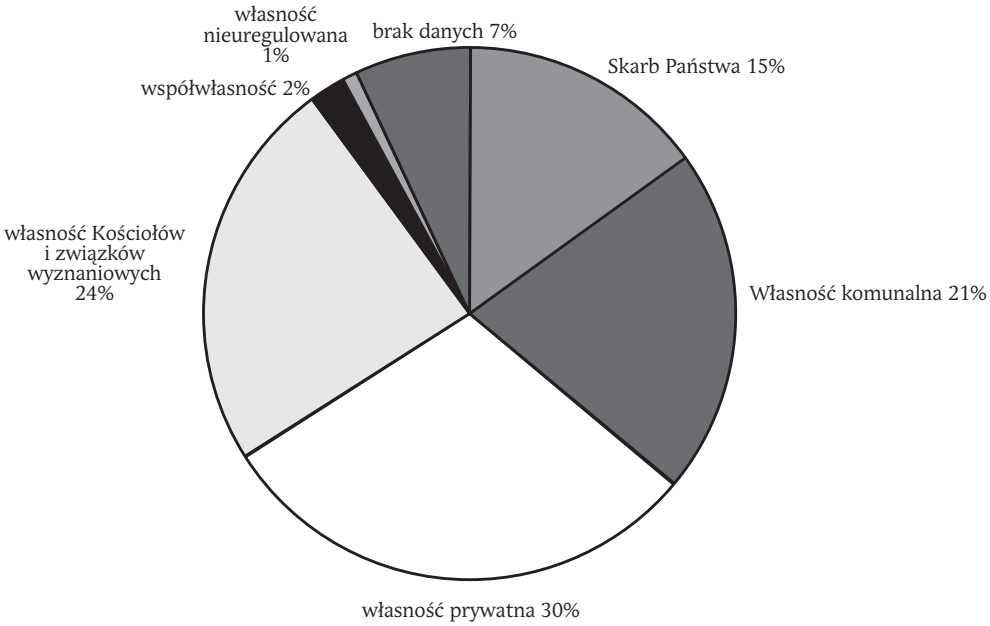
a także w kolekcjach prywatnych, nieobjętych ochroną konserwatorską, ale także wymagających niemałych nakładów finansowych. Pominięto osobne kategorie dóbr kultury, jak stanowiska archeologiczne, pozyskane w toku ich badań ruchome zabytki poza kolekcjami muzealnymi (u badaczy prywatnych i instytucjonalnych, inwestorów itd.), obiekty znajdujące się w ewidencji zabytków, zespoły urbanistyczne i ruralistyczne itd.

Tabela nr 2. Podstawowe kategorie własności zabytków nieruchomych w Polsce wg województw

L.p.	województwo	**liczba ogólna**	**Skarb Państwa**	**komunalna**	**prywatna**	**Kościoły i związki wyznaniowe**	**współwłasność**	**nieuregulowana**
1.	dolnośląskie	**6383**	957	1265	1687	1440	827	9
2.	kujawsko-pomorskie	**2398**	628	395	739	541	0	14
3.	lubelskie	**2992**	549	713	774	1029	0	19
4.	lubuskie	**3579**	248	1109	1289	635	0	57
5.	łódzkie	**2106**	270	470	658	674	17	17
6.	małopolskie	**4343**	629	646	1733	1229	0	34
7.	mazowieckie	**4896**	713	1066	1248	1033	61	176
8.	opolskie	**2855**	201	662	966	637	bd	bd
9.	podkarpackie	**3094**	512	630	752	960	0	214
10.	podlaskie	2047	239	423	597	733	0	2
11.	pomorskie	**2558**	396	774	809	588	0	28
12.	śląskie	**2948**	441	807	962	624	86	28
13.	świętokrzyskie	**1657**	244	303	477	668	0	44
14.	warmińsko-mazurskie	**4864**	628	952	1717	615	0	10
15.	wielkopolskie	**6093**	1255	646	1638	912	76	37
16.	zachodnio-pomorskie	**2672**	643	617	689	814	0	12
	Suma	**55485**	**8553**	**11478**	**16735**	**13132**	**1067**	**701**

Źródło: *Raport o systemie ochrony...* [2009]

Wykres nr 1. Struktura własnościowa zabytków nieruchomych w Polsce



Źródło: *Raport o systemie ochrony...* [2009]

System ochrony zabytków w procesie zmiany

System ochrony dziedzictwa kształtują nie tylko elementy bezpośrednio związane z jego ochroną takie jak: służby konserwatorskie, finansowanie, regulacje prawne, teoria konserwatorska, szkolnictwo konserwatorskie, ale również takie, jak polityka, gospodarka, życie społeczne, kultura, edukacja, media. Ochrona dziedzictwa jest więc istotnie uwarunkowana ogólną sytuacją w kraju i powiązana z nią. Tym samym system ochrony dziedzictwa nie jest autonomiczny, a jego reformowanie jest ograniczone.

Do najważniejszych elementów składających się na ten system należą:

- forma własności obiektów zabytkowych,
- odpowiedzialność za ochronę zabytków,
- finansowanie ochrony zabytków,
- status obiektu zabytkowego,
- pozycja i rola służb konserwatorskich.

Analiza zmienności tych elementów pozwala uchwycić zarówno skalę dokonujących się w Polsce po roku 1989 przeobrażeń, jak i kierunek ewolucji systemu ochrony zabytków. Wyraźnie widoczna jest też jego zależność od fundamentalnych zmian ustrojowych. Tak na przykład nieuchronna prywatyzacja zasobów zabytkowych i w ślad za tym przeniesienie na nowych właścicieli odpowiedzialności za opiekę nad zabytkami, a także za finansowanie ich konserwacji to prawdziwa rewolucja w systemie ochrony! Prowadzi ona wprost do urynkowienia i komercjalizacji zabytków. Prywatyzacja, której towarzyszy programowe ograniczanie odpowiedzialności i roli państwa w ochronie zabytków, musi skutkować utratą kontroli nad zasobem. Służby konserwatorskie stopniowo tracą wpływ na określanie formy zachowania zabytków. Ich zadanie sprowadza się do opiniowania pomysłów właścicieli zabytków.

Tabela nr 3. Kryteria porównania systemów ochrony dziedzictwa w Polsce przed i po roku 1989

Cechy systemu (kryteria porównania)	System obecny (po 1989)	System poprzedni (do 1989)
forma własności (dominująca i preferowana)	prywatna własność zabytków	państwowa własność zabytków
odpowiedzialność za zabytki	odpowiedzialność za zabytki została przypisana (ustawowo) właścicielowi i użytkownikowi	odpowiedzialność za zachowanie zabytkowego zasobu deklaruje państwo
finansowanie ochrony zabytków i opieki nad nimi	obowiązek finansowania zabytków (wraz z badaniami) spoczywa na właścicielu (prywatnym)	finansowanie ochrony zabytków i badań obciążało państwo
status obiektu zabytkowego	zabytki są traktowane w sposób komercyjny – jako inwestycja	zabytki nie są traktowane w sposób komercyjny – finansowanie zabytków nie jest traktowane jako inwestycja
pozycja urzędu konserwatorskiego	urząd konserwatorski działa w strukturach urzędu wojewódzkiego	urząd konserwatorski realizuje centralną politykę państwa
rola urzędu konserwatorskiego	urząd konserwatorski jest pasywny – inicjatywa należy do właścicieli, inwestorów	urząd konserwatorski jest aktywny – określa formę trwania zabytków

Źródło: *Raport o systemie ochrony...* [2009]

Przemiany poszczególnych elementów nowego systemu ochrony dziedzictwa nie przebiegają w takim samym tempie. Najpierw dokonały się zmiany „wymuszone", wynikające z przyjęcia nowych zasad ustrojowych po roku 1989 i pozostające poza kontrolą środowiska konserwatorskiego. Z czasem wszystkie elementy tworzące profesjonalny system ochrony muszą stać się zgodne z fundamentami nowego ustroju. Innymi słowy, nowy ustrój ma wpływ na wszelkie obszary, a więc tworzy także swoisty szkielet nowego systemu ochrony dziedzictwa. Istotę zmian pokazuje Tabela nr 3 [por. *Raport o systemie ochrony*..., 2009, s. 15–16].

Ukształtowany w PRL system ochrony zabytków funkcjonował w oparciu o realia, które po roku 1989 szybko się dezaktualizowały. W wyniku transformacji pojawiły się nowe wyzwania i nowe zagrożenia. Te ostatnie łatwo dostrzec zwłaszcza w centrach naszych wielkich miast. Szybkie przeobrażenia ich krajobrazu kulturowego, nierzadko jego degradacja, to rezultat transformacji systemowej, prywatyzacji, triumfu żywiołów rynku i równoczesnej słabości „miękkiego państwa". Jest to nie tylko skutek zmiany stosunków własnościowych, przywrócenia mechanizmów renty gruntowej, ale też dowód załamywania się dotychczasowych zasad i instrumentów ochrony.

Nieadekwatność dotychczasowego systemu ochrony zabytków w Polsce wobec zarysowanych powyżej zmian pogłębia dodatkowo postępujący kryzys planowania przestrzennego. Wpływa on bezpośrednio na coraz mniejszą sprawność systemu ochrony zabytków. Kryzys ten polega nie tylko na precedensowym przerwaniu ciągłości planistycznej w Polsce (1 stycznia 2003 roku z mocy ustawy straciły ważność wszystkie plany zagospodarowania przestrzennego uchwalone przed rokiem 1995, a opracowanie nowych zależy od woli gmin), ale i na rosnącej bezradności władzy publicznej w kwestii ładu przestrzennego. Choć krajobraz kulturowy jest dobrem publicznym i należy do wszystkich obywateli, o jego kondycji przesądza dziś często dyktat kancelarii adwokackich i deweloperów. Interes publiczny zbyt często przegrywa z interesem prywatnym.

Ostatnie lata przyniosły w Polsce wyraźne zderzenie przeciwstawnych tendencji. Z jednej strony znacznie poszerzył się „obszar" dziedzictwa kulturowego, a także możliwości jego ochrony. Z drugiej trudno nie zauważyć marginalizacji i instrumentalizacji dziedzictwa oraz kryzysu systemu jego ochrony. Zmiana roku 1989 polega na zmianie reguł gry, również reguł gry w dziedzictwo. Zabytek to dziś już nie tylko *sacrum*, ale i „towarum", a także przedmiot gry rynkowej, w której uczestniczą nowi aktorzy, w tym przede wszystkim prywatni właściciele i samorządy. Narastający w Polsce konflikt między dziedzictwem a rozwojem jest nie tylko wynikiem dynamiki i żywiołowości procesów zmiany, ale i skutkiem nieadekwatności i niespójności polityki państwa w tym zakresie. Nowy system ochrony dziedzictwa jest więc dzisiaj pilnie potrzebny.

Dotychczasowy system ochrony zabytków to typowy przykład administracji reglamentacyjnej, posługującej się przede wszystkim nakazami i zakazami. Nie

uwzględnia on mechanizmów ekonomicznych zwiększających skuteczność ochrony dóbr kultury, opartych także na instytucjach cywilnoprawnych. Tymczasem tylko umiejętne i harmonijne włączenie dziedzictwa do wielkiej zmiany cywilizacyjnej, której jesteśmy świadkami, daje gwarancję jego skutecznej ochrony. Trzeba przy tym podkreślić złożoność i interdyscyplinarność problematyki ochrony zabytków w warunkach gospodarki rynkowej oraz postępującej globalizacji. Ta nowa sytuacja zmusza do zmiany dotychczasowej – pasywnej – filozofii ochrony.

Ustrojowe aspekty ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej stanowi naturalny fundament państwowej strategii ochrony zabytków w Polsce. Odnoszące się do sfery ochrony dóbr kultury art. 5 i art. 6 mówią m.in., że „Rzeczpospolita Polska [...] strzeże dziedzictwa narodowego", a także „stwarza warunki upowszechniania i równego dostępu do dóbr kultury, będącej źródłem tożsamości narodu polskiego, jego trwania i rozwoju". Przy konstruowaniu ustawowego modelu ochrony dóbr kultury nie można pominąć również innych zasad konstytucyjnych, w szczególności takich jak:

- zasada demokratycznego państwa prawnego, urzeczywistniającego zasady sprawiedliwości społecznej (art. 2);
- zasada państwa zapewniającego ochronę środowiska opartą na zrównoważonym rozwoju (art. 5);
- zasada decentralizacji władzy publicznej (art. 15 ust. 1);
- zasada uczestnictwa samorządu terytorialnego w sprawowaniu władzy publicznej (art. 16 ust. 2);
- obowiązujące normy konstytucyjne formułują także zasadę ochrony własności i prawa dziedziczenia (art. 21 ust. 1); odstępstwo od niego ustawodawca konstytucyjny wprowadza w instytucjonalnej formie wywłaszczenia, które „jest dopuszczalne jedynie wówczas, gdy jest dokonywane na cele publiczne i za słusznym odszkodowaniem" (art. 21 ust. 2); istotna jest bowiem odpowiedź na pytanie, czy instytucjonalne formy ochrony dóbr kultury – określone w ustawie, a zawierające ograniczenia prawa własności co do zakresu i formy korzystania z dóbr kultury – są zgodne z treścią konstytucyjnych norm formułujących wolności, prawa i obowiązki człowieka i obywatela.

Kwestią kluczową dla skutecznej ochrony zabytków w demokratycznym państwie prawa jest zasada ograniczonego prawa własności ze względu na interes społeczny. Podporządkowując interes prywatny interesowi publicznemu, państwo tworzy jednocześnie system pomocy kompensujący dodatkowe obowiązki nałożo-

ne na właścicieli zabytków. Praktyka krajów europejskich jest w tym zakresie zróżnicowana. Często oznacza jednak sięganie do mechanizmów podatkowych (ulgi dla właścicieli zabytków) oraz tworzenie czytelnego systemu subsydiowania ze środków publicznych prac konserwatorskich w obiektach zabytkowych.

Nieodzownym warunkiem skutecznej polityki państwa w odniesieniu do ochrony zabytków jest merytoryczny charakter służb konserwatorskich i ich apolityczność. Ochrony zabytków nie można przy tym oderwać od szerokiego kontekstu – chodzi tu nie tylko o mecenat państwa wobec kultury, ale i o reguły polityki przestrzennej, edukacji społecznej na rzecz ochrony dziedzictwa, wreszcie o zagadnienia ustrojowe.

Uchwalona w roku 2003 Ustawa o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, która normuje sprawy ochrony dziedzictwa kulturowego, nie może być jedyną regulacją ustawową z tego zakresu, a analiza prawnego systemu ochrony dziedzictwa kulturowego winna także dotyczyć:

- wewnętrznego systemu prawa ochrony zabytków;
- korelacji prawa ochrony zabytków z istniejącym prawem regulującym inne dziedziny stosunków społecznych (zwłaszcza z prawem budowlanym, prawem zagospodarowania przestrzennego, prawem cmentarnym);
- braku rozwiązań systemowych, które stymulowałyby szerszą niż obecna partycypację obywatelską w finansowaniu ochrony dziedzictwa kulturowego i zarządzaniu nim[4].

Ustawa z 2003 roku przewiduje kilka form instytucjonalnej ochrony zabytków. Oprócz „klasycznej" decyzji o wpisie do rejestru zabytków wprowadza m.in. jako formy ochrony możliwość uznania obiektu za pomnik historii oraz tworzenie parków kulturowych.

Tworzenie parków kulturowych zostało powierzone przez ustawodawcę samorządowi gminnemu jako jego zadanie własne. Wynika to z faktu, że ciężar utworzenia i utrzymania administracyjnej struktury zarządu parkiem kulturowym spoczywa na gminie, a nie na państwie. Dotychczasowy model zadaniowy samorządu terytorialnego (zadania własne i zlecone) uniemożliwiał zobligowanie przez wojewódzkiego konserwatora zabytków gminnego samorządu terytorialnego do utworzenia parku kulturowego – przy jednoczesnym obciążeniu gminy wszystkim kosztami jego utworzenia i utrzymania. Od 2003 roku samorząd gminny ma całkowitą swobodę podejmowania decyzji o utworzeniu parku kulturowego.

Zabytki o szczególnej wartości z punktu widzenia ogólnonarodowego i ogólnopaństwowego mogą zostać uznane w formie rozporządzenia przez Prezydenta

[4] Jeśli chodzi o brak takich stymulujących rozwiązań systemowych, to należy wymienić m.in. brak regulacji ustawodawstwa reprywatyzacyjnego dotyczącego dziedzictwa kultury oraz brak możliwości tworzenia fundacji prywatnoprawnych o formalnoprawnych celach wyłącznie prywatnych, lecz użytecznych publicznie w zakresie ochrony zabytków (istniały w okresie międzywojennym).

RP za pomniki historii. Minister Kultury występuje do Prezydenta RP o uznanie zabytku za pomnik historii, jeżeli zgłaszany zabytek spełnia szczególne kryteria. W przypadku zabytków architektury obiekty o jednorodnych cechach i wartościach, reprezentujące wspólny krąg kulturowy mogą być grupowane w zespoły.

Pomniki historii w Polsce w roku 2013

1. Biskupin – rezerwat archeologiczny
2. Bochnia – kopalnia soli
3. Bohoniki i Kruszyniany – meczety i mizary
4. Chełmno – stare miasto
5. Częstochowa – Jasna Góra, zespół klasztoru oo. paulinów
6. Duszniki Zdrój – młyn papierniczy
7. Frombork – zespół katedralny
8. Gdańsk – miasto w zasięgu obwarowań z XVII wieku
9. Gdańsk – pole bitwy na Westerplatte
10. Gniezno – katedra pod wezwaniem Wniebowzięcia NMP i św. Wojciecha
11. Gostyń-Głogówko – zespół klasztorny Kongregacji Oratorium św. Filipa Neri
12. Góra św. Anny – komponowany krajobraz kulturowo-przyrodniczy
13. Grunwald – pole bitwy
14. Kalwaria Zebrzydowska – krajobrazowy zespół manierystycznego parku pielgrzymkowego
15. Kamień Pomorski – zespół katedralny
16. Kanał Augustowski – droga wodna
17. Kanał Elbląski
18. Katowice – Gmach Województwa i Sejmu Śląskiego
19. Katowice – osiedle robotnicze Nikiszowiec
20. Kazimierz Dolny
21. Kotlina Jeleniogórska - pałace i parki krajobrazowe Kotliny Jeleniogórskiej
22. Kozłówka – zespół pałacowo-parkowy
23. Kórnik – zespół zamkowo-parkowy wraz z kościołem parafialnym – nekropolią właścicieli
24. Kraków – historyczny zespół miasta
25. Krzemionki k. Ostrowca Świętokrzyskiego – kopalnie krzemienia z okresu neolitu
26. Krzeszów – zespół dawnego opactwa cystersów
27. Ląd – zespół dawnego opactwa cysterskiego w Lądzie nad Wartą
28. Legnickie Pole – pobenedyktyński zespół klasztorny
29. Leżajsk – zespół klasztorny oo. bernardynów
30. Lubiń – zespół opactwa benedyktynów

31. Lublin – historyczny zespół architektoniczno-urbanistyczny
32. Łańcut – zespół zamkowo-parkowy
33. Łęknica – Park Mużakowski, park w stylu krajobrazowym
34. Łowicz – Bazylika Katedralna (dawna Kolegiata Prymasowska) pod wezwaniem Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny
35. Malbork – zespół zamku krzyżackiego
36. Nysa – zespół kościoła farnego pod wezwaniem św. Jakuba Starszego Apostoła i św. Agnieszki Dziewicy i Męczennicy
37. Ostrów Lednicki
38. Paczków – zespół staromiejski ze średniowiecznym systemem fortyfikacji
39. Poznań – historyczny zespół miasta
40. Racławice – teren historycznej Bitwy Racławickiej
41. Srebrna Góra – Twierdza Srebrnogórska, nowożytna warownia górska z XVIII wieku
42. Stargard Szczeciński – zespół kościoła pod wezwaniem Najświętszej Marii Panny Królowej Świata oraz średniowieczne mury obronne miasta
43. Strzegom - kościół pod wezwaniem św. św. Apostołów Piotra i Pawła
44. Sulejów – zespół opactwa cystersów
45. Tarnowskie Góry – podziemia zabytkowej kopalni rud srebronośnych oraz sztolni „Czarnego Pstrąga"
46. Toruń – Stare i Nowe Miasto
47. Warszawa – historyczny zespół miasta z Traktem Królewskim i Wilanowem
48. Warszawa – Zespół Stacji Filtrów Williama Lindleya
49. Wieliczka – kopalnia soli
50. Wrocław – zespół historycznego centrum
51. Wrocław – Hala Stulecia
52. Zamość – historyczny zespół miasta w zasięgu obwarowań z XIX wieku
53. Żagań – poaugustiański zespół klasztorny
54. Żyrardów – dziewiętnastowieczna Osada Fabryczna

Wyróżnienie zabytku przez Prezydenta RP tytułem pomnika historii jest szczególną formą nobilitacji. Obiekt taki zaliczany jest wówczas do elitarnej grupy najważniejszych zabytków o znaczeniu ogólnokrajowym. Właściciele obiektów uznanych za pomniki historii nie nabywają jednak z tego tytułu żadnych uprawnień publicznoprawnych, gdyż ustawodawca nie przewidział w Ustawie o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami wprowadzenia specjalnego systemu polityki państwa wobec tej szczególnej formy ochrony. To wielka słabość tego aktu prawnego.

Jedynym skutkiem uznania danego zabytku nieruchomego za pomnik historii, zgodnie z art.15 ust. 4 Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami, jest otwarcie drogi do starań o wpisanie go na Listę Światowego Dziedzictwa. Wpisanie na Listę UNESCO rodzi zaś zobowiązanie państwa, na terenie którego znajduje się

chroniony obiekt, do spełnienia warunków związanych z wpisem, w tym gwarancji, że zostanie zachowany w niepogorszonym stanie.

Służby konserwatorskie

Ochrona dziedzictwa kulturowego jest obowiązkiem państwa, które realizuje go przy pomocy służb konserwatorskich. W Polsce organizacja ochrony dóbr kultury pozostaje kwestią otwartą. To zasadnicze zagadnienie ustrojowe dotyczy podmiotowego określenia i usytuowania „administracji konserwatorskiej" w systemie administracji publicznej. Ma ono istotne znaczenie, albowiem warunkiem skuteczności wojewódzkiego konserwatora zabytków jest nie tylko wyposażenie go w określone kategorie uprawnień władczych, ale przede wszystkim odpowiedni zakres jego niezależności i samodzielności organizacyjnej. W sile niezależności, a nie tylko w kompetencjach, urzeczywistnia się skuteczność konserwatorska. Można nawet stwierdzić, że skuteczność ta stanowi wypadkową niezależności i kompetencyjności.

Pozycja służb konserwatorskich w ostatnim czasie wyraźnie osłabła, a one same przeżywają widoczny kryzys. Mimo podejmowania jednostkowych czy okresowych (głównie w latach 1990–1993 i 1995–2001) prób naprawy sytuacji polityka kulturalna po 1989 roku wyznaczała służbom konserwatorskim bardzo niską pozycję merytoryczną i powodowała ich niesamodzielność decyzyjną wobec wojewodów, czyli ich zależność od politycznych przełożonych.

Pierwszego lipca 2002 roku Generalny Konserwator Zabytków utracił status centralnego organu administracji. Wyznaczono mu pozycję sekretarza lub podsekretarza stanu w resorcie kultury. Zlikwidowano Urząd Generalnego Konserwatora Zabytków, wcielając go do ministerstwa jako Departament Ochrony Zabytków[5]. Zmianie tej towarzyszył argument, że nowe umocowanie Generalnego Konserwatora Zabytków podnosi jego rangę, ponieważ wcześniej miał status tylko kierownika urzędu centralnego. Nastąpiło przy tym ewidentne upolitycznienie tego kluczowego stanowiska, gdyż nie określono wymogów, jakie spełniać powinna piastująca je osoba.

Minister Kultury i Generalny Konserwator Zabytków po 2002 roku niemal całkowicie oddali Ministrowi Spraw Wewnętrznych i Administracji (obecnie Minister Administracji i Cyfryzacji) wpływ na stan wojewódzkich służb konserwatorskich (płace, środki na działalność administracyjną, w tym szkolenia, delegacje, komputeryzację i dostęp do informacji o zabytkach, samochody do inspekcji i środki na

[5] Ustawa z dnia 1 III 2002 r. o zmianach w organizacji i funkcjonowaniu centralnych organów administracji rządowej i jednostek im podporządkowanych oraz zmianie niektórych ustaw (Dz.U. nr 25, poz. 253, z późn. zm.).

zakup benzyny i papieru, lokalowe warunki pracy). Pogłębiło to złe funkcjonowanie służb, pojawiały się nawet opinie kwestionujące zasadność ich istnienia.

Chroniczna dysfunkcja służb konserwatorskich istotnie obniżyła ich pozycję i prestiż społeczny, jakim powinien się cieszyć wojewódzki czy generalny konserwator zabytków, aby móc skutecznie wypełniać swą misję. Liczebność polskich służb jest przy tym – w porównaniu z innymi krajami – stosunkowo niewielka. Jest to natomiast administracja specjalna, o najwyższym w Polsce wskaźniku ludzi z wyższym wykształceniem.

Znamiennym objawem konfliktu racji merytorycznych, czyli kwestii koniecznego „odzespolenia służby konserwatorskiej ze struktur administracji zespolonej", i doktrynalnego stanowiska kolejnych rządów w tej kwestii jest brak zatwierdzonego i wdrożonego krajowego programu ochrony zabytków[6].

Analizując pogłębiający się kryzys służb ochrony zabytków w Polsce, należy mówić o jego różnych wymiarach:

- kryzysie modelu ustrojowego,
- kryzysie przywództwa,
- kryzysie wzorcowych autorytetów czytelnie usytuowanych w systemie ochrony,
- słabości zarządzania.

Kryzysowi służb konserwatorskich towarzyszy klientelizm korporacyjny przejawiający się w niezdolności do współpracy, w tym do przekonującej obrony idei ochrony zabytków przez tzw. środowiska ochrony zabytków, a w zasadzie zatomizowane środowiska branżowe, konkurujące o dostęp do publicznych środków finansowych przeznaczonych na prace konserwatorskie.

W zakresie gospodarki przestrzennej nieodzowne dla rzeczywistej, skutecznej ochrony dóbr kultury w Polsce jest wprowadzenie takiego rozwiązania, które zapewni czynny, bezpośredni udział wojewódzkiego konserwatora zabytków

[6] Art. 86 ust. 1 Ustawy z dnia 23 VII 2003 r. o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami określa kompetencje Rady Ministrów do uchwalenia – na wniosek ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego – „Krajowego programu ochrony zabytków i opieki nad zabytkami". Przepis ten nie wyznacza żadnego terminu, w którym Prezes Rady Ministrów jest zobowiązany do spowodowania podjęcia uchwały w tej sprawie. Niewypowiedzenie się w tej kwestii przez ministrów na żądanie premiera, w sytuacji gdy zostali zobowiązani do zajęcia stanowiska w ramach działów administracji rządowej, którymi kierują, skutkuje ich odpowiedzialnością wobec Prezesa Rady Ministrów. Niezajęcie się sprawą przez Prezesa Rady Ministrów może spowodować odpowiedzialność polityczną premiera wobec Sejmu, a w sytuacji gdy wskutek jego inercji nastąpi pogorszenie stanu dziedzictwa narodowego lub jego zniszczenie, spowodowane brakiem programu krajowego, może także skutkować odpowiedzialnością o charakterze prawnokarnym. W myśl art. 146 przywoływanej ustawy minister właściwy do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego został zobowiązany do opracowania krajowego programu ochrony zabytków i opieki nad zabytkami w terminie 12 miesięcy od dnia wejścia w życie tej regulacji ustawowej. Przepis ten należy interpretować w powiązaniu z art. 86 ust. 1 tej ustawy mówiącym, że program jest opracowany celem przedłożenia go Radzie Ministrów. Niedopełnienie tego obowiązku skutkować może odpowiedzialnością polityczną i prawnokarną, tak jak w przypadku związanym z interpretacją art. 86 ust. 1 Ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami.

w kreowaniu ochrony dóbr kultury w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego, a zatem w planach opracowywanych na poziomie gminy. Skala skuteczności konserwatorskiej zależy tutaj od czynnego udziału wojewódzkiego konserwatora zabytków w poszczególnych etapach opracowywania i uchwalania planów przestrzennych, a także od zakresu władczych uprawnień co do formułowania treści tych planów. Niezbędne jest zatem wprowadzenie systemowego modelu skutecznych konserwatorskich argumentów prawnych w zakresie gospodarki przestrzennej.

System finansowania ochrony i konserwacji zabytków w Polsce

Ustawa z dnia 23 lipca 2003 roku o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami w nowoczesny sposób porządkuje na gruncie polskim problematykę współczesnej doktryny konserwatorskiej, jednak nie rozstrzyga zasadniczej kwestii związanej z konieczną zmianą prawno-finansowych aspektów ochrony zabytków w Polsce, w tym nowych mechanizmów jej finansowania. Warto przypomnieć, że takie mechanizmy proponowano w pierwotnym projekcie ustawy z dnia 11 stycznia 1999 roku przygotowanym przez Urząd Generalnego Konserwatora Zabytków.

W Polsce nie istnieje żaden system ulg podatkowych determinujących rzeczywistą ochronę dóbr kultury. Jednocześnie w ostatnich latach załamał się system budżetowego finansowania ochrony zabytków w Polsce. W dalszym ciągu występuje rażąca asymetria między systemem ochrony zasobów przyrodniczych, opartym na Funduszu Ochrony Środowiska, a obszarem ochrony zabytków, w którym brak takiego narzędzia. Proponowany w projekcie ustawy z roku 1999 Narodowy Fundusz Ochrony Zabytków miał w zasadniczy sposób zwiększyć skuteczność i siłę Generalnego Konserwatora Zabytków. Przez wprowadzenie odpisu podatkowego od usług turystycznych mógł stać się instrumentem nowej filozofii ochrony dziedzictwa, opartej na aktywnym zarządzaniu jego potencjałem. Kwestia ta pozostaje więc dzisiaj jednym z pierwszoplanowych celów polityki państwa czekających na realizację.

Pogłębiająca się po 1989 roku niewydolność systemu finansowania ochrony i konserwacji zabytków to zjawisko permanentne. Niskie nakłady na renowację zabytków w Polsce są zjawiskiem chronicznym. Jego główne konsekwencje to zły stan techniczny i stale malejący poziom zachowania oryginalnej substancji zabytkowej. Trzeba więc zadać następujące pytania: Jak ocenić skalę niezbędnych nakładów, przynajmniej szacunkowo? Jak formułować politykę konserwatorską kraju, regionów czy gmin, skoro nie potrafimy mierzyć i przewidywać zjawisk degradacji

zabytków w skali makroekonomicznej? Według jakich kryteriów dokonywać wyborów, skoro nie stać nas na utrzymanie i renowację wszystkich zabytków?

Według szacunków przeprowadzonych w roku 2008 przez Pawła Jaskanisa niezbędne wydatki na podtrzymanie zabytkowej substancji znajdującej się pod ochroną prawa winny wynosić około 10 mld zł. Tymczasem w ostatnich latach Minister Kultury i Dziedzictwa Narodowego dysponował na ochronę wszystkich zabytków kwotą około 100 mln zł rocznie. Obliczenia Pawła Jaskanisa wskazują, że tylko co czwarty lub co trzeci obiekt budowlany wpisany do rejestru zabytków ma szanse przetrwać [*Raport o systemie ochrony*..., 2009, s. 30–35].

Nowe otwarcie?

Dotychczasowe doświadczenie polskiej transformacji w kwestii dziedzictwa i jego ochrony wymusza pilną potrzebę „nowego otwarcia". Dziedzictwo kulturowe to nie balast, lecz szansa – jednak pod warunkiem, że spojrzymy na nie wielowymiarowo i bez wstępnych ograniczających założeń. Koniecznością chwili jest przełamanie syndromu oblężonej twierdzy, jaką stała się na naszych oczach ochrona zabytków w Polsce.

Balastem pozostaje ciągle marksowski dogmat o nieproduktywności kultury. Szansą staje się upowszechnianie nowego myślenia o dziedzictwie jako o czynniku rozwoju. Pomaga nam w tym członkostwo Polski w Unii Europejskiej, fundusze unijne i umacnianie samorządu terytorialnego jako „strażnika dobra wspólnego".

Dotychczasowe narzędzia prawne i finansowe przystosowane były do „obsługi" statycznego systemu realizowanego w warunkach centralnego sterowania i ekonomii nakazowo-rozdzielczej. **Dzisiaj stajemy przed pilną koniecznością stworzenia w Polsce systemu efektywnego zarządzania dziedzictwem, który byłby przekonujący dla społeczności lokalnych – wraz z właścicielami i użytkownikami zabytków stanowią one podstawowe ogniwa opieki nad dziedzictwem**. Ta zasadnicza różnica i trudność wynika z faktu, że o ile zabytek należy do przeszłości, o tyle dziedzictwo służy celom współczesnym. Barierą jest tu również ignorancja klasy politycznej. Żadne zmiany światopoglądowe i polityczne w Polsce nie spowodowały przełomu w kwestii podejścia do zagadnień ochrony poprzez zarządzanie dziedzictwem. **Nie ulega dziś wątpliwości, że obecny system nie ochroni bardzo dużej części zasobu zabytkowego, zwłaszcza że brakuje mechanizmów umożliwiających jego adaptację do zmieniających się warunków**.

Skoro państwo polskie nie wypracowało skutecznego systemu ochrony dziedzictwa kulturowego i skoro istniejący system jest niewydolny zarówno w aspekcie prawnym, organizacyjnym, jak i finansowym, to uspołecznienie procesu ochrony dziedzictwa staje się dzisiaj nakazem chwili. Kapitał społeczny winien stać się szansą zarówno dla ochrony dziedzictwa kulturowego, jak i dla wykorzystania go

jako zasobu prorozwojowego. Dotyczy to dziedzictwa materialnego, ale także niematerialnego, którego znaczenie szybko rośnie.

Strategia rozwoju kapitału społecznego na rzecz dziedzictwa kulturowego winna dotyczyć bardzo różnych problemów. Można je podzielić na następujące obszary:

1. Wykorzystanie kapitału społecznego w procesie kreacji i identyfikacji dziedzictwa kulturowego, procesy te oparte są bowiem na więziach społecznych i pamięci zbiorowej. Ich „produktem" są m.in. miejsca pamięci i umacnianie poczucia wspólnotowości.

2. Podjęcie prac nad kompleksowym systemem edukacji na rzecz dziedzictwa, pojmowanej przede wszystkim jako wychowanie w poszanowaniu tradycji i wartości jej świadectw. Równocześnie edukację na rzecz dziedzictwa należy rozumieć nie tylko jako „rozmowę" o przeszłości, ale i jako refleksję o teraźniejszości i przyszłości. Chodzi więc również o wyzwalanie indywidualnej kreatywności i innowacyjności w kulturze poprzez „rozmowę" o dziedzictwie. Ten model edukacji winien uczyć nie tylko odpowiedzialności za dziedzictwo, lecz także szacunku dla kulturowej różnorodności i umiejętności dialogu. Najważniejszą przestrzenią dla tworzenia kapitału społecznego w tym zakresie jest szkoła!

3. Polityka budowania szerokiej społecznej świadomości wobec dziedzictwa (*heritage awareness*). Jest to nie tylko warunek konieczny skutecznej ochrony dziedzictwa kulturowego, ale i fundament tworzenia społeczeństwa obywatelskiego. Wymaga to m.in. właściwej współpracy ze światem mediów.

4. Wspieranie przez państwo aktywnej partycypacji społeczeństwa obywatelskiego w procesie ochrony zabytków i opieki nad nimi, a zwłaszcza właściwe wykorzystanie potencjału organizacji pozarządowych. Wzrastającej aktywności społeczeństwa na polu ochrony zabytków i opieki nad nimi nie towarzyszy skuteczna polityka państwa na rzecz wzmacniania tego kapitału społecznego. Liczne organizacje pozarządowe aktywnie działające „w obszarze dziedzictwa" nie uzyskują właściwego wsparcia ze strony państwa. Wynika to m.in. z ciągle anachronicznego traktowania w Polsce problematyki sektora pożytku publicznego.

5. Tworzenie mechanizmów umożliwiających wykorzystanie synergii we współpracy samorządów gminnych, organizacji pozarządowych i sektora prywatnego dla efektywnego zarządzania dziedzictwem na poziomie lokalnym. Może to być zarówno ważne narzędzie rozwoju lokalnego, jak i instrument decentralizacji państwa.

6. Wykorzystanie dziedzictwa kulturowego jako zasobu zrównoważonego rozwoju regionalnego i ochrony krajobrazu kulturowego. Obszary wymagające w tej kwestii skoordynowanej polityki na poziomie regionalnym to m.in.:

– środowisko,
– rozwój społeczny,
– kultura,

– edukacja,
– turystyka i rozwój gospodarczy,
– planowanie przestrzenne.

7. Wzmacnianie i stymulowanie współpracy między różnymi podmiotami: instytucjami państwa, szkołami, instytucjami kultury, organizacjami pozarządowymi, przemysłem i prywatnymi firmami oraz spontanicznymi sieciami opartymi na technologiach cyfrowych.

Na podstawie obserwacji dojrzałych demokracji i ich niejako naturalnej, wynikającej z tradycji dbałości o dziedzictwo można zaryzykować tezę, że społeczeństwo polskie dopiero wchodzi w fazę publicznej dyskusji o rzeczywistej roli zabytków w życiu współczesnym. Dyskusja ta przede wszystkim winna prowadzić do społecznej waloryzacji dziedzictwa lokalnego – uwidocznionej w samorządowych planach ochrony zabytków, planach rozwoju społeczno-gospodarczego i w innych aktach prawa miejscowego. Samorząd terytorialny i społeczeństwo obywatelskie są bowiem warunkiem koniecznym do stworzenia nowoczesnego systemu ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce.

Podsumowanie

System ochrony dziedzictwa kulturowego podlega po roku 1989 wielowymiarowej zmianie. Wynika ona zarówno z fundamentalnych zmian ustrojowych i szybkiej transformacji społeczno-ekonomicznej Polski, jak i z ważnych zmian w zakresie ochrony dziedzictwa. W tej ostatniej kwestii podkreślić trzeba istotne poszerzenie pola ochrony oraz przenoszenie punktu ciężkości z problematyki konserwacji zabytków na znacznie większy obszar ochrony dziedzictwa kulturowego. Ta znamienna ewolucja jest również funkcją zmian „zewnętrznych", przy tym zmian nie tylko modelu mecenatu państwa wobec kultury, ale także np. reguł polityki przestrzennej czy wreszcie fundamentalnych kwestii ustrojowych, jak kolejne etapy reformy samorządowej, postępujące procesy reprywatyzacyjne, rozwój gospodarki wolnorynkowej.

Szybkość i złożoność tych zmian spowodowały, iż istniejący system ochrony zabytków – tworzony w zupełnie innych realiach politycznych i ekonomicznych – znalazł się w głębokim kryzysie. Kryzys ten dotyczy zarówno służb konserwatorskich, jak i systemu finansowania ochrony. Dotychczasowy system ochrony zabytków nie uwzględnia też mechanizmów ekonomicznych zwiększających skuteczność ochrony dóbr kultury. Wobec tych nowych wyzwań i nowych zagrożeń potrzebą chwili jest stworzenie nowoczesnego systemu ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce, a także systemu zarządzania nim, opartych na samorządzie terytorialnym i społeczeństwie obywatelskim.

Literatura (wybór)

90 lat Służby Ochrony Zabytków w Polsce [2008], J. Jasieńko, K. Kuśnierz (red.), Dolnośląskie Wydawnictwo Edukacyjne, Wrocław.

Dobosz P. [1997], *Administracyjno-prawne instrumenty kształtowania ochrony zabytków*, Oficyna Wydawnicza „Dajwór", Kraków.

Drela M. [2006], *Własność zabytków*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.

Pawłowska K., Swaryczewska M. [2002], *Ochrona dziedzictwa kulturowego: zarządzanie i partycypacja społeczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Problemy zarządzania dziedzictwem kulturowym [2000], K. Gutowska (red.), Publica Multiethnica, Warszawa.

Protecting and safeguarding cultural heritage. Systems of management of cultural heritage in the Visegrad Countries [2011], J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Pruszyński J. [2001], *Dziedzictwo kultury Polski: jego straty i ochrona prawna*, t. 2, Kantor Wydawniczy Zakamycze, Kraków.

Purchla J. [2005], *Dziedzictwo a transformacja*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Purchla J. [2010], *W stronę ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce*, „Zarządzanie Publiczne", nr 2 (12).

Purchla J. [2012], *W stronę systemu ochrony dziedzictwa – dylematy polskiej transformacji*, w: *Polska początku XXI wieku: przemiany kulturowe i cywilizacyjne*, K. Frysztacki i P. Sztompka (red.), Komitet Socjologii PAN, Warszawa.

Raport o systemie ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce po roku 1989 [2009], J. Purchla (red.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Soldani A., Jankowski D. [2004], *Zabytki. Ochrona i opieka. Praktyczny komentarz do nowej ustawy*. Tekst ustawy z dnia 23 lipca 2003 r., Zachodnie Centrum Organizacji, Zielona Góra.

System ochrony zabytków w Polsce – analiza, diagnoza, propozycje [2011], B. Szmygin (red.), Polski Komitet Narodowy ICOMOS, Biuro Stołecznego Konserwatora Zabytków Urzędu Miasta Stołecznego Warszawa, Politechnika Lubelska, Lublin–Warszawa.

Szmygin B. [2000], *Kształtowanie koncepcji zabytku i doktryny konserwatorskiej w Polsce w XX wieku*, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, Lublin.

Tomaszewski A. [1995], *Polityka ochrony dóbr kultury w Polsce*, „Ochrona Zabytków", nr 3–4.

Zalasińska K. [2010], *Prawna ochrona zabytków nieruchomych w Polsce*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.

Zarządzanie miejscami wpisanymi na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO w Polsce i w Norwegii, [2011], J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Krzysztof Broński

Marketing dziedzictwa kulturowego

Pojęcie i funkcje marketingu dziedzictwa kulturowego

Marketing rozumiany jest jako rynkowo zorientowana filozofia zarządzania określonym zasobem. Jest działalnością zmierzającą do zaspokojenia pragnień i życzeń nabywców poprzez procesy wymiany. To nie produkt, lecz potrzeby aktualnych i potencjalnych nabywców leżą u podstaw wszystkich przedsięwzięć marketingowych.

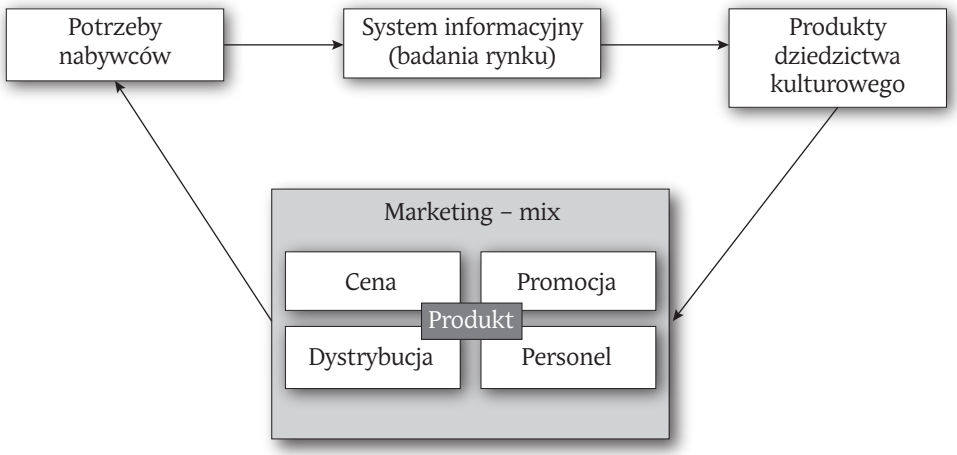
Praktyczna realizacja tej filozofii działania wymaga metod i technik umożliwiających:

- poznanie potrzeb i popytu konsumentów oraz mechanizmów ich zachowań na rynku,
- wytwarzanie produktów materialnych, oferowanie usług oraz inicjowanie idei zaspokajających te potrzeby,
- indukowanie i stymulowanie nowych potrzeb wcześniej nieujawnionych na rynku,
- skuteczne zachęcanie do zakupu wytworzonych dóbr i usług,
- sprzedaż oferty we właściwym miejscu i czasie.

Koncepcja marketingu jako reakcji podmiotów komercyjnych i niekomercyjnych na przemiany zachodzące na rynku nie jest oczywiście zjawiskiem nowym. Jej intensywny rozwój postępował już od lat pięćdziesiątych XX wieku i dotyczył pierwotnie dóbr konsumpcyjnych, a następnie produkcyjnych. Idea orientacji marketingowej była stopniowo przenoszona na nowe obszary działań oraz zasoby, które już są lub też mogą stać się w przyszłości przedmiotem wymiany rynkowej (usługi – w tym usługi w sektorze kultury, instytucje, a także miejscowości, regiony, kraje).

Współczesne, szerokie rozumienie marketingu wiąże jego istotę z określoną koncepcją zachowań uczestników wymiany i znajduje zastosowanie również do celów niekomercyjnych w organizacjach non profit (instytucje kultury, ochrona zdrowia, ochrona naturalnego środowiska człowieka). **Uniwersalizm podejścia**, a więc samej koncepcji, oraz stosowanych metod i technik sprawiają, iż marketing z powodzeniem może być wykorzystany również w obszarze dziedzictwa kulturowego. We współczesnej gospodarce mamy bowiem do czynienia z procesami **urynkowienia zasobów dziedzictwa**. Stanowi ono bazę do „wytwarzania" różnego rodzaju produktów będących przedmiotem wymiany rynkowej. Dziedzictwo można więc postrzegać nie tylko jako pewien zasób historycznych wartości materialnych i niematerialnych, ale także jako produkt posiadający cechy o różnej jakości i użyteczności dla nabywców. Zatem jako kategoria ekonomiczna – przedmiot popytu i podaży – dziedzictwo kulturowe może być poddane grze marketingowej. Co więcej, takie podejście staje się obecnie niezbędne ze względu na rosnącą konkurencję nie tylko w samym sektorze dziedzictwa, ale również w obszarach pokrewnych (np. przemysły czasu wolnego). Skoro więc rynkowi nie można powiedzieć „nie", to należy sprawić, aby był użyteczny zarówno dla ludzi, jak i dla zasobu (dziedzictwa). Marketing pojawia się już w chwili kreowania idei produktu, a później towarzyszy mu przez fazę produkcyjną i cały cykl życia na rynku. Oferenci produktów dziedzictwa zachowują się aktywnie wobec rynku – nie tylko się do niego dostosowują, ale także pobudzają i stymulują popyt, „indukując" nowe potrzeby.

Schemat 1. Model marketingu dziedzictwa kulturowego



Źródło: Opr. własne

Stosowanie orientacji marketingowej w stosunku do zasobów dziedzictwa wymaga od jego dysponentów (oferentów):

- prowadzenia systematycznych badań rynku (potrzeby, gusty, preferencje, zachowania rynkowe aktualnych i przyszłych nabywców, popyt, istotne z danego punktu widzenia elementy otoczenia, w tym konkurencyjnego itp.);
- tworzenia marketingowych systemów informacji niezbędnych do podejmowania decyzji operacyjnych i strategicznych;
- stosowania zharmonizowanego zestawu instrumentów (marketing mix: produkt, cena, dystrybucja, promocja, ludzie);
- uwzględniania zasad zróżnicowanego oddziaływania na rynek, odpowiednio do stopnia jego niejednorodności (aspekt segmentacyjny);
- koordynacji wszystkich ukierunkowanych na rynek działań w ramach odpowiednio ukształtowanej struktury instytucji oferenta.

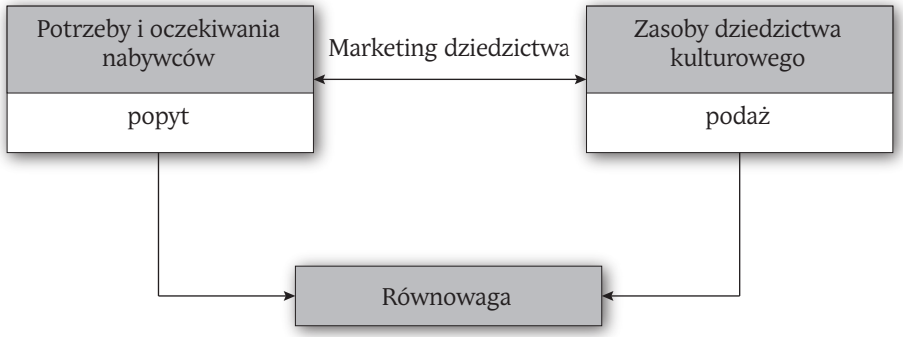
Jednocześnie każdy rynek cząstkowy charakteryzuje się pewnymi niepowtarzalnymi cechami. Wynikają one ze specyficznych potrzeb i preferencji nabywców oraz z istoty produktu, co z kolei przesądza o konieczności szczególnego kształtowania podaży. **Nie można więc przenieść bezpośrednio zasad marketingu produktów przedsiębiorstwa do marketingu dziedzictwa**, gdyż ten zasób charakteryzuje:

- **różnorodność „aktorów" rynkowych** (oferentów, nabywców), implikacja konieczności ustalenia konsensusu i celów nadrzędnych,
- **heterogeniczność jego produktów** (materialnych, niematerialnych, kompozycji materialno-niematerialnych w różnej skali, niepowtarzalnych, zróżnicowanych co do formy „technicznej" itp.),
- **wielopłaszczyznowość relacji dziedzictwa i jego adresatów** (oprócz ekonomicznych występują również relacje społeczne),
- **konieczność ochrony dziedzictwa i zachowania go w dobrym stanie dla przyszłych pokoleń** (nakłada to na marketingowców ograniczenia po stronie podaży – aspekt etyczny marketingu).

Ze względu na tę charakterystykę, niezbędne jest opracowanie **marketingowej strategii zarządzania dziedzictwem kulturowym**, która będzie kompromisem, subtelną równowagą pomiędzy chęcią zaspokojenia potrzeb i oczekiwań aktualnych nabywców a wymogami tego zasobu, który musi być chroniony dla przyszłych pokoleń. Marketing wnosi więc realny wkład w kształtowanie takiego stanu, oddziałując na obie strony procesu konfrontacji potrzeb z możliwościami ich zaspokajania.

Orientacja na potrzeby konsumenta nie zawsze oznacza podanie mu tych produktów, których akurat oczekuje. Chodzi tutaj raczej o zaspokojenie potrzeb społecznych „z wyczuciem". Produkty dziedzictwa są dobrami wyższego rzędu, stąd też niezbędne stają się kompetentne i zintegrowane działania upowszechnieniowe i edukacyjne. W wyniku tych działań pierwotnie zgłoszone potrzeby ulegają często modyfikacji i to też jest zasługa marketingu.

Schemat 2. Mechanizm równowagi dziedzictwa kulturowego i potrzeb nabywców



Źródło: Opr. własne

Dziedzictwo kulturowe może być obiektem działań marketingowych, ale też samo może stać się instrumentem marketingowym. Może zostać wykorzystane w procesie komunikacji marketingowej dowolnego przedsiębiorstwa (spoza obszaru dziedzictwa), miasta, regionu z jego otoczeniem. Polega to na wykorzystaniu w celach promocyjnych osoby, grupy osób, instytucji, projektów i obiektów związanych z dziedzictwem. Przykładem takich działań jest **sponsoring kultury**, ***product placement***, a także **kreowanie marki i wizerunku** miasta, regionu czy kraju. Niekiedy błędnie określa się te działania mianem marketingu przez dziedzictwo, gdy tak naprawdę mamy do czynienia z jego funkcją promocyjną. Ten typ promocji jest szczególnie ważny dla miast czy regionów, a nawet krajów, gdyż przez pryzmat posiadanego dziedzictwa postrzegane są one jako atrakcyjne miejsca do życia i działalności inwestycyjnej (dla której dziedzictwo może stanowić inspirację do tworzenia wysokiej jakości produktów w ramach przemysłu kreatywnego).

Warto również zwrócić uwagę na jeszcze jedną bardzo charakterystyczną cechę marketingu dziedzictwa. Przyczynia się on nie tylko do zsynchronizowania podaży jego produktów z potrzebami odbiorców, ale ma też szerszy kontekst społeczny. Sprawia, że dziedzictwo kulturowe staje się bardziej znane, doceniane, odkrywane i interpretowane na nowo, kształtuje tożsamość lokalną mieszkańców, jest powodem ich dumy, zwiększa aktywność i mobilizację społeczną. Ze względu na konieczność zachowania autentyczności przekazu staje się też formą edukacji na rzecz dziedzictwa.

Dziedzictwo kulturowe jako produkt rynkowy

Marketing umożliwia zorientowane rynkowo **uaktywnienie potencjału dziedzictwa** kulturowego. W podejściu marketingowym produktem jest to wszystko, co może stanowić przedmiot rynkowej wymiany. Pojęcia produktu nie należy więc utożsamiać tylko i wyłącznie z obiektami materialnymi. Może być nim bowiem zarówno jakiś przedmiot, jak i usługa, miejsce, organizacja, idea. Wiele współczesnych produktów jest tak naprawdę kompozycją elementów materialnych i niematerialnych, a warunkiem ich rynkowego sukcesu jest zdolność do zaspokojenia potrzeb nabywców. Stąd też w marketingu produkt postrzegany jest jako **„wiązka korzyści"** czy też **„pakiet wartości"** dla konkretnego nabywcy. Ten zaś przy zakupie kieruje się kilkoma ważnymi dla niego cechami produktu, które stanowią jego rdzeń lub tzw. **jądro korzyści**. Obecnie oferenci dóbr i usług nie dostarczają już jedynie tzw. „czystych" produktów, ale różnorako skomponowane zestawy użyteczności trafiające w ambicje, gusty i preferencje nabywców. Produkt w marketingu nie jest już kategorią statyczną, lecz obiektem o mniej lub bardziej złożonej i zmieniającej się w czasie strukturze. Mechanizmy konkurencji sprawiają, że elementy produktu poszerzonego stają się standardowymi składnikami **produktu rzeczywistego**, a sprzedawcy muszą stale myśleć o **produkcie potencjalnym**, obejmującym wszystko, co może być atrakcyjne i przyciągać nabywcę. Są to działania będące domeną wynalazczości, naśladownictwa i adaptacji. Tak więc współczesny produkt rynkowy jest wytworem wynalazczości, a jednocześnie sam ją stymuluje.

Zasoby dziedzictwa kulturowego, zawierające zarówno elementy materialne, jak i niematerialne, łączące wielość składników i wartości, stanowią doskonałą bazę do kreowania produktów rynkowych. Wielowymiarowość tego zasobu czyni go podatnym na wszelkie próby modelowania marketingowego. Transformacja społeczno-ekonomiczna w Polsce końca XX wieku spowodowała zmiany w podejściu do zasobów przeszłości. W gospodarce rynkowej produkty dziedzictwa mają swój wymiar ekonomiczny, a więc tak jak i inne zasoby muszą podlegać nie tylko administrowaniu, ale przede wszystkim zarządzaniu. Potencjał zasobów dziedzictwa jest prawie nieograniczony z punktu widzenia możliwości kreowania produktów, a nawet tworzenia nowych rynków (tj. innowacji w obszarze dziedzictwa). Dobrzy oferenci dziedzictwa zaspokajają istniejące potrzeby, ale to ci najlepsi tworzą nowe rynki. Takie działanie wyprzedza aktualne potrzeby i nadaje zdecydowaną przewagę konkurencyjną.

Ten „ukryty" w dziedzictwie kulturowym **potencjał ekonomiczny** może, a nawet powinien być wykorzystany w obiegu gospodarczym. Wynika to też z konieczności ochrony zasobów przeszłości. Utrzymanie zabytku jako pamiątki muzealnej

jest być może prostym, ale i najkosztowniejszym sposobem jego ochrony. Praktyka wskazuje, że w ten sposób można utrzymać jedynie niewielką część zasobów. Pozostałym zasobom należy nadać określoną funkcję, bez której one po prostu zginą. Co więcej, wielu badaczy dziedzictwa kulturowego twierdzi, że największym sukcesem w ochronie jest rzeczywiste wykorzystanie tego dziedzictwa. Zakres i sposoby wykorzystania go jako produktu zależą niewątpliwie od wielkości zasobów kulturowych, ich rzadkości, stanu zachowania, konieczności uwzględnienia norm ochrony, dopuszczalnych progów przepustowości, zachowania autentyczności przekazu, jak również od poziomu świadomości dziedzictwa wśród społeczności i władz lokalnych.

Prawie każde miejsce (miejscowość) dysponuje pewnym zasobem potencjalnego dziedzictwa. Przy znacznym nagromadzeniu zasobów kulturowych mogą one stać się przedmiotem oferty turystycznej. Ciężar gatunkowy w kreowaniu takiego produktu spoczywa na **interpretacji zasobów**. Właśnie ta interpretacja i wynikające z niej swoiste „opakowanie" produktu zyskuje i będzie zyskiwać w przyszłości na znaczeniu (ten sam produkt może cieszyć się zróżnicowanym popytem w zależności od tego, czy został opakowany atrakcyjnie czy też nie). Na ten trend wskazuje doświadczenie krajów zachodnich, a także Polski (np. muzeum jako zbiór eksponatów i to samo muzeum jako zaaranżowany fragment dawnej rzeczywistości).

Specyfika kreowania produktów dziedzictwa polega też na tym, że punktem wyjścia w tym procesie stają się równorzędnie potrzeby nabywcy (odbiorcy czy też użytkownika), jak i istniejące zasoby kulturowe (one istnieją obiektywnie, czy tego chcemy czy nie). To odróżnia dziedzictwo od innych produktów rynkowych, gdzie punktem wyjścia jest analiza potrzeb konsumentów. Jednocześnie w przypadku dziedzictwa mamy do czynienia ze zindywidualizowanym sposobem odbioru jego zasobów. W żadnej innej branży relacja produkt – nabywca, produkt – konsument nie jest tak silnie heterogeniczna, zróżnicowana, wyznaczana właściwie przez niepowtarzalność zdarzenia. Subiektywny odbiór powoduje, że ten sam produkt oglądany, zwiedzany, słuchany przez różnych odbiorców, wyposażonych w zróżnicowane kompetencje percepcji sztuki, niesie za sobą każdorazowo inny przekaz. Co więcej, dany obiekt dziedzictwa za każdym razem dostarcza inną, nową wiązkę korzyści, uzależnioną od warunków zewnętrznych (pogoda, oświetlenie, usługa przewodnicka) oraz wewnętrznych (nastrój odbiorcy, poziom kompetencji). Produkty dziedzictwa kulturowego pozostają w relacji do innych, podobnych, wytwarzanych w tym samym stylu, pochodzących z tej samej epoki. Pozwala to na obiektywną ocenę tych produktów i powoduje, że stają się względem siebie konkurencyjne. Przewagę konkurencyjną wzmacniać mogą różne zabiegi oferentów, np. wpis na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO, wpis na listę pomników historii czy też włączenie w szlak dziedzictwa kulturowego.

Produkty dziedzictwa kulturowego są **komplementarne**, co powoduje, że zakup jednego z nich rodzi u nabywcy chęć poznania następnych. Ta zależność,

której źródło tkwi w potrzebach konsumentów, leży u podstaw kreowania takich produktów, jak tematyczne szlaki dziedzictwa kulturowego czy też rekonstrukcje ważnych wydarzeń dziejowych – samo odwiedzanie miejsc historycznych obecnie już nie wystarcza turystom. Natomiast w przeciwieństwie do innych produktów rynkowych substytucyjność dziedzictwa ze względu na jego niepowtarzalność po stronie podaży rynkowej i bardzo zindywidualizowany proces odbioru po stronie popytu rodzi **dysonans pomiędzy oryginałem a substytutem**, odczuwany przez nabywców. Postęp techniczny i cywilizacyjny sprzyja prezentowaniu tych samych zasobów dziedzictwa w różnej formie technicznej, np. koncert na żywo i ta sama muzyka rejestrowana na nośnikach elektronicznych, zbiory malarstwa oglądane bezpośrednio w muzeum i w formie zdigitalizowanej. W każdym z tych przypadków mamy do czynienia z innym produktem, a podstawą różnicowania staje się tutaj rodzaj kontaktu (bezpośredni, pośredni) z zasobem, generujący różne emocje, przeżycia duchowe i poczucie estetyki. Wybór formy technicznej produktu jest więc kwestią gustów i preferencji nabywców, ale też uwarunkowań społeczno-ekonomicznych.

Specyficzną cechą rynkowych produktów dziedzictwa jest ich w dużej mierze niematerialny, a więc **usługowy charakter**. Zwiedzanie zabytków, udział w koncercie, pobyt w interaktywnym muzeum to korzystanie z usługi świadczonej w danym czasie. Mamy więc do czynienia z jednoczesnością świadczenia i konsumpcji, gdyż usług nie można ani przechowywać, ani magazynować, ani przemieszczać w czasie i przestrzeni, co więcej – nie można ich nabyć na własność, można uzyskać jedynie prawo do skorzystania z nich. Istnieje zatem możliwość wielokrotnego tworzenia takich produktów w oparciu o te same zasoby materialne. Jakość oferty jest postrzegana i oceniana przez pryzmat kwalifikacji personelu (usługodawców).

W przypadku niektórych obiektów dziedzictwa (zwłaszcza zasobów poprzemysłowych czy powojskowych), stanowiących uciążliwy ekonomicznie i społecznie balast, konieczne wręcz staje się wykreowanie na ich bazie takich produktów, które staną się znów wiązką nowych użyteczności zarówno dla nabywców, jak i społeczności lokalnych. Przykładem mogą być tutaj Kopalnia Soli w Wieliczce, kompleks poprzemysłowy w Essen w Zagłębiu Ruhry, a także na Śląsku: Sztolnia Czarnego Pstrąga, Skansen Górniczy „Królowa Luiza" w Zabrzu, Skansen Górnictwa Podziemnego „Guido" w Zabrzu.

Dziedzictwo kulturowe to skumulowany potencjał ekonomiczny. Jednakże istnieją wyraźne **granice i bariery urynkowienia** jego zasobów. Wynikają one z konieczności ochrony dziedzictwa i przekazania go w dobrym stanie przyszłym pokoleniom. Respektowanie w tym względzie zasady równości międzypokoleniowej nakłada na dysponentów dziedzictwa konieczność zrównoważonego gospodarowania nim, tak aby jego zasoby nie zostały uszczuplone czy też zniekształcone przez nadmierną współczesną konsumpcję. Takie zagrożenie niesie masowa turystyka, która przyczynia się często do degradacji przestrzeni kulturowej, zmie-

niając – niekiedy w sposób nieodwracalny – jej charakter. Skutki turystyki mogą być niebezpieczne zarówno dla zasobów materialnych (np. zabytkowe obiekty czy obszary), jak i niematerialnych (np. tradycja ludowa). Pod wpływem rozwoju turystyki mogą następować niekorzystne zmiany w społecznościach lokalnych, związane z „importem" stylów życia oraz zanikiem tradycyjnych wartości i obyczajów. Nadmierna komercjalizacja prowadzi często do oferowania turystom bardziej wyrafinowanej, ale za to fałszywej wersji folkloru dostosowanej do wyobrażeń gości (niekiedy stereotypowych). W rezultacie dochodzi do paradoksu, gdyż dziedzictwo kulturowe będące produktem dla turystyki jest przez nią degradowane. Oferowanie produktów dziedzictwa na skalę masową w sposób niekontrolowany nosi znamiona wandalizmu i bez odpowiednio wypracowanych strategii ekologicznych może ostatecznie przynieść straty (nawet dotkliwe), przy krótkotrwałych korzyściach. W tym kontekście granicą urynkowienia tego potencjału jest jego naturalna przepustowość i zachowanie autentyczności przekazu. Komercjalizacja dziedzictwa niesie bowiem niebezpieczeństwo zbyt swobodnego przekształcania jego zasobów w produkty rynkowe. Przykładem mogą być tu różnego rodzaju rekonstrukcje przeszłości w odniesieniu do obiektów materialnych czy też wydarzeń historycznych. Popularne w ostatnich latach repliki średniowiecznych grodów, pradziejowych osad czy też rekonstrukcje bitew i powstań budzą wiele zastrzeżeń co do ich zgodności z realiami. Często w takich przypadkach wizja artysty doprowadza do materializacji popularnych wyobrażeń (a nie naukowych dociekań) o przeszłości, z zastosowaniem nowoczesnych materiałów i technik. Tego typu atrapy oferują często współczesne usługi: koncerty, spotkania biznesowe, bankiety, a także (jak np. w grodzie rycerskim w Byczynie na Opolszczyźnie) kajaki, rowery wodne, paintball itp.[1]. Tak skonstruowane produkty są raczej typem „prahistorycznych" parków rozrywki czy wesołych miasteczek niż możliwie wiernych kopii przeszłości. Są przykładem „disneylandyzacji" przeszłości w celach komercyjnych. Co prawda wzbudzają zainteresowanie dziedzictwem, ale niestety pokazują je w zakłamanej formie, a więc nie dochowują autentyczności przekazu.

Współczesny postęp technologiczny stwarza pewne możliwości **podwyższania progów przepustowości** niektórych zasobów. Trwający już od wielu dziesięcioleci proces zastępowania rzeczywistości fizykalnej rzeczywistością reprodukcji (m.in. cyfrowej) uległ gwałtownemu przyspieszeniu. Cywilizacja zdarzeń cyfrowych (animacje, multimedialne programy edukacyjne, digitalizacja zbiorów, gry komputerowe) wkroczyła także w obszar dziedzictwa kulturowego, prowadząc do zmiany odbioru zjawisk i obiektów. Zmiany te są niewątpliwie akceptowane społecznie. Przedsięwzięcia, które zastępują kult oryginału metodą wirtualizacji historii (np. Muzeum Powstania Warszawskiego, podziemia Rynku w Krakowie) odnoszą suk-

[1] Przedsięwzięciom tym towarzyszy niejednokrotnie sprzedaż pseudopamiątek (plastikowe miecze, rogate hełmy wikingów itp.).

ces frekwencyjny i psychologiczny. Co prawda nabywca uzyskuje wtedy nieco inny produkt, ale w pewnych określonych warunkach dostępu i przy określonym poziomie świadomości dziedzictwa jest skłonny to zaakceptować. **Zasoby dziedzictwa kulturowego nie są bowiem nieskończone, a ich wyczerpywanie następuje poprzez częściową lub całkowitą degradację** (zanik).

Bardzo istotną granicą urynkowienia dziedzictwa kulturowego jest dbałość o interes społeczności lokalnych. Obszary zasobne w dziedzictwo są na co dzień miejscem życia, pracy i odpoczynku miejscowej ludności. Nadmierna koncentracja ruchu turystycznego powoduje na ogół wiele niedogodności w życiu codziennym i zawodowym mieszkańców. Zwiększony ruch motoryzacyjny, zanieczyszczenie powietrza, zaśmiecanie, hałas, rosnące ceny powodują obniżenie jakości życia i przeciążenie psychiczne obecnością zbyt dużej liczby turystów. Rodzi to reakcje obronne mieszkańców w postaci agresji, nieufności oraz nieprzychylnego nastawienia wobec gości. Sytuacja, w której koszty społeczne i ekonomiczne ponoszone przez mieszkańców są zbyt wysokie w stosunku do uzyskiwanych przez nich korzyści, jest też granicą komercjalizacji dziedzictwa.

Rynek dziedzictwa i jego powiązania z innymi sektorami gospodarki

W ujęciu marketingowym **dziedzictwo kulturowe jest produktem przeznaczonym do wymiany**, czyli na sprzedaż. Są też nabywcy skłonni ten produkt kupić w określonych warunkach i po określonej cenie. Istnieje więc rynek dziedzictwa kulturowego, w odniesieniu do którego dają się zdefiniować kategorie ekonomiczne, takie jak podaż, popyt, cena, chłonność, pojemność, segmentacja. Znajomość tych pojęć jest niezbędna do konstruowania marketingowej strategii produktów dziedzictwa kulturowego.

Rynek dziedzictwa kulturowego to ogół relacji wymiennych pomiędzy sprzedającymi, którzy oferują na sprzedaż produkty wykreowane w oparciu o ten zasób (a więc reprezentują ich podaż), a kupującymi, którzy zgłaszają na te produkty zapotrzebowanie przy określonej cenie (a więc reprezentują popyt). Rynek dziedzictwa jest więc swego rodzaju procesem, w ramach którego oferenci i nabywcy określają, co i na jakich warunkach mają zamiar sprzedawać i kupować.

W strukturze rynku dziedzictwa, wyróżnić można trzy zasadnicze grupy elementów składowych, a mianowicie:

- elementy o charakterze podmiotowym, a więc oferenci i nabywcy szeroko rozumianego produktu dziedzictwa kulturowego,

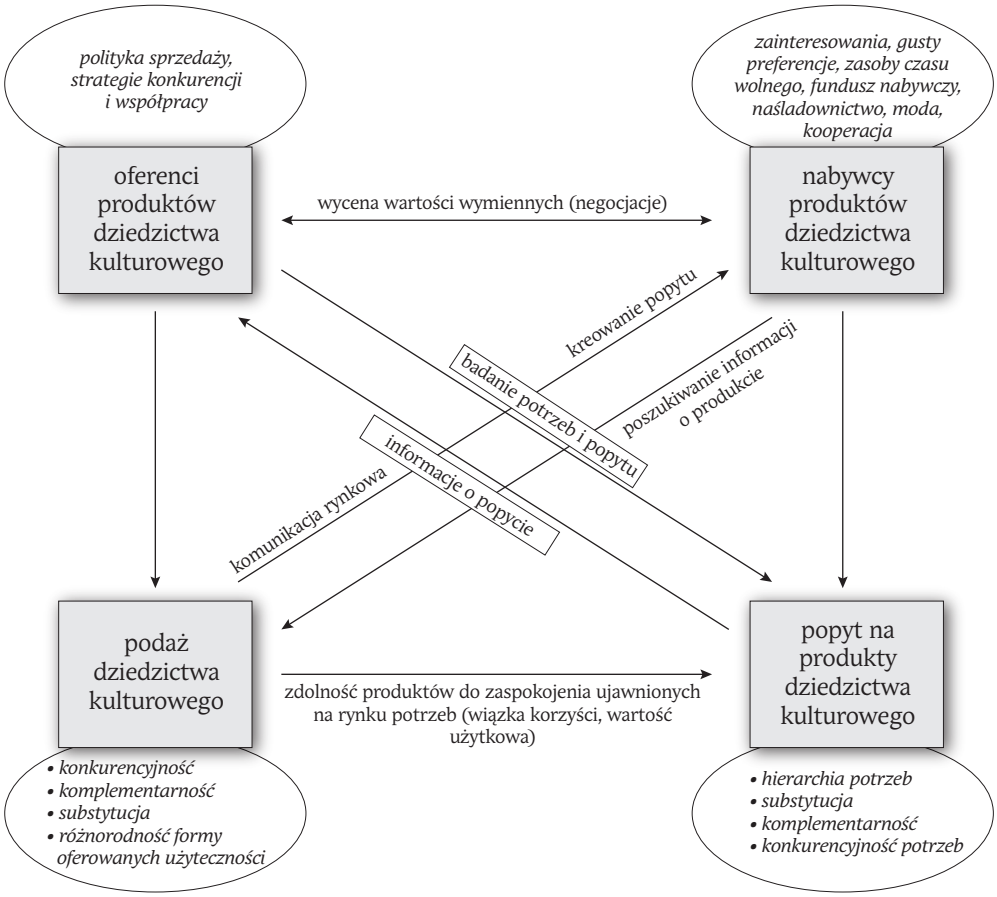
- elementy o charakterze przedmiotowym, czyli podaż produktów zaoferowanych na sprzedaż, popyt na te produkty oraz ich cena,
- wzajemne relacje zachodzące zarówno w grupie elementów podmiotowych, jak i przedmiotowych, a także między tymi grupami.

Największe znaczenie w strukturze tego rynku mają relacje pomiędzy oferentami a nabywcami produktów dziedzictwa. W wyniku tych oddziaływań dochodzi, bądź też nie, do zawarcia transakcji wymiennej w formie aktu kupna konkretnego produktu dziedzictwa. Podstawą tej transakcji jest wycena wartości wymiennych oferowanego dobra, zarówno przez oferenta, jak i przez potencjalnego nabywcę. Sprzedający musi w tym przypadku liczyć się z barierą popytu, która uniemożliwia podniesienie ceny i utrzymanie dotychczasowego poziomu sprzedaży. Oferent musi więc uwzględniać realny fundusz nabywczy konsumentów, jaki skłonni są oni przeznaczyć na zakup produktów dziedzictwa kulturowego.

Zbiór oferentów jest w porównaniu ze zbiorem nabywców stosunkowo mniej liczny, ale lepiej zorientowany na rynek. Zalicza się do tej grupy wszystkie instytucje zaangażowane w wytwarzanie i lokowanie oferty dziedzictwa na rynku, a więc bezpośrednich usługodawców (ich produkty mają w dużej mierze charakter usługowy), jak też różnego rodzaju pośredników. Oferenci dziedzictwa prowadzą na ogół określoną **politykę sprzedaży**, która może przybierać formy walki konkurencyjnej bądź współpracy. Do walki dochodzi w trakcie rywalizacji sprzedawców o wydatki kupującego (ograniczone jego realną siłą nabywczą). Polega to na oferowaniu nabywcom korzystniejszych warunków transakcji (cenowych i pozacenowych) niż te, które zapewniają rywale. W walce konkurencyjnej pojawiają się dwa motywy – wygrać z przeciwnikiem (strategia ofensywna) lub chociaż nie być stratnym w stosunku do niego (strategia defensywna). O rezultatach tej walki ostatecznie rozstrzyga ekonomiczna efektywność danego oferenta.

Relacje oferentów dziedzictwa oparte na współpracy zyskują na znaczeniu w przypadku tworzenia produktów, takich jak tematyczne szlaki kulturowe o zasięgu międzynarodowym, ponadregionalnym, regionalnym czy lokalnym. W takim przypadku współpraca oferentów przynosi korzyści wszystkim zaangażowanym stronom. Wynika to z faktu, że tego typu produkty funkcjonują, najogólniej rzecz biorąc, jako systemy, gdzie pewna całość jest czymś więcej niż sumą części składowych. Komponenty (przynależne różnym sprzedawcom) budujące szlak nabierają w systemie nowej jakości poprzez wytworzenie efektu synergii. Tym sposobem znaczenie szlaku jako produktu jest o wiele większe niż budujących go pojedynczych obiektów postrzeganych indywidualnie, a koszty wykreowania i promocji rozkładają się na wszystkich oferentów.

Schemat 3. Struktura rynku dziedzictwa kulturowego



Źródło: Opr. własne

Zbiór nabywców dziedzictwa jest stosunkowo liczny, ale mniej zorganizowany, rozproszony w przestrzeni. Mogą w nim być turyści, badacze dziedzictwa, społeczność lokalna, szeroko rozumiana sfera edukacyjna i środowiska biznesowe. Pewne grupy nabywców mogą prowadzić określoną politykę zakupu, która opiera się na opiniach i naśladownictwie, co w konsekwencji może prowadzić do pojawienia się **mody na określone dziedzictwo**. Nabywcy są grupą silnie zróżnicowaną, mają bowiem różnorodne potrzeby i preferencje. Motywy ich zachowania mogą mieć charakter ekonomiczny (cena i jakość produktu) oraz pozaekonomiczny (wpływ grupy, opinie liderów). Z tej różnorodności potrzeb nabywców wynika też specyfika popytu na dziedzictwo, którego nabywanie – w odróżnieniu od produktów materialnych – polega w dużej mierze na uzyskiwaniu prawa do korzystania z jego zasobów. Popyt na ogół uzależniony jest od ceny oferowanego produktu (ujemnie) i od dochodu nabywcy (dodatnio). W przypadku produktów standardowych, ofero-

wanych przez liczne firmy turystyczne, **elastyczność cenowa popytu** jest wysoka. W przypadku unikatowych produktów dziedzictwa **popyt jest bardziej sztywny względem ceny**. Nabywca jest skłonny zapłacić wyższą cenę za produkt naprawdę atrakcyjny. Warto jednak zaznaczyć, że nabywcy dziedzictwa przy podejmowaniu decyzji kupna nie zawsze kierują się racjonalnymi przesłankami. Często decydujące są czynniki natury społecznej i psychologicznej. Ma to miejsce w przypadku turystyki ostentacyjnej, kiedy produkty nabywane są dlatego, że są drogie, a ich nabywcy chcą się w ten sposób wyróżnić spośród szerszej grupy konsumentów, zagwarantować sobie prestiż społeczny.

Z oddziaływaniem czynników pozaekonomicznych na popyt na dziedzictwo kulturowe wiążą się z kolei dwa efekty – **efekt owczego pędu i efekt snobizmu**. W obu przypadkach popyt na dane dobro staje się funkcją popytu innych ludzi. Efekt owczego pędu występuje, kiedy dany produkt jest nabywany ze względu na fakt, że kupują go inni. Chodzi o to, aby postępować jak ci, z którymi nabywca chce być utożsamiany, aby „płynąć z prądem", „być na fali" itp. Efekt snobizmu występuje natomiast wtedy, gdy potencjalni nabywcy danego dziedzictwa rezygnują z jego zakupu tylko dlatego, że jest on zdobywany przez coraz liczniejsze grupy. U podstaw takiego zachowania leży chęć odróżnienia się, a nie upodobnienia do innych.

Popyt na produkty dziedzictwa kulturowego charakteryzuje się sezonowością. Cyklicznie powtarzające się wahania mogą mieć charakter naturalny (pory roku i związane z nimi zmiany warunków atmosferycznych) bądź też konwencjonalny (powtarzające się w tych samych okresach imprezy kulturalne, festiwale, okresy urlopowe, wakacje). Zjawisko sezonowości wymusza na oferentach dziedzictwa odpowiednie dostosowanie oferty oraz podejmowanie działań mających na celu łagodzenie negatywnych skutków – pozyskiwanie klientów w tzw. martwych sezonach.

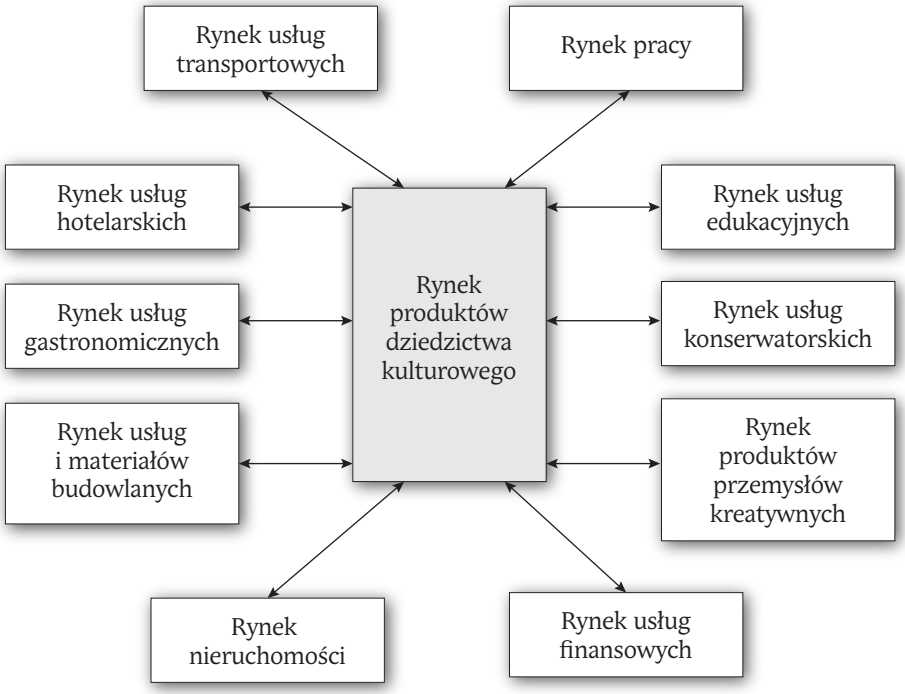
Grupą elementów o charakterze przedmiotowym jest podaż produktów dziedzictwa kulturowego. Traktując tę ofertę kompleksowo, można wyodrębnić pomiędzy jej elementami składowymi związki o charakterze konkurencyjnym, komplementarnym i substytucyjnym. W odniesieniu do dziedzictwa kulturowego najważniejsze są zależności komplementarne (pozwalające tworzyć pakiety użyteczności dla wyselekcjonowanych grup nabywców) oraz związki o charakterze konkurencyjnym (wyrażające się nie tylko w atrakcyjności parametrów ekonomicznych, ale także w użyteczności formy, miejsca i czasu).

Podaż produktów dziedzictwa jest mało elastyczna i charakteryzuje się określoną pojemnością. Wzrost popytu niejednokrotnie nie skutkuje wzrostem podaży, jeżeli ta osiągnęła już górną wartość graniczną. W takiej sytuacji ograniczone jest także manewrowanie podażą, gdy popyt spada. Możliwości podażowe pozostają wtedy niewykorzystane, mimo kosztów ponoszonych przez oferentów.

Bardzo ważną rolę w strukturze rynku dziedzictwa odgrywają **relacje o charakterze podmiotowo-przedmiotowym**, a mianowicie relacje typu: oferenci dziedzictwa a potrzeby ujawnione na rynku, nabywcy dziedzictwa a podaż jego produktów. Oferenci powinni prowadzić badania potrzeb i popytu, które są niezbędne do wykreowania odpowiedniej puli ofert. Zadaniem oferenta jest również poinformowanie nabywców za pomocą instrumentów komunikacji rynkowej o walorach swojej oferty. Istnienie wyżej opisanych powiązań weryfikuje efektywność i konkurencyjność wszystkich aktorów gry rynkowej.

Rynek dziedzictwa kulturowego funkcjonuje w szerszym otoczeniu gospodarczym – krajowym i zagranicznym – pozostając pod jego wpływem, jednocześnie oddziałując na nie. Mamy tutaj do czynienia z szeregiem **sprzężeń zwrotnych** – dodatnich bądź ujemnych, w zależności od ogólnej koniunktury gospodarczej.

Schemat 4. Powiązania rynku dziedzictwa z innymi rynkami branżowymi



Źródło: Opr. własne

Tak rozumiany **rynek dziedzictwa staje się nowym podsystemem** w systemie gospodarki, generującym efekty mnożnikowe w różnych jej obszarach. Jednocześnie charakter tych powiązań sprawia, że niekorzystne tendencje na pozostałych rynkach branżowych przenoszą się też na rynek produktów dziedzictwa (i odwrotnie).

Instrumenty marketingu dziedzictwa kulturowego

Procesy urynkowienia dziedzictwa kulturowego pociągają za sobą konieczność długofalowych działań strategicznych. Opracowanie **strategii marketingowej** jest niezbędne dla procesu zarządzania dziedzictwem. Jest ona nadrzędną zasadą modelującą wszystkie kroki podejmowane w procesie kreowania i oferowania produktów dziedzictwa.

Realizacja takiej strategii odbywa się poprzez modelowanie elementów, za pomocą których można oddziaływać na rynek. Elementy te tworzą pewien zintegrowany system komplementarnych komponentów, które w przypadku każdego produktu traktowane są łącznie (kompozycja marketing mix). Każdy z nich musi więc być opracowany i monitorowany zawsze w korelacji z pozostałymi. Podobnie jak w przypadku dóbr konsumpcyjnych, do podstawowych narzędzi oddziaływania na rynek zalicza się:

1) **produkt** (*product*),
2) **cenę** (*price*),
3) **dystrybucję**, miejsce oferowania produktów czy świadczenia usług (*place*),
4) **promocję** (*promotion*).

Specyfika produktów dziedzictwa kulturowego, a zwłaszcza ich usługowy charakter, sprawia, że ta tradycyjna koncepcja (tzw. „4P") okazuje się dalece niewystarczająca. Niezbędne stało się włączenie do systemu instrumentów oddziaływania rynkowego kolejnych trzech „P", którymi są:

5) **personel** (*people*),
6) **proces świadczenia usług** (*process*),
7) **elementy materialne** – infrastruktura, środowisko materialne (*physical evidence*).

Schemat 5. Instrumenty marketing mix dziedzictwa kulturowego

Product ⟷ Price ⟷ Place ⟷ Promotion

⟷ People ⟷ Process ⟷ Physical evidence

Źródło: Misiura [2006]

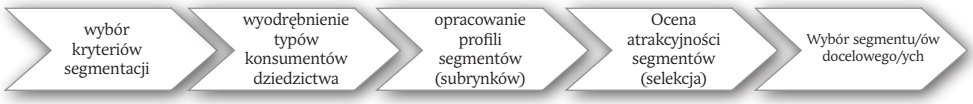
Tak skonstruowany system instrumentów marketingowych stanowi kompleksowe narzędzie realizacji strategii. Struktura tego systemu jest konsekwencją wielu czynników, a mianowicie wyboru rynku docelowego (specyfika konsumentów, ich zachowania, pasywny bądź ofensywny sposób działania), specyfiki samych instrumentów (odmienny stopień podatności na zmiany, zróżnicowane sposoby oddziaływania w czasie), a także wielkości i struktury zasobów oraz umiejętności

oferentów dziedzictwa. Te ostatnie decydują o potencjalnej górnej granicy możliwości wykorzystania tego instrumentarium.

Podstawowym instrumentem jest produkt, bez którego pozostałe składowe kompozycji „7P" stają się bezprzedmiotowe. Punktem wyjścia w kształtowaniu produktu jest rozpoznanie potrzeb nabywców. Oferenci produktów dziedzictwa na podstawie wcześniejszych badań marketingowych określają rynek docelowy, tj. grupę nabywców, których potrzeby zamierzają zaspokajać. Współczesny rynek dziedzictwa kulturowego odznacza się dużą dynamiką elementów strukturalnych. Jej głównymi siłami sprawczymi są: wzrost liczby konsumentów, zmiany siły nabywczej ludności, zróżnicowane fundusze swobodnej decyzji oraz ciągła ewolucja gustów, nawyków, upodobań, chęci naśladownictwa. Potrzeby konsumentów i ich zachowania rynkowe określają także ustawicznie pojawiające się innowacje produktowe. Dynamizm rynku dziedzictwa powoduje więc rozszczepianie popytu. Oferenci nie mają do czynienia z „przeciętnym konsumentem", lecz z **nabywcami o różnych zbiorach cech charakterystycznych determinujących ich decyzje rynkowe**.

Jednym z warunków dostosowania produktów dziedzictwa do zdywersyfikowanego popytu, a tym samym zminimalizowania ryzyka, jest dokonanie **segmentacji rynku**. Polega ona na wyodrębnieniu względnie jednorodnych grup nabywców, które różnią się między sobą potrzebami, zachowaniami, motywacjami korzystania z produktów dziedzictwa i reakcjami na nie, a także podatnością na instrumenty oddziaływania na rynek. Tak wyodrębnione segmenty (subrynki) są określeniem rynkowego pola, na którym oferent zamierza prowadzić działania, a więc i alokować swoje zasoby. Procedura segmentacji obejmuje wybór kryteriów, wyodrębnienie typów konsumentów oraz ich opis. Na tej podstawie oferent produktów dziedzictwa dokonuje wyboru rynku bądź rynków docelowych.

Schemat 6. Algorytm wyboru rynku/ów/ docelowego/ych/ przez oferentów dziedzictwa kulturowego



Źródło: Opr. własne

Wyodrębnienie segmentów musi być przejrzyste, użyteczne i opłacalne. Zmienne charakteryzujące segmenty (deskryptory) powinny wyraźnie wyodrębniać **homogeniczne grupy nabywców**, a jednocześnie wykorzystywać łatwe do zdobycia i przetworzenia informacje. Ze względu na różnorodność produktów nie da się skonstruować uniwersalnych kryteriów klasyfikacji nabywców. W praktyce marketingowej wykorzystuje się zarówno **kryterium obiektywnych cech** (czynniki demograficzne, ekonomiczne, socjologiczne – jak wiek, dochód, wykształcenie),

jak i **podejście behawiorystyczne**, które zwraca uwagę na przyczyny dokonywania zakupów (wzorce zakupów). O ile kryterium obiektywne pozwala stwierdzić, kto kupuje dany produkt dziedzictwa, to podejście behawiorystyczne zakłada, że decyzje nabywców są zdeterminowane systemami wyznawanych wartości i nie zawsze wzorce konsumentów w tym samym wieku, z podobnym dochodem i takim samym poziomem wykształcenia są analogiczne. W tym kontekście istotne staje się uzyskanie odpowiedzi na pytanie: Dlaczego nabywcy kupują dany produkt i jak reagują na narzędzia aktywizacji rynku? W przypadku rynku dziedzictwa kulturowego oba te podejścia nie tylko nie wykluczają się, lecz stanowią wzajemne uzupełnienie (w odróżnieniu od rynku dóbr podstawowych, gdzie kryteria obiektywne są niezbędne i często wystarczające). Kryteria indywidualnych wzorców zakupów są dla tego rynku zdecydowanie bardziej przydatne. Korygują one oddziaływanie obiektywnych deskryptorów, ale go nie znoszą. Stąd też często jako ostateczne **kryteria profilowania segmentów rynku dziedzictwa** przyjmuje się kompozycję charakterystyk zaczerpniętych z obu wymienionych wyżej podejść. Tak wyodrębnione segmenty podlegają następnie wartościowaniu pod kątem ich atrakcyjności dla oferenta produktów dziedzictwa. Uwzględniane są tutaj zarówno parametry danego subrynku (jego wielkość, dynamika, atrakcyjność strukturalna), jak i sytuacja wewnętrzna oferenta produktów (wielkość, struktura, stan zasobów dziedzictwa, umiejętności personelu).

Przed dokonaniem ostatecznego wyboru jednego lub wielu segmentów rynku oferent musi określić zasadnicze potrzeby, jakie zamierza zaspokajać i ustalić listę potrzeb towarzyszących (pozostających w relacji komplementarnej do potrzeby głównej). W tym przypadku potrzebę główną będzie stanowić chęć obcowania z zasobami dziedzictwa kulturowego, a potrzeby towarzyszące będą wiązać się z koniecznością zapewnienia dojazdu, noclegu, wyżywienia, ubezpieczeń zdrowotnych, zakupu pamiątek itp. Potrzebie głównej odpowiada zawsze **rdzeń produktu**, natomiast towarzyszącym – **produkt rzeczywisty i rozszerzony**.

Polityka kształtowania produktów dziedzictwa kulturowego wymaga ciągłego śledzenia rynku, zachodzących na nim zmian i reagowania na nie. W efekcie dany **produkt może ulegać modyfikacjom** – pewne jego elementy mogą być eliminowane, inne rozszerzane, mogą być też wprowadzane zupełnie nowe, niekiedy alternatywne wersje niektórych składowych, co sprzyja poszerzaniu danego segmentu. Oferenci produktów dziedzictwa będą się więc starać maksymalnie wykorzystać jego potencjał, a ze względu na specyfikę zasobu – rozłożyć w czasie popyt (np. napływ turystów). Ta optymalizacja jest tutaj niezbędna, gdyż z usługą (jaką w dużej mierze są produkty dziedzictwa), **która się nie sprzedała, nie da się już nic zrobić, nawet nie można jej przecenić**.

Kolejnym narzędziem oddziaływania na rynek jest **cena produktów**. Stanowi ona elastyczny komponent struktury marketingu mix, umożliwiający w sposób szybki, nawet bez zmian parametrów produktu, ingerencję na rynku. Cena jest

jedynym instrumentem marketingowym, który może być stosowany bez zwłoki i nie wymaga uprzedniego uruchomienia wydatków. Co więcej, na wielu rynkach popyt reaguje na nią szybciej niż na różne formy promocji (np. rynek usług turystycznych). Marketingową politykę cen kształtuje wiele czynników. Z jednej strony dotyczy ona samego oferenta, a więc kosztów ponoszonych przez niego na świadczenie usługi, jej dystrybucję i reklamę. Nie bez wpływu pozostają też atrybuty samego produktu, jak niepowtarzalność czy też faza cyklu życia na rynku (nowości mają wyższe ceny). Z drugiej strony to przewidywany popyt, a więc szerokość obsługiwanego segmentu rynku jest przede wszystkim wyznacznikiem kalkulowania ceny i określenia jej ewentualnej górnej granicy.

Inną grupę czynników cenotwórczych stanowią elementy otoczenia oferenta (konkurencyjne oferty i ich ceny, stan rozwoju rynku, ale także dotacje i inne formy pomocy finansowej, jak również regulacje prawne, które mogą ograniczać swobodę cen).

Produkty dziedzictwa kulturowego adresowane są do różnych segmentów rynku turystycznego. W tym przypadku **faktyczny koszt uzyskania oczekiwanych przez nabywcę użyteczności** obejmuje oprócz biletów wstępu do obiektów dziedzictwa kulturowego czy muzeów także koszty dojazdu, zakwaterowania, wyżywienia, ubezpieczenia itp. To właśnie ceny tzw. usług dodatkowych, wchodzących w skład produktu poszerzonego, stanowią bardzo często barierę popytu na produkty dziedzictwa, której przełamanie nie leży już w gestii ich oferentów, ale raczej usługodawców towarzyszących. Jest to specyficzna charakterystyka rynku dziedzictwa kulturowego, determinująca ograniczenia w polityce cenowej. W tym przypadku możliwe są **strategie różnicowania cen**, np. ze względu na typ nabywcy (studenci, uczniowie, emeryci, nabywca indywidualny, grupy), rodzaj produktu (np. w galeriach i muzeach cena uzależniona od tego, jakie ekspozycje są prezentowane – niektóre mogą być dostępne za wyższą opłatą) czy też czas zakupu (tańsze bilety w przedsprzedaży – a więc zakupione wcześniej, abonamenty do muzeów itp.). Tego typu strategie są jednak skuteczne w odniesieniu do mieszkańców, społeczności lokalnych czy grup o nastawieniu edukacyjnym.

Zasoby dziedzictwa kulturowego mają w dużej mierze przypisaną lokalizację, stąd też same są **miejscem wytwarzania i świadczenia usług** (produktów dziedzictwa), a więc ich dystrybucji. Istotne są tutaj takie elementy, jak lokalizacja, elastyczne godziny otwarcia, dostępność komunikacyjna, wyposażenie w środki materialne i techniczne, wystrój wnętrza. Ważna jest też **ekspozycja obiektu „na zewnątrz"**, a więc troska zarówno o najbliższe otoczenie danego obiektu, jak i o jego dalszą okolicę z całą infrastrukturą (obiekty rekreacyjne, ścieżki rowerowe, gastronomia). Polityka dystrybucji produktów dziedzictwa powinna zwiększać ich **dostępność dla potencjalnych nabywców**. Służy temu dostępność punktów sprzedaży i przedsprzedaży biletów poza miejscem docelowym, w tym przez internet. Dzięki temu nabywcy mogą uniknąć kolejek i rozczarowania, w przypadku

gdy liczba wejściówek jest ograniczona. Ważną rolę w dystrybucji odgrywa współpraca oferentów z krajowymi i zagranicznymi biurami podróży, w których dana oferta jest dostępna. Natomiast w przypadku ruchomych zasobów dziedzictwa kulturowego możliwe jest wyjście z produktem poza „stałą lokalizację" (wypożyczenie obrazu bądź kolekcji na wystawę zagraniczną, np. wypożyczanie *Damy z gronostajem* na wystawy tematyczne galeriom w Madrycie, Berlinie i Londynie czy dzieł sztuki z Luwru jednemu z emiratów arabskich – Abu Dhabi). Taka możliwość znacznie poszerza kanały dystrybucji produktu, a po uwzględnieniu wszystkich szans i zagrożeń może dawać oferentom takiego dziedzictwa korzyści ekonomiczne, związane nie tylko z uzyskaną ceną, ale także ze wzrostem zainteresowania danym obiektem. Takim celom mogą służyć również prezentacje niektórych zasobów dziedzictwa w takich instytucjach, jak banki i centra handlowe oraz w otwartej przestrzeni miejskiej.

Specyficznym i obecnie coraz bardziej znaczącym **kanałem dystrybucji dziedzictwa kulturowego** jest internet[2]. Dzięki procesom digitalizacji dostęp do jego niektórych zasobów staje się prostszy, szybszy i tańszy. Dokonujący się postęp techniczny przyczynia się do rewolucji w dystrybucji niektórych produktów dziedzictwa, ale też może niekiedy zubażać wrażenia estetyczne, przeżycia duchowe i emocjonalne – to z kolei jest nieakceptowalne dla wielu koneserów dziedzictwa, a zatem formy bezpośredniego obcowania z dziedzictwem nie stracą na znaczeniu.

W warunkach gospodarki rynkowej, we współzawodnictwie o względy i pieniądze konsumentów uprzywilejowaną pozycję zajmuje ten, kto nie tylko zna potrzeby nabywców, ale także dysponuje środkami do wywierania wpływu na ich decyzje. Nie wystarczy bowiem przygotować choćby najlepszy produkt, wyposażyć go w umiarkowaną cenę i umieścić w wybranych kanałach dystrybucji. Szeroko rozumiana atrakcyjność produktu nie stanowi wystarczającego warunku jego sprzedaży. Aby produkt mógł być efektywnie sprzedany, trzeba **poinformować nabywcę o jego użyteczności, wskazać korzyści związane z zakupem, wreszcie skłonić do zakupu**. W ramach **komunikacji z nabywcami** kreatorzy marketingu dziedzictwa mają do dyspozycji reklamę, *public relations* i *publicity* oraz promocję dodatkową stosowaną pulsacyjnie w sytuacji wahań popytu celem przezwyciężania tzw. martwych sezonów.

Wymienione powyżej instrumenty stanowią **system promocji**, który nazywany bywa niekiedy **„tubą marketingu"**, reklamującą dany produkt i jego oferenta.

Zadania systemu promocji dziedzictwa kulturowego sprowadzają się do:

1. Informowania o jego produktach, przekonywania do ich zakupu i utrwalania wiedzy o ofercie. Są to główne cele reklamy, której poszczególne typy uzależnione są przede wszytkim od fazy cyklu życia produktu na rynku (np. reklama informa-

[2] Ta ścieżka dystrybucji jest efektywna i odpowiada potrzebom tego segmentu nabywców, którzy określani są jako e-konsumenci.

cyjna dotyczyć będzie nowego produktu – szlaku dziedzictwa, który do tej pory nie funkcjonował, bądź też szlaku już istniejącego, ale lokowanego na nowym rynku). Wybór rodzajów reklamy i jej rozmiarów jest w przypadku dziedzictwa szeroki i uzależniony od charakteru rynku docelowego. Ze względu na usługowy charakter produktów dziedzictwa duże znaczenie będzie mieć tutaj tzw. reklama szeptana, która opiera się na relacjach z innymi ludźmi – rodziną, znajomymi. Ich opinie na temat danego produktu są decydujące przy zakupie, gdyż budzą większe zaufanie niż reklama oferenta, która siłą rzeczy prezentuje ofertę jako wartą zakupu. Co więcej, ten typ reklamy istnieje – czy oferenci tego chcą, czy nie – i może mieć też negatywny wpływ na sprzedaż. Nabywcy bowiem dzielą się z innymi również negatywnymi opiniami na temat produktu. Dlatego też niezwykle ważna jest dbałość personelu o to, aby o danych produktach mówiono jak najlepiej, by były one prawdziwą atrakcją, miejscem, do którego chce się wracać i które poleca się znajomym.

2. Podejmowania działań o charakterze *public relations* i *publicity*, które służą budowaniu image'u oferentów i kształtowaniu relacji z otoczeniem – poprzez utrzymywanie kontaktów z mediami (wywiady, wejściówki dla przedstawicieli mediów itp.) oraz ze społeczeństwem (organizowanie różnych akcji, np. Europejskie Dni Dziedzictwa, Noc Muzeów czy Noc Kultury Przemysłowej, czyli ExtraSchicht, w Zagłębiu Ruhry[3]).

3. Prowokowania nabywców do kupna danego produktu poprzez system zachęt o charakterze materialnym (kupony w prasie upoważniające do bezpłatnego wejścia do muzeum, upominki wręczane nabywcom, konkursy z nagrodami). Te działania są domeną promocji uzupełniającej i powinny być stosowane pulsacyjnie, np. wiązane ze zjawiskiem sezonowych wahań popytu.

W przypadku oferentów produktów dziedzictwa związki pomiędzy usługodawcą a usługobiorcą są bliskie i coraz bardziej złożone. Stąd też marketing mix musi uwzględniać dodatkowe komponenty, takie jak **personel** i **proces świadczenia usług**. Podstawą marketingowego działania jest wykwalifikowany, odpowiednio dobrany i umotywowany zespół pracowników (**efekt marketingu wewnętrznego oferentów dziedzictwa**). Dzięki właściwej polityce personalnej bardziej prawdopodobne jest to, że pracownicy podzielą się z nabywcami pozytywnym wizerunkiem instytucji czy też miejsca. W procesie świadczenia usługi bardzo ważne znaczenie ma każdy kontakt klienta z personelem, od momentu zgłoszenia chęci jej nabycia do końca jej świadczenia. Jest to czas, w którym dochodzi do integralnego sprzężenia wszystkich instrumentów marketingu mix i do bezpośredniego kontaktu odbiorcy ze strukturą produktu dziedzictwa. Ważne są tutaj m.in.: jakość

[3] To jedna z największych akcji kulturalnych w Zagłębiu Ruhry, gdzie w Essen znajduje się kompleks przemysłowy kopalni i koksowni Zollverein, wpisany w 2001 r. na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO. Co roku, w czasie jednej nocy w czerwcu lub lipcu Zagłębie i jego dawne zakłady przemysłowe zamieniają się w miejsca magiczne. Akcja obejmuje prawie wszystkie zabytki kultury przemysłowej, takie jak dawne kompleksy kopalniane, fabryki, sztolnie, huty itp.

usługi, koordynacja i czas trwania, niezawodność, zgodność z ofertą, estetyka, bezpieczeństwo, zaangażowanie nabywców.

To właśnie z potencjałem ludzkim w kompozycji marketingu mix dziedzictwa związane są trzy atrybuty, a mianowicie: **innowacja, inicjatywa i informacja**, które we współczesnych koncepcjach metamarketingu uważane są za **filary rynkowego sukcesu** (system „3I"). Ważne jest więc, aby zespoły personelu były zdolne do stałego poszukiwania i penetrowania nowych obszarów, kreowania i upowszechniania nowości. Zasoby dziedzictwa kulturowego stwarzają w tym względzie doskonałe możliwości (różnorodność kultur). Równie ważna jest inicjatywa (przedsiębiorczość jako zdolność do działań ekspansywnych, nowatorskiego rozwiązywania problemów czy też wykorzystania pojawiających się szans i „okazji", np. identyfikowanie nisz rynkowych). I w końcu informacja jako podstawa wszelkich decyzji marketingowych. Umiejętność jej pozyskiwania, przetwarzania i interpretacji jest w marketingu wartością szczególnie cenioną i uzależnioną bezpośrednio od kwalifikacji personelu.

Podsumowanie

We współczesnej gospodarce występują procesy urynkowienia zasobów dziedzictwa kulturowego. Dziedzictwo stanowi bazę do „wytwarzania" różnego rodzaju produktów będących przedmiotem wymiany rynkowej. Zakres wykorzystania go jako produktu zależy m.in. od wielkości zasobów, ich rzadkości, stanu zachowania, konieczności uwzględnienia norm ochrony, zachowania autentyczności przekazu, a także od poziomu świadomości dziedzictwa wśród społeczności i władz lokalnych. Procesy urynkowienia dziedzictwa pociągają za sobą konieczność opracowania strategii marketingowej. Stosowanie orientacji marketingowej w stosunku do zasobów dziedzictwa wymaga od jego oferentów podjęcia różnych działań, m.in. systematycznych badań rynku, tworzenia systemu informacji marketingowej, adaptacji zestawu instrumentów marketingu mix. Specyfika produktów dziedzictwa kulturowego a zwłaszcza ich usługowy charakter sprawia, że tradycyjna koncepcja marketingu mix jest niewystarczająca i napotyka na pewne ograniczenia zwłaszcza w odniesieniu do kanałów dystrybucji i cen produktów. Dlatego też niezbędne staje się jej rozszerzenie o dodatkowe komponenty, takie jak kwalifikacje i motywacje personelu oraz materialne warunki procesu świadczenia usług. Kapitał ludzki, jego zdolność do działań ekspansywnych, identyfikowania nisz rynkowych, kreowania i upowszechniania nowości jest podstawą na rynku dziedzictwa kulturowego.

Literatura

Gaweł Ł. [2011], *Szlaki dziedzictwa kulturowego. Teoria i praktyka zarządzania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Misiura S. [2006], *Heritage marketing*, Elsevier, Amsterdam.

Sobocińska M. [2008], *Zachowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Šmid W. [2002], *Marketing pod presją globalizacji. Nowe wartości, hierarchia potrzeb, zarządzanie, metamarketing*, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa.

Towse R. [2011], *Ekonomia kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Wróblewski Ł. [2012], *Strategie marketingowe w instytucjach kultury*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Monika Murzyn-Kupisz

Dziedzictwo kulturowe w kontekście rozwoju lokalnego

Wprowadzenie

Podczas rozpatrywania roli i potencjału dziedzictwa kulturowego w kontekście szeroko rozumianego rozwoju lokalnego istotne jest uwzględnienie kilku złożonych kwestii. Po pierwsze niezbędne jest zdefiniowanie zasobu, który ma być wzięty pod uwagę, a więc szerokiej gamy potencjalnych – materialnych i niematerialnych – składników dziedzictwa kulturowego. Po drugie celowe wydaje się rozważenie, kto (tj. jakie podmioty, jednostki czy instytucje) może wyrażać zainteresowanie dziedzictwem kulturowym oraz podejmować działania związane z jego współczesnym wykorzystaniem. Wreszcie, po wskazaniu, kim są interesariusze, należy określić, jaki cel im przyświeca, tj. przez pryzmat jakich wartości oraz płaszczyzn oddziaływania patrzą oni na dziedzictwo kulturowe. W niniejszym tekście odniosę się do dwóch ostatnich zmiennych[1].

Podmioty na rynku dziedzictwa kulturowego

Chcąc z sukcesem zrealizować jakiekolwiek przedsięwzięcie związane z dziedzictwem kulturowym, trzeba uwzględnić wielość interesariuszy procesu jego wykorzystywania, którzy wpływają na dziedzictwo kulturowe, oraz ich różne oczekiwania wobec tego, czy, w jakim celu i w jaki sposób może ono być przekształcane,

---

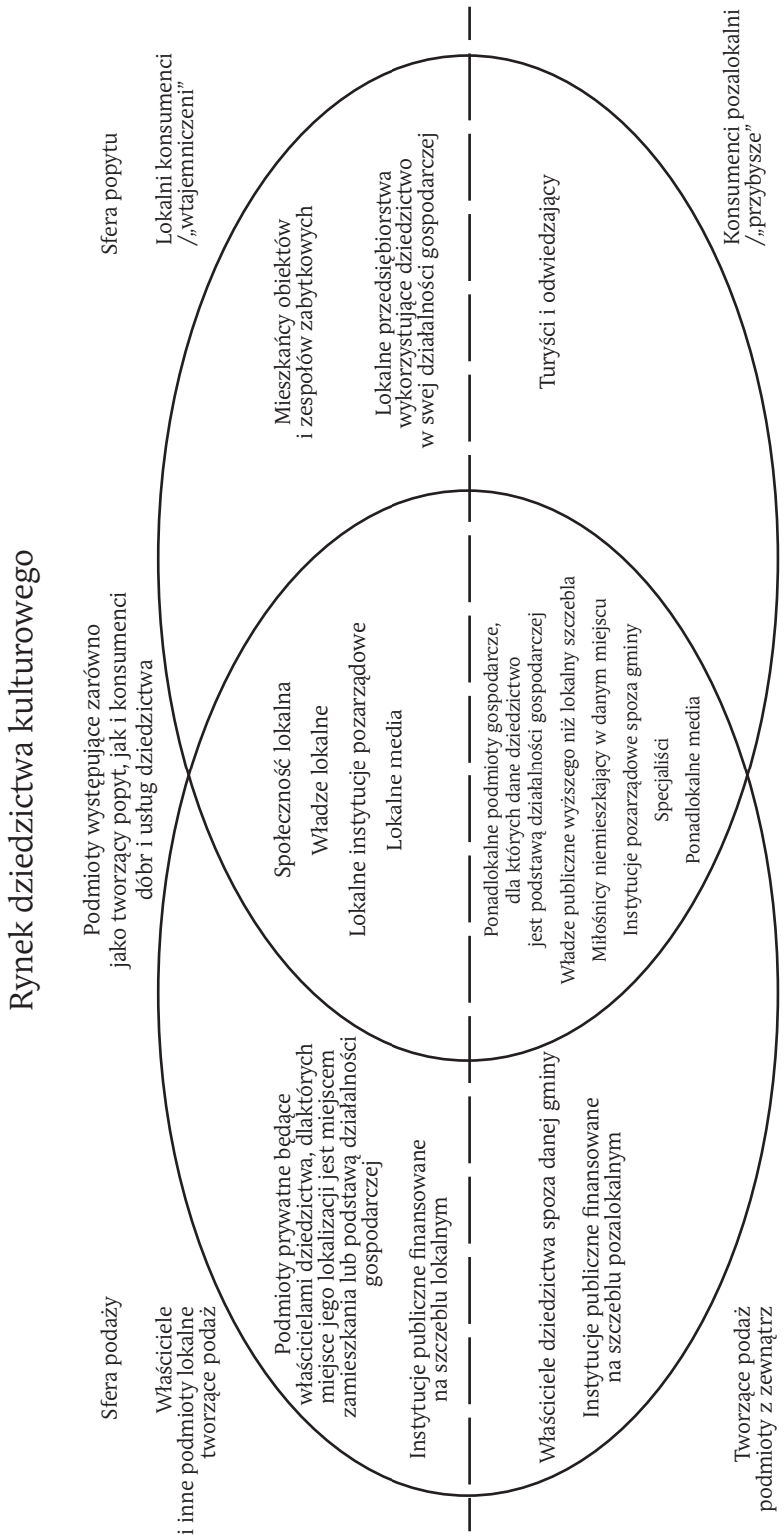
[1] Odnośnie do pierwszej ze wspomnianych zmiennych por. również w niniejszej publikacji: J. Purchla, *Dziedzictwo kulturowe*.

wykorzystywane i interpretowane dla rozmaitych współczesnych potrzeb – komercyjnych, społecznych, politycznych czy kulturalnych.

Wyróżnić można sześć zasadniczych grup podmiotów wpływających na dziedzictwo, zarówno jako producenci, jak i konsumenci (Schemat 1). Są to: • prawni właściciele dziedzictwa, • tzw. tutejsi lub wtajemniczeni (*insiders*), blisko związani emocjonalnie i geograficznie z miejscem (mieszkańcy obiektów i miejsc zabytkowych, szeroko rozumiana społeczność lokalna, w tym patrioci lokalni i miłośnicy zabytków, lokalni przedsiębiorcy i organizacje pozarządowe), • „obcy" (ang. *outsiders*) czasowo doświadczający danego dziedzictwa (np. odwiedzający, turyści, pielgrzymi), • naukowcy i specjaliści, ¡ władze publiczne różnego szczebla oraz • media [Howard, 2003; Murzyn-Kupisz, 2012a]. Krystyna Pawłowska i Magdalena Swaryczewska, patrząc z podobnej perspektywy, wymieniają dwie podstawowe grupy, tj. społeczność lokalną oraz przybyszów. W pierwszej grupie znajdują się mieszkańcy, właściciele i gospodarze, lokalni patrioci oraz przedsiębiorcy, w drugiej natomiast – miłośnicy, turyści oraz specjaliści. Łącznikiem pomiędzy nimi mogą być lokalni przywódcy i władze lokalne [Pawłowska, Swaryczewska, 2002, s. 72]. Gregory J. Ashworth dzieli natomiast użytkowników dziedzictwa na celowych i przypadkowych. Przykładowo, korzystającym z dziedzictwa historycznego miasta może być przypadkowy odwiedzający spoza regionu, turysta przybyły do miasta w celu poznania jego zabytków, mieszkaniec doświadczający dziedzictwa „mimochodem" w codziennym życiu lub też lokalny przedsiębiorca traktujący dziedzictwo jako źródło zarobkowania [Ashworth, 1991, s. 70]. Wreszcie, to samo dziedzictwo może być jednocześnie wykorzystywane do produkcji różnych dóbr i świadczenia różnorodnych usług oraz konsumowane przez różne segmenty rynku.

Jeszcze inny sposób patrzenia na podstawowe grupy podmiotów na rynku dziedzictwa to ich podział na sektor publiczny, prywatny oraz pozarządowy (przykład instytucji muzealnych, por. Wykres 1). Każdy z nich kieruje się odmiennymi motywacjami. Trzeba również wziąć pod uwagę fakt, iż podmioty te funkcjonują w różnych skalach przestrzennych – lokalnej, regionalnej, krajowej i międzynarodowej – w zależności od rodzaju dziedzictwa, jego renomy, statusu prawnego oraz pełnionych funkcji. Mogą to być zarówno podmioty, które zobligowane są do angażowania się w zarządzanie dziedzictwem (publiczne instytucje kultury, władze lokalne i regionalne, właściciele dziedzictwa zarządzający swoimi nieruchomościami, instytucje pozarządowe, których głównym celem jest ochrona lub popularyzacja dziedzictwa kulturowego), jak i takie, które z własnej woli, spontanicznie uczestniczą w zarządzaniu dziedzictwem kulturowym (grupy mieszkańców, niezorientowane na dziedzictwo organizacje pozarządowe, instytucje i przedsiębiorstwa prywatne, w tym firmy działające w sektorze turystyki).

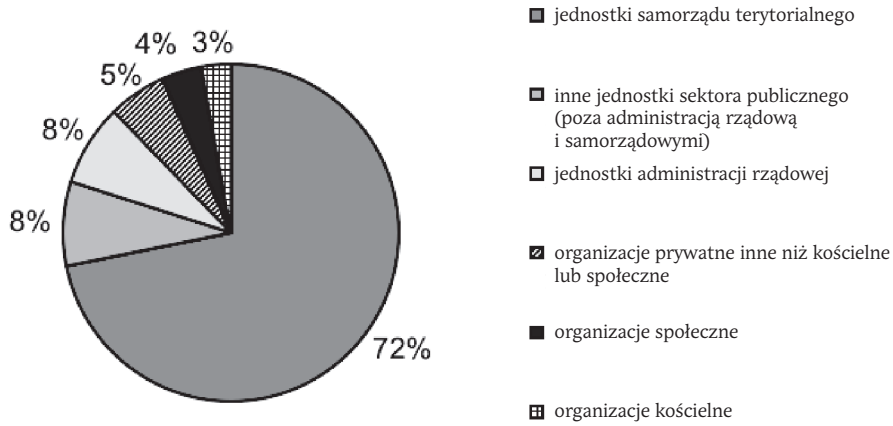
Schemat 1. Podmioty na rynku dziedzictwa kulturowego



Źródło: Murzyn-Kupisz [2012a, s. 43]

Dziedzictwo może stać się tym samym w równym stopniu polem współpracy, jak i konfliktów. Poszczególne podmioty na rynku dziedzictwa charakteryzują się bowiem odmiennym stosunkiem do ważnych aspektów debaty o dziedzictwie, tj. sposobów, możliwości i granic jego wykorzystania oraz interpretacji, m.in. kwestii autentyzmu tkanki, spełnianych funkcji, potrzeby interpretacji dziedzictwa lub też pozostawienia go do samodzielnego odczytywania, uznania za prywatne, lokalne lub publiczne. Co za tym idzie, różnią się także spojrzeniem na problem udostępniania dziedzictwa (wysokości kosztów owego dostępu i tego, kto powinien je ponosić). Mogą wreszcie być odmiennego zdania co do kluczowej kwestii, tj. uznania, czy dany obiekt lub wartość niematerialna są dziedzictwem czy też nie, oraz w różnym stopniu to dziedzictwo akceptować. Podmioty, wykorzystując dziedzictwo, dążą do realizacji różnych celów, np. zachowania tożsamości, doznań duchowych, legitymizacji władzy, budowania postaw patriotycznych, osiągnięcia zysku poprzez sprzedaż komercyjnych dóbr i usług, stworzenia wygodnej przestrzeni prywatnej, podniesienia prestiżu, promocji obszaru, rozrywki czy naukowego poznania.

Wykres 1. Właściciele i organizatorzy muzeów w Polsce w 2011 r. wg liczby przynależących do nich muzeów i oddziałów muzealnych



Źródło: Opr. własne na podstawie danych GUS

Wartości dziedzictwa kulturowego

Współczesne wielodyscyplinarne i całościowe spojrzenie na dziedzictwo kulturowe[2] prowadzi do rozpoznania wielości wartości, jakimi może się ono charakteryzować, obejmujących zarówno wartości kulturowe, jak i ekonomiczne [Throsby, 2010; *Valuing*..., 2002; Murzyn-Kupisz, 2012a] (Schemat 2). Na wartość kulturową dziedzictwa składają się m.in. różnorodne wartości artystyczne, estetyczne, historyczne, naukowe, duchowe oraz społeczne (patriotyzmu, swojskości, bycia u siebie, poczucia wspólnoty lokalnej, tożsamościowe itp.).

Schemat 2. Składowe wartości dziedzictwa kulturowego

Źródło: Murzyn-Kupisz [2012b, s. 136]

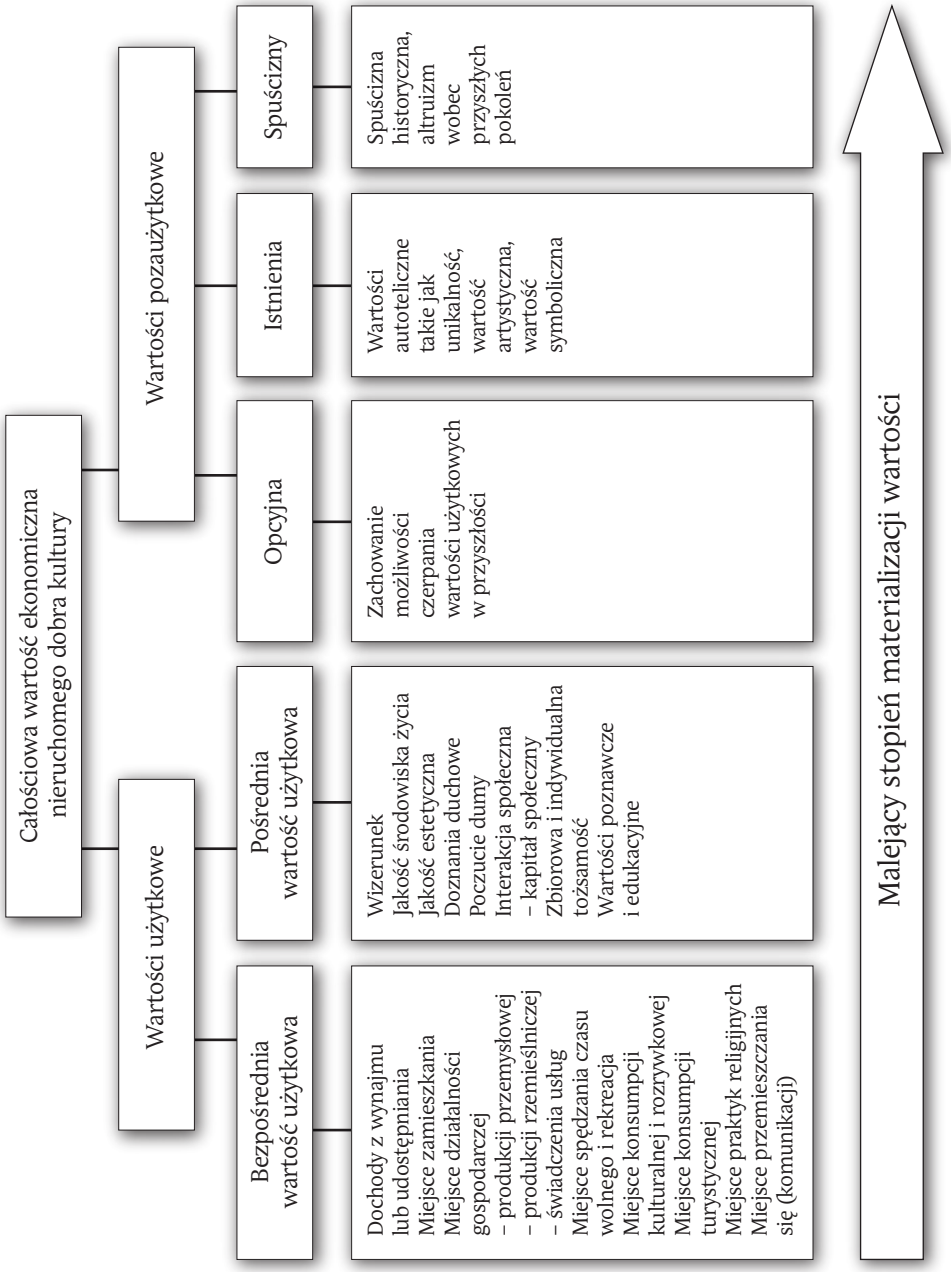
Z perspektywy ekonomii korzyści z zachowania i wykorzystania danego obiektu, zespołu lub przedsięwzięcia związanego z dziedzictwem kulturowym mogą być podzielone na **wartości użytkowe i pozaużytkowe – inaczej zwane pasywnymi** (w odniesieniu do nieruchomych dóbr kultury, por. Schemat 3). **Bezpośrednie wartości użytkowe** dotyczą wszystkich dóbr i usług, jakie wprost generuje dane miejsce, obiekt czy przedsięwzięcie związane z dziedzictwem kulturowym. Wartości te najczęściej można wyrazić poprzez cenę, np. opłata za wstęp do obiektu zabytkowego lub nocleg w obiekcie zabytkowym, cena nieruchomości zabytkowej, cena zakupu dzieła sztuki lub koszty poniesione w celu uzyskania dostępu do dziedzictwa i dojazdu do danego obiektu. Trudniejsze do oszacowania są **pośrednie wartości użytkowe** związane z aktualną „przydatnością" dziedzictwa, dostrzeganą w odniesieniu do jakości życia, doznań estetycznych i duchowych, a także kształtowania tożsamości indywidualnej i zbiorowej, przydatności edukacyjnej oraz utrzymania i wzmacniania kapitału społecznego.

Dobra kultury mogą być jednak cenne dla pojedynczych osób lub danych społeczności, nawet jeśli nie są bezpośrednio przez nie nabywane czy konsumowane. Wyróżnia się trzy podstawowe rodzaje wartości pozaużytkowych dziedzictwa kulturowego: **wartość istnienia**, **wartość opcyjna** oraz **wartość spuścizny**.

Po pierwsze, pojedyncze osoby lub społeczności mogą uznawać fakt istnienia jakiegoś składnika dziedzictwa kulturowego za wartość samą w sobie, nawet jeśli nie korzystają (i w przyszłości nie zamierzają korzystać) z niego bezpośrednio czy

[2] Ekonomika dziedzictwa kulturowego czerpie w tym zakresie z dorobku ekonomii ochrony środowiska i analiz dotyczących wartości zasobów naturalnych [*Valuing*..., 2002; Jeżowski, 2009].

Schemat 3. Wartości ekonomiczne nieruchomego dobra kultury



Źródło: Murzyn-Kupisz [2012b, s. 137]

na co dzień. Po drugie, dla wielu osób cenne jest zachowanie możliwości czerpania wartości użytkowych z dziedzictwa kulturowego, jeśli kiedyś (w bliżej nieokreślonej przyszłości) chcieliby z niego skorzystać, np. odwiedzając dane miejsce czy insty-

tucję dziedzictwa (*heritage institutions* – muzea, biblioteki, archiwa), chcieliby mieć „opcję" spędzenia tam czasu wolnego czy też pokazania dziedzictwa innym osobom (wartość opcyjna). Wreszcie, dla niektórych osób i zbiorowości istotna może być satysfakcja wynikająca z możliwości pozostawienia spuścizny kulturowej przyszłym pokoleniom, zarówno określonym osobom (np. spadkobiercom), jak i szeroko rozumianemu społeczeństwu (wartość międzypokoleniowa). W tym przypadku motywacją do zachowania dziedzictwa kulturowego może być altruizm i poczucie odpowiedzialności wobec przyszłych pokoleń. Niekiedy wyróżnia się dodatkowo wartości prestiżu oraz edukacyjne, które mogą też wpływać na cenę dóbr kultury.

W rozważaniach na temat wartości dóbr kultury zasadne wydaje się **odwołanie do ekonomicznych koncepcji dóbr publicznych oraz efektów zewnętrznych** [Murzyn-Kupisz, 2012a]. Niektóre składniki dziedzictwa kulturowego są wyłączalnymi dobrami prywatnymi (stanowiącymi własność osób i instytucji prywatnych), użytkowanymi i konsumowanymi przez ograniczoną liczbę osób (np. dzieło sztuki znajdujące się w prywatnej kolekcji nieudostępnianej szerszej publiczności). Jednak nawet w przypadku tych elementów dziedzictwa, które mogą być uznane za prywatne, państwowe regulacje prawne (nakazujące np. umożliwienie dostępu do obiektu wpisanego do rejestru zabytków administracji konserwatorskiej i badaczom, a także tworzące wymogi formalne co do zasad dysponowania obiektem i użytkowania go, podejmowania prac remontowych i adaptacyjnych) ograniczają w pewnym stopniu możliwość dowolnego dysponowania własnością. Ponadto, jak wspomniano wcześniej, brak możliwości bezpośredniej konsumpcji dobra kultury nie oznacza wcale, że pozostający w rękach prywatnych obiekt nie będzie uznany za godny zachowania i ceniony przez szeroką publiczność, znającą go np. z publikacji książkowych czy przekazów medialnych.

Większość elementów szeroko rozumianego dziedzictwa kulturowego nosi – w różnym stopniu – cechy mieszanych dóbr publicznych: mieszanych dóbr wspólnych lub dóbr klubowych. W przypadku dóbr wspólnych trudne (lub wręcz niemożliwe) jest wykluczenie z konsumpcji, możliwa jest natomiast rywalizacja w konsumpcji, szczególnie jeśli dane miejsce czy obiekt stanie się ważną atrakcją turystyczną. Może to powodować nadmierne zatłoczenie w wybranych miejscach i obiektach określanych mianem „dóbr publicznych ulegających zatłoczeniu" (*congestible public goods*). Najważniejsze instytucje muzealne, śródmieścia znanych metropolii czy zabytkowe miasteczka stanowiące cel peregrynacji turystycznych często takimi właśnie się stają. Historyczne place i ulice jako przestrzenie publiczne z założenia są ogólnodostępne (niewykluczające) i mogą służyć jednocześnie wielu osobom (nierywalizacyjne). Zbyt duża liczba osób skupionych w jednym miejscu może jednak znacząco obniżyć komfort i jakość „doświadczania" dziedzictwa, nie mówiąc już o zagrożeniu dla jego zachowania.

Ponadto w przypadku zabytkowego miasta czy też jego śródmieścia całość zespołu urbanistycznego tworzy większą wartość niż jego poszczególne części,

tj. pojedyncze obiekty architektury, place i ulice czy przestrzenie zielone. Korzyści, które przynosi jako złożona całość, nie da się w pełni zawłaszczyć, nawet jeśli każda pojedyncza część składowa jest prywatna lub jeśli dostęp do niektórych obiektów i przestrzeni jest płatny. Zatem nawet jeśli poszczególne budynki, których fasady tworzą pierzeje uliczne, należą do osób prywatnych, łożących własne środki finansowe na ich utrzymanie i odnowienie, i nawet jeśli właściciele ograniczą dostęp do ich wnętrz, to wiele osób nadal czerpać będzie użyteczność z istnienia owych obiektów w krajobrazie miasta bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów, np. oglądając oraz fotografując je czy siedząc w kawiarni, która znajduje się w otoczeniu zabytkowych obiektów. Turyści konsumują więc, często bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów, publiczne dobra wspólne, które utrzymywane są przez prywatnych właścicieli obiektów zabytkowych i które wspiera przez podatki społeczność lokalna. Tak więc często w odniesieniu do dziedzictwa kulturowego „nie da się pobrać opłaty od podmiotów konsumujących (czerpiących korzyści z dziedzictwa), z wyjątkiem dobrowolnych datków" [Peacock, Rizzo, 2008, s. 18]. Z drugiej strony możliwe jest wykluczenie z konsumpcji wielu nierywalizujących dóbr i usług dziedzictwa (tzw. dobra klubowe), np. poprzez ustalanie limitów osób odwiedzających dany obiekt zabytkowy, obowiązek wcześniejszego awizowania wizyty w obiekcie, a przede wszystkim pobieranie opłat za wstęp lub uzależnianie możliwości dostępu do obiektu czy miejsca od poniesienia kosztów świadczonych w nim usług (np. hotelowych, gastronomicznych).

W odniesieniu do dziedzictwa kulturowego, podobnie jak do przyrody, trudno jest określić rzeczywiste rozmiary rynku oraz „całej populacji, dla której dane dobro ma wartość" [*Valuing*..., 2002, s. 7] (tj. liczbę konsumentów danych dóbr i usług dziedzictwa), biorąc pod uwagę nie tylko te podmioty, które wniosły jakieś opłaty za jego konsumpcję, ale wszystkie podmioty czerpiące z niego użyteczność. Ze względu na to, że rynki prywatne są z reguły zorientowane na zysk, osoby i instytucje prywatne mogą nie być skłonne do produkcji dóbr i świadczenia usług, z których konsumpcji trudno jest kogokolwiek wykluczyć i których efekty znacznie wykraczają ponad to, co konsumowane jest bezpośrednio przez ponoszących koszty. Przykładowo, odnowa obiektu zabytkowego zazwyczaj przynosi korzyści nie tylko podmiotowi podejmującemu daną inwestycję, lecz także szerszej grupie osób: mieszkańcom (podnosząc estetykę ich miejsca zamieszkania i zachowując istotne wyznaczniki lokalnej tożsamości), przedsiębiorcom (pozwalając poszerzyć gamę oferowanych przez nich usług, np. turystycznych), właścicielom innych nieruchomości w otoczeniu obiektu (wpływając na wizerunek obszaru i ceny nieruchomości), samorządowi lokalnemu (ułatwiając promocję miejsca), miłośnikom dziedzictwa (dla których istotna jest wartość dziedzictwa jako spuścizny kulturowej).

Tego typu oddziaływanie przedsięwzięć związanych z dziedzictwem kulturowym można zatem rozpatrywać z perspektywy korzystnych **efektów zewnętrznych**. Odpowiada ono bowiem przyjętej w ekonomii definicji efektu zewnętrznego – czyli powstającego wtedy, gdy podjęcie (w sposób niezamierzony lub

„uboczny") przez jednostkę decyzji o produkcji lub konsumpcji przynosi korzyści innym jednostkom, wywierając wpływ na ich konsumpcję lub produkcję inaczej niż za pośrednictwem cen rynkowych. W przypadku przedsięwzięć związanych z dziedzictwem kulturowym koszty krańcowe inwestora są zarazem społecznymi kosztami krańcowymi, jednak społeczna użyteczność krańcowa często przekracza prywatne korzyści inwestora. I odwrotnie – na skutek zniszczenia obiektu zabytkowego, jego nieodpowiedzialnego lub niekorzystnego użytkowania (w szerszym kontekście lokalnym) mogą powstawać niekorzyści zewnętrzne, negatywnie przekładające się na możliwości świadczenia usług przez inne podmioty czy jakość życia mieszkańców. Są to koszty społeczne, często nieodczuwane przez danego przedsiębiorcę czy właściciela.

Wspomniana niedoskonałość rynku może prowadzić do niedostatecznej podaży niewyłączalnych dóbr mieszanych dziedzictwa, nawet jeśli istnieje na nie spore zapotrzebowanie społeczne oraz świadomość korzyści, jakie mogą przynieść. Niedoskonałość ta może być jedynie w pewnym stopniu zredukowana przez organizacje pozarządowe. Podobnie jak w przypadku ochrony przyrody, uzasadnia ona konieczność podjęcia działań publicznych, w tym łożenia publicznych środków finansowych na przedsięwzięcia związane z dziedzictwem kulturowym. Przykładem prób zaradzenia problemowi korzystnych efektów zewnętrznych z perspektywy inwestorów są m.in. programy (wprowadzone już w wielu miastach w Polsce) dofinansowywania przez samorządy renowacji prywatnych obiektów zabytkowych, zwłaszcza ich fasad, na wybranych obszarach miast lub zwolnienia z podatku od nieruchomości właścicieli budynków, w których wykonano prawidłowy remont elewacji zabytkowej. I odwrotnie – pobieranie od odwiedzających opłat za sam pobyt w miejscu (opłata miejscowa) może być widziane jako próba wymuszenia na nich internalizacji niektórych generowanych niekorzyści zewnętrznych (hałas, tłok, zagrożenie ekologiczne, ryzyko „zadeptania" obiektów zabytkowych). W odniesieniu do obszarów skupienia pewnego typu obiektów zabytkowych i zabytków zaadaptowanych do podobnych funkcji lub szlaków kulturowych stworzonych w oparciu o nie mogą także występować korzyści zewnętrzne sieci.

Jeszcze inną koncepcją, która może być przydatna do wyjaśnienia wyjątkowej wartości obiektów zabytkowych, jest uznanie ich za tzw. **dobra społecznie pożądane**. Tego typu dobra, inaczej określane jako dobra społecznie wartościowe, definiowane są jako te, które w efekcie działań publicznych lub prywatnych mogą przynosić nie tylko jednostkowe (prywatne), lecz także szersze korzyści dla danej społeczności czy społeczeństwa jako takiego. Korzystne jest, gdy są one społeczeństwu zapewniane, nawet jeśli większość jego członków nie posiada dogłębnej wiedzy o potrzebie ich istnienia czy konsumowania i nie ma świadomości pozytywnych efektów zewnętrznych dziedzictwa lub kieruje się krótkoterminowymi przesłankami. Przykładowo, zgodnie z ustaleniami ustawowymi zadaniem władz samorządowych w Polsce jest dbanie o ład przestrzenny i krajobraz, jako pewnego rodzaju dobro wspólne, którego zachowanie i odpowiednie kształtowanie jest ko-

rzystne dla ogółu społeczeństwa. Nie ma znaczenia to, że większość jego członków nie czuje potrzeby harmonijnego kształtowania krajobrazu lub cechuje się krótkowzrocznością i bierze pod uwagę tylko jednostkowy interes lub doraźne zyski z konkretnej inwestycji budowlanej. I odwrotnie – zakłócanie bądź zniszczenie harmonii krajobrazu kulturowego (np. przez wznoszenie obiektów niedostosowanych formą i skalą do historycznego kontekstu miejsca) może być rozumiane jako tzw. dobro społecznie niepożądane (zło społeczne). Władze publiczne nie powinny dopuszczać do takich działań.

Relacje pomiędzy wartościami kulturowymi i ekonomicznymi mogą się przy tym bardzo różnie kształtować. W przypadku pewnych dóbr kultury (dzieł artystów o światowej renomie, obiektów nieruchomych z najbardziej znanych zespołów zabytkowych) wysoka wartość kulturowa często koresponduje z wysoką wartością ekonomiczną. Bywa jednak odwrotnie, tj. obiekty o wysokiej wartości kulturowej mają niską wartość ekonomiczną – ze względu na zły stan zachowania, brak akceptacji lub wiedzy społeczeństwa o ich unikalności, niski prestiż czy trudności w adaptacji do współczesnych funkcji. Niekiedy następuje przewartościowanie ekonomiczne dobra kultury, gdy zostaje odkryta i uwypuklona jego wartość kulturowa – np. atrybucja dzieła sztuki znanemu artyście, jego datowanie starsze niż uznawano. I odwrotnie – przydanie wartości ekonomicznej niektórym obiektom sprawia czasem, iż ludzie dostrzegają ich wartości kulturowe. Wycena ekonomiczna obiektu ruchomego uznawanego za niepotrzebny (np. stary mebel ze strychu) dokonana przez rzeczoznawcę i wyższa od oczekiwań właściciela może sprawić, iż spojrzy on na swoją własność z nowej perspektywy, dostrzeże jej piękno i wyjątkowość, a przez to może bardziej doceni powiązanie z rodzinną lub lokalną przeszłością [Murzyn-Kupisz, 2012b].

Potencjalne płaszczyzny oddziaływania dziedzictwa kulturowego na rozwój społeczno-gospodarczy w skali lokalnej

Na współczesne wykorzystanie dziedzictwa można spojrzeć z perspektywy krótko- i średnio- lub długoterminowej, zawsze jednak trzeba brać pod uwagę szerszy społeczno-ekonomiczny kontekst jego funkcjonowania. Wyróżnić można sześć podstawowych płaszczyzn, które należy uwzględnić, rozpatrując potencjalne oddziaływanie dziedzictwa na procesy rozwojowe (szczegółowo przedstawia je Schemat 4).

Po pierwsze, istotne mogą być efekty ekonomiczne, jakie powoduje dziedzictwo w krótkiej lub średniookresowej perspektywie – pozyskiwanie dochodów i tworzenie miejsc pracy bezpośrednio dzięki działalnościom związanym z zachowaniem, udostępnianiem i interpretacją dziedzictwa kulturowego, ich efektami mnożnikowymi, wpływem na przychody i wydatki sektora publicznego oraz na rynek nieruchomości. Rozpatrując znaczenie gospodarcze danego obiektu dziedzictwa czy też projektu związanego z odnową, zachowaniem i udostępnieniem dziedzictwa materialnego, a także uwzględniając specyfikę tego rodzaju przedsięwzięć, wyróżnić można:

a) bezpośrednie efekty ekonomiczne oraz efekty mnożnikowe (dochodowe i zaopatrzeniowe) generowane przez dany obiekt zabytkowy lub opartą o dziedzictwo kulturowe działalność instytucji i firm;

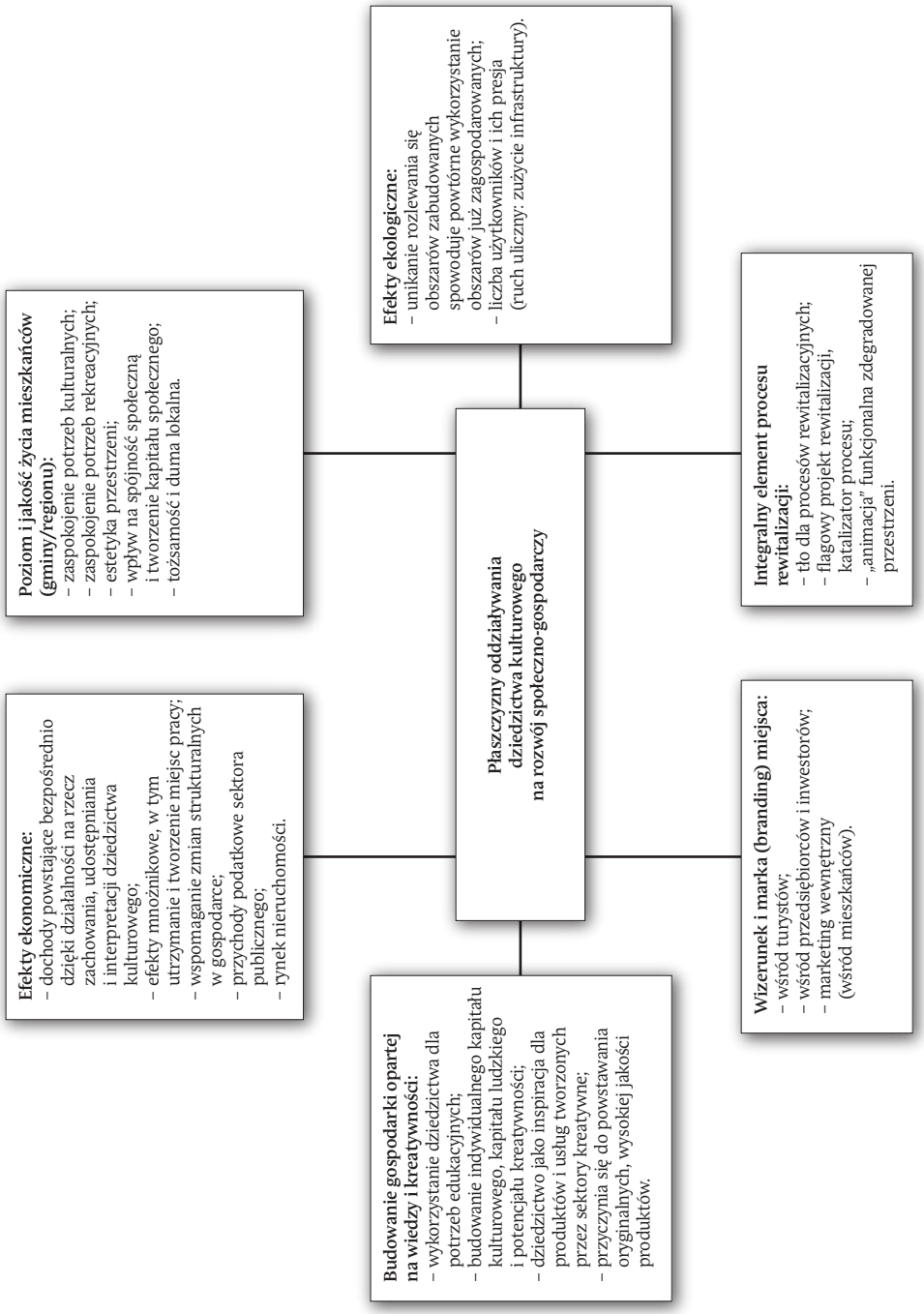
b) efekty mnożnikowe (dochodowe i zaopatrzeniowe) powstające czasowo w trakcie realizacji danej inwestycji konserwatorsko-budowlanej;

c) efekty mnożnikowe powstające w sektorze turystyki (mnożnik turystyczny) dzięki istnieniu oraz udostępnianiu obiektów i miejsc dziedzictwa.

Obiekty i zespoły zabytkowe mogą **bezpośrednio przyczyniać się do tworzenia przychodów na danym obszarze** (np. przychody z biletów wstępu oraz bezpośredniego, odpłatnego świadczenia innych usług, takich jak lekcje i warsztaty muzealne, usługi przewodnickie, usługi związane z wyceną obiektów zabytkowych, przychody ze sprzedaży publikacji oraz pamiątek, usług gastronomicznych, noclegowych, finansowych czy prawnych świadczonych przez daną firmę w obiekcie zabytkowym, wynajem powierzchni na cele konferencyjne, koncertowe, sesje zdjęciowe i filmowe). Do tego typu przychodów zaliczyć można także te z wynajmu lokali w obiektach zabytkowych na cele mieszkalne, handlowe czy biurowe. Nie zawsze równoważą one koszty utrzymania danego obiektu, lecz np. w przypadku publicznych instytucji kultury pozwalają na wypracowanie dodatkowych środków finansowych, uzupełniających dotację od organizatora, przyczyniając się tym samym do obniżenia kosztów funkcjonowania instytucji lub podniesienia jakości i poszerzenia zakresu świadczonych usług. W przypadku podmiotów prywatnych mogą stanowić podstawę ich funkcjonowania.

Dziedzictwo **bezpośrednio przyczynia się do powstawania oraz utrzymywania miejsc pracy** w jednostkach i przedsiębiorstwach zajmujących się gromadzeniem, dokumentowaniem i udostępnianiem publiczności obiektów i miejsc zabytkowych oraz w służbach publicznych związanych z konserwacją i planowaniem przestrzennym. Instytucje te generują zapotrzebowanie na wysoko wykwalifikowany personel merytoryczny. Często zatrudniają też liczny, średnio i nisko kwalifikowany personel obsługi (techniczny, ochrony, służby porządkowe, obsługa odwiedzających itp.). Przykładowo, w 2003 roku instytucje (muzea, biblioteki, archiwa) i obiekty dziedzictwa we Francji zatrudniały łącznie ponad 68 tys. osób. Każde 10 tysięcy odwiedzających instytucje dziedzictwa przyczyniało się przy tym

Schemat 4. Potencjalne płaszczyzny oddziaływania dziedzictwa kulturowego na rozwój społeczno-gospodarczy



Źródło: Murzyn-Kupisz [2012a, s. 82]

do utrzymania średnio 1,15 stałych miejsc pracy oraz tworzenia 0,15 dorywczych miejsc pracy w tych instytucjach [Greffe, 2004]. W 2011 roku liczba pracujących w muzeach, bibliotekach, instytucjach paramuzealnych i archiwach w Polsce wynosiła 66,2 tys. osób, w tym 71% zatrudnionych stanowili pracownicy merytoryczni (Tabela 1). W wielu krajach instytucje dziedzictwa są ponadto istotnym miejscem nieodpłatnej, nierzadko bardzo profesjonalnej aktywności wolontariuszy, przynosząc korzyści zarówno ekonomiczne, jak i społeczne (Wykres 2).

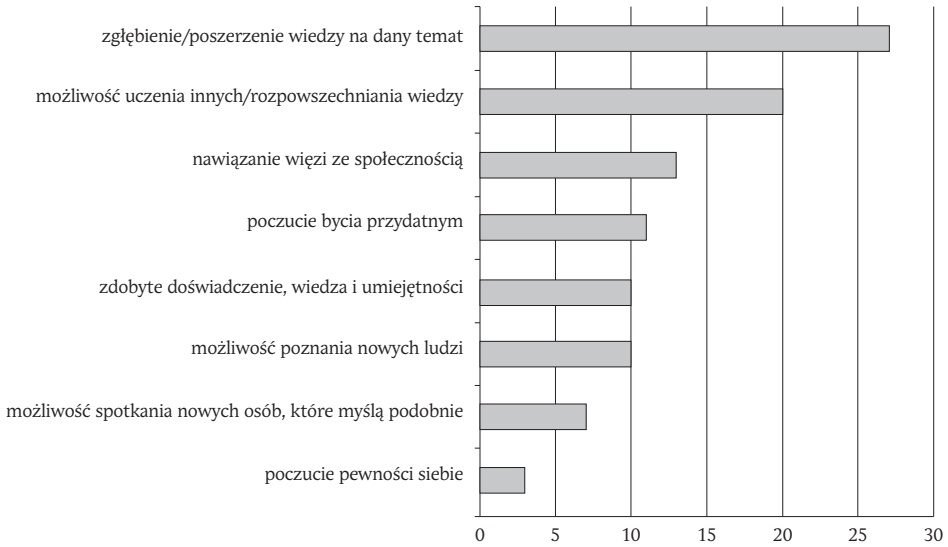
Tabela 1. Pracujący w muzeach, bibliotekach, instytucjach paramuzealnych oraz archiwach w Polsce w 2011 r. (zatrudnieni na podstawie stosunku pracy, stan w dn. 31.12)

<table>
<tr><th></th><th>Muzea</th><th>Biblio-teki</th><th>Instytucje paramuzealne</th><th>Archiwa*</th><th>Razem</th></tr>
<tr><td>Ogółem w tym:</td><td>14025</td><td>48178</td><td>2435</td><td>1597</td><td>66235</td></tr>
<tr><td>Pracownicy merytoryczni</td><td>5681</td><td>39225</td><td>859</td><td>1077</td><td>46842</td></tr>
<tr><td>Pracownicy administra-cyjni</td><td>2775</td><td rowspan="2">8953</td><td>498</td><td>243</td><td rowspan="2">19151</td></tr>
<tr><td>Pracownicy obsługi/tech-niczni</td><td>5452</td><td>953</td><td>277</td></tr>
</table>

* Liczba pracowników w podziale wg rodzaju pracowników zatrudnionych w archiwach częściowo na podstawie szacunków.

Źródło: Murzyn-Kupisz [2012a, s. 111]

Wykres 2. Najistotniejsze korzyści wg wolontariuszy osiągnięte dzięki pracy w instytucjach dziedzictwa w Wielkiej Brytanii



Źródło: Naylor i in. [2009]

Znaczące mogą być **efekty mnożnikowe** wszelkiego typu **prac konserwatorsko-remontowych** w historycznych obiektach i przestrzeniach **zaistniałe w trakcie ich realizacji**, bez względu na późniejsze przeznaczenie tych obiektów (mieszkalne, sakralne, kulturalne, turystyczne, biurowe itp.). Prace te stwarzają zapotrzebowanie na usługi firm konserwatorskich i remontowych (zarówno małych firm rodzinnych, jak i większych przedsiębiorstw), a także firm zaopatrujących w materiały konserwatorskie i budowlane. Pośrednio wpływają więc na zatrudnienie w przedsiębiorstwach produkujących materiały niezbędne w konserwacji (np. artykuły pozłotnicze, rzeźbiarskie, malarskie) oraz tradycyjne materiały budowlane (często pozyskiwane lokalnie lub wymagające znajomości dawnych, niemasowych technik wyrobu, np. warsztaty kamieniarskie, wyrób kafli, dachówek, gontów). Wywołują więc zarówno efekty zaopatrzeniowe, jak i dochodowe – tym większe, im więcej materiałów nabywanych jest lokalnie, a prace zlecane są firmom z okolicy. Będą więc większe na tych obszarach, gdzie zachowały się tradycyjne umiejętności rzemieślnicze, czy też tam, gdzie istnienie dużego ośrodka szkoleniowego i naukowego powoduje koncentrację osób o umiejętnościach konserwatorskich. Obszary o dużym nagromadzeniu obiektów zabytkowych najwyższej klasy będą same z siebie przyciągały tego typu przedsiębiorstwa (np. Florencja czy Kraków). Zanik tradycyjnych umiejętności rzemieślniczych na danym terenie, zaprzestanie wyrobu tradycyjnych materiałów budowlanych lub brak specjalistycznych firm konserwatorskich będzie natomiast oznaczał osłabienie efektów mnożnikowych w trakcie realizacji projektów związanych z dziedzictwem. Ponadto w wielu przypadkach lokalne złoża materiałów budowlanych (np. kamienia) są ograniczone albo ich jakość nie jest najlepsza. Powoduje to konieczność sprowadzania materiałów z zewnątrz, a niekiedy od wieków istnieje tradycja takiego importu.

Pracownicy prowadzący prace konserwatorsko-budowlane, zatrudniani w lokalnych przedsiębiorstwach, przyczyniają się natomiast do efektów dochodowych (poprzez lokalne wydatki konsumpcyjne), stymulując utrzymanie i powstawanie działalności handlowych i usługowych dla ludności na danym terenie. Choć większość biur architektonicznych nie koncentruje się jedynie na projektach odnowy obiektów zabytkowych, dla niektórych tego typu zlecenia stanowią istotny segment rynku projektów architektonicznych. Projektowanie wystaw i wyposażenia wnętrz zabytkowych jest także segmentem ogólnego rynku projektowania wnętrz. Przykładowo, we Francji usługi architektoniczne związane z projektami konserwatorskimi stanowią około 4% całego rynku projektowania architektonicznego [Greffe, 2004, s. 302]. Badania archeologiczne na danym terenie, często wymagane przed podjęciem prac budowlanych, dają możliwość zatrudnienia wielu osób wykształconych w tym kierunku. Przykładem może być zwiększone zapotrzebowanie na usługi archeologiczne, obserwowane w Polsce w ostatnich latach w związku z programem budowy autostrad.

Efekty pojedynczych inwestycji w trakcie ich realizacji są ograniczone do okresu trwania prac konserwatorsko-budowlanych, jednak ze względu na ciągłą potrzebę prowadzenia jakichś prac na terenach zasobnych w obiekty zabytkowe, istnieje długoterminowe zapotrzebowanie na usługi specjalistycznych firm. Prace przy historycznych obiektach mogą także stanowić istotny aspekt działalności firm ogólnobudowlanych. Prace związane z odnową i konserwacją obiektów zabytkowych często wymagają przy tym lepszych umiejętności i bardziej wyspecjalizowanych fachowców niż standardowe prace budowlane, są też z reguły bardziej pracochłonne.

Obliczono na przykład, że w Stanach Zjednoczonych na 1 mln USD przeznaczony na odnowę zabytkowych obiektów o charakterze mieszkalnym tworzy się lub utrzymuje podobną ilość miejsc pracy jak w branży wydawniczej, natomiast znacząco więcej, niż gdyby ta sama suma została wydana w branży farmaceutycznej czy elektronicznej. Wydatek 1 mln USD na prace konserwatorsko-remontowe generuje też największe przychody oraz podatki stanowe i lokalne, podczas gdy wytworzone PKB porównywalne jest z powstałym dzięki działalności wydawniczej [Listokin i in., 1998, s. 459]. W Polsce oszacowano, że w 2000 roku podczas realizacji prac konserwatorskich przy zabytkach wpisanych do rejestru powstało zapotrzebowanie na 161,6 tys. miejsc pracy (średnio na okres dwóch miesięcy), większość z nich (85,5%) przy realizacji robót związanych z obiektami nieruchomymi [Jaskanis, Kościelecki, 2002].

W skali gminy pośrednie oddziaływanie dziedzictwa na rynek pracy może być przy tym większe niż jego wpływ na zatrudnienie w turystyce, które jest łatwiej dostrzegalne. Przykładowo, w prowansalskim Arles – liczącym około 53 tys. mieszkańców – 450 miejsc pracy związanych jest z obsługą turystyczną, natomiast około 700 osób zatrudnionych jest w usługach budowlanych związanych z konserwacją obiektów zabytkowych [Greffe i in., 2005, s. 62].

Przede wszystkim jednak pod uwagę trzeba wziąć **efekty mnożnikowe występujące wskutek użytkowania i prowadzenia działalności w już odnowionych obiektach i miejscach zabytkowych** udostępnianych na różnych warunkach, czy to jako publiczne obiekty kultury, czy jako miejsca świadczenia usług przez podmioty prywatne. Bez względu na charakter własności obiekty te wymagają bowiem nabywania różnego typu dóbr i usług z zewnątrz, powodując efekty zaopatrzeniowe, np. opłaty za media, takie jak gaz i elektryczność (często bardzo wysokie w obiektach zabytkowych), usługi związane z ochroną, utrzymaniem czystości oraz bieżącymi naprawami. Publiczne instytucje dziedzictwa tworzą popyt na rozliczne usługi zewnętrzne: inwentaryzacyjne, informatyczne (w tym związane z digitalizacją zbiorów), finansowe, prawne, związane z ochroną zbiorów i wyposażeniem wnętrz ekspozycyjnych, wydawnicze, reklamowe itp. Przedsiębiorstwa świadczące komercyjne usługi w obiektach zabytkowych także generują zapotrzebowanie na towary i usługi niezbędne w ich codziennej działalności. Zatrudniając pracow-

ników rekrutowanych lokalnie, powodują natomiast wspomniane już wcześniej efekty dochodowe. Na przykład w Wielkiej Brytanii 1 GBP wydany na odnowę obiektów i miejsc zabytkowych generuje średnio 1,60 GBP w lokalnej gospodarce w ciągu dziesięciu lat, a w przypadku projektów zorientowanych bezpośrednio na stworzenie atrakcji dla odwiedzających – 1,70 GBP [*Heritage*..., 2010].

Wreszcie, miejsca i obiekty dziedzictwa – przyciągając konsumentów z zewnątrz – wspierają rozwój różnorodnych usług turystycznych, wywołując **mnożnik turystyczny**. Turyści przybywający do danego miejsca korzystają z dóbr i usług poza samymi obiektami dziedzictwa, tworząc popyt na usługi noclegowe, gastronomiczne, parkingowe i transportowe, przewodnickie, fotograficzne, informacyjne oraz handlowe (sklepy z pamiątkami, spożywcze, księgarnie, stacje paliw itp.). Korzystają także z innych usług związanych z szeroko rozumianym spędzaniem czasu wolnego. Podobnie jak w przypadku usług konserwatorskich, im więcej potrzeb turystów może być zaspokojonych przez lokalne firmy i lokalnych mieszkańców w najbliższej okolicy obiektów czy miejsc dziedzictwa, tym większy mnożnik w skali lokalnej, związany z efektami zaopatrzeniowymi oraz dochodowymi funkcjonowania tych firm. Nie bez znaczenia będzie zatem to, gdzie owe firmy się zaopatrują – np. czy hotele korzystają z usług lokalnych pralni, firm ochroniarskich oraz czy nabywają lokalnie produkowaną żywność, albo czy placówki turystyczne sprzedają prawdziwe pamiątki regionalne, czy też produkowane masowo i importowane z zagranicy.

Przykładowo w 2010 roku w Wielkiej Brytanii oszacowano, iż turystyka dziedzictwa przyczynia się bezpośrednio do tworzenia 4,3 mld GBP PKB rocznie i utrzymania 113 tys. miejsc pracy (uwzględniając obszary zielone – 195 tys. miejsc pracy). Obecnie jest to więcej niż wkład przemysłu tekstylnego (3,4 mld GBP) lub drzewnego (3,2 mld GBP) w brytyjskie PKB, a tylko niewiele mniej niż wkład przemysłu motoryzacyjnego (5,5 mld GBP). Biorąc pod uwagę efekty mnożnikowe, turystyka dziedzictwa przyczyniła się natomiast do utworzenia 270 tysięcy miejsc pracy, a jej wkład w PKB wyniósł 11,9 mld GBP [*Economic*..., 2010, s. 11, 25].

Całościowe efekty ekonomiczne mogą być bardzo istotne w skali danej gminy lub konkretnego obszaru. Przykładem może być adaptacja, zrealizowana w ostatnich latach w Kotlinie Jeleniogórskiej, wielu zespołów pałacowo-parkowych na obiekty hotelowo-gastronomiczne. Łączna liczba osób, które odwiedziły subregion w 2009 roku i nocowały w pałacach Kotliny, oszacowana została na co najmniej 26,5 tys. osób. W skali roku turyści ci wydali poza miejscem noclegu (pałacami) prawie 12 mln złotych, ogółem wydając w regionie ponad 27 mln zł. Osiem rezydencji z tego regionu, pełniących funkcje turystyczne, dało możliwość zatrudnienia ponad 340 osób – 172 miejsca pracy powstałe w samych pałacach przyczyniły się bowiem do utrzymania lub powstania dodatkowych 169 miejsc pracy w rozmaitych działalnościach gospodarczych w otoczeniu, zarówno związanych z tu-

rystyką, jak i obsługą przedsiębiorstw oraz ludności (wartość mnożnika – 1,983) [Murzyn-Kupisz 2012a, s. 252].

W przypadku nowej oferty (kulturalnej, rekreacyjnej) stworzonej dzięki projektowi związanemu z dziedzictwem kulturowym do efektów mnożnikowych można także zaliczyć **przychody z obsługi lokalnych konsumentów, którzy wcześniej zaspokajali swoje potrzeby poza miejscem zamieszkania, a teraz dzięki danej inwestycji zaspokajają więcej potrzeb we własnej miejscowości**.

Dzięki dziedzictwu istnieją również różnorodne **miejsca pracy we wszystkich działalnościach, dla których dziedzictwo jest źródłem inspiracji i punktem odniesienia**. Choć wiele instytucji zajmujących się dziedzictwem nie działa dla osiągnięcia zysku, ich funkcjonowanie powoduje rozliczne pośrednie efekty ekonomiczne. Dotyczy to wpływu dziedzictwa na współczesną działalność artystyczną i rzemieślniczą (np. wyroby z drewna, biżuteria, ceramika, koronki), jego wykorzystania przez tzw. sektor kreatywny (np. działalność filmowa, wydawnicza, reprodukcje dzieł sztuki, projektowanie mody), a także działalność produkcyjną innego typu (np. przemysł tekstylny, ceramiczny, meblarski, spożywczy, produkcja pamiątek i zabawek).

Efektem popularyzacji dziedzictwa danego miejsca może być również **wzrost eksportu produktów lokalnych**, np. wyrobów rzemieślniczych czy kulinarnych. Zdobyte na miejscu umiejętności konserwatorskie mogą natomiast być **wykorzystane podczas świadczenia usług poza danym miastem czy regionem**, np. usługi konserwatorskie dla pozalokalnych klientów świadczone przez specjalistów z Florencji. Wreszcie, znajdujące się z dala od danego regionu obiekty dziedzictwa mogą przyczyniać się do **eksportu pewnego typu produktów** niezbędnych przy ich odnawianiu oraz wznoszeniu nowych obiektów inspirowanych formami z przeszłości. Znaczący jest ponadto potencjał wykorzystania dziedzictwa – w ramach **ekonomii społecznej** – w przedsięwzięciach, które w harmonijny sposób mogą łączyć cele aktywizacji zawodowej społeczności lokalnej oraz ochrony lokalnego krajobrazu kulturowego [*Wkład firm*..., 2008; Murzyn-Kupisz, 2012a].

Trzeba też podkreślić, że **część dochodów generowanych przez obiekt zabytkowy może być przeznaczana na dalsze prace konserwatorsko-remontowe**, powodując dodatkowe czasowe efekty mnożnikowe. Prowadzenie działalności w obiektach zabytkowych może natomiast przyczynić się do zwiększenia przychodów podatkowych sektora publicznego. Nawet w przypadku instytucji publicznych część dotacji celowej dla instytucji dziedzictwa „wraca" w postaci podatków do budżetu państwa. Z drugiej strony liczne obiekty zabytkowe znajdujące się pod opieką władz publicznych generują wysokie koszty utrzymania, podczas gdy z ich efektów zewnętrznych korzystają zarówno podmioty lokalne, jak i pozalokalne.

Realizacja prac konserwatorsko-remontowych w zabytkowych obiektach może też prowadzić do istotnych **pośrednich efektów ekonomicznych związanych z rynkiem nieruchomości**. Poprawa estetyki otoczenia i rosnąca świadomość

jego unikalności, a także spodziewane zyski z obsługi turystów mogą spowodować wzrost prestiżu obszaru. To z kolei przyczynia się do wzrostu cen nieruchomości w pobliżu odnawianego obiektu zabytkowego lub na terenie rewitalizowanego zabytkowego zespołu urbanistycznego, w tym nieruchomości, które same w sobie zabytkowe nie są, lecz ich właściciele i użytkownicy „korzystają" z wyjątkowych, podkreślonych przez odnowę, cech otoczenia. Jeśli nasili się efekty „pasażera na gapę", a więc wiele osób i podmiotów skorzysta z efektów projektu bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów, to w ostatecznym rozrachunku inwestycja może nie przynieść inwestorowi dużych korzyści ani też nie musi przełożyć się na ożywienie większego obszaru poprzez stymulowanie odnowy budynków w otoczeniu już odnowionego obiektu. Na obniżenie cen nieruchomości na danym obszarze mogą natomiast wpływać pewne ograniczenia w przekształcaniu nieruchomości na zabytkowym terenie (np. w strefie ochrony konserwatorskiej) czy też jego zła sława związana z tym, iż zaniedbane lokale często zamieszkiwane są przez mniej zamożne grupy społeczne.

Pozytywny i długofalowy wpływ działań związanych z dziedzictwem na rozwój lokalny zależny jest m.in. od ich stałości i długoterminowości oraz stopnia zaangażowania społeczności lokalnej – zarówno w świadczenie usług turystycznych, jak i w korzystanie z dziedzictwa w innych celach (ekonomicznych i pozaekonomicznych). Znaczenie ma też zdolność danego obszaru do wytwarzania niezbędnych dóbr i usług oraz istnienie powiązań i współzależności pomiędzy różnymi działalnościami (związanymi z dziedzictwem) prowadzonymi na tym obszarze.

Oczekując, iż obiekty i instytucje dziedzictwa będą przynosić pozytywne efekty ekonomiczne, trzeba brać pod uwagę **położenie geograficzne i dostępność komunikacyjną danego miejsca, skalę i markę obiektu (instytucji) oraz wielkość miejscowości**, w której się znajduje. Zupełne inne będą uwarunkowania ekonomicznego oddziaływania muzeum o randze światowej, zlokalizowanego w dużym mieście lub znajdującego się w miejscu wpisanym na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO niż małego muzeum lokalnego. Prawidłowością jest to, że im mniejsza miejscowość, tym większy będzie stopień tzw. wyciekania efektów mnożnikowych działalności związanych z dziedzictwem kulturowym. W małej gminie, ukierunkowanej w znacznym stopniu na turystyczne wykorzystanie dziedzictwa, bezpośrednie efekty ekonomiczne, jakie tworzy to dziedzictwo, mogą więc być duże, a efekty mnożnikowe – małe. Efekty mnożnikowe są też naturalnie zależne od skali inwestycji i umiejętności stworzenia kompleksowego produktu turystyki kulturowej, np. połączenia obiektów w ramach szlaku kulturowego. Pojedyncze obiekty, które nie generują silnych efektów, wspólnie mogą tworzyć odpowiednią ofertę przyciągającą większą liczbę turystów i zatrzymującą ich na dłużej, a więc i stymulującą wzrost dochodów.

Na skalę efektów ekonomicznych udostępniania i pokazywania turystom dziedzictwa znacząco wpływa **charakter ruchu turystycznego** – wielkość i rodzaj

głównych segmentów rynku oraz czas pobytu turystów w danym miejscu. Większa liczba odwiedzających niekoniecznie przekłada się na większe przychody z turystyki, może natomiast powodować pogorszenie jakości zwiedzania oraz stanu zachowania samego dziedzictwa, zniechęcając jednocześnie innych turystów, którzy przywiązują do tego wagę. Polityka przyciągania jak największej liczby turystów niskimi cenami może więc być nieopłacalna w dłuższej perspektywie czasowej – zwłaszcza że turyści kulturowi są z reguły mniej wrażliwi na zmiany w cenach usług.

Efekty mnożnikowe funkcjonowania atrakcji turystycznej opartej o dziedzictwo będą także uzależnione od tego, jaki odsetek zwiedzających stanowią turyści nocujący w danej miejscowości lub jej okolicy, a jaki jednodniowi odwiedzający czy lokalni wycieczkowicze. Największe efekty mnożnikowe powstają w tych branżach, gdzie stosunkowo duże są wydatki turystów (noclegi, wyżywienie). Mniejsze w takich, z których turyści nie korzystają (lub korzystają w mniejszym stopniu), czyli takich, które jedynie uzupełniają dochody z codziennej działalności handlowej czy usługowej dla lokalnej ludności.

Problemem dla gospodarki lokalnej może być także **sezonowość** przychodów z turystyki opartej o dziedzictwo. Pozytywne efekty ekonomiczne w skali miejscowości lub gminy są również zależne od stopnia otwartości społeczności lokalnej na przyjmowanie turystów oraz jej przyzwolenia na wykorzystanie dziedzictwa danego obszaru jako atrakcji turystycznej a nie tylko wyznacznika tożsamości lokalnej.

Postawy społeczności lokalnej wobec dziedzictwa, świadomość jego wartości i komercyjnego potencjału oraz umiejętności przedsiębiorcze i wewnętrzne zasoby kapitału determinują wielkość i siłę efektów mnożnikowych. Analizując potencjalne koszty i korzyści z danego przedsięwzięcia związanego z dziedzictwem, trzeba zatem wziąć po uwagę, **jakie podmioty i grupy społeczne skorzystają** na danym projekcie czy usługach świadczonych np. przez instytucję publiczną. Nacisk na dziedzictwo jako towar może bowiem prowadzić do osiągania korzyści jedynie przez wybrane grupy społeczne, tj. tych mieszkańców, którzy posiadają odpowiednie zasoby finansowe, by zainwestować w infrastrukturę turystyczną – dla pozostałych członków społeczności lokalnej zysk może być niewielki, a jednocześnie turystyka może zniszczyć tradycyjne role i funkcje, jakie dziedzictwo odgrywa w życiu tej społeczności (np. lokalny festiwal, przestrzeń placu czy kościoła jako miejsce spotkań, tworzenia nowych i odtwarzania starych więzi). „Zawłaszczenie" dziedzictwa przez sektor turystyczny może spowodować, że będzie ono postrzegane głównie jako produkt turystyczny. Z drugiej strony, wiele czynników kształtujących sam produkt turystyczny opierający się na dziedzictwie, a przede wszystkim zwiększających popyt na niego, jest zdeterminowanych przez uwarunkowania egzogeniczne i znajduje się poza jakąkolwiek kontrolą władz lokalnych czy miejscowych przedsiębiorców.

Niezwykle ważną płaszczyzną oddziaływania dziedzictwa jest **poziom i jakość życia** w danym miejscu: wpływ dziedzictwa kulturowego na zaspokajanie po-

trzeb kulturalnych i rekreacyjnych, zapewnianie dobrej estetyki przestrzeni (w tym przestrzeni publicznych i życia codziennego), a także wpływ na ogólne zadowolenie z miejsca zamieszkania, poczucie przywiązania do niego, **tożsamość i dumę lokalną** (Tabele 3 i 4).

Tabela 3. Odczucia mieszkańców dotyczące przebywania w miejscach i obiektach dziedzictwa, których odnowa dofinansowana była w ramach Heritage Lottery Fund w Wielkiej Brytanii

Stwierdzenie	Odsetek respondentów, którzy zgadzali się z danym stwierdzeniem	w tym: odsetek respondentów, którzy byli w pełni przekonani do danego stwierdzenia
Czułem/am się bezpiecznie	97	82
Miejsce dawało poczucie spokoju pozwalając na relaksację	89	62
Jest tu pięknie/są tu piękne obiekty i artefakty	82	55
Pomaga mi zrozumieć historię i przeszłość innych	80	46
Dzisiejsza wizyta jest inspiracją	66	35
Jest to dobre miejsce, by spotkać się z przyjaciółmi	62	31
Miałem/am okazję do większej ilości ruchu niż zazwyczaj	41	20
Zapewnia poczucie łączności z własną lub rodzinną przeszłością	31	14
Ma dla mnie znaczenie duchowe lub religijne	25	10

Źródło: Mills [2008, s. 13]

Przestrzenie, obiekty i instytucje dziedzictwa mogą wspomagać **tworzenie i wzmacnianie kapitału społecznego**[3], służąc jako miejsca spędzania czasu wolnego, wymiany myśli, spotkań i interakcji członków społeczności lokalnej oraz ich kontaktu z przybyszami z zewnątrz. Odbywa się to nie tylko w ramach formalnych działań o charakterze wystawienniczym, edukacyjnym lub ekonomicznym, ale także przez sam fakt zapewniania przestrzeni owych spotkań, służenia różnym grupom wiekowym i społecznym oraz przekazywania informacji na temat różnych grup etnicznych, religijnych i przyczyniania się do wykształcania otwartych

[3] Koncepcja kapitału społecznego, zob. Putnam, 2008.

postaw wobec rzeczywistości społecznej czy inspirowania dyskusji na temat istotnych kwestii społecznych.

Tabela 4. Opinie mieszkańców na temat oddziaływania wybranych inwestycji unijnychzrealizowanych w woj. śląskim na jakość życia i wizerunek ich miejscowości

Udział odpowiedzi TAK (w %)	Rewitalizacja budynków Muzeum Górnośląskiego w Bytomiu	Modernizacja rynku w Koniecpolu	Renowacja kompleksu zamkowego w Pszczynie	Budowa pokazowej zagrody żubrów w zabytkowym parku w Pszczynie	Rewitalizacja i zagospodarowanie kulturalne kompleksu Starego Zamku i parku Habsburgów w Żywcu
Miejscowość stała się bardziej znana	40,0	43,2	65,6	95,1	84,7
Mieszkańcy są bardziej ze sobą zżyci	6,7	24,2	9,8	18,0	34,7
Gminę odwiedza więcej turystów	26,7	24,2	85,2	90,2	80,5
Miejscowość jest bardziej atrakcyjna dla inwestorów	28,9	50,5	55,7	52,5	56,8
Mieszkańcy są bardziej dumni z gminy	47,8	63,2	82,0	75,4	85,6
Poprawiła się estetyka i architektura miejscowości	75,6	82,1	88,5	62,3	91,5
Powstały nowe możliwości spędzania czasu wolnego	52,2	36,8	47,5	80,3	72,0
Wzrosło zainteresowanie mieszkańców lokalną historią	33,3	36,8	45,9	36,1	76,3
Zachowane zostało dziedzictwo kulturowe	68,9	16,8	90,2	49,2	89,0
Poszerzona została oferta kulturalna	57,8	25,3	57,4	75,4	77,1

Powstała nowa wizytówka gminy	44,4	72,6	73,8	93,4	78,8
Inwestycja przyczyniła się do powstania nowych miejsc pracy	15,6	22,1	27,9	73,8	33,9
Możliwość uczestnictwa w życiu społeczno-kulturalnym osób starszych	38,9	28,4	24,6	47,5	33,9
Wzrosło zainteresowanie młodzieży aktywnością społeczno-kulturalną	21,1	28,4	27,9	37,7	46,6

Źródło: *Analiza*... [2010, s. 64]

Poszczególne instytucje, uwzględniając w swoich programach różne grupy społeczne, mogą w znacznym stopniu aktywizować te grupy, które są z różnych względów zagrożone wykluczeniem lub marginalizacją. Instytucje dziedzictwa mogą przy tym budować poczucie wspólnoty oraz przyczyniać się do wspólnego świętowania, uczestnictwa w tradycyjnych wydarzeniach kulturalnych, rytuałach i innych formach spotkań gromadzących społeczność lokalną, a miejsca zabytkowe (np. historyczne rynki i place) są naturalną przestrzenią dla takich inicjatyw. Muzea i biblioteki mogą być postrzegane jako swoista „infrastruktura kapitału społecznego", sprzyjająca jego powstawaniu, a w ich działaniach coraz częściej uwzględnia się cele społeczne. Wiąże się to z ewolucją w myśleniu na temat funkcji tych instytucji, które dotychczas koncentrowały się głównie na podstawowych celach statutowych, tj. gromadzeniu, przechowywaniu i udostępnianiu zbiorów oraz edukowaniu użytkowników. Instytucje te i użytkowane przez nie obiekty są zatem niejednokrotnie wręcz predestynowane do pełnienia nowej, złożonej funkcji – tzw. „trzecich miejsc"[4] [Oldenburg, 1989], w których mogą zachodzić istotne interakcje społeczne. Wpływ na to ma zarówno dogodne (nierzadko centralne) położenie w miejscowościach oraz zlokalizowanie w atrakcyjnych, historycznych budynkach, jak i wykształcona kadra, która może pełnić rolę lokalnych liderów i animatorów społecznych.

Dziedzictwo kulturowe często inspiruje współpracę i integrację wokół wspólnego celu (np. chęć przeciwdziałania jego niszczeniu, chęć jego poznania i promocji) – spontaniczną (np. grupy protestu) lub o bardziej formalnym charakterze (działania organizacji pozarządowych). Duże zasoby kapitału społecznego, stanowiąc dziedzictwo kulturowe miejsca, mogą także – jak pokazują przykłady wybra-

[4] Trzecie co do istotności po miejscu zamieszkania i miejscu pracy.

nych regionów w Europie Zachodniej – umożliwiać rozwój sektora kreatywnego (np. rozwój działalności związanej z wzornictwem, w tym projektowaniem mody i mebli w północnych Włoszech).

Za jeden z ważnych wskaźników kapitału społecznego uważa się istnienie i działalność organizacji pozarządowych. Z jednej strony dziedzictwo kulturowe inspiruje wprost powstawanie wielu fundacji i stowarzyszeń skupiających się na wspieraniu wybranej instytucji kultury, obiektu lub obszaru zabytkowego oraz innych przedsięwzięciach związanych z ochroną dóbr kultury i dziedzictwem niematerialnym. Według GUS w 2010 roku w Polsce w obszarze kultury działało 9,3 tys. jednostek sektora non profit, w tym ponad 900 organizacji pożytku publicznego. Ponad 1/3 z tych ostatnich zajmowała się wprost „ochroną zabytków i miejsc pamięci narodowej, podtrzymywaniem tradycji narodowych, regionalnych, kulturowych", a kolejne 5% działalnością wystawienniczą, muzealną oraz prowadzeniem bibliotek (dane uzyskane bezpośrednio w GUS). Z drugiej strony trzeba także zauważyć, iż działania na rzecz zachowania materialnego dziedzictwa kulturowego czy ochrony tradycji często są jedną z wielu sfer działalności organizacji pozarządowych realizujących inne podstawowe cele statutowe (np. ochrona zdrowia, resocjalizacja, promocja rozwoju lokalnego, integracja społeczna, edukacja czy działalność naukowa).

Mówiąc o wpływie dziedzictwa kulturowego na rozwój w skali lokalnej, trzeba również wspomnieć o tym, że dziedzictwo stanowi z reguły integralny element strategii rewitalizacji, czy to jako inspiracja i tło dla procesów rewitalizacyjnych, czy też jako flagowy aspekt i katalizator procesu przywracania do życia danego obszaru [przykład krakowskiego Kazimierza, por. Murzyn, 2006]. Dziedzictwo ponadto często przesądza o wizerunku danego miejsca czy obszaru, jego atrakcyjności i postrzeganiu – zarówno przez turystów, jak i przez inwestorów w wybranych branżach [Murzyn-Kupisz, 2012a]. Może też być istotnym elementem marketingu wewnętrznego skierowanego do mieszkańców. Wreszcie, duże znaczenie może mieć oddziaływanie dziedzictwa na ekologiczne uwarunkowania funkcjonowania danego obszaru – może ono wpływać na bardziej zrównoważone gospodarowanie przestrzenią i zapobieganie „rozlewaniu się" obszarów zurbanizowanych, ale też powodować nadmierną antropopresję, m.in. przyciągając zbyt wielu odwiedzających i zwiększając natężenie ruchu samochodowego. Działania zgodne z wymogami ochrony środowiska niekiedy mogą stać w sprzeczności z ochroną dóbr kultury (np. termorenowacja – jako sposób na zmniejszenie zużycia energii grzewczej zgodny z wymogami ochrony środowiska – najczęściej przyczynia się do utraty detalu architektonicznego, a zatem wartości kulturowej obiektów zabytkowych, i obniżenia jakości krajobrazu kulturowego).

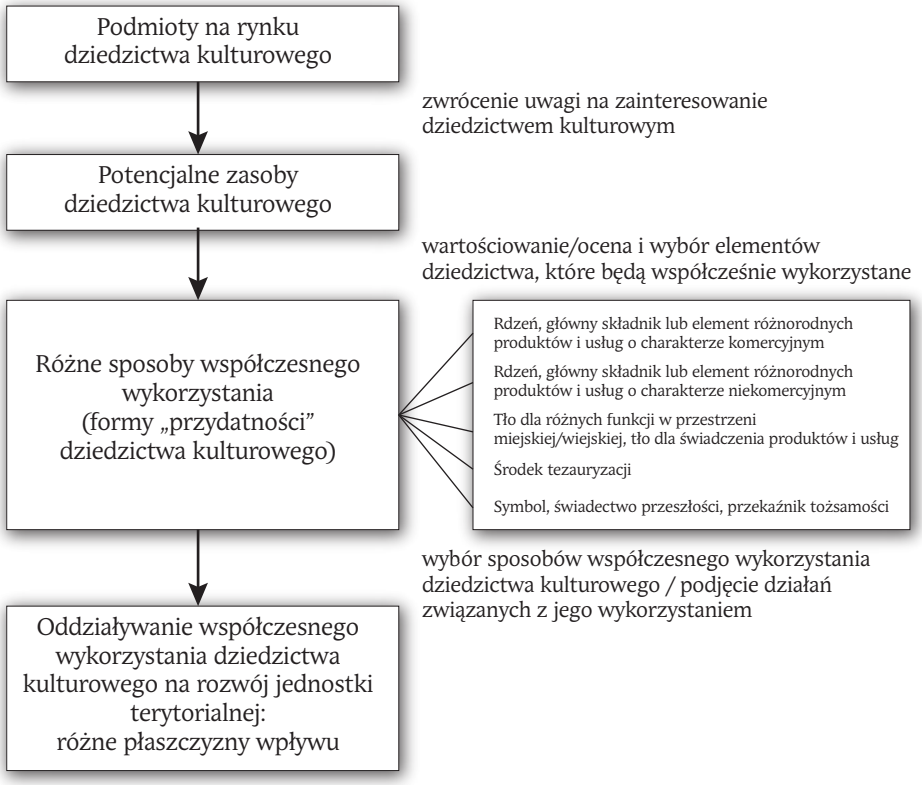
Dziedzictwo kulturowe jako wyzwanie dla rozwoju lokalnego

Dziedzictwo kulturowe jest jednak tylko potencjalnym czynnikiem rozwoju lokalnego – jego oddziaływanie na rozwój jest możliwe, ale nie zawsze się sprawdza. Po pierwsze, zróżnicowane podmioty działające na rynku dziedzictwa kulturowego muszą **dostrzec potencjał dziedzictwa** – wyrazić zainteresowanie nim i przydawać mu wartości. Spośród wielu dostępnych opcji (np. duża liczba zabytkowych obiektów nieruchomych, różnorodność tradycji lokalnych) zwraca się uwagę jedynie na określone aspekty dziedzictwa kulturowego, poddając je ocenie pod kątem możliwości współczesnego wykorzystania (tzw. heritagizacji [Murzyn-Kupisz, 2012a, s. 29]). Oznacza to nie tylko **wybór** „przydatnych" elementów dziedzictwa kulturowego (powiązany z „odrzuceniem" lub pominięciem innych jego składników), ale także podjęcie decyzji o sposobie ich wykorzystania (Schemat 5). Dla niektórych podmiotów stanie się ono np. rdzeniem, głównym elementem produktów i usług o charakterze komercyjnym. Dla innych będzie użyteczne jako tło dla działalności gospodarczej lub społecznej. Dziedzictwo może też być przydatne jako symbol wyrażający określone treści ideologiczne, narodowe czy tożsamościowe.

Decyzja o sposobie i celu współczesnego wykorzystania dziedzictwa wpływa także na podjęcie i ukierunkowanie praktycznych działań związanych z owym wykorzystaniem. Wywołują one z reguły korzystne i niekorzystne efekty zewnętrzne w danej skali przestrzennej (często niezamierzone, ale równie istotne), wpływając na przekształcenia jednostki terytorialnej. Przykładowo, zamierzonym efektem działalności prywatnego przedsiębiorcy, związanej z odnowieniem i komercyjnym wykorzystaniem obiektu zabytkowego, najczęściej jest generowanie dochodów. Funkcjonowanie danej firmy w zabytkowym obiekcie i samo przygotowanie tego obiektu do pełnienia nowej, komercyjnej funkcji może jednak przekładać się na inne płaszczyzny rozwoju lokalnego, takie jak tworzenie nowych miejsc pracy, poprawa ładu przestrzennego czy rozwój lokalnej oferty kulturalnej i rekreacyjnej lub wspomaganie procesu rewitalizacji obszaru.

Dla wykorzystania potencjału dziedzictwa kulturowego niezwykle istotne są **świadomość wartości dziedzictwa, postawy, potrzeby** (w zakresie konsumpcji kulturalnej, sposobów spędzania czasu wolnego) i **kompetencje społeczności lokalnej** (m.in. kulturowe, ale także przedsiębiorcze) oraz **postawy lokalnych liderów**.

Schemat 5. Proces przekształcania dziedzictwa kulturowego w zasób rozwojowy



Źródło: Murzyn-Kupisz [2012a, s. 84]

Rozpatrując jakiekolwiek czynniki rozwoju, zwykle kładzie się nacisk na ich pozytywne oddziaływanie. Jednak istotne jest również to, że nieraz **mogą one stanowić destymulanty** – czynniki osłabiające lub uniemożliwiające rozwój. Może się tak zdarzyć także w przypadku dziedzictwa kulturowego. Przykładowo, pewne aspekty dziedzictwa mogą stanowić w większym stopniu **powód do „lokalnego wstydu"**, odcinania się od miejsca zamieszkania lub kość niezgody i **przyczynę konfliktów lokalnych** niż powód do integracji społeczności lokalnej (np. niechęć do tzw. „trudnego dziedzictwa" czystek etnicznych i konfliktów zbrojnych, kontrowersje wokół upamiętniania pewnych postaci historycznych, spory związane z uwzględnianiem wielokulturowości danego obszaru w jego nazewnictwie, działalnością instytucji kultury czy w projektach konserwatorsko-remontowych).

Przyciągając nowych mieszkańców i przedsiębiorców – dysponujących kapitałem finansowymi i kulturowym – dziedzictwo może stanowić jeden z głównych powodów **gentryfikacji** oraz przyczyniać się do **polaryzacji społeczności lokalnej** i zaniku kapitału wiążącego. Silne więzi między członkami tradycyjnych społeczności mogą natomiast sprawiać, iż będą oni niechętni wobec nowych rozwiązań

i osób spoza społeczności, a więc *de facto* mogą być przyczyną trudności w budowaniu kapitału pomostowego. Wreszcie, jak już wspomniano, nakładające się na siebie sposoby wykorzystania dziedzictwa przez różne podmioty dla różnych celów mogą prowadzić do **istotnych konfliktów w skali lokalnej w zakresie intensywności i ukierunkowania wykorzystania przestrzeni** (usługi dla przybyszów z zewnątrz a obsługa ludności lokalnej), a także w odniesieniu do **dystrybucji korzyści i kosztów (ekonomicznych i pozaekonomicznych) z tym związanych**.

Podsumowanie

Rozważając wkład dziedzictwa kulturowego w rozwój lokalny, należy uwzględnić kilka kwestii. Pierwszą z nich jest dostrzeżenie wielości podmiotów działających na rynku dziedzictwa kulturowego, reprezentujących różne podejścia aksjologiczne i wywierających zróżnicowany wpływ na stan zachowania, przekształcenia, sposoby wykorzystania oraz interpretacji spuścizny przeszłości. Podmioty te dokonują wartościowania dziedzictwa kulturowego pod kątem swych potrzeb oraz osiąganych bezpośrednich i pośrednich korzyści, przydając mu szeroką gamę wartości ekonomicznych i pozaekonomicznych. Odzwierciedleniem wielości wartości i współczesnych „zastosowań" dziedzictwa jest jego wielopłaszczyznowy wpływ na rozwój lokalny. Oddziaływanie to powinno być widziane nie tylko poprzez pryzmat bezpośrednich efektów ekonomicznych takich jak tworzenie miejsc pracy i generowanie dochodów na danym obszarze, przede wszystkich dzięki przyciąganiu do niego turystów, ale także powinno uwzględniać wkład dziedzictwa kulturowego w kształtowanie wizerunku miejsca, tworzenie i wzmacnianie kapitału ludzkiego i kapitału społecznego, jego oddziaływanie na jakość życia i procesy rewitalizacji.

Literatura

Analiza wpływu inwestycji w infrastrukturę kultury i turystyki dofinansowanych z funduszy strukturalnych na rozwój społeczno-gospodarczy poszczególnych gmin/powiatów województwa śląskiego [2010], M. Murzyn-Kupisz, K. Gwosdz (red.), Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego, Katowice.

Ashworth G.J. [1991], *Heritage planning. Conservation as the management of urban change*, Geo Pers, Groningen.

Economic impact of the UK heritage tourism economy. Final Report [2010], Oxford Economics, Oxford.

Greffe X. [2004], *Is heritage an asset or a liability?*, „Journal of Cultural Heritage", nr 5.

Greffe X., Pflieger S., Noya A. [2005], *Culture and local development*, OECD, Paris.

Heritage counts 2010 [2010], English Heritage, London.

Howard P. [2003], *Heritage. Management, interpretation, identity*, Continuum, London, New York.

Jaskanis P., Kościelecki P. [2002], *Poziom i czas zatrudnienia w pracach konserwatorskich przy zabytkach oraz w pracach archeologicznych. Wstępne oszacowanie liczby miejsc pracy w 2000 r. na podsta-*

wie danych Służby Ochrony Zabytków, Urząd Generalnego Konserwatora Zabytków, Akapit, Warszawa, Toruń.

Listokin D., Listokin B., Lahr M. [1998], *The contributions of historic preservation to housing and economic development*, „Housing Policy Debate", nr 3.

Metody szacowania korzyści i strat w dziedzinie ochrony środowiska i zdrowia [2009], P. Jeżowski (red.), SGH, Warszawa.

Mills S. [2008], *Impact of HLF funding 2005–2008. Report on visitor and neighbourhood surveys 2005–2008 prepared for HLF*, BRDC, London.

Murzyn M. [2006], *Kazimierz. Środkowoeuropejskie doświadczenie rewitalizacji*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Murzyn-Kupisz M. [2012a], *Dziedzictwo kulturowe a rozwój lokalny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.

Murzyn-Kupisz M. [2012b], *Spojrzenie na wartości obiektów zabytkowych z perspektywy ekonomiki kultury*, w: *Wartościowanie w ochronie i konserwacji zabytków*, B. Szmygin (red.), Polski Komitet Narodowy ICOMOS, Politechnika Lubelska, Warszawa, Lublin.

Naylor R., Lungershausen U., Oakley K., Mantella L. [2009], *Assessment of the social impact of participation in HLF-funded projects. Final report*, Heritage Lottery Fund, BOP, London.

Oldenburg R. [1989], *The great good place: cafés, coffee shops, community centers, beauty parlors, general stores, bars, hangouts and how they get you through the day*, Paragon House, New York.

Pawłowska K., Swaryczewska M. [2002], *Ochrona dziedzictwa kulturowego. Zarządzanie i partycypacja społeczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Peacock A., Rizzo I. [2008], *The heritage game. Economics, policy and practice*, Oxford University Press, Oxford – New York.

Putnam R.D. [cop. 2008], *Samotna gra w kręgle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.

Throsby D. [2010], *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Valuing cultural heritage. Applying environmental valuation techniques to historic buildings, monuments and artifacts [2002], S. Navrud, R.C. Ready (eds.), E. Elgar, Cheltenham.

Wkład firm społecznych w rewitalizację dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Studia przypadków z Polski, Francji, Włoch i Finlandii [2008], N. Gałuszka, R. Serafin (red.), Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, Kraków.

Katarzyna Jagodzińska

Rewitalizacyjna funkcja kultury i dziedzictwa kulturowego

Regeneracja to coś więcej niż tylko cegły i zaprawa.
Odnosi się do psychicznej, społecznej i ekonomicznej pomyślności danego obszaru; do jakości życia w naszym sąsiedztwie.
[*Towns & Cities. Partners in Urban Renaissance. Breaking Down the Barriers*, London, 2001, s. 5]

W drugiej połowie XX wieku instytucje kultury zaczęły być traktowane jako istotny element procesów rewitalizacji zdegradowanych lub zaniedbanych terenów – dzielnic, całych miast, a nawet regionów. Stały się symbolami procesów transformacji wskazującymi nowy kierunek rozwoju. Muzea, centra kultury, teatry, biblioteki, sale koncertowe uczestniczą w procesach zmiany wizerunku miejsc, które na nowo przywracane są ich mieszkańcom i nierzadko stają się magnesem przyciągającym turystów. Są to zarówno nowe, olśniewające bryły architektoniczne, jak i budynki historyczne – często reprezentujące dziedzictwo poprzemysłowe – adaptowane do nowych funkcji. Jest to tendencja zakorzeniona w krajach zachodnich – Stanach Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Francji, Włoszech i Niemczech – od lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku (chociaż wskazać można też dużo wcześniejsze przykłady), natomiast w krajach Europy Środkowej zaistniała – na fali przeszczepiania zachodnich wzorców w zakresie kultury – w latach dziewięćdziesiątych, a zwłaszcza po roku 2000. Na początku XXI wieku moda na powtórne wykorzystanie dziedzictwa poprzemysłowego rozwinęła się na niespotykaną skalę.

Ogromna liczba opuszczonych przestrzeni industrialnych jest spuścizną po szybkim uprzemysłowieniu poszczególnych miast – fabryki, zakłady produkcyjne, kopalnie, dworce kolejowe, budynki portowe, elektrownie, elektrociepłownie, magazyny, browary, młyny – budynki związane z przemysłem ciężkim i lekkim, powstały w czasach rewolucji przemysłowej i pełniły swoje funkcje do lat sześćdziesiątych, siedemdziesiątych, osiemdziesiątych, a nawet dziewięćdziesiątych

XX wieku. Obiekty te w odpowiedzi na rosnące i zmieniające się potrzeby rynku były rozbudowywane, unowocześniane, a gdy produkcja stawała się nieopłacalna – sprzedawane lub porzucane. Sposobem na ich zagospodarowanie stała się działalność kulturalna – produkcyjna przeszłość murów okazała się atrakcyjnym elementem tworzenia nowej tożsamości dla lokalizowanych w ich obrębie instytucji. Z uwagi na dużą liczbę inwestycji rewitalizacyjnych podjętych na początku XXI wieku w obszarze dziedzictwa poprzemysłowego ono właśnie będzie motywem przewodnim niniejszego rozdziału.

Wprowadzenie do problematyki rewitalizacji

Nie ma jednej obowiązującej definicji rewitalizacji. W Projekcie ustawy o rewitalizacji oraz wspieraniu remontów i niektórych inwestycji budowlanych z 2006 roku rewitalizacja została określona jako „proces odnowy przestrzennej, ekonomicznej, społecznej zdegradowanych obszarów zabudowy prowadzący do zrównoważonego rozwoju tych obszarów". Ustawa jednak wciąż nie została uchwalona. Regulacje prawne odnoszące się do rewitalizacji rozproszone są w ustawach z zakresu m.in. planowania i zagospodarowania przestrzennego, samorządu gminnego, gospodarki komunalnej, gospodarki nieruchomościami i prawa budowlanego [*Rewitalizacja miast polskich*, 2010, s. 32–33]. Z tego względu autorzy poszczególnych opracowań poświęconych rewitalizacji wprowadzają własne definicje. W publikacji *Rewitalizacja zdegradowanych obszarów miejskich* przyjęto, że „rewitalizacja jest procesem długofalowym i wielopłaszczyznowym procesem integrującym działania naprawcze w sferze przestrzennej, społecznej i gospodarczej, adresowanym do zdegradowanych terenów miejskich, które utraciły zdolność samoregeneracji, prowadzonym w celu ponownego włączenia tych obszarów w funkcjonowanie organizmu miejskiego" [Kozłowski, Wojnarowska, 2011, s. 16]. W projekcie *Rewitalizacja miast polskich* zrealizowanym przez Instytut Rozwoju Miast Polskich w Krakowie rewitalizacja została ukazana jako „skoordynowany proces, prowadzony wspólnie przez władzę samorządową, społeczność lokalną i innych uczestników, będący elementem polityki rozwoju i mający na celu przeciwdziałanie degradacji przestrzeni zurbanizowanej, zjawiskom kryzysowym, pobudzanie rozwoju i zmian jakościowych, poprzez wzrost aktywności społecznej i gospodarczej, poprawę środowiska zamieszkania oraz ochronę dziedzictwa narodowego, przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju".

Zagadnienie rewitalizacji zawsze obejmuje trzy aspekty: przestrzenny, społeczny i gospodarczy. W aspekcie przestrzennym odnosi się do kwestii architektoniczno-urbanistycznych i budowlanych, ekologii, infrastruktury technicznej i dzie-

dzictwa kulturowego. Aspekt społeczny związany jest z występowaniem patologii społecznych, zjawiskiem wykluczenia społecznego, zmianami demograficznymi, pauperyzacją i niskim stopniem wykształcenia. Aspekt ekonomiczny z kolei wiąże się z koniecznością doprowadzenia rewitalizowanego obszaru do ożywienia gospodarczego – powstania nowych stałych miejsc pracy, przyciągnięcia zewnętrznych inwestorów, nowych mieszkańców i użytkowników [Kozłowski, Wojnarowska, 2011, s. 19]. Termin „rewitalizacja" stosowany jest w różnych dziedzinach – urbanistyce, socjologii, geografii, naukach o mieście, ekonomii – i w zależności od przyjętej perspektywy akcent położony jest na kwestie przestrzenne, społeczne bądź gospodarcze, wszystkie aspekty muszą być jednak częścią procesu.

Z pojęciem rewitalizacji związany jest szereg pojęć pokrewnych, które często stają się elementem procesu: remont (przywrócenie takiego stanu budynku, jaki istniał na początku eksploatacji), modernizacja (wprowadzenie nowych, lepszych, także dodatkowych elementów wyposażenia, które podnoszą standard budynku), rewaloryzacja (przywrócenie utraconych wartości architektonicznych i użytkowych poprzez przeprowadzenie remontu i modernizacji obiektów o szczególnej wartości użytkowej). Marcin Kopeć wskazuje, że pojęcie rewitalizacji bywa nadużywane dla określenia wszelkich działań naprawczych odnoszących się jedynie do któregoś z elementów rewitalizacji [Kopeć, 2010, s. 94]. Pisze o tym również Tadeusz Markowski: „techniczne remonty budynków, czy też budowę nowych obiektów, traktujemy jako instrumenty rewitalizacji, a nie jej cele" [Markowski, 2007, s. 322].

Występują także liczne pojęcia, które mimo drobnych różnic stosowane są jako synonimiczne w stosunku do rewitalizacji. W poszczególnych językach posiadają one nieco inne znaczenie. Sylwia Kaczmarek zebrała pojęcia odnoszące się do rewitalizacji w trzech językach: francuskim (*rénovation* – *réconstruction*, *réstructuration*, *régéneration*, *réhabilitation*, *révitalisation*, *réqualification*, *réconversion*, *récyclage*), angielskim (*redevelopment*, *restructuring*, *regeneration*, *rehabilitation*, *revitalisation*, *renewal*, *renovation*, *recycling*) i polskim (rewaloryzacja, restrukturyzacja, renowacja, rehabilitacja, rewitalizacja) oraz porównała ich znaczenia. Zauważyła, że terminy *regeneration* i *rehabilitation* dotyczą postępowania, które przywraca obiektom stan pierwotny lub utraconą świetność, natomiast pojęcie *revitalisation* odnosi się do wprowadzania nowego życia na obszar lub do zespołu obiektów [Kaczmarek, 2001, s. 21]. Często też w języku angielskim używa się określenia regeneracja na określenie rewitalizacji.

Wyróżnia się cztery typy procesów rewitalizacji [*Rewitalizacja miast polskich*, 2010, s. 8]:

- rewitalizację zdegradowanych śródmieść i wielofunkcyjnych przedwojennych obszarów zabudowy miejskiej,
- rewitalizację obszarów poprzemysłowych, pokolejowych i powojskowych,
- rewitalizację blokowisk,

- rewitalizację krajobrazu miast ze szczególnym uwzględnieniem sylwety miasta i systemu przestrzeni publicznych.

Istotą działań rewitalizacyjnych jest przeciwdziałanie degradacji przestrzeni miejskiej oparte na współpracy ze społecznością lokalną i podmiotami gospodarczymi. Ten aspekt odróżnia ją od gentryfikacji, która również odnosi się do pożądanych skutków urbanistycznych (odnowa tkanki miejskiej) i ekonomicznych (wzrost wartości nieruchomości), lecz nie społecznych (w tym przypadku następuje odpływ dotychczasowych mieszkańców) [*Rewitalizacja miast polskich*, 2010, s. 24]. Rewitalizacja ma prowadzić do wzmacniania konkurencyjności miasta i wzrostu gospodarczego. Bolesław Domański podkreśla, że rewitalizacja „zmierzająca do realizacji celów ekonomicznych lub społecznych powinna odbywać się zawsze przy zachowaniu dziedzictwa kulturowego oraz zasad ładu przestrzennego i zrównoważonego rozwoju. Równocześnie rewitalizacja ukierunkowana na cele kulturowe, społeczne, przestrzenne i środowiskowe musi brać pod uwagę mechanizmy ekonomiczne" [*Rewitalizacja miast polskich*, 2010, s. 25].

Modele rewitalizacji poprzez kulturę

Jednym z istotnych czynników procesów rewitalizacji jest działalność kulturalna. Wyróżnia się trzy modele rewitalizacji, których komponentem jest kultura [Evans, 2005, s. 967–970]:

Rewitalizacja poprzez kulturę (*Culture-led regeneration*)

Działalność kulturalna stanowi w tym modelu katalizator bądź siłę napędową rewitalizacji, jest powszechnie postrzegana jako jej symbol. Zazwyczaj przybiera postać projektu flagowego lub kulturalnego kompleksu – może polegać na wzniesieniu lub adaptacji budynku (zespołu budynków) z przeznaczeniem na cele publiczne lub mieszane, rekultywacji otwartych przestrzeni (np. tereny EXPO), bądź realizacji programu, którego celem jest *rebranding* miejsca (np. festiwale). W projektach tego rodzaju dąży się do uzyskania charakteru wyjątkowości. Graeme Evans wskazuje, że specyfika tego modelu bywa często błędnie rozumiana. Określenie „rewitalizacja poprzez kulturę" stosowane jest bowiem w odniesieniu do głośnych obiektów kulturalnych, które co prawda zlokalizowane są na rewitalizowanych terenach, stanowią jednak mało znaczące elementy długoterminowych programów inwestycyjnych – mają je raczej firmować, nie inicjować rozwój ekonomiczny.

Kulturalna rewitalizacja (*Cultural regeneration*)

W tym modelu działalność kulturalna jest w większym stopniu zintegrowana ze strategią dla danego obszaru i innymi formami działalności o charakterze środowiskowym, społecznym i ekonomicznym. Za modelową uznawana jest rewitalizacja Birmingham i Barcelony, gdzie cele kulturalne od początku były sprzężone z procesem rewitalizacji.

Kultura i rewitalizacja (*Culture and regeneration*)

Kultura nie jest w tym modelu w pełni wpisana w rozwój strategiczny i proces planowania. Dzieje się tak dlatego, że często inne podmioty są odpowiedzialne za sferę kultury, a inne za sferę rewitalizacji (podmioty odpowiedzialne za rewitalizację nie rozpoznają w tych odpowiedzialnych za kulturę naturalnego partnera) albo ponieważ brakuje lidera, który posiada doświadczenie w realizacji tego rodzaju projektów i tym samym świadomość doniosłego znaczenia kultury w procesach rewitalizacji. Projekty kulturalne mają tu zazwyczaj skromny charakter, np. program sztuki publicznej dla biur stworzony już po zaprojektowaniu budynków, interpretacja dziedzictwa lub lokalne muzeum historyczne ukryte w adaptowanej przestrzeni industrialnej, interwencje artystyczne. Tego rodzaju działania mogą wzmacniać zaplanowane funkcje i usługi, mimo że pojawiły się dopiero na późniejszym etapie.

Istnieje cały szereg wskaźników, które można zastosować w odniesieniu do inwestycji rewitalizacyjnych opartych na kulturze, chociaż badacze wskazują na ich niedoskonałość (patrz niżej podrozdział: *Znaczenie rewitalizacji poprzez kulturę*...). W przypadku złożonego procesu rewitalizacji, obejmującego liczne inwestycje, funkcje i branże, trudno jednoznacznie stwierdzić, który z elementów w jakim stopniu przyczynia się do jej sukcesu. W ewaluacji wkładu kultury w rewitalizację brane są pod uwagę następujące wskaźniki [na podstawie: Evans, Shaw, 2004, s. 9–32]:

1) Określające wpływ kultury na procesy rewitalizacji w sferze środowiskowej:

- ponowne wykorzystanie opuszczonych budynków (nie tylko z uwagi na właściwe warunki przestrzenne, ale także ze względu na ich wartość historyczną i symboliczną),
- poprawa stanu środowiska,
- zwiększone społeczne wykorzystanie przestrzeni, prowadzące do obniżenia poziomu wandalizmu i zwiększenia poczucia bezpieczeństwa,
- duma z miejsca,
- rozwój przestrzeni służących życiu i pracy, a także funkcjom mieszanym,
- zatrudnianie artystów do pracy w zespołach projektowych,
- włączanie elementów kultury do planów na przyszłość.

2) Określające wpływ kultury na procesy rewitalizacji w sferze ekonomicznej:

- inwestycje skierowane do wewnątrz,
- zwiększenie poziomu wydatków mieszkańców i turystów,
- tworzenie miejsc pracy / pomnażanie bogactwa,
- lokowanie / zatrzymanie pracodawców,
- zatrzymanie absolwentów w regionie (w tym artystów i osób z sektora kreatywnego),
- bardziej zróżnicowana siła robocza,
- siła napędowa rozwoju nowych przedsiębiorstw, miejsc sprzedaży detalicznej i przestrzeni wypoczynku,
- większa liczba relacji partnerskich nawiązywanych między sektorami publicznym, prywatnym oraz sferą wolontariatu,
- większe zaangażowanie biznesu w lokalną działalność kulturalną,
- wzrost cen nieruchomości.

3) Określające wpływ kultury na procesy rewitalizacji w sferze społecznej:

- zmiana postrzegania przez mieszkańców miejsca, w którym żyją,
- zwiększenie pewności siebie i aspiracji,
- bardziej czytelne wyrażanie indywidualnych i wspólnych pomysłów i potrzeb,
- wzrost liczby osób pracujących na zasadzie wolontariatu,
- wzrost kompetencji organizacyjnych na poziomie lokalnym,
- wzrost kapitału społecznego,
- zmiana w postrzeganiu wizerunku i reputacji miejsca lub zbiorowości,
- silniejsze relacje partnerskie nawiązywane między sektorami publicznym, prywatnym oraz sferą wolontariatu,
- obniżenie poziomu nieobecności uczniów w szkołach oraz ich obraźliwego zachowania,
- wzrost liczby osób pragnących zdobyć wykształcenie.

Mierzalność poszczególnych wskaźników charakteryzuje się różnym poziomem wiarygodności. Część z nich można otrzymać w sposób bezpośredni, w przypadku innych konieczne jest przeprowadzenie badań (np. badanie opinii społecznej w zakresie „dumy z miejsca" – jest to wskaźnik wysoce subiektywny). Ponadto duża część wskaźników powiązana jest z innymi czynnikami, trudno też określić, czy w danym przypadku czynnik kulturalny miał kluczowe znaczenie, czy stanowił jedynie uzupełnienie złożonego procesu rewitalizacji.

Ikony i inni bohaterowie rewitalizacji – światowe wzorce

Bardzo często funkcja kulturalna jest wizytówką i zgrabnym opakowaniem całego procesu rewitalizacji. Niektórzy twórcy regionalnych polityk i planiści widzą kulturę jako „ubezpieczenie przeciwko przyszłemu upadkowi", a niektórzy inwestorzy, zarówno prywatni, jak i publiczni, jako wartość dodaną i czynnik przyspieszający rozwój [Evans, Shaw, 2006, s. 2]. Planiści procesów rewitalizacji za najważniejsze uznają budynki w typie *flagship projects* – wielkie wspaniałe budowle, które przełamują konwencje, stają się znakami rozpoznawczymi w krajobrazie miasta, prawdziwymi brandami na turystycznych mapach i nieustającym celem pielgrzymek turystów. W literaturze budynki te funkcjonują jako „ikony" i nierzadko są to gmachy skrywające różnego rodzaju funkcje kulturalne. Można wskazać wiele budynków, których otwarcie na przestrzeni minionych dziesięcioleci odegrało rolę katalizatora poprawy warunków w tzw. złych dzielnicach. Należy do nich Tate Britain (wcześniej Tate Gallery) otwarte w 1897 roku w dzielnicy Millbank w Londynie. Jak pisze J. Pedro Lorente, „to była zakazana dzielnica, przeżarta przez chorobę, z włóczącymi się po ulicach przestępcami i prostytutkami, otoczona gazowniami i dymiącymi fabrykami. Chociaż miejsce znajdowało się niedaleko Parlamentu, droga z Westminsteru była wąska, otoczona starymi, podupadłymi domami" [Lorente, 1998, s. 133]. Muzeum miało być antidotum na problemy występujące w dzielnicy.

Pierwszym wielkim nowoczesnym obiektem pełniącym taką rolę było Centre Pompidou w Paryżu – konglomerat kilku instytucji kultury, wśród których znajdują się Narodowe Muzeum Sztuki Współczesnej, biblioteka, centrum wzornictwa przemysłowego i centrum muzyki – otwarte w 1977 roku. Na jego lokalizację wybrano część cieszącej się złą sławą dzielnicy Marais – Plateau Beaubourg (konkretnie parking dla samochodów dostarczających towar dla pobliskiego placu targowego, Les Halles – w latach sześćdziesiątych zapadła decyzja o przeniesieniu go na przedmieścia, historyczne pawilony z żeliwa i szkła z połowy lat pięćdziesiątych XIX wieku zostały rozebrane, a w ich miejscu powstał węzeł kolejowy i centrum handlowe). Centrum Pompidou to nowoczesna budowla, której wyraz architektoniczny wyprzedził swoją epokę i która mimo fali krytyki stała się atrakcją turystyczną. Z perspektywy drugiej dekady XXI wieku to już „zabytek".

Rewitalizacja poprzez kulturę z przewodnią rolą dziedzictwa miała miejsce dekadę później w Liverpoolu. W XIX wieku wraz z koniunkturą na coraz większe statki nastąpił gwałtowny rozwój portu. Budowa magazynów przy prostokątnym Albert Dock trwała w latach 1841–1847. Do 1890 roku służył przede wszystkim jako port rozładunkowy dla dalekomorskich statków handlowych przybywających z Dalekiego Wschodu, Indii i Ameryk. Pomimo początkowego sukcesu handel w całym

porcie stosunkowo szybko się załamał. Podczas gdy w latach osiemdziesiątych XIX wieku wykorzystywano około 64% portu, pod koniec wieku w użytku było zaledwie 7%. W 1972 roku Albert Dock został ostatecznie zamknięty. W latach siedemdziesiątych Liverpool przechodził kryzys finansowy, który w 1981 roku wywołał zamieszki. To zwróciło uwagę rządu na konieczność regeneracji nabrzeża. W 1982 roku powstała firma Merseyside Development Corporation, której celem była restauracja, rekonstrukcja i zmiana funkcji budynków portowych. Istotnym elementem projektu stało się zlokalizowanie na terenie kompleksu nowej instytucji – Tate Liverpool – filii muzeum w Londynie (otwarta w 1988 r.). W ciągu ceglanych budynków znalazły się również sklepy, restauracje, biura, mieszkania, studia telewizyjne i Merseyside Maritime Museum.

Instytucją, która powszechnie kojarzy się z rewitalizacją poprzez kulturę, jest otwarte w 1997 roku Muzeum Guggenheima w Bilbao, traktowane jako siła napędowa zmian ekonomicznych i społecznych stolicy Kraju Basków. Nowoczesna bryła muzeum stała się architektonicznym symbolem końca XX wieku. Od połowy XIX wieku działalność produkcyjna miasta oparta była na przemyśle żelaznym, stalowym i stoczniowym, zlokalizowanym na brzegach przepływającej przez miasto rzeki Nervión. Brak dywersyfikacji sprawił, że skutki kryzysu, który rozpoczął się w 1975 roku, były dla miasta szczególnie dotkliwe. Bezrobocie sięgnęło 30%, co wymusiło podjęcie szybkich działań. Skalę i tempo inwestycji w Bilbao umożliwiło współdziałanie podmiotów publicznych i prywatnych. Powiększono port i lotnisko (budynek według projektu Santiago Calatravy, 2000), zbudowano linie metra (stacje według projektu Normana Fostera, 1995) i tramwaju (1999–2003), woda w rzece została oczyszczona. Relokacja portowej aktywności umożliwiła przekształcenie nadrzecznej dzielnicy Abandoibarra. W 1991 roku rząd baskijski zwrócił się do dyrektora Fundacji Guggenheima z propozycją włączenia się do planu rewitalizacji miasta. Sukces muzeum sprawił, że ukuto pojęcie „efekt Bilbao" oznaczające wyjątkową architekturę, która przekłada się na sukces ekonomiczny i wizerunkowy, odgrywa decydującą rolę w rewitalizacji terenów postindustrialnych albo w nobilitacji gorszych dzielnic. Wielokrotnie też próbowano sukces Bilbao powtórzyć. Do tzw. „dzieci Bilbao" zalicza się m.in. Saadiyat Island w Abu Dhabi (początek projektu w 2004 r.), oddział Pompidou w Metzu (2010), oddział Luwru w Lens we Francji (2012).

Kolejny po Bilbao wielki sukces rewitalizacyjny to dzielnica Bankside w Londynie. Tym razem w centrum przedsięwzięcia znalazło się dziedzictwo poprzemysłowe – historyczny gmach nieczynnej elektrowni, która została przekształcona w jedno z największych muzeów sztuki współczesnej na świecie – Tate Modern. Otwarte w 2000 roku, powstałe z inicjatywy władz Galerii Tate, stało się magnesem dla innych inwestycji w dzielnicy – było siłą sprawczą procesu rewitalizacji i odgrywa pełnoprawną rolę symbolu zmian (patrz: ramka). Modelowym przykładem rewitalizacji poprzez kulturę z udziałem zarówno ikonicznych obiektów, jak

i dziedzictwa kulturowego, jest rewitalizacja nabrzeża Gateshead (będąca częścią szerszego projektu rewitalizacji całej konurbacji Newcastle i Gateshead pod wspólną nazwą NewcastleGateshead). Najważniejszymi dla inwestycji stały się centrum sztuki współczesnej powstałe w zaadaptowanym gmachu potężnego elewatora zbożowego z połowy XX wieku, nowo wybudowane centrum muzyki oraz od razu okrzyknięty mianem ikony most przechyłowy (patrz: ramka).

Przykłady Liverpoolu, Bilbao, Londynu i Gateshead obejmują rewitalizację portowych nabrzeży zlokalizowanych w ścisłych centrach miast lub w nieznacznej od nich odległości. W Niemczech modelem regeneracji zdegradowanego terenu stało się Zagłębie Ruhry (cały obszar zagłębia obejmuje 4450 km^2, w tym 11 miast). Górnictwo i przemysł ciężki, które od dziesięcioleci rozwijały się w regionie, w latach osiemdziesiątych XX wieku chyliły się ku upadkowi. Towarzyszyły mu zanieczyszczenie środowiska i problemy społeczne. W 1989 roku land Północnego Renu-Westfalii powołał firmę IBA Emscher Park, której celem na przestrzeni dziesięciu lat była koordynacja rewitalizacji krajobrazu, oczyszczenie systemu rzecznego, budowa obiektów komercyjnych, edukacyjnych i mieszkalnych oraz ponowne wykorzystanie instalacji przemysłowych między innymi na cele kultury. Rewitalizowany obszar stał się areną dla czołówki światowej sławy architektów (tzw. *starchitects*), których projekty same w sobie (niezależnie od przeznaczenia) przyciągają uwagę. Najbardziej rozległym kompleksem poddanym rewitalizacji jest teren największej w Europie kopalni węgla kamiennego Zollverein w Essen z połowy XIX wieku. Utworzone na jej terenie instytucje kulturalne umożliwiły zmianę charakteru regionu. Centralnym elementem kompleksu jest zaprojektowany w latach dwudziestych XX wieku przez Fritza Schuppa i Martina Kremmera Szyb XII, wyłączony z użytkowania w 1986 roku. W 2001 roku kompleks Zollverein został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO, co zapoczątkowało żywiołowy proces jego adaptacji do funkcji kulturalnych. Wcześniej, bo w 1997 roku, w budynku zaadaptowanej przez Normana Fostera kopalnianej kotłowni otwarte zostało Design Zentrum Nordrhein Westfalen. W 2007 roku ukończono adaptację budynku służącego do mycia węgla na Muzeum Ruhry według projektu OMA (Office for Metropolitan Architecture). W ramach IBA w Duisburgu zaadaptowano nieużywany już młyn i magazyn, będące w przeszłości częścią portu zbożowego, na wielofunkcyjny kompleks mieszczący MKM Museum Küppersmühle für Moderne Kunst (muzeum sztuki nowoczesnej, otwarte w 1999 r., arch. Herzog & de Meuron). Rewitalizacja terenów pokopalnianych nie polega wyłącznie na adaptacji istniejących budynków. Powstają tu także nowe obiekty, z których jako pierwsza w 2006 roku otwarta została, zaprojektowana przez obsypaną nagrodami pracownię SANAA, nowa siedziba Szkoły Zarządzania i Projektowania Zollverein.

Obiekty historyczne reprezentujące dziedzictwo kulturowe minionych wieków często służą pojedynczym instytucjom, ale też odpowiednio zaadaptowane stają się miejscem koncentracji działalności kulturalnej w formie dzielnic kultury.

Kompleksy kulturalne przyjmują dwie główne postacie: są to albo wielofunkcyjne gmachy pełniące rolę centrów kultury, gdzie poszczególne dziedziny kultury i sztuki współistnieją pod jednym dachem, co często wiąże się też ze wzniesieniem nowego gmachu, albo jest to rozciągnięty na określonym terytorium system budynków i obiektów (pełnią one różne kulturalne funkcje), które zazwyczaj stanowią połączenie adaptowanej i nowej architektury. Przykładem drugiego typu jest MuseumsQuartier – dzielnica muzealna, kreatywna i rozrywkowa zlokalizowana w centrum Wiednia. Powstała w obrębie stajni cesarskich z pierwszej połowy XVIII wieku (rozbudowanych w XIX w.). Historyczne budynki tworzą ramę dla współczesnej architektury. Od strony ulicy ciągnie się historyczna fasada, a za nią znajduje się dziedziniec, na którym, na tle barokowej architektury, stanęły dwie nowe kubiczne bryły: Leopold Museum i MUMOK Museum moderner Kunst Stiftung Ludwig Wien. W części środkowej, w budynku stajni i w dobudowanych halach, mieszczą się KUNSTHALLE Wien i Halle E+G, w bocznych skrzydłach: Architekturzentrum Wien, ZOOM Kindermuseum i DSCHUNGEL Wien – teatr dla młodej widowni, natomiast w budynku frontowym funkcjonuje przestrzeń kreatywna o nazwie Quartier21. Na 7000 m² mieści się kilkadziesiąt autonomicznych organizacji zajmujących się kulturą cyfrową, modą i projektowaniem, którym przestrzeń wynajmowana jest na okres dwóch lat (z możliwością przedłużenia). Zgodnie z koncepcją autorów jest to „modularna platforma działania dla niezależnych małych instytucji, biur artystycznych i czasowych inicjatyw, miejsce do prowadzenia krytycznego dyskursu i konfrontacji ze współczesną kulturą i jej produktami, jak również stacja dokująca dla rozpoczynających działalność kulturalną" [Bogner, 2001, s. 39]. Oprócz instytucji wystawienniczych w MQ znajdują się kafejki, restauracje i księgarnie. Funkcję organizacyjną pełni dziedziniec, pomyślany jako miejsce rekreacji: są tu fontanna, ławki, odbywają się pokazy mody, projektowania i tańca, festiwal literatury, koncerty didżejów czy programy dla dzieci.

Dzielnice kultury często porównywane są do centrów handlowych i tematycznych parków rozrywki – w wielu z nich bowiem granica między kulturą wysoką a ludyczną rozrywką została zatarta. Niewątpliwie każdy rodzaj dzielnicy kultury wpływa na rozwój miasta – koncentracja działalności kulturalnej i rozrywki przekłada się na wzmożony ruch, wolny czas spędzają tu mieszkańcy, przyjeżdżają turyści – niemniej różny jest prestiż tego rodzaju kompleksów. MQ jest uznawane za przykład dobrego wyważenia kultury wysokiej (sztuki i architektury) i komponentu komercyjnego.

Dzielnica Bankside w Londynie

W 1992 roku zapadła decyzja o wydzieleniu z Tate Gallery oddziału międzynarodowej sztuki współczesnej i zapewnieniu mu osobnego budynku. Pierwotny plan zakładał wzniesienie nowego obiektu, podczas poszukiwania lokalizacji

okazało się jednak, że wszystkie warunki stawiane nowej lokalizacji (m.in. warunek dostępności komunikacyjnej) spełniał budynek zagrożonej wyburzeniem, wyłączonej w 1981 roku elektrowni w Southwark, wzniesionej w latach 1947–1969 według projektu Sir Gilesa Gilberta Scotta. Southwark przez dziesięciolecia opatrzona była etykietą „złej dzielnicy". Mimo położenia w centrum Londynu omijano ją szerokim łukiem, zwłaszcza że pozbawiona była turystycznych atrakcji. W 1994 roku Tate zakupiła ziemię i większość budynku. Firma konsultingowa sporządziła raport na temat wpływu ekonomicznego Tate Modern na lokalną gospodarkę. W tym samym roku rozpisano międzynarodowy konkurs architektoniczny na adaptację gmachu, wygrany przez pracownię Herzog & de Meuron ze Szwajcarii. Autorskim „dodatkiem" architektów w strukturze budynku jest kubistyczna szklana konstrukcja o wysokości dwóch pięter, nałożona na ceglaną strukturę Scotta.

Tate już na samym początku zostało włączone w życie lokalnej społeczności. W 1996 roku na terenie inwestycji otwarto biuro i centrum dla zwiedzających, działające jako punkt informacyjny do czasu otwarcia galerii. Tate publikowało kwartalnik wysyłany do domów i firm w sąsiedztwie. Po otwarciu mieszkańcy dzielnic Southwark i Lambeth byli traktowani priorytetowo podczas procedury zatrudniania [Lorente, 2011, s. 269]. Wśród celów, jakie postawiono Tate, znalazły się: rozwój współpracy z lokalnymi władzami, przedsiębiorcami i mieszkańcami, stworzenie warunków dla ich udziału w rozwoju galerii oraz promocja Bankside (Southwark jest szerszą jednostką administracyjną – jej częścią jest Bankside) jako miejsca atrakcyjnego do zamieszkania, pracy i zwiedzania [*Industrial buildings*, 2000, s. 165]. Środki finansowe na budowę galerii przekazała także Rada Southwark w nadziei, że Tate pomoże zapewnić napływ zwiedzających i pieniędzy do dzielnicy oraz wzrost zatrudnienia. Na początku XXI wieku w Southwark, między innymi za sprawą muzeum, otwarty został jeden z najlepszych targów spożywczych w Londynie, powstały specjalistyczne sklepy, restauracje i kawiarnie, a portowe magazyny zostały przekształcone w modne lofty. Tuż obok Tate Modern działa otwarty nieco wcześniej, w 1997 roku, zrekonstruowany teatr szekspirowski The Globe. Poza stacją metra, liniami autobusowymi i promowymi, brzegi Tamizy połączyła kładka dla pieszych, tzw. Millenium Bridge. Tate Modern znalazło się jednocześnie w centrum większego projektu rewitalizacji miasta o nazwie South Central, którego celem jest rozszerzenie *Tate effect* poza pierwotny wpływ na najbliższą okolicę. Co istotne, rewitalizacja Bankside nie była efektem politycznego planu bądź opracowanych przez władze miasta założeń – te powstały na skutek muzealnej interwencji [Schubert, 2002, s. 109].

Nabrzeże Gateshead

Sąsiadujące z Newcastle miasto Gateshead, oddzielone od niego rzeką Tyne, do końca XIX wieku było niewielką osadą. Dzięki postępowi technologicznemu w tym czasie wzrosło wydobycie węgla, a co za tym idzie, liczba ludności, dla której zaczęto wznosić robotnicze osiedla. Rozrastało się także Newcastle, które jednak stopniowo zaczęło odwracać się od rzeki z uwagi na jej zanieczyszczenie odpadami przemysłowymi. W latach siedemdziesiątych i na początku osiemdziesiątych XX wieku nastąpiło gwałtowne załamanie gospodarcze regionu, a deindustrializacja prowadziła do wzrostu bezrobocia. Rewitalizacja Newcastle została podjęta już w latach sześćdziesiątych, a następnie kontynuowano ją w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych. Nabrzeże Newcastle Quayside było w dużej mierze zrujnowane i opuszczone – jego rewitalizacja została przeprowadzona w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych i koncentrowała się przede wszystkim na stworzeniu zabudowy mieszkaniowej i biurowej.

Metamorfozę nabrzeża Tyne dopełniła rewitalizacja Gateshead Quayside wraz ze zrealizowanymi tu projektami flagowymi. Najpierw podjęto się budowy kładki zapewniającej piesze i rowerowe połączenie ze zrewitalizowanym już nabrzeżem Newcastle. W rozpisanym w 1996 roku konkursie na Millenium Bridge zwyciężył projekt biur Wilkinson Eyre Architects / Gifford&Partners. Oficjalne otwarcie mostu odbyło się w 2002 roku. Jego unikalna konstrukcja przechyłowa przyniosła architektom szereg nagród, stała się też symbolem obu „odrodzonych" miast. W tym samym roku zostało też otwarte Centrum Sztuki Współczesnej BALTIC w budynku ogromnego elewatora zbożowego należącego wcześniej do Baltic Flour Mills. Gmach był użytkowany w latach 1950–1982. Nie podzielił losu innych przemysłowych budynków w okolicy, które zostały wyburzone, gdyż koszt usunięcia wypełniających go ponad stu betonowych silosów był zbyt wysoki. W 1992 roku zapadła decyzja o przeznaczeniu gmachu na centrum sztuki, a dwa lata później rozpisano konkurs architektoniczny, który wygrał Dominic Williams. W północnej i południowej elewacji budynku zachowano oryginalną konstrukcję ceglaną, a pomiędzy fasadami wzniesiono sześć pięter i trzy półpiętra. Elewacje wschodnia i zachodnia zostały zbudowane ze szkła, które zapewnia naturalne oświetlenie wnętrza i otwarcie na panoramę miasta. Zysk dla lokalnej gospodarki w postaci efektów mnożnikowych wygenerowanych przez BALTIC szacowany jest na około £5 mln rocznie, nie wspominając o wpływie na wizerunek miasta i regionu [*Rewitalizacja miast w Wielkiej Brytanii*, 2009, s. 178]. Trzecim projektem flagowym jest The Sage Gateshead, łączące funkcje wielkiej sali koncertowej oraz instytucji realizującej edukację muzyczną, których brakowało w regionie. Futurystyczna bryła centrum muzyki została zaprojektowana przez pracownię Foster and Partners. Posiada trzy

niezależne sale koncertowe, w tym jedną na 1650 miejsc. Przeprowadzone badania wykazały, że każdy £1 mln przeznaczony na funkcjonowanie Sage zwraca się w postaci £12 mln wygenerowanych przez lokalną gospodarkę. Instytucja jest też ważnym pracodawcą zatrudniającym około 400 osób [*Rewitalizacja miast w Wielkiej Brytanii*, 2009, s. 180]. W sąsiedztwie inwestycji powstał zespół luksusowych apartamentowców oraz hotel.

Znaczenie rewitalizacji poprzez kulturę (z udziałem dziedzictwa kulturowego)

Inwestycje kulturalne, w tym te realizowane z udziałem dziedzictwa kulturowego – zazwyczaj z wykorzystaniem historycznej architektury, często poprzemysłowej, reprezentującej niedawną, dwudziestowieczną historię – są częścią kompleksowych procesów rewitalizacji. Badacze Gateshead są zgodni, że inwestycja kulturalna nie jest w stanie zapewnić „alternatywnej przyszłości dla wszystkich deindustrializowanych miast" [Miles, 2005, s. 914], a sukces ikonicznych budynków w tym konkretnym mieście wcale nie musi przełożyć się na analogiczny efekt gdzie indziej, gdyż „wpływ kulturalnych inwestycji w projektach ikonicznych ma charakter wybitnie związany z miejscem, nie ma magicznej formuły na sukces" [Miles, 2005, s. 923]. Muszą zostać spełnione warunki, z których najważniejszymi jest zbudowanie więzi z lokalną społecznością („zakorzenienie" w lokalnej społeczności) – wtedy realizowane inwestycje będą dla niej powodem do dumy. Taka sytuacja miała miejsce w Bilbao: „Poczucie porażki i pesymizmu, które pojawiło się w związku z przedłużającym się kryzysem ekonomicznym i konfliktami politycznymi, ustąpiły miejsca zbiorowemu optymizmowi w Bilbao i wśród całej społeczności Basków. Większość społeczności Kraju Basków – publiczne instytucje, sektor prywatny i społeczeństwo – jest teraz przekonana, że rzeczywiście da się wprowadzić Bilbao i cały region w erę poprzemysłową. To właśnie jest prawdziwy cud Bilbao". Natomiast same projekty architektoniczne symbolizują jedynie zachodzące zmiany [Vegara, 2001, s. 94].

Sukces rewitalizacji nabrzeża Gateshead i Newcastle jest niepodważalny, badacze jednak mają problem ze zdefiniowaniem i oszacowaniem rzeczywistego wpływu kulturalnych inwestycji i działalności kulturalnej na życie społeczne. Wskazują, że brakuje niepodważalnych przesłanek świadczących o wpływie kultury na proces regeneracji [Evans, Shaw, 2006, s. 2]. Zazwyczaj w tym celu przytaczane są dane statystyczne, chociaż badacze przyznają, że te wartości wcale nie są miarodajne.

W przypadku NewcastleGateshead przedstawiają się one następująco: w 2003 roku 66% lokalnych respondentów uważało, że koszt inwestycji sytuuje się na rozsądnym poziomie (zostali poinformowani, że koszt wzniesienia mostu BALTIC i Sage wyniósł £250 mln, z czego połowa pochodziła ze środków publicznych; w 2002 r. 69% respondentów), 95% respondentów uznało, że nabrzeże poprawia narodowy wizerunek regionu, a 89% ankietowanych stwierdziło, że inwestycje wpływają na poczucie dumy z okolicy [Miles, 2005, s. 918]. Liczby te mogą świadczyć o silnym społecznym poparciu, jednak nie powinny być traktowane jako jego jedyny wskaźnik. Na sukces nabrzeża ma się składać nie tylko wyjątkowa architektura, ale też zróżnicowanie funkcji i „szereg nowych doświadczeń, które zderzają ze sobą sztukę, kulturę życia nocnego i dumę z miejsca, co oznacza różne rzeczy dla różnych grup społecznych i różnych tożsamości" [tamże, s. 921].

Kulturalna rewitalizacja w Polsce

Obszernym podsumowaniem i diagnozą procesów rewitalizacji w Polsce jest dwunastotomowa seria publikacji wydanych przez Instytut Rozwoju Miast w Krakowie, będących efektem projektu badawczego *Rewitalizacja miast polskich jako sposób zachowania dziedzictwa materialnego i duchowego oraz czynnik zrównoważonego rozwoju* realizowanego w latach 2007–2010. Zygmunt Ziobrowski wskazuje w jednej z nich, że procesy rewitalizacyjne utrudnia w Polsce brak krajowej polityki rewitalizacyjnej i polityki rządu wobec miast. Wiele elementów aktywności charakterystycznych dla rewitalizacji nie jest też szerzej wykorzystywanych: współudział społeczności lokalnych w procesie rewitalizacji, udział sektora prywatnego we współfinansowaniu tych procesów czy traktowanie rewitalizacji jako usługi publicznej (co umożliwiałoby ograniczenie praw własności w imię wspólnego celu). Brakuje także wykorzystywania instytucji niepublicznych do realizacji celów publicznych [*Rewitalizacja miast polskich*, 2010, s. 11].

Można przytoczyć co najmniej kilkanaście przykładów działań rewitalizacyjnych, dla których zyskujące nową funkcję obiekty historyczne znajdują się w centrum procesów planowania. Często jednak projektom tym brak kompleksowego podejścia reprezentowanego przez Bilbao czy Gateshead, a część z nich ma charakter oddolny, gdzie zakłada się, że działalność kulturalna funkcjonuje jako *spiritus movens* całego procesu odnowy. Bolesław Domański przyznaje, że udział społeczności lokalnych w programowaniu i realizacji rewitalizacji jest w Polsce niewielki – z jednej strony jest to wynik wieloletniej tradycji odgórnie sterowanych działań administracji lokalnej, a z drugiej braku zaufania do władzy lokalnej i nikłego zainteresowania mieszkańców tego rodzaju projektami (pojawia się ono dopiero w sytuacjach konfliktowych). Udział społeczności lokalnej jest natomiast warunkiem pełnego sukcesu rewitalizacji, już we wstępnych etapach działań re-

witalizacyjnych prowadzi bowiem do zgodności podejmowanych działań z potrzebami społeczności lokalnej i tym samym do ograniczenia skali konfliktów [tamże, s. 25–26].

W przypadku terenów poprzemysłowych rzadko można mówić o społecznościach lokalnych zamieszkujących dany obszar, występują one jednak w najbliższym sąsiedztwie i w ich kierunku również powinna być skierowana uwaga inwestorów. Często omawianym przykładem udanej rewitalizacji, w którym jednak kwestia społecznego poparcia i udziału mieszkańców została całkowicie zmarginalizowana, jest Manufaktura w Łodzi. W 1999 roku prywatny inwestor, firma Apsys Polska, wykupił teren i nieruchomości dziewiętnastowiecznego Towarzystwa Akcyjnego Wyrobów Bawełnianych I.K. Poznańskiego z planem utworzenia na jego terenie centrum handlowo-rozrywkowego. Historyczne budynki fabryki z czerwonej cegły zostały wyremontowane i zmodernizowane, wzniesiony został nowy gmach centrum handlowego, na dziedzińcach rozmieszczono elementy małej architektury (fontanna, ławki, latarnie) – stworzona w ten sposób przestrzeń publiczna zaczęła spełniać funkcję rynku, którego Łódź nie posiada. Elementem nobilitującym dla komercyjnej inwestycji było wprowadzenie na jej teren filii łódzkiego Muzeum Sztuki – firma Apsys podarowała publicznemu muzeum jeden z historycznych budynków w celu ulokowania w nim wyjątkowej w skali Polski stałej kolekcji sztuki nowoczesnej i współczesnej.

Inwestor nie był zainteresowany szerokim programem wsparcia społecznego – nie prowadził konsultacji z mieszkańcami terenu rewitalizacji i terenów przyległych (podobnie nie prowadził ich urząd miasta). Nie postawił też projektowi za cel przeciwdziałania enklawom biedy w mieście (badania Instytutu Socjologii Uniwersytetu Łódzkiego z 1998 r. zidentyfikowały 12 enklaw biedy w strefie śródmiejskiej, badania powtórzone w 2009 r. nie wykazały w tym zakresie zmian) – jedną z tych enklaw tworzą domy familijne dawnego zakładu Poznańskiego, położone wzdłuż ul. Ogrodowej, do której przylega jedna ze ścian Manufaktury [Strzelecka, 2011, s. 666]. W Łodzi zrealizowany został model tzw. rewitalizacji implantacyjnej, która polega na wprowadzeniu na obszar o istotnym znaczeniu i walorach dla miasta nowych funkcji czy form architektoniczno-przestrzennych w zamian za te, które uległy degradacji lub zniszczeniu (przeciwieństwem tego modelu jest tzw. rewitalizacja integracyjna). Użytkownikami powstałej w ten sposób przestrzeni stają się osoby z zewnątrz – przybysze, a społeczność lokalna korzysta ze zmian jedynie w sposób pośredni: przez pojawienie się nowych usług, których mogą być odbiorcami, oraz zaistnienie ciekawszego miejsca w kategoriach estetyki krajobrazu miejskiego [Kaczmarek, 2001, s. 27; Strzelecka, 2011, s. 664]. Założenia rewitalizacji implantacyjnej stoją jednak w sprzeczności z powszechnie stosowanymi definicjami rewitalizacji i przypadek Łodzi nie powinien być traktowany jako udany przykład rewitalizacji, lecz działanie o charakterze naprawczym, posiadającym jedynie wybrane jej cechy.

W dużej mierze negatywnie oceniana jest także planowana rewitalizacja terenów dawnej Stoczni Gdańskiej, która polegać ma na wyburzeniu stoczniowych budynków i stworzeniu nowoczesnej „enklawy bogactwa" – na terenie 70 ha powstać ma dzielnica Młode Miasto, gdzie zlokalizowane zostaną głównie biura, budynki mieszkalne i centra handlowe. Całość odcinać się będzie od historii miejsca, w dużej mierze ignoruje też zamieszkującą okolicę społeczność związaną z jego produkcyjną przeszłością. Rolę katalizatora negatywnych przemian przyjął na siebie Instytut Sztuki Wyspa – centrum sztuki współczesnej zlokalizowane w jednym z postoczniowych budynków (budynek dawnej Zasadniczej Szkoły Budowy Okrętów), które poprzez realizowany społeczno-artystyczny program nawiązuje relacje z miejscem i jego historią, a także stara się włączyć mieszkańców Gdańska w proces zmian (zrealizował m.in. warsztaty, które miały charakter konsultacji społecznych dotyczących projektowanej inwestycji). Ocena procesu przemian na terenie Stoczni i ich prawdopodobnego negatywnego wymiaru będzie możliwa dopiero po zrealizowaniu inwestycji, najwcześniej w połowie trzeciej dekady XXI wieku.

Do najbardziej kompleksowych, z sukcesem zrealizowanych projektów rewitalizacji, w których centrum znalazło się dziedzictwo kulturowe i funkcja kulturalna, należy przekształcenie Wyspy Młyńskiej w Bydgoszczy w centralnie w mieście położoną enklawę kulturalno-rekreacyjną. Większość historycznych budynków została zaadaptowana na potrzeby Muzeum Okręgowego im. Leona Wyczółkowskiego (zob. ramka). Na dziedzictwie poprzemysłowym i funkcji kulturalnej oparta jest także rewitalizacja ścisłego centrum Katowic. Mimo przegranej w konkursie miast na Europejską Stolicę Kultury 2016 władze Katowic kontynuują kulturalny kurs, który ma zmienić przemysłowy wizerunek stolicy Górnego Śląska. Na terenie dawnej Kopalni Węgla Kamiennego „Katowice" i w bezpośrednim jej sąsiedztwie realizowane są trzy wielkie projekty – nowe Muzeum Śląskie, które częściowo korzystać będzie z historycznej kopalnianej architektury, oraz nowe gmachy Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach i Międzynarodowego Centrum Kongresowego (zob. ramka). Prace budowlane są w toku, co oznacza, że rewitalizację będzie można ocenić dopiero pod koniec drugiej dekady XXI wieku. W Krakowie trwa rewitalizacja nadwiślańskiej dzielnicy Zabłocie (zob. ramka), nie jest ona jednak realizowana kompleksowo. Na terenie Fabryki Schindlera – budynku symbolizującego trudną historię miejsca, spopularyzowanego przez obsypany Oskarami film Stevena Spielberga – powstały dwa miejskie muzea, których celem jest przyciągnięcie turystów, oraz punkty usługowe o charakterze kawiarniano-restauracyjnym i kulturalnym. Do dzielnicy ściągają również prywatni inwestorzy, którzy w miejscu fabrycznej zabudowy stawiają luksusowe apartamentowce i biura. Mimo że dzielnica zmienia swój wizerunek, zachodzący tu proces ma więcej wspólnego z gentryfikacją niż z rewitalizacją.

Polskie projekty rewitalizacyjne wykorzystujące dziedzictwo kulturowe mają zazwyczaj mniej kompleksowy charakter od modelowych inwestycji zachodnich –

brakuje współdziałania na różnych poziomach władzy oraz współpracy z sektorem prywatnym, co jest wynikiem ułomności polskiego systemu legislacyjnego. Również wysoce niesatysfakcjonujący jest stopień zaangażowania społeczności lokalnych w proces zmian, które w pierwszej kolejności powinny służyć właśnie im. Perspektywa początku drugiej dekady XXI wieku jest zbyt krótka, by móc dokonać oceny poszczególnych projektów rewitalizacyjnych, w których dziedzictwo i funkcje kulturalne odgrywają pierwszorzędną rolę. Wiele projektów tego rodzaju znajduje się jeszcze w realizacji. Już teraz można jednak stwierdzić, że wykorzystanie dziedzictwa kulturowego w procesach rewitalizacyjnych jest coraz częstsze i że w ich centrum coraz powszechniej znajdują swoje miejsce funkcje kulturalne, które odgrywają nie tylko fasadową, ale też integrującą rolę dla lokalnych mieszkańców. Rewitalizacja dziedzictwa kulturowego i wprowadzanie nowych kulturalnych funkcji staje się istotnym elementem strategii promocyjnych polskich miast. W umiejętny sposób wykorzystują ją m.in. Bydgoszcz, Łódź, Katowice. Jest także częścią składową rozwoju miast, których poszczególne dzielnice są przedefiniowywane, by tworzyć nową jakość odpowiadającą wyzwaniom współczesności.

Wyspa Młyńska w Bydgoszczy

Wyspa Młyńska zlokalizowana jest w centrum Bydgoszczy, w zakolu Brdy między jej głównym nurtem a dopływem Młynówka, kilkaset metrów od Starego Rynku. Zajmuje obszar 6,5 ha. Od końca XVI do drugiej połowy XVIII wieku na wyspie funkcjonowała mennica. Po jej zamknięciu powstał tu kompleks młyński działający jeszcze w pierwszej połowie XX wieku. W latach siedemdziesiątych rozpoczęła się likwidacja działalności przemysłowej. W celu uniknięcia degradacji zlokalizowanych tu budynków władze miasta w 2005 roku objęły ten teren Lokalnym Programem Rewitalizacji dla Miasta Bydgoszczy, a następnie opracowany został czteroetapowy program „Rewitalizacja zasobów kulturowych i przyrodniczych Wyspy Młyńskiej i jej najbliższego otoczenia". W pierwszym etapie („Rewitalizacja Wyspy Młyńskiej w Bydgoszczy na cele rozwoju przedsiębiorczości", 2006–2007) jeden z budynków został zaadaptowany na Centrum Pracy i Przedsiębiorczości, zbudowane zostały trzy kładki dla pieszych poprawiające dostępność Wyspy oraz odtworzono tzw. Międzywodzie. Drugi etap („Renowacja obiektów dziedzictwa kulturowego na terenie Wyspy Młyńskiej w Bydgoszczy", 2006–2009) polegał na zaadaptowaniu pięciu budynków na cele działalności Muzeum Okręgowego im. Leona Wyczółkowskiego – Galerii Sztuki Nowoczesnej, Działu Archeologii, Europejskiego Centrum Pieniądza, centrum informacyjno-recepcyjnego zespołu muzealnego oraz Domu Wyczółkowskiego. W ramach trzeciego etapu („Budowa infrastruktury rekreacyjnej Wyspy Młyńskiej i jej najbliższego otoczenia", 2008–2011) stworzona została łąka służąca rekreacji, zbudowano amfiteatr, ciągi piesze, ścieżki rowerowe

i plac zabaw, oświetlono poszczególne budynki oraz umocniono nadbrzeża. Natomiast czwarty etap to „Rewitalizacja zdegradowanych terenów sportowych na terenie Wyspy Młyńskiej" (2011–2012), w ramach której powstała przystań jachtowa oraz baza noclegowa z zapleczem gastronomicznym, salą edukacyjną i studiem odnowy biologicznej. Do najważniejszych celów rewitalizacji zaliczono: ograniczenie bezrobocia, osiągnięcie wysokiego poziomu aktywności społecznej i gospodarczej, ładu przestrzennego, estetyki, dostępności (w tym dla niepełnosprawnych) oraz przywrócenie wartości historycznych (Wyspa Młyńska – obok Starego Rynku – to najstarszy i najlepiej zachowany teren historyczny w układzie przestrzennym Bydgoszczy).

Wyspa Młyńska stała się wyspą muzealną z rozbudowaną funkcją rekreacyjną. Jest miejscem spędzania wolnego czasu; przestrzeń otwarta służy organizacji wydarzeń kulturalnych i sportowych, wraz ze zlokalizowanym na przeciwległym brzegu rzeki gmachem Opery Nova jest wykorzystywana jako wizytówka miasta. W 2012 roku dzięki Wyspie Bydgoszcz otrzymała The World Leisure International Innovation Prize przyznawaną przez Światową Organizację ds. Wypoczynku.

Kulturalne centrum Katowic

W 2003 roku pojawiła się myśl o adaptacji na cele borykającego się z problemami lokalowymi Muzeum Śląskiego budynków zamkniętej cztery lata wcześniej Kopalni Węgla Kamiennego „Katowice" (funkcjonowała w latach 1823–1999). Teren jest centralnie położony – tuż obok Hali Widowiskowo-Sportowej „Spodek", przy Drogowej Trasie Średnicowej, w bliskim sąsiedztwie słynnego ronda z Galerią Rondo Sztuki. Inwestycję prowadzi Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego. Wybrany w konkursie architektonicznym projekt austriackiego zespołu Riegler Riewe Architekten zakłada powstanie muzeum zagrzebanego w ziemi, nawiązującego formą do górniczej tradycji regionu – według projektu umieszcza się eksponaty w miejscu, z którego wydobywano na powierzchnię węgiel stanowiący o bogactwie miasta (otwarcie planowane na 2014 r.). Rewitalizacja terenu kopalni zakłada bezpośrednie połączenie z pobliskim parkiem i stworzenie terenu rekreacyjnego dla mieszkańców, którym służyć ma m.in. platforma widokowa utworzona na wieży szybu „Warszawa II".

Obok muzeum powstaje gmach Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach mieszczący dużą salę koncertową na 1800 miejsc, salę kameralną i studio nagrań. Funkcję kulturalną dzielnicy uzupełni Międzynarodowe Centrum Kongresowe. Ukończenie budowy gmachów planowane jest odpowiednio na koniec 2013 roku i na rok 2014. Powstające inwestycje wraz

z istniejącymi w najbliższym sąsiedztwie obiektami kulturalno-sportowymi złożą się na katowicką Strefę Kultury.

Zabłocie w Krakowie

Na początek XX wieku datuje się postępująca industrializacja Zabłocia, które w latach dwudziestych stało się jedną z najważniejszych dzielnic przemysłowych Krakowa. Industrializacja była widoczna w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych, po czym po 1989 roku Zabłocie zaczęło popadać w stan degradacji. Jeszcze na początku XXI wieku była to jedna z najbardziej zaniedbanych i niebezpiecznych części miasta. Sytuacja zaczęła się zmieniać od momentu podjęcia zakrojonych na szeroką skalę inwestycji – otwarcie prywatnej szkoły wyższej w 2000 roku i mostu Kotlarskiego w 2002 roku. W 2006 roku Rada Miasta przyjęła program rewitalizacji i aktywizacji Zabłocia. Ta gorsza część miasta, znajdująca się po drugiej stronie Wisły w stosunku do odnowionego Kazimierza, ma się stać elegancką dzielnicą rezydencjonalną i alternatywnym centrum kulturalnym Krakowa. Na zmianę jej charakteru mają wpłynąć inwestycje muzealne. Siedzibą dwóch z nich jest Niemiecka Fabryka Naczyń Emaliowanych Oskara Schindlera (zabudowania z lat 1939–1944): na terenie hal fabrycznych ulokowane zostało Muzeum Sztuki Współczesnej (MOCAK), a w części administracyjnej fabryki oddział Muzeum Historycznego Miasta Krakowa „Fabryka Schindlera" ze stałą wystawą *Kraków – czas okupacji 1939–1945*. Obie instytucje są od siebie niezależne – pierwsza stanowi połączenie starej i nowej architektury (autentyczne hale fabryczne zostały „opakowane" metalowo-szklaną konstrukcją), druga – bazuje wyłącznie na architekturze zastanej.

Rewitalizacja Zabłocia powinna być rozpatrywana wraz z rewitalizacją Podgórza (dzielnice rozdziela trakcja kolejowa). Stojący nieopodal budynek dawnej podgórskiej elektrowni z lat 1899–1900 został przeznaczony na siedzibę Muzeum Tadeusza Kantora i Ośrodka Dokumentacji Sztuki Tadeusza Kantora CRICOTEKA, wcześniej nowe oblicze zyskał pl. Bohaterów Getta. O Starym Podgórzu jako „wschodzącym" kwartale kultury pisze Monika Murzyn-Kupisz: „W ostatnich latach za obiecującą dzielnicę kultury uznane zostało Stare Podgórze, przyciągające zarówno artystów, przedsiębiorców sektora kreatywnego, jak i stanowiąc teren istotnych inwestycji publicznych. [...] Wzrastająca komercjalizacja obu kwartałów [Starego Podgórza i Kazimierza] może jednak w przyszłości doprowadzić do osłabienia i zaniku ich kulturotwórczej roli w skali metropolii. [...] Zamiast dzielnicą kultury Podgórze może się stać enklawą luksusowego mieszkalnictwa i wynajmu powierzchni biurowych klasy A" [Murzyn-Kupisz, 2013, s. 119–120]. Rola MOCAK-u jako katalizatora zmian

w dzielnicy jest mniejsza od deklarowanej (w strategii edukacyjnej muzeum zapisano m.in., że „Muzeum zamierza przeciwdziałać gentryfikacji Zabłocia, przyczyniając się do zintegrowania przeszłości obszaru z naznaczoną sztuką współczesną teraźniejszością" [*Kierujemy na sztukę!*, 2013, s. 15], a potencjał instytucji w tym zakresie w czasie jej tworzenia i początków funkcjonowania w ogóle nie został wykorzystany.

Podsumowanie

Rewitalizacja zdegradowanych terenów i podupadłych budynków czy zespołów architektonicznych jest atrakcyjna wizualnie i bezsprzecznie od końca XX wieku można mówić o prawdziwej modzie w tym zakresie. Właściwie przeprowadzona służy wizerunkowym ambicjom polityków, urzędników i właścicieli, służy turystom i jednocześnie mieszkańcom. Wprowadza nową wartość – jest nią funkcja kulturalna. Ale wartością dodaną jest także siła przyciągania publiczności, jaką dane miejsce wytwarza.

Niemniej w literaturze wskazuje się, że celem wielkich projektów flagowych rzadko jest poprawa warunków bytowych dotychczasowych mieszkańców, a raczej przyciągnięcie do miasta nowych zwiedzających i kupujących [Miles, 2005, s. 916]. To przede wszystkim projekty, które mają zapewnić sukces marketingowy – budować lub poprawiać wizerunek, zwracać uwagę, czarować, fascynować, wzbudzać emocje. Charles Landry podaje, że w szczególności predestynowane do tego, by „komunikować się ikonicznie", są muzea, galerie, teatry i stadiony sportowe [Landry, 2008, s. 148]. Zagrożeniem dla procesów rewitalizacji jest wspomniana wyżej gentryfikacja, widoczna w pojawieniu się na danym terenie nowych, zamożnych mieszkańców oraz im dedykowanych funkcji – obiektów usługowych, biur. Poprawa jakości przestrzennej, wzrost cen nieruchomości i zmiana wizerunku okolicy może przyczyniać się do wypierania dotychczasowych mieszkańców, dla których koszt życia na tym terenie stanie się zbyt wysoki.

Literatura

Bogner D. [2001], *Zufallsergebnis oder geplante Vielfalt? Das Konzept des MuseumsQuartiers / A Product of Chance or Planned Diversity? The Concept of the MuseumsQuartier*, w: *MuseumsQuartier Wien*. Die Architektur / The Architecture, M. Boeckl (red.), Wien–New York.

Evans G. [2005], *Measure for measure. Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration*, „Urban Studies", nr 42 (May).

Evans G., Shaw P. [2004], *The contribution of culture to regeneration in the UK. A review of evidence*. A report to the Department for Culture Media and Sport, London Metropolitan University, London.

Evans G., Shaw, P. [2006], *Literature review. Culture and regeneration*, „Arts Research Digest", nr 37.
Guzik R. [2009], *Rewitalizacja miast w Wielkiej Brytanii*, Instytut Rozwoju Miast, Kraków.
Industrial buildings. Conservation and regeneration [2000], M. Stratton (ed.), E&FN Spoon, London.
Kaczmarek S. [2001], *Rewitalizacja terenów poprzemysłowych. Nowy wymiar w rozwoju miast*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
Kierujemy na sztukę! Dział Edukacji MOCAK-u 2011–2012 / Destination: art! MOCAK Education Department 2011–2012 [2013], E. Sala (red.), MOCAK, Kraków.
Kopeć M. [2010], *Rewitalizacja miejskich obszarów zdegradowanych*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
Kozłowski S., Wojnarowska A. [2011], *Rewitalizacja zdegradowanych obszarów miejskich. Zagadnienia teoretyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
Landry Ch. [2008], *The art of city making*, Sterling, VA.
Lorente J.P. [1998], *Cathedrals of urban modernity. The first museums of contemporary art, 1800–1930*, Farnham, Surrey, Ashgate.
Lorente J.P. [2011], *The museums of contemporary art. Notion and development*, Farnham, Surrey, Ashgate.
Markowski T. [2007], *Rynkowe podstawy procesów rewitalizacji miast*, w: *Rewitalizacja miast w Polsce. Pierwsze doświadczenia*, P. Lorens (red.), Urbanista, Warszawa.
Miles S. [2005], *„Our Tyne". Iconic regeneration and the revitalisation of identity in NewcastleGates head*, „Urban Studies", nr 42 (May).
Murzyn-Kupisz M. [2013], *Potencjał „dzielnic kultury" we wzmacnianiu roli kultury w rozwoju ośrodka metropolitalnego. Doświadczenia Krakowa*, w: *Rozwój gospodarki kreatywnej na obszarach metropolitalnych*, A. Klasik (red.), Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice.
Rewitalizacja miast polskich jako sposób zachowania dziedzictwa materialnego i duchowego oraz czynnik zrównoważonego rozwoju. Podsumowanie projektu [2010], Instytut Rozwoju Miast, Kraków.
Salwiński J. [2011], *Wokół ulicy Lipowej*, Muzeum Historyczne Miasta Krakowa, Kraków.
Schubert K. [2002], *The Curator's Egg. The evolution of the museum concept from the French Revolution to the present day*, One-Off Press, London (I wydanie: 2000).
Strzelecka E. [2011], *Rewitalizacja miast w kontekście zrównoważonego rozwoju*, „Budownictwo i Inżynieria Środowiska", nr 2.
Vegara A. [2004], *New millenium Bilbao*, w: *Waterfronts in post-industrial cities*, R. Marshall (ed.), Spon Press, London–New York (I wydanie: 2001).

Część IV

Kultura jako składowa procesów społecznych

Przemysław Kisiel

Kultura wobec współczesnych procesów społeczno-ekonomicznych

Swoistość współczesnej kultury

Jedną z najbardziej charakterystycznych cech współczesnej kultury jest jej dynamiczna zmienność. Dostrzeganie jej wydaje się oczywiste, jednak opisywanie, a przede wszystkim wyjaśnianie i rozumienie procesu zmiany kulturowej sprawia badaczom kultury ogromne problemy. Przyczyn tego stanu rzeczy należy upatrywać w ich złożoności: zmiany kulturowe są bowiem efektem oddziaływania nie tylko procesów immanentnie związanych z przestrzenią kultury, ale również tych o złożonym podłożu społeczno-ekonomicznym. Warto przy tym podkreślić, że czynniki społeczno-ekonomiczne, które generują procesy kulturowe, niosą ze sobą konsekwencje społeczne (zmiana struktury społecznej) i ekonomiczne (zmiana sytuacji dóbr kultury na rynku). Oznacza to, że omawianie i wyjaśnianie współczesnych zmian kulturowych wymaga uwzględnienia bardzo złożonego kontekstu.

Powinniśmy również pamiętać, że każda uchwycona forma zjawisk kulturowych dotyczy już nie tyle teraźniejszości, co przeszłości. Współczesna kultura jest bowiem w stanie ciągłej zmiany albo – co może jeszcze lepiej charakteryzuje jej obecną tożsamość – jest w procesie nieustannego „stawania się". Podobnie zresztą jak współczesne społeczeństwa – nie tyle są (istnieją), co stają się i stale tworzą swoje nowe oblicza [Sztompka, 2002, s. 529–532]. Obecny stan kultury jest zatem siłą rzeczy jedynie tymczasowy i krótkotrwały. I to, co udaje nam się uchwycić, zapewne lepiej pasuje już do jej przeszłości niż teraźniejszości. Stąd też konieczność nieustannego poznawania rzeczywistości kulturowej i aktualizowania naszej wiedzy o niej.

Dynamiczna zmienność, którą uznajemy za oczywistą i z łatwością dostrzegamy również w życiu codziennym, nie jest jednak jedyną cechą charakterystyczną

współczesnej kultury (i kształtujących ją procesów). Dużo istotniejsze jest tu spostrzeżenie, że owa dynamika w zasadzie nie pozwala na określenie kierunku zmian. Z jednej strony nikt nie ma wątpliwości, że kultura i jej otoczenie podlegają stałej transformacji, z drugiej strony również nikt nie jest zdolny przewidzieć stanu, do którego te zmiany mogą doprowadzić. W tych procesach brak bowiem wyraźnej logiki, konsekwencji i porządku – obserwowane zmiany wydają się całkowicie chaotyczne, a ich ukierunkowanie coraz bardziej mgliste. Tożsamość współczesnej kultury, kultury świata w czasach płynnej nowoczesności (ponowoczesności, hipernowoczesności) nie zakłada istnienia porządku, logiki i celu, co więcej – wręcz je odrzuca i neguje. Nie ma ich, bo być nie może, gdyż zmiana w kulturze nie jest skoordynowana, nie jest zmianą ku czemuś – już sama obecność zmiany nadaje jej sens. Stan ten doskonale charakteryzuje Zygmunt Bauman, stwierdzając: „Pełno w tym świecie ruchu, ale ruchu bezładnego, w jakim jedna zmiana miejsca nie różni się od drugiej [...]. Nie wiadomo tu, gdzie przód, a gdzie tył, a więc nie wiadomo, co »postępowe«, a co »wsteczne«" [Bauman, 2000, s. 155–156]. Jedyne, co wydaje się stałe w tej sytuacji, to właśnie ów fakt nieustannej i nieuporządkowanej zmienności, która nie jest tymczasowym zaburzeniem stanu stabilności ani aberracją, lecz jawi się jako nowa zasada regulująca przestrzeń zjawisk kulturowych [Bauman, 2011, s. 11].

Wyraźnie więc widać, że współczesne procesy kulturowe to przestrzeń, w której współistnieją w nieustannym konflikcie przeciwstawne tendencje, a wszelkie układy opozycyjne przestają mieć znaczenie. Nawet opozycje między twórczością a destrukcją, rozwojem a regresem przestają mieć logiczne uzasadnienie [Bauman, 2007, s. 117–126]. Współczesna przestrzeń kulturowa jest bowiem pełna różnorodności, wielowątkowa i wieloparadygmatyczna. Charakteryzuje ją wewnętrzna przeciwstawność, a nawet logiczna sprzeczność, ale jest to naturalna konsekwencja jej własnych reguł [McRobbie, 1995, s. 13–23]. Bardzo słusznie zauważa Leszek Korporowicz, „że wiele procesów standaryzacji i unifikacji kulturowej generuje – niejako paradoksalnie, ale zgodnie z logiką ich przebiegu – swoje własne »kontrprocesy«, zaprzeczenia i »kontrtendencje«, które wiodą do rozbicia ich dotychczasowych konsekwencji, a przynajmniej nowego usytuowania na horyzoncie zjawisk współczesności. Wytwarza się w ten sposób nowe oblicze rzeczywistości kulturowej naszych czasów" [Korporowicz, 1999, s. 237].

Dynamika ponowoczesnych procesów kulturowych nie jest ukierunkowana. Na każdym kroku widzimy ciągłe zmiany, ale kierunki tych zmian nie są skoordynowane. Nie dążą też one w stronę równowagi, a pojawienie się nowej tendencji (nawet przeciwstawnej) nie unieważnia tendencji dotychczasowej, nie odwraca jej, lecz stanowi dla niej dopełniającą alternatywę. W efekcie synteza dwóch przeciwstawnych tendencji nie prowadzi do ich neutralizacji, lecz kreuje nową jakość. W świecie ponowoczesnych procesów kulturowych trudno określić jednoznacznie ich kierunek i znaleźć reguły porządkujące. Łatwo też się w tym pogubić, toteż

Anthony Giddens sugeruje, by procesy te traktować „jako zjawisko dialektyczne, w obrębie którego wydarzenia na jednym biegunie rozsuniętej relacji często powodują wystąpienie odmiennych czy wręcz odwrotnych zjawisk na drugim biegunie" [Giddens, 2001, 31]. Takie podejście niewątpliwie ułatwia rozumienie zjawisk kulturowych, gdyż pozwala na pogodzenie ze sobą przeciwstawnych tendencji, a przy tym nie zwalnia z konieczności sytuowania ich w szerszym kontekście różnorodnych procesów.

Nie należy przy tym zapominać, że samo istnienie przeciwstawnych tendencji w przestrzeni kultury artystycznej nie jest bynajmniej zjawiskiem nowym, wynika bowiem z wewnętrznej logiki wszystkich procesów kulturowych. Logika transformacji przestrzeni kultury artystycznej polega na pojawianiu się coraz to nowych paradygmatów, czego przykładem są następujące po sobie style w sztuce. Zatem do wyjątkowych nie należy ani sam fakt biegunowej zmiany, ani zdolność do istnienia obok siebie wielu opozycyjnych paradygmatów estetycznych – to było już domeną kultury całego XX wieku. Same paradygmaty i opisujące je cechy również nie są nowe, pojawiały się już w okresie modernizmu, a niektóre nawet wcześniej [Jameson, 1996, s. 209–213]. Natomiast specyficzną cechą kultury współczesnej (kultury świata ponowoczesnego) jest wielość przeciwstawnych porządków wzajemnie oddziałujących na siebie, będących zarazem ciągłością i zaprzeczeniem, co prowadzi do utraty zdolności do ustalenia kierunku (orientacji). W efekcie nie ma wyraźnego rozgraniczenia: to, co nowe, nigdy nie jest tak naprawdę nowe, to, co stare, może również być uznawane za nowe (bo tworzy nową konfigurację), coś może być zarówno postępowe, jak i wsteczne – wszystko zależy od punktu odniesienia, względem którego będziemy kierować swoją uwagę. Trzeba też mieć świadomość, że żaden punkt odniesienia nie jest uniwersalny i nie może być powszechnie akceptowany.

Obraz współczesnej kultury kształtowany jest, jak zauważono już wcześniej, poprzez zmiany o podłożu estetycznym zachodzące wewnątrz systemu kultury, jak również poprzez procesy związane z zewnętrznym kontekstem społeczno-ekonomicznym, w którym kultura funkcjonuje. Z tej drugiej grupy, trzy typy procesów wydają się mieć największy wpływ na tożsamość współczesnej kultury. Pierwszy z nich obejmuje **procesy globalizacyjne**. Są one obecne we wszystkich sferach aktywności człowieka, aczkolwiek w każdej z nich przejawiają odmienny charakter. W przestrzeni kultury globalizacja budzi niejednoznaczne reakcje. Drugi typ procesów obejmuje **fragmentaryzację i rekompozycję**, których istota polega na rozpadzie istniejących całości kulturowych i – w oparciu o ich elementy składowe – tworzeniu nowych form. Trzeci typ obejmuje **estetyzację życia codziennego**. Znaczenie tych procesów we współczesnej kulturze wynika z faktu, że stanowią one przyczynę wzrostu znaczenia i siły powiązań między sferą wartości estetycznych a sferą codziennego życia społecznego.

Wskazane tu grupy procesów oczywiście nie wyczerpują zjawisk charakterystycznych dla współczesnej kultury i nie przesądzają w pełnym zakresie o jej tożsamości. Niewątpliwie w tym kontekście trzeba pamiętać również o ogromnym znaczeniu wcześniejszych procesów – umasowienia kultury i jej demokratyzacji – bez zaistnienia których współczesna kultura miałaby zupełnie odmienny charakter. **Umasowienie** kultury umożliwiło bowiem wytworzenie się swoistej mentalnej struktury odbiorcy masowego [Ortega y Gasset, 2002, s. 7–16] i w efekcie zaistnienie masowej publiczności. **Proces demokratyzacji** umożliwił natomiast dedystansację, polegającą na odrzuceniu i zanegowaniu dystansu między różnorodnymi elementami składowymi kultury – dzięki temu różnice między tym, co „wysokie", i tym co „niskie" w kulturze, zaczęły się zacierać [Mannheim, 1992, s. 227–228]. To równocześnie sprawiło, że zjawiska kulturowe stały się podatne na homogenizację [Kłoskowska, 2006, s. 320–358]. Należy przy tym jednak pamiętać, że demokratyzacja kultury nie polegała na zacieraniu wszelkich podziałów, lecz na tworzeniu nowych reguł rekrutacji i selekcji elit oraz nowych mechanizmów podziału, czemu niewątpliwie sprzyjają technologiczne przemiany współczesnego świata. Zdemokratyzowana kultura zakłada co prawda równość jednostek w społeczeństwie, ale zrozumienie tego procesu nie jest możliwe bez dostrzeżenia, że nierówność pionowa zostaje zastąpiona równością poziomą [Mannheim, 1992, s. 200–205].

Niewątpliwie trudno sobie wyobrazić współczesną kulturę bez procesów umasowienia i demokratyzacji. Jednak to nie one bezpośrednio kształtują współczesną rzeczywistość kulturową – dzięki nim kultura XX wieku uległa ogromnej transformacji, ale obecnie ich potencjał się wyczerpał. Współczesna kultura jest już umasowiona i zdemokratyzowana, dlatego też nie będziemy na tym skupiać uwagi. Natomiast procesy globalizacji, fragmentaryzacji oraz estetyzacji są nadal bardzo dynamiczne i mają kluczowe znaczenie. Bez odwołania do nich opisywanie i wyjaśnianie mechanizmów funkcjonowania współczesnej kultury staje się po prostu niemożliwe. Warto zatem przyjrzeć się bliżej właśnie tym typom procesów i ich wpływowi na współczesną kulturę.

Globalizacja kultury

Globalizacja jest procesem bardzo często przywoływanym, opisywanym i definiowanym na wiele różnych sposobów. Dokładne analizowanie tego zagadnienia niewątpliwie wykracza poza zakres problemowy tego rozdziału, dlatego też kwestie definicyjne zostaną tu ograniczone do niezbędnego minimum. Przyjmijmy zatem ogólnie, że pojęciem globalizacji będziemy określać zbiór wielokierunkowych i wielopłaszczyznowych tendencji o charakterze integracyjnym w skali ogólnoświatowej [Robertson, 1992, s. 395–396; Sztompka, 2005, s. 93], sytuujących się

we wszystkich obszarach aktywności człowieka, a w szczególności związanych ze zjawiskami ekonomicznymi, politycznymi, społecznymi i kulturowymi [Giddens, 2004, s. 74–75]. Oznacza to zatem proces o charakterze globalnym, obejmujący cały obszar życia społecznego, którego konsekwencją jest unifikacja reguł i zasad działania człowieka w poszczególnych obszarach aktywności społecznej, co sprzyja upowszechnianiu wzorów kulturowych również poza obrębem danej kultury [Bogunia-Borowska, Śleboda, 2003, s. 34–37]. James N. Rosenau [1997] uważa także, że globalizacja „skłania jednostki, grupy i instytucje do angażowania się w podobne formy zachowań lub uczestniczenia w zwartych i wszechogarniających procesach, organizacjach i systemach" [cyt. za: Burszta, Kuligowski, 1999, s. 51]. Efektem tego jest globalna standaryzacja wartościowania aktywności człowieka, która prowadzi również do utraty przez niego własnej podmiotowości.

Analizując procesy globalizacyjne w przestrzeni kultury, warto pamiętać, że nie są one charakterystyczne tylko i wyłącznie dla czasów współczesnych. Wręcz przeciwnie, takie tendencje zawsze towarzyszyły zjawiskom kulturowym, a tożsamość estetyczna kultury europejskiej – zarówno współczesnej, jak i dawnej – jest ich wytworem. Tyle, że globalizacja kultury artystycznej w starożytności czy średniowieczu przejawiała się nie w wymiarze geograficznym, lecz świadomościowym – w tych czasach bowiem Europa i basen Morza Śródziemnego wyznaczały granicę świata w społecznej świadomości. I mimo że ówczesna globalizacja nie dotyczyła całego geograficznego świata, istota tych procesów polegała na tym samym co obecnie, czyli unifikacji przestrzeni kultury. Wyrazem tego są podobieństwa stylistyczne dzieł poszczególnych okresów oraz funkcjonowanie uniwersalnych schematów i wzorów ikonograficznych [Smith, 1990, s. 176–180]. Przezwyciężenie tych tendencji preglobalizacyjnych nastąpiło dopiero wraz z pojawieniem się pluralizacji porządku estetycznego pod koniec XIX wieku, lecz w tym czasie zaczęły przejawiać się już tendencje globalizacyjne typowe dla kultury współczesnej.

Globalizacja w przestrzeni kultury budzi niewątpliwie bardzo zróżnicowane reakcje. Dla niektórych stanowi wyraźne zagrożenie dla swoistości i oryginalności twórczości artystycznej. Inni natomiast dostrzegają przede wszystkim fakt, że skala globalna otwiera ogromne możliwości dla rozwoju kultury i procesu jej upowszechniania. Bliższe przyjrzenie się tendencjom globalizacyjnym wymaga jednak wyróżnienia trzech kluczowych obszarów, w których mogą one się przejawiać: obszaru wartości kultury, obszaru jej funkcji społecznych oraz obszaru relacji ekonomicznych [Kisiel, 2005, s. 87–100].

W obszarze wartości kultury globalizacja jest zazwyczaj postrzegana jako proces ukierunkowany na **unifikację** samych wartości, a także działań uczestników przestrzeni kultury i uczynienia z nich elementów zdolnych do funkcjonowania na skalę globalną. Wydaje się zatem, że tendencje globalizacyjne są trudne do pogodzenia z zachowaniem tożsamości współczesnej kultury, której fundament aksjologiczny zakłada swobodę indywidualnego działania jej uczestników, a na-

wet formułuje zobowiązanie do realizacji działań kreatywnych i niestandardowych. W procesie tworzenia, siłą rzeczy, muszą być one powiązane z określonym lokalnym kontekstem twórcy. Rysujące się tu napięcie nie jest jednak w rzeczywistości tak wyraziste, przede wszystkim dlatego, że każdy, nawet najbardziej kreatywny przekaz kulturowy wspiera się na istniejącym już społecznym systemie komunikacji. Oznacza to, że przekaz ten musi zostać wyrażony poprzez społecznie zinternalizowany (a więc nie czysto indywidualny) system wartości i znaczeń. System ten obejmuje również **kanon kulturowy**, który im bardziej będzie powszechny (globalny?), tym większe da możliwości porozumiewania się uczestnikom różnych przestrzeni kulturowych i tym lepiej będzie mógł spełniać swoje funkcje jako płaszczyzna umożliwiająca szerszą komunikację społeczną. Wybrane globalne, podatne na unifikację wartości kultury nie muszą być zatem zamachem na jej tożsamość, mogą być bowiem nośnikiem umożliwiającym dialog międzykulturowy, a kultura zawierająca elementy zdolne do funkcjonowania w przestrzeni globalnej staje się zdolna do integrowania różnych społeczeństw.

Istnienie kanonu kulturowego, nawet w formie zglobalizowanej, jest zatem zjawiskiem pożądanym. Warto jednak mieć świadomość, że każdy kanon oznacza selekcję wartości i obiektów, które będzie obejmować. A zatem proces społecznego konstruowania kanonu i wyznaczania jego granic jest, siłą rzeczy, równocześnie realizacją „przemocy symbolicznej", która według Pierre'a Bourdieu polega na „zniewoleniu w sferze wartości" [Bourdieu, Passeron, 1990, s. 74]. Dlatego też w procesie konstruowania kanonu istotne jest nie tylko to, co zostaje wybrane, ale również to, co zostaje pominięte, a najważniejsze staje się to, kto ma wpływ na te decyzje. Spór o globalizację wartości i przestrzeni kultury bywa bowiem często także sporem o dominację, której atrybutem jest zdolność do realizacji przemocy symbolicznej.

Kontrowersje związane z globalizacją kultury w sferze wartości wiążą się nie tylko z problemem konstruowania globalnego kanonu, ale również dotyczą sposobu istnienia samych wartości. Każda wartość kulturowa, podobnie jak każda kultura, jest bowiem związana z określonym zbiorowym podmiotem społecznym. Oznacza to, że każda wartość jest „czyjaś" i staje się w pełni zrozumiała jedynie w powiązaniu z danym podmiotem – indywidualnym lub zbiorowym [Znaniecki, 1988, s. 24–28]. A zatem każda wartość jest przede wszystkim lokalna i zakorzeniona w określonej społeczności. W tej sytuacji próba globalizowania wartości równocześnie pozbawia je naturalnego kontekstu kulturowego, alienuje i odrywa od pierwotnego znaczenia. Tego z kolei nie da się odtworzyć w warunkach kultury globalnej, ponieważ jej wewnętrzna logika zakłada zdolność istnienia wartości ponad konkretnym kontekstem społecznym. Kultura globalna nie jest zatem zbiorem wartości kulturowych, lecz zbiorem ich substytutów. Powiązanie ich z konkretną rzeczywistością kulturową jest możliwe, ale odbywa się poprzez powtórne zakorzenianie obiektów kultury w konkretnym kontekście lokalnym – sprawia to

jednak, że przestają one być globalne. Oznacza to, co prawda, że wartości kultury i związane z nimi dzieła mogą potencjalnie funkcjonować jako składniki kultury globalnej, jednakże ich recepcja wymaga ponownego umieszczenia w kontekście lokalnym. To powiązanie globalności i lokalności – które dowodzi de facto niemożności pełnej globalizacji wartości kultury – można określić mianem **glokalizacji** [Robertson, 1995, s. 25–44]. W tym kontekście warto jednak zauważyć, że lokalizacja globalnych wartości kultury może oznaczać również ich wzbogacanie. Zatem efekt glokalizacji może polegać nie tylko na pozbawianiu wartości globalnego charakteru, ale również na wytwarzaniu elementu nowego, dodanego do istniejących wartości.

Globalizacja w obszarze funkcji kultury artystycznej przejawia się podobnym – w skali globalnej – sposobem traktowania twórczości kulturalnej oraz standaryzowaniem i unifikowaniem zasad jej funkcjonowania w przestrzeni społecznej. Można jednak łatwo zauważyć, że ta forma ma charakter dosyć powierzchowny, a powszechna unifikacja funkcji kultury nie przekłada się na unifikację zachowań partycypacyjnych. Wręcz przeciwnie – możemy raczej obserwować pogłębiające się ich zróżnicowanie. Źródeł pojawiających się tu ograniczeń dla globalizacji można upatrywać przede wszystkim w specyfice i indywidualizacji relacji dzieło kultury – odbiorca. Zarówno bowiem dzieła kultury, jak i ich odbiorcy mogą nadawać tej relacji niepowtarzalny charakter, nawet jeżeli sama sytuacja uczestnictwa kształtowana jest schematycznie [Zelizer, 1999, s. 193–212].

Trzeba jednak zauważyć, że konsekwencją procesów globalizacyjnych może być postępująca **unifikacja i standaryzacja pragnień** uczestników kultury oraz ich potrzeb kulturalnych. Taka tendencja jest wyraźnie widoczna również w innych obszarach aktywności współczesnego człowieka. Zostało to z pewnością zapoczątkowane wyłonieniem się wspomnianej wcześniej mentalności człowieka masowego, dla którego źródłem satysfakcji może być sam fakt upodobnienia się do innych [Ortega y Gasset, 2002, s. 11–12]. Już samo to zjawisko mogło stanowić zagrożenie dla odrębności i tożsamości każdej kultury, natomiast w warunkach globalnych procesów unifikacyjnych – kreowania globalnych wzorów zachowań w oparciu o system globalnych mass mediów – zagrożenie to staje się jeszcze bardziej realne. Tym bardziej, że standaryzacja i unifikacja kultury w wymiarze ogólnoświatowym wyraźnie ogranicza zdolność do pełnienia przez nią niektórych funkcji społecznych. Dotyczy to szczególnie **funkcji tożsamościowej i integracyjnej** – kluczowych dla społecznego funkcjonowania kultury [Giddens, 2001, 50–97] – które sprawiają, że odbiorca w oparciu o wartości kultury jest zdolny do określenia własnej tożsamości i zidentyfikowania tożsamości innych osób, będącej podstawą do ewentualnej integracji. Ale funkcje te może pełnić jedynie kultura lokalna, gdyż budowanie globalnej tożsamości ani nie łączy, ani nie rozdziela. Identyfikowanie się ze wszystkimi jest po prostu niemożliwe, a nawet gdyby było możliwe, to staje się bezcelowe. Taka identyfikacja nic nie daje, gdyż nie pozwala

się wyróżnić i wyrazić swojej odrębnej tożsamości – identyfikacja ze wszystkimi nie jest bowiem żadną identyfikacją społeczną [Tomlinson, 1999, s. 72–78; Dziemidok, 2002, s. 57–71].

W obszarze relacji ekonomicznych globalizację kultury postrzega się przede wszystkim poprzez pryzmat **utowarowienia** dóbr kultury oraz wprowadzenia globalnych reguł zarządzania kulturą i finansowania jej, opartych na **komercjalizacji przedsięwzięć kulturalnych**. Sprawia to, że wartość obiektów kultury zostaje często zredukowana do ich ceny rynkowej, co oznacza ewidentne zubożenie roli i znaczenia samej kultury. W tym ujęciu wymiar kulturowy i walory estetyczne, które powinny być najważniejsze, przestają mieć znaczenie, kluczowa staje się natomiast perspektywa wymiany handlowej [Tatarewicz, 1992, s. 150–158].

Tendencje globalizacyjne czasami postrzegane są również jako forma ograniczania wolności twórcy, który musi podporządkowywać się rynkowi i oczekiwaniom nabywców. Zapomina się przy tym, że zależność kultury od reguł rynku nie jest czymś, co charakteryzuje jedynie czasy współczesne. Twórca bowiem praktycznie od zawsze był uzależniony od grona odbiorców, nabywców i reguł o charakterze ekonomicznym. Dowodem może być instytucja mecenatu czy działalność cechów artystycznych, które były ukierunkowane m.in. na kształtowanie rynku oraz równoważenie podaży i popytu. Mimo że obecna sytuacja twórców nie jest taka sama, warto mieć świadomość, że pewne mechanizmy funkcjonowania rynku towarzyszą kulturze od bardzo dawna [Bendixen, 2001, s. 47–89]. Nie jest to zatem sytuacja, którą można wyjaśniać poprzez odwołanie do globalizacji kultury, aczkolwiek globalizacja niewątpliwie odcisnęła na niej swoje piętno.

Konsekwencje globalnej komercjalizacji przestrzeni kultury nie są jednoznaczne. Z jednej strony oznacza ona ograniczenie powszechnego dostępu do kultury. Z drugiej strony dostęp ten nigdy nie był dowolny, a restrykcje o podłożu ekonomicznym istnieją od zawsze. Zatem sytuacja współczesnych odbiorców kultury w niewielkim stopniu uległa zmianie. Warto natomiast zauważyć, że komercjalizacja przedsięwzięć kulturalnych ustabilizowała sytuację finansową i pozycję społeczną twórcy oraz przyczyniła się do większej integracji twórcy z otoczeniem rynkowym. A taka sytuacja w dziejach kultury zawsze sprzyjała jej rozwojowi [Kavolis, 1972]. Nie bez znaczenia pozostaje bowiem fakt, że komercjalizacja przestrzeni kultury oznacza de facto wprowadzenie bardziej zrozumiałych, a przede wszystkim przewidywalnych mechanizmów funkcjonowania i wartościowania obiektów kultury w otoczeniu społeczno-ekonomicznym. Stan ten sprzyja realizacji przedsięwzięć kulturalnych, gdyż ułatwia prognozowanie efektów działań i ich ewaluację.

Trzeba też zaznaczyć, że globalna komercjalizacja rynku dóbr kultury zdecydowanie zwiększa jego potencjał. Dzieła kultury postrzegane jako towar globalny budzą większe zainteresowanie inwestorów, gdyż potencjalnie mogą przynosić większe zyski niż te same dzieła usytuowane jedynie na rynku lokalnym. Skala przedsięwzięcia zwiększa też szansę na jego realizację, czego przykładem mogą

być tzw. superprodukcje filmowe. Przy czym nie można zapominać, że globalne powodzenie przedsięwzięcia nie musi wynikać z jego wartości estetycznej, tym bardziej że powszechna, globalna recepcja jest możliwa jedynie przy relatywnie niskim poziomie kompetencji odbiorców. Funkcjonowanie na globalnym rynku wymaga bowiem nie tylko zaplecza technologicznego, dającego możliwość dotarcia do szerokiego grona odbiorców, ale przede wszystkim stworzenia dzieła, którego odbiór można uczynić „lokalnym" w różnych kontekstach społecznych. By tak się stało, wymagania wobec odbiorców nie mogą być zbyt wygórowane.

Fragmentaryzacja i rekompozycja kultury

Ponowoczesna przestrzeń kultury podlega jednak nie tylko tendencjom globalizacyjnym, ale również **fragmentaryzacji i rekompozycji**, które w pewnym sensie mogą być postrzegane jako przeciwstawne globalizacji. Relacja między nimi na pewno nie jest jednoznaczna. Co prawda globalizacja i fragmentaryzacja skierowane są w przeciwne strony (fragmentaryzacja jest **tendencją antyintegracyjną**), można jednak wyraźnie zauważyć trzy typy potencjalnych zależności między nimi. Po pierwsze, fragmentaryzacja może być traktowana jako dialektyczna reakcja na globalizację – w tym przypadku globalizacja staje się źródłem dla fragmentaryzacji. Po drugie, fragmentaryzację możemy postrzegać jako formę przeciwdziałania globalizacji – jej celem jest w tym przypadku ograniczanie rozwoju i zasięgu globalizacji. I po trzecie, fragmentaryzacja i globalizacja mogą być ujmowane jako integralnie powiązane ze sobą części – fragmentaryzacja staje się w tym przypadku częścią albo też wytworem globalizacji [Clark, 2004, s. 29].

Proces fragmentaryzacji nie musi jednak wiązać się jedynie z globalizacją. Zdaniem Chrisa Barkera, kluczowe dla jego zaistnienia są współczesne procesy migracyjne, odpowiedzialne za stworzenie sytuacji, w której różne systemy kulturowe nie tylko współistnieją, lecz nawet się przenikają i nie sposób wyznaczyć wyraźnych granic między nimi. [Barker, 2005, s. 94]. Bliskie sąsiedztwo, codzienne oswajanie się z „innością" kulturową, przyczynia się do przewartościowania znaczenia odmienności etnicznej oraz zaniku wyrazistych podziałów kulturowych i subkulturowych – zwiększa to tolerancję i akceptację dla odmiennych stylów życia.

Istota fragmentaryzacji jako procesu antyintegracyjnego polega na wprowadzaniu i współistnieniu wielu niezwiązanych ze sobą – a czasami nawet sprzecznych – wartości, działań i ich efektów w tej samej przestrzeni kulturowej. Jest to możliwe, gdyż kluczową zasadą organizującą tę przestrzeń jest pełna akceptacja pluralizmu. I to sprawia, że zarówno pewne całości kulturowe, jak i mniej lub bardziej zglobalizowane ich fragmenty mogą współistnieć i być wykorzystywane

jako części składowe nowych, rekomponowanych całości. Istotę fragmentaryzacji doskonale wyraził Jerzy Mikułowski Pomorski, stwierdzając, że „fragmentaryzacja to nie zanik części dawnych całości, ich całkowity rozpad; to raczej trwanie ich części we fragmencie, pewnym stanie wyróżnialnym i rozpoznawalnym, zdolnym zapewne przez pewien czas samodzielnie funkcjonować, a także wymagającym zewnętrznego wzmocnienia" [Mikułowski Pomorski, 2006, s. 1].

W charakterystyce specyfiki procesów fragmentaryzacyjnych najważniejsze wydają się trzy cechy. Po pierwsze, kultura poddawana fragmentaryzacji jest zawsze kontynuacją przeszłości, a pojawiające się fragmenty (części) nie są negacją tego co było, lecz pluralistycznym rozwinięciem. Po drugie, źródłem fragmentaryzacji nie jest sam pluralizm, lecz będąca jego konsekwencją zdolność do przyswajania zupełnie nowych elementów składowych i motywów zaczerpniętych z innych systemów kulturowych. A to powoduje zerwanie ciągłości kulturowej. I po trzecie, fragmenty zlepione z rozmaitych elementów – wydawałoby się zupełnie niepasujących do siebie – mogą czasami w efekcie tworzyć „sztuczne" kompozycje, co sprawia, że nie są one zdolne do odtwarzania stanu kultury jako całości. Tym samym jedność kultury zostaje utracona i przez to obniża się poziom jej wewnętrznej integracji [Sistare, 2004, s. 187–211].

Fragmentaryzacja jest niewątpliwie procesem **rozpadu spójnych systemów kultury**. Ich elementy składowe uwalniają się i zaczynają być zdolne do samodzielnego istnienia poza całością systemu, a najważniejsze jest to, że stają się globalne i w pełni mobilne. Oznacza to również ich gotowość do udziału w procesie rekompozycji, który jest nierozerwalnie powiązany z fragmentaryzacją i polega na komponowaniu nowych całości ze sfragmentaryzowanych części – ma więc charakter **rekonfiguracyjny**. Mimo że fragmentaryzacja oznacza rozpad kultury jako całości, nie następuje dezintegracja, gdyż poszczególne uwolnione części, poprzez rekompozycję, zaczynają być łączone z częściami z odmiennych systemów kulturowych i tworzą z nimi nowe całości. Istota fragmentaryzacji i następującej po niej rekompozycji polega zatem na rozpadzie jednych całości i tworzeniu nowych w oparciu o uwolnione elementy składowe. W ten sposób tworzy się nowa jakość, **nowa konfiguracja kulturowa**, czyli zrekomponowany system.

Trzeba jednak zaznaczyć, że proces rekompozycji nie jest kreatywną dekonstrukcją. Jest bowiem scalaniem rozpadających się już części sfragmentaryzowanej wcześniej całości, a zatem rozpad całości poprzedza proces rekompozycji. Natomiast w przypadku kreatywnej dekonstrukcji idea nowej całości poprzedza rozpad i właściwie staje się jego przyczyną. Nie chodzi tu o zagospodarowanie już sfragmentaryzowanych części, lecz o fragmentaryzację istniejących całości, by proces dekonstrukcji mógł się powieść. Zatem idea rekonstrukcji poprzedza fragmentaryzację, natomiast idea rekompozycji jest formą reakcji na zrealizowany proces fragmentaryzacji.

Rekompozycja systemów kultury odbywa się niezależnie na dwóch poziomach – społecznym i indywidualnym. Sam proces na obu poziomach przebiega podobnie: całości kulturowe poddane fragmentaryzacji uwalniają części, z których zostaną złożone nowe całości. Na poziomie indywidualnym proces ten przebiega dosyć szybko. To jednostka decyduje o tym, które z uwolnionych elementów składowych połączyć w całość, a wybór ten podporządkowuje dynamicznie kształtowanej koncepcji samego siebie. Zmiana tej koncepcji oznacza też automatycznie ponowną rekompozycję całości, która zostaje złożona ze starych albo też z nowych cząstek kulturowych. Na poziomie społecznym natomiast rekompozycja przebiega dużo wolniej. Wszystkie dokonywane wybory wymagają akceptacji społecznej, w związku z czym nie ma mowy o ich arbitralności i żadne gwałtowne zmiany nie są tu możliwe. Efekt końcowy rekompozycji na obu poziomach jest jednak podobny: zostaje sformułowana nowa całość kulturowa.

Proces rekompozycji wydaje się praktycznie nieograniczony – jego granice wyznaczone są jedynie przez granice kultury całego naszego świata. Gordon Mathews do opisania sytuacji, w której dokonujemy wyborów związanych z rekomponowaniem kultury, przywołał metaforę „supermarketu kultury" [Mathews, 2005, s. 40–45]. Ten przykład doskonale uświadamia, że przestrzeń kultury to olbrzymi zbiór różnorodnych, rozłącznych, niezależnych elementów składowych, które możemy ze sobą powiązać, tworząc niezliczone konfiguracje zdolne stanowić zintegrowaną całość. Co więcej, każdy z nas, idąc do supermarketu, może dokonywać własnych wyborów spośród źródeł, artefaktów czy tożsamości, a następnie łączyć je w oparciu o indywidualne preferencje w zindywidualizowaną całość. Ale metafora Mathewsa daje też złudzenie, któremu każdy może ulec w czasie zakupów w supermarkecie: mamy co prawda duży wybór, ale nie jest on nieograniczony. Ogranicza nas chociażby dostępność „oferty" kulturowej, która może być duża, ale w każdym supermarkecie jest jednak skończona. Jednostka wybiera zatem spośród skończonej oferty sfragmentaryzowanych elementów. Ponadto często przejawia skłonność do zachowań naśladowczych, masowych, co sprawia, że rekompozycje uwolnionych fragmentów kultury przybierają w rzeczywistości formę wielu, ale jednak powtarzalnych schematów kompozycyjnych.

Konsekwencje możliwości rekomponowania indywidualnej kultury są bardzo poważne. Dotychczas **człowiek był cząstką systemu kulturowego** i przyjmował go jako swoistą całość. Obecnie **odbiorca refleksyjnie nabywa kulturę**, dokonując zindywidualizowanej selekcji poszczególnych elementów składowych, a następnie sam łączy je w całość. To wymaga świadomej autoidentyfikacji i konieczności dokonywania odpowiednich wyborów. A zatem kultura, która była nam przypisana, została zastąpiona kulturą wybieraną. Efektem tych zindywidualizowanych rekompozycji mogą być składanki elementów nieprzystających do siebie, a nawet wykluczających się. Na nikim to nie robi zbyt dużego wrażenia – wszelkie niekon-

sekwencje, a nawet sprzeczności są traktowane jako coś normalnego i zgodnego z intencją jednostki [Bauman, 2011, s. 18].

Wszystko to sprawia, że procesy fragmentaryzacji i rekompozycji znacząco zmieniają funkcje i społeczne usytuowanie kultury. W oparciu o indywidualne jej konfiguracje trudno jest się bowiem integrować, gdyż każdy może tworzyć jej własną wersję. Kultura jako całość w sposób oczywisty przestaje łączyć. Zdolność do integracji zachowują natomiast jej poszczególne fragmenty składowe, które mogą się powtarzać i być wspólne dla wielu jej odbiorców (np. wspólna religia, podobne preferencje estetyczne czy identyfikacja grupowa). W oparciu o te fragmenty wytwarza się cząstkowa integracja, ale przecież takich form integracji może być wiele i to z różnymi jednostkami. Co więcej, następuje ona niekoniecznie w ramach grup – równie dobrze mogą być to jedynie kręgi społecznego uczestnictwa. Kultura zatem nadal posiada zdolności do integracji społecznej, ale zdolność ta nie jest już tak wyrazista, jednoznaczna i trwała.

Procesy fragmentaryzacji i rekompozycji niosą również bardzo istotne konsekwencje dla zdolności do społecznego współdziałania. Mogą one stanowić znaczące zagrożenie, gdyż fundamentem współdziałania w społeczeństwie jest istnienie określonego i akceptowanego szerzej ładu, a przecież oba te procesy ów ład podważają. Oczywiście rekompozycja wprowadza nowy porządek, ale ponieważ może przebiegać na różne sposoby, w efekcie mamy **wiele różnych wersji ładu**. To sprawia, że kultura ponowoczesna staje się wieloznaczna i zawiera ogromny ładunek nieokreśloności [Bauman, 2000]. Efektem tego może być niższa zdolność do współdziałania w sfragmentaryzowanej i rekomponowanej przestrzeni kulturowej – przynajmniej w początkowym okresie. Z czasem nowy porządek uznawanych wartości, jeżeli tylko zostanie uwspólniony, może przyczynić się do zwiększenia wewnętrznej integracji społecznej.

Estetyzacja życia codziennego

Kolejną z kluczowych tendencji we współczesnej kulturze są procesy związane z **estetyzacją życia codziennego**. Najogólniej ujmując, polegają one na wytwarzaniu się bardzo silnych powiązań między sferą wartości estetycznych a sferą życia codziennego. Przejawiają się one tym, że „coraz więcej elementów rzeczywistości jest przekształcanych estetycznie, a sama rzeczywistość w rosnącym stopniu uchodzi za konstrukt estetyczny" [Welsch, 2005, s. 32]. Istnienie tych powiązań nie jest czymś zupełnie nowym, jednakże wcześniej ich znaczenie sprowadzało się do granicznych zależności między systemem kultury a systemem społecznym i ekonomicznym. Obecnie wzajemnie się one przenikają, czego wyrazem jest przede wszystkim obecność kryteriów natury estetycznej przy ewaluacji rzeczywistości społecznej i ekonomicznej, które często stają się istotniejsze nawet

od kryteriów ewaluacji funkcjonalnej. Powoduje to jednak ich równoczesną transformację, która sprawia, że przestają być jedynie kryteriami estetycznymi.

Estetyzacja może być postrzegana na trzy sposoby – w zależności od tego, z jakim źródłem i tradycją estetyczną będziemy ją wiązać [Featherstone, 1996, s. 303–315]. Pierwszy z nich nawiązuje do działań artystów awangardy XX wieku (np. *Fontanny* Marcela Duchampa czy *Tomato soup* Andy'ego Warhola), których zamiarem było zacieranie granic między sztuką a życiem codziennym. Ich działania artystyczne dowodzą, że obszary te zostały ze sobą tak nierozerwalnie splecione, iż nie da się wyznaczyć linii demarkacyjnych między jednym a drugim. Ten aspekt estetyzacji w czasach współczesnych stał się wręcz oczywisty i nie budzi obecnie żadnych wątpliwości.

Drugi sposób postrzegania wiąże estetyzację z zamysłem artystów skupionych wokół paradygmatu „nowej sztuki" (swoistego dla drugiej połowy XX w.) i ich postulatem traktowania życia jako dzieła sztuki. Hasło „życie to sztuka, a sztuka to życie" oznaczało już nie tylko przeplatanie się życia codziennego i sztuki oraz zacieranie granic demarkacyjnych, ale nawet stawiało znak równości między jednym a drugim porządkiem. Kształtowanie życia jak dzieła sztuki i przejawianie w tym kontekście postawy twórczej oznaczało immanentną estetyzację życia codziennego.

Trzeci sposób rozumienia estetyzacji wydaje się z perspektywy analizy procesów społeczno-ekonomicznych zdecydowanie najbardziej inspirujący. Wiąże się on z dostrzeganą przez wielu badaczy rosnącą rolą znaków oraz symboli w naszej codziennej rzeczywistości społecznej. I to właśnie te znaki i symbole sprawiają, że otaczająca nas rzeczywistość społeczna staje się coraz bardziej „estetyczna", a estetyka przestrzeni kultury coraz bardziej „społeczna".

Tak rozumianą estetyzację Wolfgang Welsch dzieli na **estetyzację powierzchowną** (czyli płytką) oraz **estetyzację głęboką**. Ta powierzchowna wiąże się z tendencją do ozdabiania otaczającej nas rzeczywistości poprzez wyposażanie jej w elementy estetyczne, dzięki czemu życie człowieka zyskuje dodatkowy wymiar estetyczny. „Świat staje się przy tym obszarem, w którym się przeżywa. Słowo »przeżycie« stanowi jedno z głównych haseł tego procesu nadawania pięknego czy ładnego wyglądu. Każdy butik, każda kawiarnia są aranżowane pod kątem »aktywnego przeżywania«. [...] Każdego dnia z biura, gdzie przeżywamy, idziemy do sklepu, gdzie przeżywamy; odpoczywamy w restauracji, gdzie przeżywamy; w końcu lądujemy w mieszkaniu, gdzie przeżywamy" [Welsch, 2005, s. 32–33]. Estetyzacja w tym znaczeniu jest zatem jakby dodatkowym aspektem, który wzbogaca codzienną rzeczywistość i sprawia, że uzyskuje ona status dzieła sztuki. Wszystko, co nas otacza i co robimy, staje się obiektem estetycznym, potencjalnym przedmiotem doświadczenia estetycznego, a to z kolei staje się codziennym wyposażeniem poznawczym. W tych warunkach tradycyjnie definiowane obiekty estetyczne zlewają się z naszą codzienną rzeczywistością, tworząc z nią jedną całość – wsparciem dla estetyzacji powierzchownej jest zatem proces homogenizacji

przestrzeni kultury, wspominany na samym początku. Ale warto też zauważyć, że cechą tej estetyzacji jest dominacja płytkich, a nie głębokich wartości estetycznych – ważna jest tu przyjemność. Jak słusznie podkreśla Welsch, właśnie dlatego przeżycie i rozrywka stały się ideą przewodnią współczesnej kultury. Jest to bardzo widoczne, szczególnie w przestrzeni społeczno-ekonomicznej, gdyż estetyzacja powierzchowna stała się skuteczną strategią działania rynkowego, zwiększającą możliwości sprzedaży [Welsch, 2005, s. 34–35].

Estetyzacja głęboka nie polega natomiast tylko na dodaniu wymiaru estetycznego, lecz na immanentnym przeobrażeniu całego procesu projektowania, w którym zorientowanie estetyczne jest jedną z głównych osi. Proces projektowania opierany jest też na symulacji komputerowej, co nasuwa pytanie o realność przedmiotów, których pierwotnym światem jest świat wirtualny, a nie realny. W efekcie **estetyzacja materialności** przedmiotów zostaje fundamentalnie zakorzeniona w **estetyzacji immaterialnej**. Co więcej, rzeczywistość wirtualna staje się wzorcowa względem rzeczywistości realnie doświadczanej. Dowodzi to zmiany naszego sposobu myślenia o statusie rzeczywistości i świata wirtualnego [Welsch, 2005, s. 35–38]. Świat rzeczywisty przestaje być rzeczywisty, natomiast dostępny i namacalny staje się świat wirtualny, wyobrażony. Ten problem dostrzega również Arjun Appadurai, podkreślając, że cechą współczesnej kultury jest to, że ludzie żyją przede wszystkim właśnie w światach wyobrażonych, na które – niczym klocki – składają się etnoobrazy, mediaobrazy, technoobrazy, finansoobrazy, ideoobrazy [Appadurai, 2005, s. 51–56].

Wyrazem głębokiej estetyzacji niewątpliwie jest fakt, że współczesna rzeczywistość jest rzeczywistością obrazów i znaków. Przy czym, jak zauważa Jean Baudrillard, istotne jest to, że te znaki i obrazy, które miały ilustrować daną rzeczywistość i być jej symulacją, w wyniku estetyzacji głębokiej oderwały się od konkretnych obiektów i uzyskały zdolność do samodzielnego istnienia jako symulacja samych siebie. Znaki i obrazy zamiast oznaczać czy opisywać rzeczywistość, zaczęły ją tworzyć, kształtować, a nawet poprzedzać. W efekcie obiekty kultury zyskały nowy aspekt swej wartości – wartość znakową.

Proces wyzwalania się znaków i obrazów, nazwany przez Baudrillarda **„precesją symulakrów"**, opisać można, wyróżniając cztery, następujące po sobie fazy. W pierwszej, obraz czy znak jest jedynie odbiciem rzeczywistości, którą ilustruje – jest jej uproszczeniem, syntetycznym przekazem. W drugiej obraz zyskuje swoją odrębność – nie poprzestaje na ilustrowaniu rzeczywistości, ale zastępuje ją i przesłania. W trzeciej, obraz staje się dominujący – rzeczywistość jest uboższą wersją obrazu, a obraz przekazem bogatszym. W ostatniej fazie zostaje zerwane jakiekolwiek powiązanie obrazu i rzeczywistości – obraz istnieje tu samodzielnie, jest niezależny od obrazowanej rzeczywistości i w efekcie staje się swoim *simulacrum* [Baudrillard, 1996, s. 169–189].

Znaczenie procesów estetyzacji dla przestrzeni współczesnej kultury jest ogromne. Ich konsekwencją jest potrzeba wyznaczania nowych granic dla tej przestrzeni i definiowania kryteriów demarkacyjnych. Estetyzacja powoduje bowiem, że wszystko, co istnieje, jest potencjalnie obiektem estetycznym. Oznacza to nieustanne poszerzanie się przestrzeni kultury. Każdy aspekt aktywności człowieka można poddawać wartościowaniu estetycznemu, a to uruchamia proces tworzenia się **symulakrum**. Piękne lub wzruszające mogą być już nie tylko powieści, obrazy czy filmy, ale także inicjatywy obywatelskie, programy polityczne czy fenomenalne wyczyny sportowców. Wszystko może być ocenione jako estetyczne, zatem wszystko staje się składnikiem przestrzeni kultury. Kluczowe staje się więc pytanie nie o to, co jest kulturą, ale o to, co kulturą nie jest.

Podsumowanie

Wśród najważniejszych cech opisujących specyfikę współczesnej kultury jest jej dynamiczna zmienność, która powiązana jest jednak z brakiem wyraźnej logiki i konsekwencji zmian. Powoduje to nie tylko brak ukierunkowania zmian, ale nawet przeciwstawne oddziaływanie procesów kształtujących system kultury. Omówione w rozdziale trzy najistotniejsze obecnie grupy procesów kulturowych o podłożu społeczno-ekonomicznym (procesy globalizacyjne, procesy fragmentaryzacji i rekompozycji oraz procesy estetyzacji życia codziennego) stanowią doskonałą ilustrację tych tendencji. Wskazane procesy nie wyczerpują oczywiście bogactwa zmian przestrzeni kultury, ale świadczą o jej współczesnej tożsamości. Rola globalizacji, fragmentaryzacji i rekompozycji oraz estetyzacji w kształtowaniu współczesnej kultury jest bowiem tak istotna, że opisywanie i wyjaśnianie mechanizmów jej funkcjonowania bez odwołania się do nich nie jest możliwe.

Literatura

Appadurai A. [2005], *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Universitas, Kraków.

Barker C. [2005], *Studia kulturowe. Teoria i praktyka*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Baudrillard J. [1996], *Precesja symulakrów*, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, R. Nycz (red.), Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków.

Bauman Z. [2000], *Globalizacja*, PIW, Warszawa.

Bauman Z. [2000], *Ponowoczesność jako źródło cierpień*, Sic!, Warszawa.

Bauman Z. [2007], *Liquid arts*, „Theory, Culture and Society", vol. 24 (1).

Bauman Z. [2011], *Kultura w płynnej nowoczesności*, Agora, Warszawa.

Bendixen P. [2001], *Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Bogunia-Borowska M., Śleboda M. [2003], *Globalizacja i konsumpcja. Dwa dylematy współczesności*, Universitas, Kraków.

Bourdieu P., Passeron J-C. [1990], *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, PWN, Warszawa.
Burszta W.J., Kuligowski W. [1999], *Dlaczego kościotrup nie wstaje. Ponowoczesne pejzaże kultury*, Sic!, Warszawa.
Clark I. [2004], *Globalization and fragmentation. International relations in the twentieth century*, Oxford University Press, Oxford, NY.
Dziemidok B. [2002], *Tożsamość narodowa a sztuka i nowe media w epoce globalizacji*, „Kultura i Społeczeństwo", nr 1.
Featerstone M. [1996], *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, R. Nycz (red.), Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków.
Giddens A. [2001], *Nowoczesność i tożsamość. „Ja" i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
Giddens A. [2004], *Socjologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
Jameson F. [1996], *Postmodernizm i społeczeństwo konsumpcyjne*, w: *Postmodernizm. Antologia przekładów*, R. Nycz (red.), Wydawnictwo Baran i Suszczyński, Kraków.
Kavolis V. [1972], *History on art's side. Social dynamics in artistic efflorescences*, Cornell University Press, Ithaca, NY.
Kisiel P. [2005], *Globalization and artistic culture*, „Argumenta Oeconomica Cracoviensia", nr 3.
Kłoskowska A. [2006], K*ultura masowa. Krytyka i obrona*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
Korporowicz L. [1999], *Osobowość interaktywna w dobie interakcji kultur*, w: *Teoria socjologiczna Floriana Znanieckiego a wyzwania XXI wieku*, E. Hałas (red.), Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin.
Mannheim K. [1992], *Essays on the sociology of culture. Collected Works*, vol. 7, B.S. Turner (eds.), Routledge, London–New York.
Mathews G. [2005], *Supermarket kultury. Kultura globalna a tożsamość jednostki*, PIW, Warszawa.
McRobbie A. [1994], *Postmodernism and popular culture*, Routledge, London, New York.
Mikułowski Pomorski J. [2006], *Fragmentaryzacja jako proces ponowoczesny. Rekompozycja poprzez fragmentaryzację*, „Euro-limes", nr 1(6), dostępne: http://janek.uek.krakow.pl/~limes/index.html.
Ortega y Gasset J. [2002], *Bunt mas*, Muza, Warszawa.
Robertson R. [1992], *Globality, global culture, and images of world order*, w: *Social change and modernity*, H. Haferkamp, N.J. Smelser (ed.), California University Press, Berkeley, CA.
Robertson R. [1995], *Glocalization. Time-space and homogeneity-heterogeneity*, w: *Global modernities*, M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (eds.), Sage, London.
Rosenau J.N. [1997], *Along the domestic-foreign Frontier. Exploring governance in a turbulent world*, Cambridge University Press, Cambridge.
Sistare C.T. [2004], *Cultural fragmentation*, w: *Civility and its discontents. Essays on civic virtue, toleration and cultural fragmentation*, C.T. Sistare (ed.), University Press of Kansas, Lawrence, KS.
Smith A.D. [1990], *Towards a global cultures?*, w: *Global culture. Nationalism, globalization and modernity*, M. Featherstone (eds.), Sage, London.
Sztompka P. [2002], *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Znak, Kraków.
Sztompka P. [2005], *Socjologia zmian społecznych*, Znak, Kraków.
Tatarewicz B. [1992], *Komercjalizacja w kulturze w krajach gospodarki rynkowej. Czy bez uszczerbku dla sztuki?*, w: *Komercjalizacja w kulturze. Szanse i zagrożenia*, S. Golinowska (red.), Instytut Kultury, Warszawa.
Tomlinson J. [1999], *Globalization and culture*, The University of Chicago Press, Chicago.
Welsch W. [2005], *Estetyka poza estetyką. O nową postać estetyki*, Universitas, Kraków.

Zelizer V.A. [1999], *Multiple markets: Multiple cultures*, w: *Diversity and its discontents. Cultural conflict and common ground in contemporary American society*, N.J. Smelser, J.C. Alexander (eds.), Princeton University Press, Princetown, NJ.
Znaniecki F. [1988], *Wstęp do socjologii*, PWN, Warszawa.

Anna Karwińska

Kulturowe podłoże formowania się kapitału ludzkiego i społecznego

W procesach rozwoju społeczno-gospodarczego istotną rolę odgrywają rozmaite zasoby gromadzone na wszystkich poziomach życia społecznego – od mikro do makro. Zazwyczaj mówimy o zasobach przyrodniczych, gospodarczych, społecznych, intelektualnych, kulturowych, które mogą obejmować zarówno materialne, jak i niematerialne elementy. Są one wzajemnie powiązane, mogą być także, przynajmniej w pewnym stopniu, konwertowane na inne. W tej części rozważań uwaga będzie skupiona zwłaszcza na roli kultury w formowaniu się kapitału ludzkiego i społecznego. W Polsce od dwóch dekad zachodzą charakterystyczne przemiany w kulturze, wpływające na możliwości kształtowania się omawianych zasobów rozwojowych. Jednym z najważniejszych, z tego punktu widzenia, procesów jest postępująca pluralizacja kultury, pojawianie się rozmaitych pozapaństwowych instytucji, organizacji i ruchów charakterystycznych dla społeczeństwa obywatelskiego.

Kapitał ludzki – rozumiany jako zasób wiedzy, umiejętności, zdrowia, energii witalnej społeczeństwa, i kapitał społeczny – wyrażający się w istnieniu sieci społecznych, norm regulujących stosunki wzajemne oraz zaufania, to istotne czynniki rozwoju ważne dla każdego społeczeństwa. Ich formowanie się i utrzymywanie jest uwarunkowane wieloma czynnikami o charakterze endogennym i egzogennym. Rolę kultury w tych procesach można określić co najmniej dwojako. Można ją rozumieć jako kontekst kulturowy powstawania określonych zjawisk w sferze zasobów rozwojowych, ale też jako rolę uczestnictwa w kulturze (zwłaszcza aktywności kulturalnej) – w tworzeniu się, rozwijaniu i wzmacnianiu rozmaitych kompetencji, umiejętności, postaw i innych cech decydujących o poziomie kapitału ludzkiego i społecznego. Rola kultury jest bardzo istotna, nie tylko z względu na znaczącą obecność elementów o charakterze symbolicznym w obu rozważanych typach zasobów rozwojowych, ale także dlatego, że kultura pełni niezwykle ważne

funkcje w życiu społeczeństw (i jednostek!), wpływając m.in. na ich możliwości adaptacyjne i rozwojowe, dostarczając motywacji do działania itp.[1].

Określając kulturowe podłoże kształtowania się kapitału ludzkiego, należy zauważyć, że kultura tworzy obszar przeżyć i doświadczeń związanych z procesami rozwoju osobowości poprzez zaspokajanie potrzeb wyższego rzędu – estetycznych i intelektualnych. Uczestnictwo w kulturze daleko wykracza poza potocznie przypisywaną mu funkcję „zagospodarowania wolnego czasu"; umożliwia wkraczanie na nowe obszary doznań, dokonywanie wyborów, konfrontowanie się z różnorodnością, z rozmaitymi sposobami widzenia, opisywania i interpretowania świata. Te doświadczenia są niezastąpione w budowaniu obrazu siebie i świata, w kształtowaniu twórczej postawy wobec otaczającej rzeczywistości.

Analizując kulturę w kontekście kształtowania się kapitału społecznego[2], należy zwrócić uwagę na to, że tworzy ona podstawy wspólnoty poprzez ustanawianie wartości, nadawanie rangi poszczególnym wartościom (tworzenie hierarchii), definiowanie wspólnych celów zbiorowych, wreszcie poprzez formułowanie przekonań (wierzeń) odnoszących się do rzeczywistości przyrodniczej i społecznej. Pełni zatem funkcję integracyjną. Tu szczególnego znaczenia nabiera kwestia różnorodności i odmienności w tych sferach i możliwości ich sytuowania w ramach „zasobu rdzeniowego" kultury, poszukiwania porozumienia, tworzenia pomostów.

Kapitał ludzki jako zasób rozwojowy

Trzeba podkreślić, że zarówno kapitał ludzki, jak i kapitał społeczny bywają rozpatrywane w literaturze w różnych wymiarach: od jednostkowego do makrostruktur społecznych, a także we wzajemnych powiązaniach. Oba te kapitały są też rozpatrywane jako komponenty **kapitału intelektualnego**. Takie wielowymiarowe ujęcie komplikuje już i tak niezbyt jasne rozróżnienia, zwłaszcza między kapitałem ludzkim a intelektualnym i dodatkowo **kapitałem kulturowym**, który bywa włączany do kapitału społecznego lub do intelektualnego. Dlatego konieczne jest podjęcie na wstępie tych rozważań pewnych „decyzji definicyjnych" odnoszących się do kluczowych pojęć. Kapitał ludzki rozumiany jest najczęściej jako zasób wiedzy, umiejętności, kompetencji i innych atrybutów posiadanych przez jednostki, sprzyjający tworzeniu osobistego, społecznego i ekonomicznego do-

[1] O funkcjach kultury szerzej w niniejszej publikacji: A. Karwińska, *Kultura*.

[2] Charakteryzując podłoże kulturowe kształtowania się kapitału ludzkiego i społecznego, trzeba pamiętać, że jest to w istocie jeden złożony proces, a dokonane w tytule rozróżnienie służy raczej uporządkowaniu rozważań.

brobytu [*The well-being of nations*..., 2001, s. 18–19], a także osiąganiu wysokiego poziomu energii witalnej zarówno jednostek, jak i całości społecznych. Kapitał ludzki, jak podkreśla Janusz Czapiński, obejmuje zasoby intelektualne, motywacyjne i symboliczne. Mierzy się jego poziom zazwyczaj za pomocą wskaźników wykształcenia czy doświadczenia zawodowego, rzadziej natomiast uwzględnia się zdolności, wskaźniki dotyczące zdrowia, a jeszcze rzadziej dobrostan psychiczny [Czapiński, 2008, s. 5–6] (zob. ramka).

Dobrostan psychiczny i jego pomiar

To pojęcie związane jest z poszukiwaniem nowej formuły na określanie jakości życia w kategoriach szerszych niż ekonomiczne. **Dobrostan psychiczny** najprościej definiuje się w kategoriach zadowolenia z życia i poczucia szczęścia. Odwołujemy się tu zatem do klasycznego ujęcia ideału szczęścia sformułowanego przez Tatarkiewicza – jako „trwałego i pełnego zadowolenia z całości życia". Relacje między dobrostanem psychicznym a kapitałem ludzkim i społecznym są złożone. Należy wskazać, że poczucie szczęścia stanowi, jak się współcześnie uważa, element kapitału ludzkiego. Wzmacnia ono poziom motywacji, także zdolność do akceptowania ryzyka czy odłożonej gratyfikacji. Towarzyszące działaniom, dokonywanym wyborom, relacjom z innymi poczucie dobrostanu psychicznego powinno być źródłem utrwalania pewnych postaw i zachowań. Dobrostan psychiczny wzmacnia również rozwój kapitału społecznego poprzez stymulowanie postaw, otwartości „ku innym". Poczucie szczęścia na poziomie indywidualnym jest uzależnione co najmniej od trzech typów uwarunkowań: demograficznych, ekonomicznych i wreszcie politycznych. Jednak nie są to zależności oczywiste, nawet w przypadku czynników ekonomicznych [Frey, Stutzer, 2002]. W Polsce najważniejszymi czynnikami dobrostanu są czynniki demograficzne oraz relacje społeczne (posiadanie przyjaciół, udane życie rodzinne) [Czapiński, 2012, s. 59]. Do pomiaru poczucia dobrostanu używa się rozmaitych skal, w tym także odwołujących się do porównywania własnego życia z życiem innych. Rozbudowany zestaw mierników szczęścia obejmuje Oxford Happiness Inventory (oksfordzki test szczęścia) używany np. do badań przeprowadzanych wśród studentów [Michoń, 2010, s. 66–70].

Społeczeństwa bardziej zamożne (wg wskaźnika PKB na osobę) są szczęśliwsze (charakteryzują się wyższym poziomem zadowolenia z życia), choć potrzebna jest tu wielowymiarowa analiza rozmaitych skorelowanych z wysokością PKB wskaźników społecznych, takich jak chociażby wolność słowa, poziom świadczeń medycznych i socjalnych, realizacja praw człowieka itd. [Czapiński 2012 s. 54]. Jednak wzrost PKB tylko do pewnego momentu przekłada się na rosnące poczucie zadowolenia i satysfakcji życiowej. Na poziomie makro dobrostan

mierzony jest wieloma wskaźnikami, począwszy od HDI (Human Development Index / Wskaźnik Rozwoju Człowieka), który określa możliwość długiego, mądrego życia w zamożności. Inny proponowany wskaźnik – HPI (Happy Planet Index / Światowy Wskaźnik Szczęścia) – określa, w jakim stopniu i w jaki sposób dany kraj wykorzystuje zasoby, co pozwala obywatelom osiągać subiektywne szczęście. HPI obejmuje: poczucie zadowolenia z życia, oczekiwaną długość życia oraz wartość tzw. śladu ekologicznego, czyli stopnia obciążenia istniejących zasobów środowiskowych. Najpełniejszym wskaźnikiem (choć trudnym w stosowaniu) wydaje się zaproponowany w Bhutanie GNH (Gross National Happiness / Szczęście Narodowe Brutto), na który składa się wiele szczegółowych miar: dobrostan psychiczny (stopień zadowolenia z życia, odczuwanie pozytywnych emocji), równowaga w wykorzystywaniu czasu na pracę, rozrywkę, doskonalenie się, kontakty z innymi itd., a także dobre funkcjonowanie wspólnot lokalnych; zachowanie tradycji kulturalnych i rozwój kultury; poziom zdrowia, dostęp do opieki medycznej i inne wskaźniki zdrowotności społeczeństwa; dostęp do edukacji i poziom kształcenia; poszanowanie środowiska naturalnego; standard życia, poziom zaspokojenia potrzeb, poczucie bezpieczeństwa ekonomicznego; jakość rządzenia mierzona wskaźnikiem zaufania do władzy, stopniem skorumpowania, efektywnością itp. [Michoń, 2010, s. 110–118]. Warto podkreślić, że choć samo dążenie do szczęścia jest uniwersalne, sposób określania dobrostanu psychicznego, elementy składowe wykorzystywane do jego pomiaru są silnie uwarunkowane kulturowo.

Można poszerzać zakres tego pojęcia, obejmując nim zasoby związane z konkretną osobą (a zatem wszystkie uzdolnienia, cały zasób wiedzy, doświadczeń, zdrowie, energię życiową, nastroje itp.). Utrzymuje się przekonanie o dużym znaczeniu wykształcenia w poziomie kapitału ludzkiego i przekonanie, że kapitał ludzki ma własności kumulacyjne, a kolejne etapy i formy edukacji sprzyjają powiększaniu jego zasobów. Jednocześnie szuka się możliwości precyzyjnego mierzenia kapitału ludzkiego, co jest ważne chociażby ze względu na potrzebę badań pedagogicznych [Walukiewicz, 2012 s. 97–98]. Jednak formalne wykształcenie niekoniecznie jest wskaźnikiem poziomu kapitału ludzkiego, zwłaszcza w obecnej sytuacji znacznego upowszechnienia się wykształcenia średniego i wyższego. Punkt ciężkości przesuwa się na kwestie kompetencji ogólnych i szczegółowych [Górniak, 2011, s. 18].

Definiując **kompetencje**, należy zwrócić uwagę na brak precyzyjnego rozróżnienia w języku polskim dwóch typów kompetencji: z jednej strony chodzi o szczególne cechy jednostki, sposoby zachowania, motywacje, umiejętności, charakteryzujące osoby, które uzyskują dobre wyniki; z drugiej zaś chodzi o podstawowy zakres umiejętności, postaw, wiedzy, który niezbędny jest do prawidłowego wyko-

nania zadania. W tym drugim rozumieniu ważne jest, by te umiejętności, postawy itd. były w określonym obszarze standaryzowane i podlegały walidacji. Te dwa rodzaje kompetencji w języku angielskim określa się odpowiednio jako *competency* i *competence* [Strzebońska, Dobrzyńska, 2011, s. 27]. Można zaproponować dla pierwszego typu określenie: **kompetencje osobiste** (zdolności do działania), odnoszące się do cech konkretnej osoby (zob. ramka). W drugim przypadku **kompetencje zadaniowe**, związane z określonym zadaniem, zgodne z ustalonymi procedurami jego wykonywania.

Lista kompetencji użyta do stworzenia bilansu kapitału ludzkiego w Polsce

– kompetencje **kognitywne** wyrażające się w umiejętności szybkiego streszczania większych tekstów, logicznego myślenia, analizowania faktów, uczenia się nowych rzeczy
– kompetencje **matematyczne** umożliwiające wykonywanie prostych i zaawansowanych obliczeń
– kompetencje **komputerowe** wyrażające się w umiejętnościach obsługiwania komputera, znajomości programów, umiejętności pisania programów, tworzenia stron internetowych, wyszukiwania informacji
– kompetencje **artystyczne**, czyli zdolności artystyczne, umiejętność tworzenia
– kompetencje **fizyczne**, czyli sprawność fizyczna
– kompetencje **techniczne** wyrażające się w posiadaniu wyobraźni technicznej, a także umiejętności posługiwania się urządzeniami i narzędziami
– kompetencje **samoorganizacyjne** wyrażające się w samodzielności, przedsiębiorczości, przejawianiu inicjatywy, kreatywności w poszukiwaniu rozwiązań, innowacyjności, odporności na stres, umiejętności organizowania czasu i planowania
– kompetencje **interpersonalne** przejawiające się w kontaktach z innymi, zarówno w trakcie współpracy, jak i w innego typu interakcjach, umiejętności jasnego przekazywania myśli, nawiązywania kontaktów, rozwiązywania konfliktów
– kompetencje **biurowe** – umiejętność sporządzania dokumentów, prowadzenia ewidencji, archiwizowania itp.
– kompetencje **kierownicze** wyrażające się w umiejętności przydzielania zadań innym, koordynowania wspólnych działań, dyscyplinowania podwładnych, motywowania
– kompetencje **dyspozycyjności**, czyli akceptowanie wyjazdów, elastycznego czasu pracy, zmiany [Strzebońska, Dobrzyńska, 2011 s. 32].

Współcześnie w skali całej gospodarki, także w Polsce, rośnie znaczenie zawodów i zajęć odpowiadających etapowi postindustrialnemu; wymagają one nabywania, ciągłego wzbogacania i integrowania wiedzy z różnych dziedzin. Szczególnie ważny dla gospodarki XXI wieku jest rozwój umiejętności poszukiwania i szybkiego przetwarzania informacji. Technologie informacyjne znajdują zastosowanie we wszystkich sferach życia społecznego i gospodarczego i mają decydujące znaczenie dla ich rozwoju. Ten rodzaj kompetencji jest dzisiaj niezbędny, jeśli chce się osiągnąć wysoką pozycję społeczną i zawodową, a ich brak (swoisty analfabetyzm technologiczno-informacyjny) może stać się podstawą społecznego wykluczenia. W wyniku takich procesów na jednym biegunie struktur społecznych sytuują się osoby należące do „elity elit", profesjonaliści wysokiej klasy, na drugim zaś nowego typu lumpenproletariat [Toffler 2003, s. 291], o niskich, nierynkowych kwalifikacjach. Takie osoby, wykonujące proste, słabo opłacane prace, łatwo wymienić na inne. A zatem, nie będąc obiektem specjalnych starań pracodawców, są one pozbawione nie tylko prestiżu płynącego z pozycji zawodowo-społecznej, ale także poczucia stabilizacji i bezpieczeństwa.

Posiadanie kompetencji cyfrowych, podobnie jak dostęp do komputera, internetu, posługiwanie się coraz bardziej wyrafinowanymi urządzeniami, jest dla znacznej części społeczeństwa (także polskiego) czymś absolutnie oczywistym, choć jeszcze dwie dekady temu miało charakter wyróżnienia pozytywnego. Posługiwanie się komputerem i funkcjonowanie w ramach sieci globalnej wywiera decydujący wpływ na uczestniczenie we wszystkich obszarach życia społecznego. Zmienia się gospodarka[3], kultura, sposób wykonywania zadań związanych z pracą zawodową, edukacja, zabawa, życie towarzyskie, zakres upowszechnianych treści kulturowych i sposób uczestnictwa w kulturze, utrzymywanie kontaktów w ramach rozmaitych „małych światów", powstaje nowy typ interakcji społecznych w rozmaitych dziedzinach[4]. Głębokim zmianom ulega także życie polityczne, budowanie lub destrukcja pewnych struktur władzy, procesy indoktrynacji. Rodzą się nowe szanse i nowe zagrożenia. Korzystanie z możliwości świata sieci zaczyna się w bardzo wczesnym okresie życia, równocześnie z nauką czytania i pisania lub nawet wcześniej, co pogłębia luki międzypokoleniowe, ale także tworzy możliwości odwracania kierunku transferu informacji między generacjami. Kluczowe kompetencje – atrybuty osobiste kapitału ludzkiego – obejmują wiele rozmaitych umiejętności, cech, kwalifikacji, które nabywane są w trakcie socjalizacji, poprzez interakcje społeczne, zbieranie i analizowanie doświadczeń, a także udział w różnorodnych procesach społecznych, kulturowych, religijnych, politycznych i gospodarczych.

[3] Edwin Bendyk wskazuje proces rewolucji neoindustrialnej jako nowy etap rozwoju społeczno-gospodarczego, który doprowadzi do rozpowszechnienia na skalę globalną zasady DIY (*do it yourself* – zrób to sam) i całkowicie zmieni świat gospodarki: produkcji, konsumpcji, dystrybucji [Bendyk, 2012, s. 63–82].

[4] Można powiedzieć, że powstaje nowy „cybertyp" człowieka, zarówno w wymiarze fizycznym, jak i psychologicznym, społecznym, kulturowym, aż po wymiar gospodarczy i polityczny.

Kształtowanie się kompetencji kluczowych – rola kultury

Kluczowe kompetencje są efektem nie tylko intencjonalnych procesów edukowania czy – szerzej – procesów socjalizacji. W istocie kształtują się one pod wpływem najrozmaitszych, wielowymiarowych oddziaływań świata zewnętrznego (od poziomu mikrospołecznego do globalnego), przefiltrowanych przez nasze indywidualne struktury poznawcze. Opisując zasady kształtowania innowacyjności, psychologowie już od dawna zwracają uwagę na fakt, że niezbędna jest w tym procesie aktywność jednostki, która jest **podmiotem**, sprawcą inicjującym działania, dokonującym wyboru, przyjmującym odpowiedzialność za te wybory [Kozielecki, 1988, s. 44–47, Kozielecki, 1976, s. 198]. Wymienione wyżej kompetencje są powiązane ze sobą i wzajemnie się wzmacniają. Tu należy zwrócić szczególną uwagę na znaczenie cech **osobowościowych**, które w pewnym sensie mają charakter rdzeniowy; to wokół nich układają się i rozwijają inne kompetencje, których ukształtowanie zależy w dużym stopniu od umiejętności przetwarzania docierających informacji. Drugi element rdzeniowy kompetencji kluczowych to umiejętności związane z funkcjonowaniem w świecie społecznym, pozwalające na zwielokrotnienie posiadanych informacji (np. poprzez wymianę doświadczeń, komunikowanie się, wzmacnianie własnych możliwości pojawiające się szczególnie w sytuacjach konkurowania i współpracy), zwiększanie wiedzy o możliwych rozwiązaniach czy skracanie czasu potrzebnego na uczenie się (np. przez korzystanie z cudzych doświadczeń).

Wraz z rozwojem nowych sposobów zarządzania, zwłaszcza tzw. zarządzania sieciowego (*network management*), pojawia się zapotrzebowanie na nowe umiejętności i nowe kompetencje, obok tradycyjnie wymaganych od menadżerów. Szczególnie ważne stają się umiejętności negocjacyjne czy mediatorskie. Ze względu na oczekiwane w nowoczesnych organizacjach kompetencje i umiejętności pracowników zarządzanie personelem nie może opierać się na modelu „sierżanta wydającego rozkazy”[5]; chodzi tu o zupełnie nowy sposób komunikowania się i motywowania. Nie jest to tylko kwestia poszukiwania nowych źródeł rekrutowania takich specjalistów czy odpowiedniego treningu, jest to w istocie sprawa transformacji kulturowej [Eggers, Goldsmith, 2004, s. 20–21].

Kapitał ludzki rozważany jest zatem jako zespół cech przysługujących jednostkom. Każda jednostka dokonuje akumulacji kapitału ludzkiego poprzez rozwijanie swojej wiedzy i umiejętności. Na poziomie organizacji ten proces akumulacji od-

[5] Zarządzanie personelem w nowoczesnych organizacjach wymaga rozmaitych umiejętności związanych z koordynowaniem działań specjalistów, często indywidualności. Styl nakazowy jest zupełnie nieadekwatny.

bywa się przez szkolenia, stwarzanie możliwości rozwoju kompetencji, umożliwianie zdobywania doświadczenia, formułowanie wyzwań rozwojowych związanych z korzyściami itd. Także na poziomie regionu czy w skali makrospołecznej mogą być tworzone odpowiednie warunki rozwoju indywidualnych zasobów kapitału ludzkiego poprzez zaspokajanie potrzeb edukacyjnych, powoływanie instytucji zajmujących się np. działaniami z zakresu ***lifelong learning*** czy ***life-wide learning***[6], stwarzanie systemowych możliwości rozwoju intelektualnego, wspieranie zdobywania wykształcenia, budowania kompetencji przez osoby ze środowisk defaworyzowanych.

Należy również wskazać, że podobnie jak inne kapitały kapitał ludzki jest zagrożony deprecjacją. Istnieje wiele potencjalnych zagrożeń. Można wskazać chociażby przyczyny demograficzne (starzenie się, umieranie, ale także nadumieralność w pewnych kategoriach[7]), powstawanie obszarów zagrożenia chorobami cywilizacyjnymi (w tym także zagrożenie depresją czy zaburzeniami osobowościowymi). Istotnym źródłem deprecjacji kapitału ludzkiego może być wzrost migracji, zwłaszcza ludzi młodych, często najbardziej przedsiębiorczych, nastawionych na samorealizację. Ponadto mogą odgrywać tu rolę zjawiska zniechęcające, obniżające jakość funkcjonowania w środowisku pracy, jak mobbing, brak perspektyw, poczucie zagrożenia. Utrzymanie i rozwój wysokiego poziomu kapitału ludzkiego jest bardzo ściśle związane z procesami motywacji (w tym także samomotywowania). Tu rola kontekstu kulturowego jest niezwykle istotna. To w obrębie kultury formułowane są przecież najważniejsze wartości do realizowania, cele, o które warto walczyć, którym warto nawet bardzo wiele poświęcić.

Charakterystyka kapitału społecznego

W badaniach nad kapitałem społecznym zazwyczaj przywołuje się opinie klasyków: z jednej strony Pierre'a Bourdieu, z drugiej zaś przede wszystkim Roberta Putnama i Jamesa Colemana. W ujęciu pierwszym sieć powstała w wyniku inter-

[6] Oba te sformułowania odnoszą się do współczesnej koncepcji kształtowania kapitału intelektualnego. *Longlife learning* oznacza uczenie się przez całe życie, co wiąże się ze starzeniem się wiedzy nabywanej w procesach formalnej edukacji i koniecznością utrzymywania umiejętności przyswajania nowych informacji w ciągu całego życia ze względu na zmiany technologiczne, przechodzeniem z jednych zawodów (zajęć) do innych, rozwijaniem zdolności do pozostawania zatrudnionym. Podobnie *life-wide learning*, czyli uczenie się poprzez rozmaite doświadczenia, uczestnictwo w kulturze, podróże, zabawę i inne obszary aktywności społecznej czy kulturalnej, pozwala na lepsze radzenie sobie z wyzwaniami współczesnego świata.

[7] Takie zjawisko występuje np. w Rosji wśród mężczyzn w wieku od ok. 45 lat, podobnie w wielu krajach afrykańskich w wyniku wzrostu zachorowań na AIDS.

akcji jednostek z innymi podmiotami życia społecznego i związane z tą siecią zasoby traktowane są jako dobro prywatne, wykorzystywane przez jednostki np. do budowania pozycji społecznej, zawodowej czy osiągania celów. W ujęciu Colemana i Putnama kapitał społeczny (sieć powiązań) jest traktowany jako dobro społeczne (zasób społeczny). Wydaje się, że oba punkty widzenia nie wykluczają się wzajemnie: w istocie kapitał społeczny rozumiany jako powiązania społeczne, wspólnie respektowane reguły działania oraz poziom zaufania do innych jest elementem budowania pozycji i przewagi konkurencyjnej na wszystkich poziomach życia społecznego – od jednostek, poprzez małe skupiska społeczne różnego typu, społeczności lokalne, organizacje, aż do poziomu makrospołecznego (społeczeństwa, a nawet twory ponadnarodowe, jak Unia Europejska). Dla jednostek zakotwiczenie w sieciach społecznych komunikowanie się wewnątrz swojego środowiska i na zewnątrz z wieloma innymi grupami i instytucjami jest niezbywalnym warunkiem budowania własnej pozycji i możliwości realizowania celów w różnych obszarach życia społecznego, gospodarczego czy politycznego. Podobnie niezbędne jest poczucie, że istnieje wspólnie przestrzegany zestaw norm gwarantujących zachowanie ważnych reguł interakcji międzyludzkich, jak zasada wzajemności czy *fair play*. Wreszcie, potrzebne jest zaufanie do innych osób i instytucji, które istotnie zmniejsza koszty transakcyjne w relacjach społecznych (zarówno koszty w znaczeniu ekonomicznym, jak i społecznym czy psychologicznym). Analogicznie możemy wskazać ważność kapitału społecznego na poziomie funkcjonowania małych grup (np. rodzina) i w strukturach średniego poziomu (regionalnych bądź lokalnych, a także różnego rodzaju organizacjach). Posiadanie rozwiniętych zasobów kapitału społecznego, uczestniczenie w sieciach (wyrażające się w przynależności do związków gmin, miast, firm, uczelni itd.), respektowanie wypracowanych dla danego typu zbiorowości reguł współdziałania oraz jakość relacji z innymi podmiotami, zapewniająca poczucie bezpieczeństwa płynące z wzajemnego zaufania i dorobku dobrych doświadczeń, w znacznym stopniu wpływają na ich możliwości rozwojowe i efekty podejmowanych działań. Na poziomie makrostruktur rozwinięte zasoby kapitału społecznego przekładają się na dobre funkcjonowanie społeczeństwa obywatelskiego, także na pozycję międzynarodową (poprzez budowanie wiarygodności jako partnera w relacjach ekonomicznych czy politycznych). Kapitał społeczny jest na każdym poziomie życia społecznego jednym z istotnych elementów gotowości modernizacyjnej danej jednostki, struktury średniego poziomu, wreszcie społeczeństwa. Znaczenie kapitału społecznego w skali makro podkreślał Fukuyama, zwracając szczególną uwagę na istotną rolę zaufania społecznego w budowaniu dobrobytu społeczeństw i zdolności do rywalizacji ekonomicznej [Fukuyama, 1997, s. 17 –20].

W ekspertyzie przygotowanej na zlecenie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego wskazane zostały trzy główne odmiany kapitału społecznego: kapitał **wiążący** (wewnątrzgrupowy), kapitał **pomostowy** (relacje na zewnątrz) i kapitał **łączący**

(relacje pomiędzy osobami o różnych statusach społecznych, relacje między obywatelem i władzą) [*Działania na rzecz*..., 2010, s. 9]. Pierwszy z nich odnosi się do systemu powiązań wewnątrz grup i innego rodzaju zbiorowości, sprzyja zatem budowaniu spójności w ramach rodziny, kręgu sąsiedzkiego, małych grup lokalnych itp. Ma to przede wszystkim swoje strony pozytywne, ale może także wpływać na powstawanie zjawiska tzw. myślenia grupowego, polegającego na radykalnym ujednolicaniu postaw i opinii, a w skrajnej postaci wykluczającego krytycyzm i możliwość podejmowania dyskusji. Innym negatywnym efektem zbyt rozwiniętego kapitału wiążącego może być nadmierne eksponowanie interesu grupowego, a nawet powstawanie struktur o charakterze mafijnym. Kapitał pomostowy to szczególnie pożądany typ kapitału społecznego ze względu na jego rolę w nawiązywaniu i podtrzymywaniu interakcji z organizacjami czy instytucjami o odmiennych strukturach, kierujących się innymi regułami działania. Istnienie kapitału pomostowego pozwala na przełamywanie takich barier, np. we współpracy między biznesem a instytucjami edukacyjnymi, instytucji kultury z przedsiębiorcami. Chodzi tu nie tylko o otwartość i gotowość do współpracy, ale też o umiejętności tworzenia nowych zasad i reguł umożliwiających łączenie rozmaitych procedur czy szukanie wspólnych możliwości rozwiązywania problemów. Kapitał łączący jest budowany poprzez wzmacnianie relacji między osobami i instytucjami o odmiennych statusach i możliwości uczestniczenia w podejmowaniu decyzji. Tu szczególnie należy podkreślić możliwości tworzenia podstaw zaufania między obywatelami i władzą (instytucjami władzy). Ważnym elementem kapitału łączącego jest także budowanie i wzmacnianie poczucia solidarności między bogatymi i biednymi (wyrażające się np. aprobatą zmniejszania różnic majątkowych) czy – w ramach organizacji – między osobami zajmującymi różne miejsca w strukturach władzy.

Inny podział kapitału społecznego zaproponowany został w raporcie prezentującym perspektywy rozwojowe Polski. Rozróżnienie opiera się na znaczeniu kapitału społecznego w procesach przemian społeczno-gospodarczych i obejmuje kapitał **przetrwania**, kapitał **adaptacji** i kapitał **rozwojowy** [*Polska 2030*, 2009, s. 343–345]. Ten pierwszy powstawał w wyniku reakcji obronnych na nieprzyjazne otoczenie i koncentrował się na budowaniu bariery chroniącej przed owymi represyjnymi instytucjami i na tworzeniu możliwości zaspokajania potrzeb swoich i najbliższego środowiska. Oczywiście rozwój takiego typu kapitału był uwarunkowany historycznie: w warunkach gospodarki niedoboru konieczne było tworzenie i podtrzymywanie sieci rozmaitych powiązań zarówno z osobami, jak i z instytucjami odpowiedzialnymi za różne sfery życia społecznego i zaspokajanie potrzeb indywidualnych i zbiorowych. Modelem takich powiązań była tradycyjna wspólnota wiejska, charakteryzująca się silnymi tendencjami „do wewnątrz" i nieufnością wobec osób i środowisk zdefiniowanych jako obce czy nieprzyjazne. Budowaniu kapitału przetrwania towarzyszyło powstawanie charakterystycznych postaw – apatii, braku poszanowania prawa, a także swego rodzaju dysfunkcjo-

nalnego przystosowania umożliwiającego wykorzystanie słabszych stron systemu, niejasności prawnych do osiągania swoich celów. Ten typ kapitału, zdominowany przez cele prywatne i opierający się na ograniczonym zaufaniu przejawianym tylko w stosunku do wybranych kręgów, sprzyjał stagnacji. Kapitał adaptacyjny wspierał działania pozwalające na oswajanie zmian systemowych następujących od 1989 roku i motywował do działania, jednak przede wszystkim związany był z potrzebami jednostek i rodzin. Kapitał społeczny – adaptacyjny – ułatwiał bardzo dynamiczny rozwój przedsiębiorczości indywidualnej na początku lat dziewięćdziesiątych, jednak nie sprzyjał budowaniu trwałych postaw prorozwojowych, rozszerzaniu zaufania do organizacji, instytucji państwa, do prawa. Można powiedzieć, że po wyczerpaniu się możliwości rozwojowych wynikających z masowego brania spraw we własne ręce zabrakło możliwości i umiejętności tworzenia obszaru porozumień zbiorowych[8]. Jak wskazują autorzy Raportu *Polska 2030. Wyzwania rozwojowe*, zwiększenie możliwości rozwojowych powinno wiązać się z budowaniem rozmaitych porozumień, obszarów wspólnotowych, w których możliwe byłoby podejmowanie działań na większą skalę [*Polska 2030*..., 2009, s. 345].

Ważność kapitału intelektualnego w procesach rozwoju

Zakłada się czasem, że istnienie odpowiednio licznej grupy ludzi obdarzonych wiedzą, umiejętnościami czy kompetencjami decyduje o możliwościach rozwojowych organizacji, miasta czy regionu. W rzeczywistości jednak sam kapitał ludzki nie jest wystarczający, potrzebne są określone uwarunkowania umożliwiające jego pełne wykorzystanie i wzmacnianie. Podobnie trudno bronić tezy, że sam rozwój kapitału społecznego może decydować o rozwoju lokalnym czy regionalnym. Taki sposób myślenia prowadzi do zdefiniowania kolejnej kategorii, jaką jest **kapitał intelektualny**. Podobnie jak w przypadku kapitału ludzkiego, tu również brak jednej powszechnie uznanej definicji, zazwyczaj jednak przyjmuje się, że kapitał intelektualny jest pojęciem szerszym, obejmującym kapitał ludzki, a w niektórych ujęciach także kapitał społeczny. Przegląd sposobów definiowania kapitału intelektualnego ujawnia rozmaitość podejść i samych określeń, a jednocześnie zwraca uwagę na złożoność tego zjawiska [Kristandl, Bontis, 2007, s. 1513–1515]. Cechy owych nieuchwytnych (trudnych do mierzenia) zasobów powodują, że są one niezbędne dla firmy, organizacji, społeczeństwa, a jednocześnie wcale nie tak łatwe

[8] Pojęcie „ład porozumień zbiorowych" wprowadził Stanisław Ossowski, rozważając kolejno występujące w dziejach sposoby organizowania życia społecznego. Oparcie się na porozumieniach zbiorowych miało charakteryzować postulowany typ nowego społeczeństwa [Ossowski, 1967, s. 175–193].

do zdobycia i utrzymania. Jak wskazuje Andrzej Herman: „najpoważniejszą słabością w ekonomicznej teorii kapitału intelektualnego jest milczące przyjęcie założenia, że on już ze swej istoty rzeczy istnieje (funkcjonuje), lub też, że co najwyżej się go pomnaża (»wydobywa«) za pomocą różnych, wyspecjalizowanych technik na poziomie przedsiębiorstwa" [Herman, 2008, s. 39]. A więc zwraca się tu uwagę na proces tworzenia tych zasobów i ich nieoczywistość. Kapitał intelektualny jest także określany jako wiedza, która **może być** [wyróżnienie – AK] przekształcona w wartość [Edvinsson, Malone, 2001, s. 39–40]. Ta możliwość tworzenia dochodu poprzez wykorzystanie wiedzy jest uwarunkowana rozmaitymi czynnikami wewnętrznym lub zewnętrznym usytuowaniem.

W *Raporcie o kapitale intelektualnym Polski* wskazuje się na kapitał ludzki, kapitał strukturalny, kapitał społeczny i kapitał relacyjny[9] jako komponenty tworzące kapitał intelektualny [*Raport o kapitale*..., 2008, s. 6]. Oznacza to, że dla właściwego spożytkowania nagromadzonej wiedzy, umiejętności, kompetencji itd. konieczne jest istnienie przyjaznego środowiska, a samo wytworzenie kapitału intelektualnego jest uzależnione od wielu determinant, nie tylko kulturowych, które są tu najważniejsze, ale także społecznych i ekonomicznych.

Omawiane w tym rozdziale zasoby rozwojowe są ściśle ze sobą powiązane. Szczególną rolę odgrywa kapitał społeczny, zwłaszcza pomostowy, pozwalający na budowanie sieci porozumień, a nawet zaufania pomiędzy grupami o odmiennych zasadach działania i funkcjonujących względem siebie jako grupy „obce" (*out-groups*). Jest to zasadniczy czynnik rozwoju kapitału ludzkiego kształtującego się w procesach wymiany informacji i doświadczeń, co wymaga postaw otwartości, gotowości do konfrontacji własnych przekonań i gotowości do ich zmiany. Z drugiej strony istnienie sieci powiązań pomiędzy rozmaitymi podmiotami pozwala na pełniejsze wykorzystanie istniejących zasobów kapitału ludzkiego w ramach zbiorowości lokalnej, regionu czy w skali makro.

Kulturowy kontekst kształtowania się zasobów rozwojowych

Współczesny kontekst kulturowy formowania się zasobów rozwojowych naznaczony jest przez procesy globalizacji. Procesy globalizacji kultury wyrażają się w powstawaniu zjawisk znanych jako globalne style życia, czyli kształtowanie się

[9] Kapitał relacyjny rozumiany jest w *Raporcie o kapitale*... jako usytuowanie Polski w kontekście globalnym, jej związki z innymi gospodarkami i społeczeństwami, także jej wizerunek, w tym turystyczny i biznesowy.

globalnych upodobań kulinarnych, mody czy rodzajów rozrywki[10]. W każdej z tych dziedzin powstają złożone z wielu rozmaitych elementów, nie do końca spójne wzory nadające specyficzne rysy kulturze, zwłaszcza wielkomiejskiej [Naisbitt, Aburdene, 1990, s. 118–139].

Ten brak równoległości zmian w różnych obszarach rzeczywistości interesował od dawna badaczy społeczeństwa i kultury. Jak wskazywali Ogburn i Nimkoff [1950, s. 560–561], nie tylko kultura (normy, reguły, przekonania itp.) nie nadąża za rozwojem technologicznym i gospodarczym, ale nawet w obrębie samej kultury pewne obszary zmieniają się wolniej niż inne. W tej sytuacji nadmierna zwartość i spójność kultury, przy nierównoległości zmian w niej samej, a także tempo przemian społecznych i przemian kulturowych mogą prowadzić do dezorganizacji społecznej. Pojawiają się pytania o możliwości świadomego, celowego przekształcania pewnych elementów kultury, tak aby wspominana w innym miejscu adaptacyjna funkcja kultury mogła być realizowana z większą skutecznością, a także pytania o znaczenie wyprzedzającej (antycypującej zmiany) edukacji kulturalnej.

Daniel Bell, opisując społeczeństwo amerykańskie sprzed czterech dekad, zwracał uwagę na zasadnicze przemiany kultury amerykańskiej pod wpływem rozwoju w sposobach komunikowania się (np. ze względu na rozwój mass mediów), ale także pod wpływem rozwoju kontaktów międzykulturowych, zwiększonej mobilności społecznej i przestrzennej. W wyniku innowacji technicznych, technologicznych i społeczno-gospodarczych pojawia się synkretyzm kulturowy, powstają swego rodzaju „zlepieńce" kulturowe, które obejmują różne wzory, elementy symboliczne, normy i wartości wywodzące się w istocie z odmiennych systemów. To może sprzyjać poczuciu niepewności, które wiąże się m.in. ze słabym zakorzenieniem zasad [Bell, 1994, s. 136 i n.].

Wraz z rozwojem technologii informacyjnych wzrasta znaczenie problemów dyfuzji informacji i wzorów kulturowych. Teoria dyfuzji w odniesieniu do kultury była bardzo rozpowszechniona na początku XX wieku. Rozwijano wówczas koncepcje tzw. dominujących centrów kulturowych, z których różnymi drogami rozmaite wzory kulturowe (a także elementy kultury materialnej) przenikały do społeczeństw i społeczności na niższym poziomie rozwojowym. Jednak już w latach czterdziestych XX wieku teorie te straciły na atrakcyjności [LaPiere, 1965, s. 23–24]. Dopiero dynamiczny rozwój środków masowego przekazu spowodował nawrót – zarówno w antropologii, jak i w socjologii – do rozważań nad procesami przemieszczania się idei, wzorów kulturowych, rozmaitych elementów stylu życia, sposobów gospodarowania, systemów edukacyjnych, osiągnięć nauki i techniki, osiągnięć w medycynie.

Współcześnie, w okresie globalizacji i uniwersalizacji kultury, procesy upowszechniania się informacji i wzorów regulujących rozmaite obszary życia spo-

[10] Naisbitt i Aburdene wskazują na globalizację trzech „f": *food*, *fashion i fun*.

łeczeństw wydają się trudne do ogarnięcia, a tym bardziej do kontroli. W tych warunkach wzrasta indywidualna odpowiedzialność za dokonywane wybory. Przydatna tu jest zaproponowana przez Andrzeja Sicińskiego perspektywa *homo eligens*, czyli człowieka dokonującego wyborów. Każda kultura tworzona przez określoną grupę (naród, grupę zawodową, pokoleniową itp.) jest wyborem z „ogólnego repertuaru (znaków, symboli, sensów, wzorów, wartości) kultury ludzkiej" [Siciński, 2002, s. 78]. Dalsze wybory, np. na poziomie poszczególnych środowisk, grup społecznych bądź w odniesieniu do takich procesów jak edukacja (socjalizacja), zawsze oznaczają czerpanie z zestawu istniejących w danej kulturze zaakceptowanych wzorów, idei czy innych elementów kultury. Pojawia się tu problem **odpowiedniości** czy też – inaczej mówiąc – **dostatecznego zasobu** elementów, które mogą być przedmiotem takiego wyboru. W ślad za tym zaś trzeba postawić pytanie, czy dana kultura jest dostatecznie pojemna, a jednocześnie elastyczna, czy pozwala na nabywanie nowych umiejętności i kompetencji, zmiany zachowań, zmiany kryteriów oceniania.

Chodzi tu najpierw o rozróżnienie między kulturami formułującymi przekonania w kategoriach rygorystycznych (absolutnych) i formułującymi je na jakimś poziomie relatywizmu. Do przekonań dotyczących życia możemy także zaliczyć orientację czasową, czy jest to bardziej nastawienie na teraźniejszość i przyszłość, czy bardziej na przeszłość. Istotne jest tu także wskazanie charakterystycznego dla danej kultury poziomu tolerancji (od skrajnej nietolerancji do permisywizmu). Jeśli chodzi o ogólną orientację kulturową, to kultury można sytuować między dążeniem do maksymalnego zachowania własnej tożsamości (czyli orientacją obronną) a nastawieniem na poznawanie innych, otwartością na dialog. Istotne jest też, w jakim zakresie kultura tworzy podstawy wspólnoty (od małych grup do wymiaru makro). W końcu ważne jest, w jakim porządku ułożone są w danej kulturze wartości (jaka jest ich hierarchia i kierunki zmian).

Znaczenie różnorodności kulturowej w budowania kapitału społecznego i kapitału ludzkiego wydaje się oczywiste. Generalnie różnorodność rozważana jest jako wartość rozwojowa[11] w rozmaitych kontekstach. Społeczne postawy wobec różnorodności kultur czy religii nie są jednak jednoznacznie pozytywne. Przed tysiącami lat, w czasach znacznie mniejszej gęstości zaludnienia i niższej częstości kontaktów między rozmaitymi grupami, odmienności były traktowane jako zagrażające, a umiejętność odróżniania swoich od obcych była jedną z pierwszych lekcji w procesach socjalizacji. Potwierdzanie swojej tożsamości zawsze wiązało się (także w warstwie językowej) z odcięciem się od obcych, nie-ludzi, innych

[11] Nawet w dobie globalizacji i postępującej standaryzacji sprowadzane z zewnątrz elementy stylu życia, innowacje techniczne czy kulturowe są przez poszczególne społeczeństwa czy społeczności oswajane, przez co zyskują swoją odrębną, lokalną specyfikę. Można tu np. wskazać, że tak wydawałoby się kosmopolityczna dyscyplina jak golf przy zachowaniu reguł gry ma swoje szczególne otoczki kulturowe w Szkocji, w USA czy w Japonii [Dubos, 1986, s. 26–27].

i tak dalej. W miarę wzrostu liczebności populacji i rozwoju wielowymiarowych stosunków społecznych, gospodarczych, politycznych coraz więcej było sytuacji, w których owym do niedawna nie-ludziom należało przyznać jakiś wyższy status, bo potrzebni byli jako partnerzy wymiany, przeciwnicy w walce czy chociażby niewolnicy. Oczywiście zasadnicze zmiany w relacjach wzajemnych wymagały odpowiedniego oprzyrządowania kulturowego, musiały zatem powstawać rozmaite rytuały, wierzenia, wzory zachowań i działań, pozwalające radzić sobie z innością sąsiadów – osób, z którymi prowadzimy wymianę, a nawet wrogów.

Współczesne społeczeństwa funkcjonują w wyjątkowo różnorodnym i złożonym kontekście kulturowym. Ze względu na dynamikę przemian gospodarczych, społecznych, politycznych tworzone przez kulturę niezbędne odpowiedzi na związane z przemianami wyzwania nakładają się na siebie. Ta wielowymiarowość kontekstu wynika również z rosnącego zróżnicowania kulturowego, religijnego czy etnicznego. Coraz częściej funkcjonujemy w środowiskach wielokulturowych. Ma to różne przyczyny: nasilające się procesy migracji, przemieszczanie się w skali globu współczesnych nomadów podróżujących turystycznie, w związku z pracą, nauką, realizowaniem rozmaitych zadań w innych krajach, emancypacja wielu mniejszości i grup kulturowych, które przez całe lata (a nawet pokolenia) były niewidoczne i niesłyszalne.

Ta wielokulturowość stwarza tak wyzwania (ponieważ jest potencjalnie konfliktogenna), jak i szanse w procesach rozwoju kapitałów ludzkich i społecznych (przyciąga osoby o wysokich aspiracjach i rozbudowanych potrzebach). Jak wskazywał Richard Florida, osoby tworzące klasę twórczą mają szczególne wymagania co do miejsca pracy i życia. Bardzo ważne są dla nich warunki pracy i społeczno-kulturowe otoczenie, w jakim pracują. Poszukują miejsc, które wyposażone są w wyjątkową, unikatową, bogatą infrastrukturę kulturalną i inspirujące możliwości spędzania wolnego czasu. Oceniają „jakość" środowiska społecznego, odwołując się do takich kryteriów, jak możliwość nawiązywania i podtrzymywania dialogu, różnorodność pozwalającą na konfrontowanie rozmaitych opinii i stwarzającą szanse na uczenie się od siebie nawzajem. Szczególnie podkreślana cecha takiego odpowiedniego środowiska to przestrzeganie zasad tolerancji. Miejsca, które cechuje otwarty, wielokulturowy charakter zbiorowości, mają większe perspektywy rozwoju gospodarczego także w tym sensie, że są atrakcyjne dla osób o wysokim poziomie rozwoju kapitału ludzkiego i sprzyjają wzmacnianiu tego kapitału [Florida, 2010, s. 30].

Różnorodność kulturowa ma znaczenie dla kształtowania się kapitału społecznego, a zwłaszcza tworzenia szeroko pojętego zaufania i przełamywania barier w porozumiewaniu się. Rozważając proces tworzenia się więzi społecznych, podstaw do porozumienia, zazwyczaj podkreślamy istnienie wspólnoty wartości, a istnienie znaczących różnic w tym zakresie jest często traktowane jako zagrożenie. Tymczasem we współczesnym świecie ten rodzaj konsensusu opartego na daleko

idącym podobieństwie postaw i wartości jest oczywiście utopijny, należy zatem zastanawiać się, w jaki sposób (i w jakich warunkach) owo bogactwo wielokulturowości może być rzeczywiście „bogactwem" w budowaniu kapitałów rozwojowych.

Wielość koncepcji życia i odpowiedzi na te same pytania, charakterystyczna dla społeczeństw wielokulturowych, wymusza inny sposób funkcjonowania jednostek i zbiorowości. Niezbędne są rozmaite instytucje (grupy, organizacje) pośredniczące i mediujące. Niezbędne jest przyswojenie sobie postawy otwartości, choćby ograniczonej. Można tu, jak w przypadku wspomnianej kwestii opóźnienia kulturowego, wskazać, że ta elastyczność kultury, swoiste „luzy" pomiędzy rozmaitymi elementami, dają szansę powstania rozwiązań niestandardowych, choć pewnie często ryzykownych.

Ważnymi elementami kulturowego kontekstu formowania się kapitału ludzkiego i społecznego są: rodzina, instytucje edukacyjne, religia i instytucje religijne, grupy rówieśnicze i inne instytucje oraz zbiorowości odgrywające rolę w procesach socjalizacji. Interesujący przykład, pokazujący, jak kulturowe wartości związane z funkcjonowaniem rodziny i szkoły wpłynęły na formowanie się kapitału ludzkiego i społecznego, można znaleźć w historii amerykańskiej imigracji. Tzw. raport Dillinghama, opracowany na zlecenie United States Immigration Commission w latach 1907–1911, skupiał się na problemie tzw. nowej imigracji (z krajów Europy Wschodniej i Środkowej), której władze USA obawiały się ze względu na stopień zapóźnienia cywilizacyjnego krajów pochodzenia [*The Immigration Commission Reports*, 1911]. Raport Dillinghama pokazał znaczące zróżnicowanie szybkości adaptacji i znajdowania swojego miejsca w społeczeństwie amerykańskich imigrantów różnych narodowości i stał się impulsem do bardziej szczegółowych badań. Wynikało z nich, że zasadnicze znaczenie dla tempa przystosowywania się i umiejętności wykorzystania istniejących możliwości przedstawicieli różnych grup etnicznych miały cechy kultury kraju pochodzenia.

Raport ten stał się inspiracją do późniejszych badań nad adaptacją rozmaitych grup etnicznych do życia społecznego, systemu gospodarczego i kultury. Bardzo interesujące materiały związane z analizą danych dotyczących rozmaitych grup etnicznych zawiera książka Davida B. Tyacka o historii amerykańskiej edukacji. Porównuje on na przykład sukcesy szkolne uczniów z lat dwudziestych XX wieku, wywodzących się z rodzin o podobnym okresie przebywania w USA, i wskazuje, że 29,7% młodych Żydów z Rosji było opóźnionych, podczas gdy w grupie uczniów z południowych Włoch odsetek ten sięgał 55,4%. Przywołując prace Leonarda Covello, nauczyciela i administratora szkolnego (w latach 1913–1926), Tyack pokazuje, jak uwarunkowania kulturowe sprzyjały opóźnianiu się integracji młodych Włochów w społeczeństwie amerykańskim i powodowały trudności w szkole [Tyack, 1974, s. 238–240]. Z kolei w przypadku Żydów wywodzących się z krajów wschodnioeuropejskich sukcesy szkolne i umiejętność radzenia sobie w niezbyt przyjaznym środowisku społecznym związane były ze specyficznymi cechami kul-

tury żydowskiej, w tym wspierającymi funkcjami rodziny (solidarność i akceptacja wyrzeczeń z myślą o przyszłości). Istotny był także wyraźny kult wiedzy, edukacji i wysoka pozycja społeczna osób posiadających wykształcenie [Stark, 1989, s. 45–56]. Ponadto Żydzi od pokoleń funkcjonowali jako grupa marginalizowana czy odrzucana i wytworzyli obronne mechanizmy kulturowe chroniące ich poczucie własnej wartości w tak niekorzystnych warunkach.

Kultury zamknięte, narzucające rygorystycznie przestrzegane wzory i zasady kulturowe, sprzyjają przetrwaniu zagrożonych wartości, ale jednocześnie ich petryfikacji i niejako oddaleniu się od praktyk życia społecznego. Mowa tu o utracie siły integrującej ludzi wokół ważnych celów, zwłaszcza jeśli wykraczają one poza dotychczasowe priorytety czy sposoby rozumienia dobra, prawdy i piękna. W warunkach globalizacji, w sytuacji nowych wyzwań podłoże kulturowe formowania się zasobów rozwojowych musi mieć walor płynności, otwartości i wielowymiarowości. Socjalizujący proces inicjacji daje możliwość nabywania koniecznych kompetencji poruszania się w zmiennym i nie do końca określonym świecie. Jednocześnie doświadczanie inności we własnym środowisku (np. wielokulturowej zbiorowości lokalnej) oswaja ją, otwiera wobec innych, którzy są do pewnego stopnia tutejsi – jako sąsiedzi, współpracownicy, turyści, inwestorzy.

Wielokulturowość nie wyklucza zachowania własnej tożsamości i ochrony najważniejszych wartości i idei własnej kultury. Chodzi tu raczej o zachowanie niezbędnej równowagi między tym, co swoje, a tym, co obce nowe; między chronieniem własnych specyficznych cech kulturowych a otwartością na dialog. Zwłaszcza że to dialog (czasem konfrontacja), a nie odtwarzanie wciąż podstawowych wartości własnej kultury, generuje impulsy rozwojowe. Warto także podkreślić, że dążenie do zachowania własnej kultury towarzyszące dialogowi z innymi może stawać się, paradoksalnie, dobrym punktem wyjścia do aktywizacji kulturowej [Bułdakowska, 2002, s. 65].

Różnorodność jest też wyzwaniem uwalniającym kreatywność i tworzącym korzystne warunki do powstawania synergii w działaniach zbiorowych. Dlatego tak ważne są miejsca z natury wielokulturowe (m.in. wielkie miasta, obszary pogranicza, wielkie uniwersytety), w których owe procesy radzenia sobie z różnorodnością są swoistymi poligonami doświadczalnymi, dostarczającymi zarówno materiałów do rozważań teoretycznych, jak i rozwiązań praktycznych.

Podsumowanie

Rozdział ten poświęcony jest charakterystyce znaczenia podłoża kulturowego, dla procesów budowy i wzmacniania elementów kapitału ludzkiego i społecznego. Istotną rolę odgrywa tu zarówno kontekst kulturowy – a zwłaszcza ideały, wartości, wzory czy normy kulturowe, jak i poziom i zakres uczestniczenia w kulturze,

a zwłaszcza poziom aktywności indywidualnej, tworzenie się sieci powiązań i porozumień – w tym rozmaitych kręgów kulturowych. Szczególne znaczenie kultury w kształtowaniu się tych zasobów rozwojowych wiąże się zwłaszcza z jej społecznymi funkcjami.

Literatura

Bell D. [1994], *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Bułdakowska E. [2002], *Stosunki polsko-litewskie na pograniczu kulturowym*, w: *Pogranicze polsko-litewskie. Aktywizacja współpracy*, W. Misiak, A. Rejzner (red.), Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

Castells M. [2000], *The information age. Economy, society and culture*, vol. 1: *The rise of the network society*, Blackwell Publ., Oxford.

Chlewiński Z., Hankała A., Jagodzińska M., Mazurek B. [1997], *Psychologia pamięci*, Wiedza Powszechna, Warszawa.

Czapiński J. [2008], *Kapitał ludzki i społeczny a dobrobyt materialny. Polski paradoks*, „Zarządzanie Publiczne", nr 2 (4).

Czapiński J. [2012], *Ekonomia szczęścia i psychologia bogactwa*, „Nauka", nr 1.

Dubos R. [1986], *Pochwała różnorodności*, PIW, Warszawa.

Działania na rzecz zwiększenia kapitału społecznego – w ramach aktualizacji strategii rozwoju kraju 2007–2015. Ekspertyza [2010], J.J. Wygnański, J. Herbst (red.), Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa.

Edvinsson L., Malone M.S. [2001], *Kapitał intelektualny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Eggers W.D., Goldsmith, S. [2004], *Government by network the new public management imperative*, Deloitte Research and Ash Institute at Harvardhttp://www.deloitte.com/assets/Dcom-Ireland/Local%20Assets/Documents/ie_PS_governingbynetwork_1008(1).pdf, korzystano 28.08. 2012.

Florida R. [2010], *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Frey B.S., Stutzer A. [2002], *The economics of happiness*, „World Economics", vol. 2, nr 1.

Fukuyama F. [1997], Zaufanie. *Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Górniak, J. [2011], *Kapitał ludzki*, w: *Bilans kapitału ludzkiego. Raport podsumowujący pierwszą edycję badań realizowanych w 2010 roku*, praca zbiorowa, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Herman A. [2008], *Kapitał intelektualny i jego liczenie*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie", nr 3, http://www.sgh.waw.pl/katedry/kzw/pracownicy/andrzejherman/Andrzej_Herman_Kapital_intelektualny_i_jego_liczenie.pdf, korzystano 27.08.2012.

Inkeles A., Smith D.N. [1984], *W stronę definicji człowieka nowoczesnego*, w: *Tradycja i nowoczesność*, J. Kurczewska, J. Szacki (red.), Czytelnik, Warszawa.

Janus A.M. [1999/2000], *Syndrom GVM. Global virtual manager*, „Transformacje", nr 1–4.

Katz E., Levin M.L., Hamilton H. [1963], *Traditions of research on the diffusion of innovation*, „American Sociological Review", nr 2.

Kozielecki J. [1976], *Koncepcje psychologiczne człowieka*, PIW, Warszawa.

Kozielecki J. [1988], *O człowieku wielowymiarowym. Eseje psychologiczne*, PWN, Warszawa.

Kristandl G., Bontis N. [2007], *Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm*, „Management Decision", vol. 45, nr 9.

LaPiere R.T. [1965], *Social change*, McGraw-Hill Book Comp., New York.
Michoń P. [2010], *Ekonomia szczęścia*, Dom Wydawniczy Harasimowicz, Poznań.
Naisbitt J., Aburdene P. [1990], *Megatrends 2000*, William Morrow and Company, New York.
Ogburn W.F., Nimkoff M.F. [1950], *Sociology*, The Riverside Press Cambridge, New York.
Polska 2030. Wyzwania rozwojowe [2009], M. Boni (red.), Kancelaria Prezesa rady Ministrów, Warszawa.
Raport o kapitale intelektualnym Polski [2008], Warszawa, http://kramarz.pl/Raport_2008_Kapital_Intelektualny_Polski.pdf, korzystano 27.08.2012.
Siciński A. [2002], *Styl życia, kultura, wybór – szkice*, Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa
Stark R. [1989], *Sociology*, Wadsworth Publishing Company, Belmont CA.
Strzebońska A., Dobrzyńska M. [2011], *Kompetencje jako przejaw kapitału ludzkiego*, w: *Bilans kapitału ludzkiego. Raport podsumowujący pierwszą edycję badań realizowanych w 2010 roku*, praca zbiorowa, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
Szafraniec K. [2011], *Młodzi 2011*, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa.
Tarkowska E. [2006], *Ubóstwo i wykluczenie społeczne. Koncepcje i polskie problemy*, w: *Współczesne społeczeństwo polskie. Dynamika zmian*, J. Wasilewski (red.), Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
The Immigration Commission Reports [1911], http://www.ebrary.com/stanford/Dillingham1.html, korzystano 15.10.2012.
Toffler A. [2003], *Zmiana władzy*, Zysk i S-ka, Poznań.
Tyack D.B. [1974], *The one bests System. A history of American urban education*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
Walukiewicz S. [2009], *Kapitał ludzki i społeczny jako przedmiot badań pedagogicznych*, http://www.ptde.org/file.php/1/Archiwum/XV_KDE/pojedyncze/walukiewicz.pdf, korzystano 26.08.2012.
The well-being of nations. The role of human and social capital [2001], Centre for Educational Research and Innovation, OECD, Paris.
Węgrzyn A. [2012], *Kapitał intelektualny organizacji a kapitał ludzki*, Grupa TEMPO eksperci HR: http://www.grupatempo.pl/pl/czytelnia/drukuj/16, korzystano 27.08.2012.

Katarzyna Jagodzińska

Edukacja kulturalna na rzecz kreatywności i innowacyjności

Edukacja kulturalna, w skład której wchodzą edukacja artystyczna i edukacja estetyczna, polega na nauce kultury, w szczególności kultury wysokiej, u której podstaw leży poznanie kanonu dzieł. Przygotowuje ona do uczestnictwa w życiu kulturalnym, uczy nawyku korzystania z kultury i otaczania się nią. Barbara Fatyga pisze, że głównym zadaniem edukacji kulturalnej jest „wprowadzanie jednostek i grup tego potrzebujących w kulturę, którą określa się jako dosyć luźną federację subkultur i kultur niszowych istniejących w symbiozie z kulturą dominującą – popularną" [Fatyga, 2009, s. 6]. W studiach i raportach dotyczących powiązań ekonomii i kultury oraz w dokumentach państwowych odnoszących się do spraw społecznych, ekonomicznych, z zakresu kultury czy edukacji, coraz częściej podkreśla się znaczenie edukacji kulturalnej dla rozwoju gospodarczego i budowy kapitału społecznego oraz wskazuje konieczność podniesienia jej rangi w systemach kształcenia. W jednym z raportów Rady Europy poświęconych edukacji kulturalnej została ona zdefiniowana jako „nauka i praktykowanie sztuki, a także uczenie się poprzez sztukę z wykorzystaniem przekrojowych metod pedagogicznych, powinna ona być także rozumiana jako wykorzystanie sztuk dla promocji celów kulturalnych i społecznych, w szczególności wzajemnego szacunku, zrozumienia i tolerancji, poszanowania różnorodności, pracy zespołowej i innych społecznych umiejętności, a także kreatywności, rozwoju osobistego i zdolności do tworzenia innowacji" [*Cultural education*..., 2009]. Katarzyna Olbrycht podkreśla, że edukacja kulturalna „nie jest dodatkiem do jakichś innych »ważniejszych« działań edukacyjnych" [Olbrycht, 2003, s. 27], sama w sobie ma bowiem kluczowe znaczenie dla rozwoju ponowoczesnych społeczeństw. Podobnie we wspomnianym raporcie znalazło się stwierdzenie, że edukacja kulturalna jest „fundamentem edukacji ogólnej, nie luksusem, który można dodać, gdy wszystkie inne cele edukacyjne zostaną osiągnięte".

„Wartość dodaną" edukacji kulturalnej można rozpatrywać w różnych aspektach. Aleksandra Jankowska zwraca uwagę, że „kształtuje [ona] osobowość, wzory zachowań, normy, hierarchie wartości, kompetencje, umiejętność dokonywania ocen i wyborów. Stanowi przeciwwagę dla kultury masowej. Jest źródłem inspiracji w innych sferach życia" [Jankowska, 2011, s. 179]. Edukacja kulturalna powinna rozpoczynać się w rodzinie i najbliższym otoczeniu człowieka już na wczesnym etapie wychowania, chociaż w powszechnym rozumieniu uznaje się, że jest domeną szkoły. Przemożną funkcję edukacyjną posiadają także media – w przypadku mediów publicznych jest to element ich misji – chociaż nierzadko kierunek i jakość nabywanej w ten sposób wiedzy nie są zbieżne z oczekiwaniami podmiotów odpowiedzialnych za edukację.

Społeczne i ekonomiczne wymiary edukacji kulturalnej

Edukacja kulturalna zawsze była istotnym elementem wychowania. Wystarczy wspomnieć o modnej od XVII do XIX wieku Grand Tour, jaką u progu dorosłości odbywali europejscy arystokraci i intelektualiści, której celem było poszerzenie horyzontów, poznanie świata i jego kultury. Obowiązkowo podróżowano do Włoch, a także Francji, Anglii, Holandii, Niemiec. Na przestrzeni wieków ważny był pobyt w stolicach kultury (sztuki, muzyki, literatury), centrach artystycznej cyganerii poszczególnych okresów: Rzymie, Paryżu, Wiedniu, Monachium, Londynie, Nowym Jorku, w których obok materialnego dziedzictwa kulturowego ogniskował się potencjał kreatywny. W XXI wieku edukacja kulturalna wciąż ma podobny charakter – wiedza książkowa i ekspresja poprzez sztukę uzupełniana jest wiedzą empiryczną. Naukę zmieniają jedynie nowe technologie: z jednej strony przyspieszają i ułatwiają dotarcie do wytworów kultury, a z drugiej – poprzez oferowanie ogromnego wyboru różnej jakości materiałów utrudniają dotarcie do tych szczególnie ważnych i wartościowych.

Pod koniec XX wieku pojęcie edukacji kulturalnej zaczęło robić karierę na gruncie dokumentów państwowych i tych firmowanych przez Unię Europejską, w których podkreśla się związek między wiedzą i kompetencjami wynikającymi z uczestnictwa w kulturze a kreatywnością i innowacyjnością obywateli. Ma to związek z pojawieniem się w latach siedemdziesiątych pojęcia społeczeństwa informacyjnego oraz z nastaniem trzeciej fali w historii ludzkości, jaką – według Alvina Tofflera – jest fala poprzemysłowa (oparta na nowych technologiach informatycznych i komunikacyjnych). Na tym gruncie stworzono pojęcie gospodarki opartej na wiedzy, w której o rozwoju gospodarczym decydują już nie surowce, siła robocza, dobra infrastruktura techniczna i sprawnie funkcjonujący transport,

lecz w szczególności wysoko wykwalifikowani pracownicy, uniwersytety i ośrodki badawcze, infrastruktura informatyczna oraz zapewniane przez państwo warunki sprzyjające budowie i rozwojowi nowej gospodarki. Inwestycja w wiedzę, rozwój naukowy będący źródłem innowacji, stały się podstawą przyjętej w 2000 roku przez Radę Europejską Strategii Lizbońskiej (zaplanowana na dziesięć lat, później zaczęła obowiązywać strategia Europa 2020, również akcentująca wagę badań i nauki). Edukacja kulturalna, pozornie daleka od kwestii rozwoju gospodarczego, ma przyczyniać się do budowania społeczeństwa kreatywnego, w którym panują szczególnie sprzyjające warunki do tworzenia innowacji.

W *Konkluzjach Rady Unii Europejskiej z dnia 27 listopada 2009 r. w sprawie promowania pokolenia kreatywnego: rozwijanie kreatywności i innowacyjności dzieci i młodzieży dzięki ekspresji kulturowej i dostępowi do kultury* podkreślono, że:

- dostęp do rozmaitych form ekspresji kulturowej, działań artystycznych i dzieł sztuki oraz kontakt z nimi zapewniane od najmłodszych lat są ważne dla rozwoju osobistego, budowy tożsamości, wysokiej samooceny i indywidualnego poczucia przynależności; dzięki niemu dzieci i młodzież nabywają kompetencji międzykulturowych oraz innych umiejętności, które mają znaczenie dla włączania społecznego i które pomagają im stać się aktywnymi obywatelami i zyskać szanse na zatrudnienie w przyszłości;
- uczestnictwo w działaniach kulturalnych, w tym bezpośredni kontakt z artystami, może zwiększyć kreatywność i innowacyjność wszystkich dzieci i młodych ludzi dzięki stymulowaniu kreatywnego myślenia, wyobraźni i autoekspresji;
- promowanie kultury i ekspresji kulturowej w szkołach i innych placówkach edukacyjnych oraz w kontekście uczenia się pozaformalnego [...] przyczynia się do pełnego rozwoju jednostki, podnoszenia motywacji i poziomu wyników w nauce, a także do zwiększania kreatywności i innowacyjności.

W przyjętej przez Parlament Europejski w 2009 roku rezolucji w sprawie przedmiotów artystycznych w UE, znalazły się następujące zalecenia: edukacja artystyczna powinna być obowiązkowa na wszystkich poziomach kształcenia, należy stosować w niej najnowsze technologie informacyjne i komunikacyjne, a nauczanie historii sztuki musi obejmować spotkania z artystami i wizyty w placówkach kulturalnych [*Edukacja artystyczna i kulturalna*, 2010, s. 8]. Kształcenie artystyczne ma bowiem służyć nie tylko rozwijaniu wiedzy i umiejętności z zakresu poszczególnych dziedzin sztuki, ale także rozwijaniu kreatywności oraz wzmacnianiu zachowań społecznych. To z kolei przekłada się na wyniki w nauce i wybór późniejszej ścieżki kariery, która częściej może zmierzać w stronę przemysłów kreatywnych.

Coraz częściej zwraca się uwagę, że kreatywność i związana z nią innowacyjność przekładają się na wyniki ekonomiczne. Na Szczycie G8 odbywającym się w Petersburgu w 2006 roku przyjęto deklarację *Education for innovative societies in the 21st century* (*Edukacja w społeczeństwach innowacyjnych w XXI wieku*),

w której zapisano: „Edukacja wzbogaca kultury, tworzy wzajemne zrozumienie na gruncie globalnym, wzmacnia społeczeństwa demokratyczne, buduje poszanowanie dla przepisów prawa. Edukacja, podnoszenie umiejętności i tworzenie nowych pomysłów, są kluczowe dla rozwoju kapitału ludzkiego oraz stanowią motor wzrostu gospodarczego, są siłą sprawczą wydajności rynku i źródłem spójności narodów". Rok 2009 został przez Parlament Europejski ogłoszony „Europejskim rokiem kreatywności i innowacji". W uzasadnieniu stwierdzono, że kreatywność jest nieodłączną cechą ludzką, która nie tylko manifestuje się poprzez dzieła sztuki, wzornictwo i rzemiosła, ale odnosi się również do rozwoju naukowego i technologicznego, przedsiębiorczości i społecznych innowacji. Innowacja natomiast jest realizacją nowych pomysłów wypływających z kreatywności. Z tego względu zdolność do kreatywnego i innowacyjnego myślenia w równym stopniu przekłada się na zysk na polu ekonomicznym, społecznym i artystycznym. W 2009 roku Rada UE przyjęła konkluzje w sprawie kultury jako katalizatora kreatywności i innowacji, w których podkreślone zostały związki tych pojęć z rozwojem ekonomicznym [tłumaczenie za: Bendyk, 2010, s. 74–75]:

- Kultura i kreatywność są ze sobą nierozerwalnie połączone. Kreatywność jest źródłem kultury, która z kolei tworzy środowisko umożliwiające kwitnięcie kreatywności.
- Kreatywność jest procesem tworzenia idei, ekspresji i form, polegającym zarówno na nowym podejściu do istniejących problemów, jak i na reinterpretowaniu rzeczywistości oraz poszukiwaniu nowych możliwości. W istocie kreatywność jest procesem, który może wzmocnić wiedzę i prowadzić do nowych sposobów jej wykorzystania.
- Kreatywność leży u podstaw innowacyjności rozumianej jako udane wykorzystanie nowych idei, ekspresji i form oraz jako proces polegający na opracowywaniu nowych produktów, nowych usług i nowych sposobów prowadzenia biznesu lub nowych sposobów odpowiedzi na potrzeby społeczne. Kreatywność ma więc olbrzymie znaczenie dla potencjału innowacyjnego obywateli, a także organizacji, przedsiębiorstw i społeczeństw.
- Kultura, kreatywność i innowacje są kluczem do konkurencyjności i rozwoju naszych gospodarek i społeczeństw, a ich znaczenie rośnie w czasach szybkich zmian i poważnych wyzwań.

Potencjał kreatywny społeczeństw nie jest jednak sumą kapitałów jednostkowych. Co więcej, przełożenie idei na innowacyjny produkt wymaga sprzyjających warunków, np. pozyskania przedsiębiorcy gotowego ponieść ryzyko inwestycji w pomysł, a także odpowiedniej absorpcji społecznej [Bendyk, 2010, s. 74, 76].

W raporcie przygotowanym przez KEA analizującym wpływ kultury i edukacji na kreatywność zauważono, że podnoszenie poziomu edukacji artystycznej w szkołach, na poziomie edukacji wyższej oraz uczenia się przez całe życie nie musi mieć

bezpośredniego przełożenia na generowanie bardziej kreatywnego społeczeństwa [*The impact of culture*..., 2009, s. 98]. Faktem jest jednak, że wiele programów nauczania z zakresu edukacji kulturalnej realizowanych w różnych krajach, co potwierdzają badania, rzeczywiście przekłada się na zwiększenie kompetencji społeczeństw i budowanie na bazie kreatywnego potencjału przewagi poszczególnych państw. Edukacja artystyczna kształtuje kreatywność, intelektualne podejmowanie ryzyka, zdolność do znajdywania różnorodnych rozwiązań dla danego problemu [*The impact of culture*..., 2009, s. 102].

Dobrym przykładem potwierdzającym istnienie tego rodzaju związków są wprowadzone pod koniec lat osiemdziesiątych XX wieku w Lipsku tzw. kreatywne szkoły BIP (Begabung, Intelligenz und Persönlichkeit). W szkołach zlokalizowanych w różnych częściach miasta wybrane zostały klasy, których uczniowie otrzymali cztery dodatkowe godziny lekcyjne tygodniowo z przeznaczeniem na zajęcia artystyczne, komputerowe, edukację muzyczną, taneczną, kreatywne użycie języka itp. Przeprowadzone w 2007 roku badania wykazały, że uczniowie uczęszczający do tych klas mieli lepsze wyniki w nauce niż ich rówieśnicy, wcześniej opanowywali umiejętność czytania, ich zdolności muzyczne i plastyczne były bardziej rozwinięte oraz łatwiej przychodziło im zrozumienie utworów literackich, pisanie i wypowiadanie się [tamże, s. 101]. Innym przykładem są działające w różnych krajach szkoły oparte na systemie kształcenia Steinera-Waldorfa. Ich filozofia polega na interdyscyplinarnej formule kształcenia, w której wszystkie lekcje łączą w sobie elementy praktyczne, koncepcyjne i artystyczne. Kluczową rolę odgrywa wyobraźnia, a celem edukacji jest wykształcenie u uczniów myślenia, które jest jednocześnie kreatywne i analityczne. Badania przeprowadzone w Anglii, Szkocji i Niemczech wykazały, że uczniowie tych szkół wykazują się wyższym poziomem kreatywności niż uczniowie tradycyjnych klas. Badanie przeprowadzone w Stanach Zjednoczonych pokazało natomiast, że absolwenci tych szkół trzy razy częściej niż absolwenci innych studiują kierunki artystyczne i humanistyczne oraz dwa razy częściej wybierają nauki społeczne i ścisłe. Wśród absolwentów notuje się też większą liczbę nauczycieli, inżynierów, lekarzy i farmaceutów oraz artystów [tamże, s. 103–104].

Związki edukacji kulturalnej i ekonomii ilustruje też fakt, że – co pokazuje wydany w 2000 roku w Wielkiej Brytanii raport z badań – szkoły biznesowe i wydziały zarządzania coraz częściej wprowadzają zajęcia artystyczne do programów studiów MBA oraz programów dla kadry kierowniczej. Pomagają one kształtować kreatywnych, elastycznych i wizjonerskich przywódców i kierowników, uzupełniają ich kompetencje. Sztuka ma tu być zwierciadłem myślenia menadżerskiego, ma zwiększać refleks. Niektóre programy obejmują improwizację muzyczną i teatralną, co stawia przyszłych kierowników przed koniecznością twórczego odnalezienia się w nowej i nieprzewidywalnej sytuacji [tamże, s. 115].

Rola edukacji kulturalnej została dostrzeżona i wniesiona do polskich dokumentów państwowych, stając się istotnym elementem projektu Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego na lata 2011–2020 opracowanej przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Składnikiem wizji tej strategii jest społeczeństwo, w którym „różnorodność talentów, umiejętności, kompetencji i punktów widzenia znajduje wspólną przestrzeń aktywności, służąc tworzeniu innowacji w sferze społecznej, gospodarczej i kulturowej, a systemy edukacji powszechnej, w tym ustawicznej, działają na rzecz kształtowania postaw i kompetencji społecznych" [*Strategia Rozwoju*..., 2011, s. 18]. Podkreślona została tu rola wdrażanej nowej podstawy programowej w polskim szkolnictwie w zakresie edukacji obywatelskiej, kulturalnej i medialnej (por. Tabela 3), która ma się przyczynić do rzeczywistego nabywania postaw i kompetencji społecznych rozumianych przede wszystkim jako kooperatywność, komunikatywność i kreatywność.

Polskie uczestnictwo w kulturze

Badania uczestnictwa w kulturze oraz jej społecznego postrzegania pokazują, że poziom edukacji w tym zakresie w Polsce nie jest wysoki, a w każdym razie jest ona mało skuteczna. Sporadyczny udział w życiu kulturalnym jest wynikiem niewykształconego nawyku korzystania z kultury, braku potrzeb kulturalnych i niewystarczającej wrażliwości na kulturę, która często postrzegana jest jako luksus (nie tylko w kategoriach finansowych, ale także czasowych). Odpowiedzialność za ten stan rzeczy w dużej mierze ponosi edukacja szkolna, której zadaniem powinno być właśnie wyrobienie trwającego przez całe życie nawyku czerpania z kultury. Przekłada się on nie tylko na etykietę „człowieka kulturalnego" lub „obytego", ale przede wszystkim kształci i rozwija wyobraźnię, kreatywne myślenie, zdolność do interpretacji.

Z przeprowadzonych w 2002 roku warsztatów *Integracja a tożsamość – rola edukacji kulturalnej w działaniach instytucji czasu wolnego dzieci i młodzieży w Europie i Polsce*[1] wynika, że poszczególne placówki wychowawcze przypisują edukacji kulturalnej znaczenie w istotny sposób wykraczające poza samo poznanie kultury. Do celów nauczania zaliczone zostały [Weyssenhoff, 2003, s. 64–66]:

- stwarzanie warunków do indywidualnego rozwoju osobowości, do konfrontacji, oceny i wymiany doświadczeń, ujawnianie talentów;
- pielęgnowanie dziedzictwa kulturowego;
- ochrona przed patologią i presją środowisk dysfunkcyjnych;

[1] W ramach konferencji „Nowoczesna placówka wychowania pozaszkolnego wobec wyzwań i problemów jednoczącej się Europy" zorganizowanej w dniach 28–30 listopada 2002 r. w Krakowie.

- wspieranie działania szkół, rodziny i innych instytucji edukacyjnych, wychowawczych;
- popularyzacja osiągnięć dzieci i młodzieży przez konkursy, koncerty, spektakle, media, wystawy itd.;
- rozwój osobowości w aspekcie kreatywności, odpowiedzialności, wrażliwości, tolerancji;
- przygotowanie do życia w społeczeństwie – kreowanie właściwych postaw społecznych, umiejętności podejmowania decyzji, współpracy w grupie;
- stworzenie alternatywy dla braku pomysłów na gospodarowanie czasem wolnym od zajęć lekcyjnych, organizacja bezpiecznego czasu wolnego;
- program edukacji realizowany w placówkach jest formą profilaktyki i zapobiegania patologiom;
- integracja środowiska, promocja dzielnicy, miasta, gminy itd. na terenie kraju i za granicą;
- wspieranie samorządności i pełnienia ról społecznych;
- integracja dzieci sprawnych z niepełnosprawnymi;
- kontakty kulturalne z młodzieżą z kraju i zagranicy, współpraca z mniejszościami narodowymi.

Autorzy raportu *Edukacja artystyczna i kulturalna w szkołach w Europie* z 2009 roku zebrali cele i zadania, jakie w poszczególnych krajach europejskich przypisywane są przedmiotom artystycznym i kulturalnym. Na piętnaście sklasyfikowanych celów polska edukacja uwzględnia dziesięć:

- rozwój umiejętności artystycznych, wiedzy i zrozumienia sztuki;
- umiejętność krytycznej interpretacji;
- poznanie dziedzictwa kulturowego połączone z budowaniem tożsamości narodowej;
- rozwój indywidualnej ekspresji;
- rozwój kreatywności;
- umiejętności społeczne, praca w grupie, socjalizacja i współpraca;
- rozrywka, przyjemność, satysfakcja;
- zetknięcie z różnymi rodzajami sztuk i mediów;
- zainteresowanie sztuką i budowanie trwającego przez całe życie zainteresowania nią.

Polskie programy nauczania w wykazie celów nie uwzględniają natomiast poznania i zrozumienia różnorodności kulturowej, budowania umiejętności komunikacyjnych, dzielenia się przez uczniów własną pracą artystyczną, zwiększenia świadomości uczniów związanej z ich środowiskiem, budowania pewności siebie

i postaw szacunku do siebie oraz rozpoznawania potencjału artystycznego [*Edukacja artystyczna i kulturalna*..., 2010, s. 19–21].

Z powyższych dwóch zestawów celów nauczania wynika, że organizatorzy edukacji w Polsce mają świadomość doniosłości roli edukacji kulturalnej, pozostaje to jednak w sferze deklaracji, o czym świadczą wskaźniki uczestnictwa w kulturze.

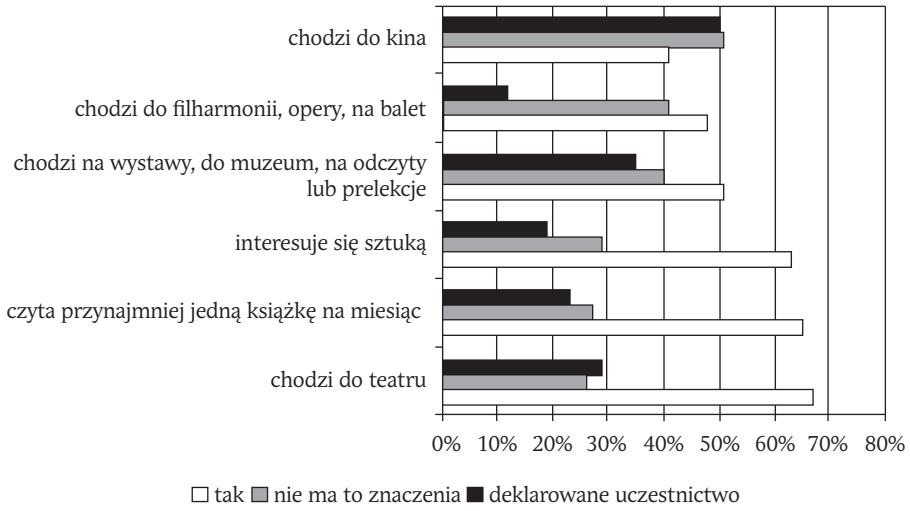
W 2000 roku TNS OBOP zrealizował dwa sondaże uczestnictwa Polaków w kulturze: jeden dotyczył wyobrażeń o człowieku kulturalnym, drugi – deklarowanego uczestnictwa w kulturze. Wśród cech człowieka kulturalnego dominują te, które odnoszą się do kultury osobistej, wychowania, wiedzy i towarzyskiego obycia, część jednak związana jest z uczestnictwem w kulturze (pełna lista w Tabeli 1). Po nałożeniu na siebie wyników sondaży można zauważyć duże dysproporcje – czynności i zachowania uznawane za kulturalne są rzadko praktykowane. Kłóci się z tym fakt, że większość pytanych (56%) jest zdania, iż Polacy są ludźmi raczej kulturalnymi (32% stwierdziło, że raczej niekulturalnymi). W odniesieniu do obu sondaży (patrz: Schemat 1):

- 67% osób uznało, że człowieka kulturalnego wyróżnia chodzenie do teatru (dla 26% osób nie ma to związku z byciem kulturalnym), podczas gdy chodzenie do teatru deklarowało w 2000 roku 29% badanych (w tym 18% rzadziej niż raz w roku);
- 65% osób jest zdania, że człowiek kulturalny czyta co najmniej jedną książkę na miesiąc (dla 27% bez związku), podczas gdy przeczytanie więcej niż sześciu książek w 2000 roku deklarowało 23% badanych (podczas gdy ani jednej książki nie przeczytało aż 43% osób);
- 63% osób stwierdziło, że człowiek kulturalny interesuje się sztuką (dla 29% bez związku), podczas gdy chodzenie na wystawy w 2000 roku deklarowało 19% badanych (w tym 10% rzadziej niż raz w roku);
- 51% osób uważa, że człowiek kulturalny chodzi na wystawy, do muzeum, na odczyty lub prelekcje (dla 41% bez związku), podczas gdy wizyty w muzeum w 2000 roku deklarowało 35% badanych (w tym 19% rzadziej niż raz w roku), a udział w odczytach i prelekcjach 17% (w tym 9% rzadziej niż raz w roku);
- 48% osób uważa, że człowiek kulturalny chodzi do opery, filharmonii, na balet (dla 40% bez związku), podczas gdy wizyty w operze i operetce w 2000 roku deklarowało 12% badanych (w tym 10% rzadziej niż raz w roku), a udział w koncertach muzyki poważnej 10% (w tym 7% rzadziej niż raz w roku);
- 41% osób uważa, że człowiek kulturalny chodzi do kina (dla 51% bez związku), podczas gdy wizyty w kinie w 2000 roku deklarowało 50% badanych (w tym 20% rzadziej niż raz w roku).

Największa rozbieżność między wyobrażeniem a deklaracją występuje w związku z udziałem w przedstawieniach teatralnych, spora w zakresie czytelnictwa i zainteresowania sztuką. W tym kontekście zdumiewa fakt, że grupa osób, która

uważa, iż chodzenie do opery wyróżnia człowieka kulturalnego, jest niemal tak samo liczna, jak grupa osób, która ma zdanie przeciwne. Zaznaczyć też trzeba, że większość pytanych nie uznaje chodzenia do kina za wyróżnik człowieka kulturalnego, jest to przy tym najczęściej praktykowana forma uczestnictwa w kulturze.

Schemat 1. Człowiek kulturalny... – zestawienie wyobrażenia o człowieku kulturalnym (kolor biały) i rzeczywistych zachowań badanych w 2000 r. (kolor czarny)



Źródło: Opr. własne na podstawie sondaży TNS OBOP [*Kim jest człowiek kulturalny?*, 2001; *Gdzie częściej chodzimy: na mecz czy do muzeum?*, 2000]

Tabela 1. Cechy wyróżniające człowieka kulturalnego (z wyłączeniem osób nieposiadających opinii w danej kwestii)

	Czy człowiek kulturalny to taki, który:	tak	nie	nie ma to znaczenia
1.	szanuje drugiego człowieka bez względu na jego sytuację materialną, poglądy, narodowość, religię	92%	2%	5%
2.	jest delikatny i taktowny w kontaktach z innymi ludźmi, nie robi nikomu przykrości	90%	1%	7%
3.	w każdej sytuacji wie, jak się zachować, jak należy postąpić	89%	2%	7%
4.	jeżeli może, pomaga każdemu, kto potrzebuje pomocy	86%	3%	9%
5.	nie przeklina, nie używa wulgarnych słów	85%	4%	9%
6.	przestrzega obowiązujących przepisów, nakazów i zakazów, prawa i zasad moralnych	85%	2%	10%
7.	jest zawsze czysty, schludny i zadbany	85%	1%	12%
8.	rzetelnie wykonuje swoje obowiązki, pracę i naukę	83%	1%	14%

9.	na każdy temat ma coś do powiedzenia, ma szerokie horyzonty, interesuje się wieloma sprawami	79%	3%	16%
10.	jest towarzyski, spotyka się, odwiedza i zaprasza do siebie rodzinę, znajomych, przyjaciół	75%	1%	21%
11.	chodzi do teatru	67%	5%	26%
12.	czyta przynajmniej jedną książkę na miesiąc	65%	5%	27%
13.	zna jakiś język obcy	64%	5%	29%
14.	nigdy nie kłamie	64%	5%	23%
15.	interesuje się sztuką, np. malarstwem, rzeźbą	63%	4%	29%
16.	chodzi na wystawy, do muzeum, na odczyty lub prelekcje	51%	4%	40%
17.	zawsze bierze udział w wyborach, głosowaniu	50%	5%	41%
18.	chodzi do filharmonii, opery, na balet	48%	6%	41%
19.	słucha radia	47%	7%	43%
20.	chodzi do kina	41%	6%	51%
21.	ogląda telewizję	39%	8%	51%
22.	ma dobry gust, jest elegancko i modnie ubrany, ma ładnie urządzone mieszkanie lub dom	39%	8%	49%
23.	chodzi na festyny, imprezy plenerowe	29%	8%	60%
24.	chodzi na koncerty muzyki rozrywkowej, dyskoteki, dancingi	26%	12%	58%
25.	bywa w restauracjach, kawiarniach, pubach	23%	14%	60%
26.	chodzi na mecze, imprezy sportowe	20%	13%	64%
27.	ma telefon komórkowy	10%	21%	66%
28.	jeździ dobrym samochodem	9%	20%	68%
29.	jest pewny siebie, uważa, że zawsze ma rację	9%	58%	30%
30.	pali papierosy	6%	33%	58%
31.	jest bogaty	5%	29%	64%

Źródło: Sondaż TNS OBOP przeprowadzony 11–13 listopada 2000 r. na grupie 1013 osób w wieku powyżej 15 lat [*Kim jest człowiek kulturalny?*, 2001]

Poziom uczestnictwa w kulturze mierzony liczbą widzów w teatrach i kinach po spadku w pierwszej połowie lat dziewięćdziesiątych zaczął systematycznie rosnąć. Niepokojąco niski poziom osiągnęło czytelnictwo – w 2008 roku po co najmniej jedną książkę sięgnęło zaledwie 38% Polaków (Tabela 2), co częściowo można wiązać z rozwojem społeczeństwa obrazkowego i przeniesieniem praktyki czytania-oglądania do internetu. W 2010 roku zaledwie 3,3% społeczeństwa było w teatrze lub na koncercie muzyki poważnej. Prawdziwie źle konsumpcja kultury w Polsce wypada na tle innych krajów europejskich. Według badań Eurostatu w 2006 roku pod względem częstotliwości chodzenia do kina (co najmniej jedna wizyta w ciągu roku) Polska została sklasyfikowana na 17 miejscu na 28 badanych krajów, pod względem udziału w przedstawieniach – na 26 miejscu na 28, pod

Tabela 2. Udział Polaków w kulturze

	1990	1992	1994	1995	2000	2002	2004	2008	2009	2010	2011	2012
Widzowie i słuchacze w teatrach i instytucjach muzycznych	12 873 tys.	-	-	10 197 tys.	10 533 tys.	9 850 tys.	9 321 tys.	11 593 tys.	11 498 tys.	11 522 tys.	10 935 tys.	
Widzowie w kinach	32,8 mln	-	-	22,6 mln	20,9 mln	27,1 mln	33,3 mln	35,2 mln	39,0 mln	37,6 mln	39,6 mln	
Poziom czytelnictwa książek	-	71%	56%	-	54%	65%	58%	38%	-	44%	-	39%

Źródło: opr. własne na podstawie danych GUS i Biblioteki Narodowej

względem wizyt w miejscach kultury na 21 miejscu na 27, pod względem czytania książek w 2007 roku (co najmniej jedna książka) – na 14 miejscu na 20, pod względem czytania prasy – na 12 miejscu na 18 [*Cultural statistics*, 2011].

W opracowywanych przez Komisję Europejską wskaźnikach innowacyjności Polska znalazła się w ostatniej grupie państw określanych mianem „państw nadganiających" lub też „skromnych innowatorów", których wskaźniki innowacji plasują się poniżej średniej europejskiej (patrz: Tabela 3 i Schemat 2). W tej samej grupie znalazły się (spośród krajów UE) Bułgaria, Rumunia i Łotwa, jednak już Czechy, Słowacja i Węgry zostały sklasyfikowane jako „umiarkowani innowatorzy" w wyższej grupie.

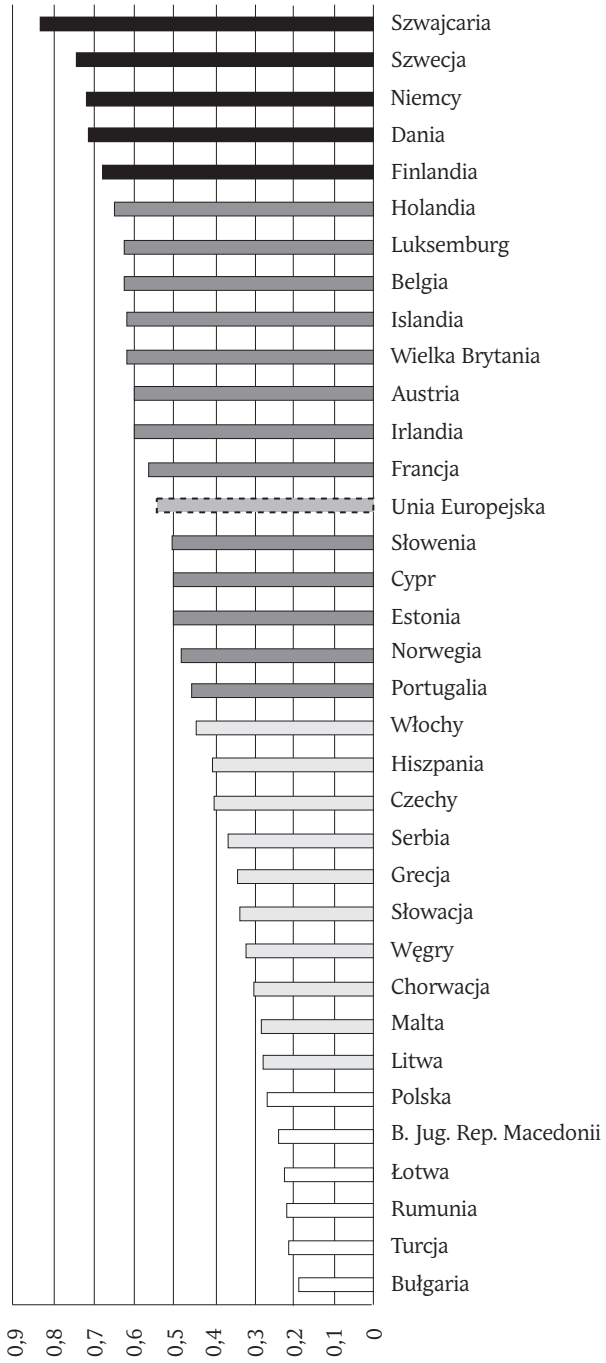
Tabela 3. Grupy krajów według poziomu innowacyjności

Grupa	Stopień wzrostu (2008-2012)	Liderzy wzrostu	Umiarkowanie rosnący	Wolno rosnący
Liderzy innowacji	1,8%	Dania (2,7%)	Finlandia (1,9%) Niemcy (1,8%)	Szwecja (0,6%)
Naśladowcy innowacji	1,9%	Estonia (7,1%) Słowenia (4,1%)	Holandia (2,7%) Francja (1,8%) Wielka Brytania (1,2%) Belgia (1,1%) Luksemburg (0,7%) Austria (0,7%) Irlandia (0,7%)	Cypr (-0,7%)
Umiarkowani innowatorzy	2,1%	Litwa (5,0%)	Malta (3,3%) Słowacja (3,3%) Włochy (2,7%) Czechy (2,6%) Portugalia (1,7%) Węgry (1,4%) Hiszpania (0,9%)	Grecja (-1,7%)
Skromni innowatorzy	1,7%	Łotwa (4,4%)	Rumunia (1,2%) Bułgaria (0,6%)	Polska (0,4%)

Źródło: [*Innovation Union scoreboard*..., 2013, s. 12]

Wszystkie przytoczone dane i badania pokazują, że Polska zajmuje w Europie dalekie pozycje, jeśli chodzi o kreatywność, innowacyjność i poziom uczestnictwa w kulturze. Każdy ze wskaźników jest warunkowany szeregiem czynników i nie można ich interpretować w oderwaniu od otoczenia politycznego, ekonomicznego i społecznego, jednak spoglądając na pozycję Polski w porównaniu z innymi kra-

Schemat 2. Wskaźniki innowacyjności (dane z 2012 r.)



Kolor czarny: liderzy innowacji, ciemnoszary: naśladowcy innowacji, jasnoszary: umiarkowani innowatorzy, biały: państwa nadganiające.

Źródło: Opr. na podstawie danych *Innovation Union scoreboard*... [2013]

jami pokomunistycznymi, również nowymi członkami UE, nie można tej sytuacji bezkrytycznie tłumaczyć trudnym doświadczeniem historycznym.

Duży wpływ na wskaźniki uczestnictwa w kulturze i wynikające z nich wskaźniki poziomu kreatywności i innowacyjności ma jakość i zakres edukacji kulturalnej. Przez wiele lat zrozumienie dla doniosłości edukacji kulturalnej nie szło w parze z programami kształcenia w polskich szkołach. W 1999 roku w programach nauczania w szkołach powszechnych ograniczona została liczba godzin z przedmiotów artystycznych, co przełożyło się nie tylko na spadek wiedzy, ale także na spadek wrażliwości na kulturę i uczestnictwa w niej. Negatywne skutki tej decyzji były wielokrotnie podnoszone, w szczególności przez środowiska ludzi kultury i liderów życia publicznego. W 2008 roku MKiDN zawarło porozumienie z Ministerstwem Edukacji Narodowej, na mocy którego przywrócono rozszerzony zakres edukacji kulturalnej (przedmioty i ich wymiar godzinowy zawiera Tabela 4). Zakończenie wdrażania reformy programowej zostało zaplanowane na rok szkolny 2014/2015. W projekcie Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego, która ma wspierać realizację reformy, podkreślono, że zmiany w systemie edukacji mają na celu „odejście od modelu kształcenia promującego zapamiętywanie i aplikację schematów na rzecz modelu promującego samodzielne i zespołowe zdobywanie informacji, krytyczne ich przetwarzanie, identyfikowanie problemów i szukanie oryginalnych strategii ich rozwiązywania", a także „zmniejszenie w systemie edukacji wagi zajęć prowadzonych w systemie klasowo-lekcyjnym (w szkole) i wykładowym (na uczelni) na rzecz zajęć w małych grupach, oraz rozwijanie i upowszechnianie metod nauczania kształtujących aktywność, innowacyjność i kreatywność wśród uczniów i studentów (w tym praca własna w bibliotece lub w archiwum) oraz promowanie działań zespołowych" [*Strategia Rozwoju*..., 2011, s. 41]. Istotnym elementem kształtowania tych kompetencji ma być edukacja kulturalna, której wymiar w stosunku do podstawy programowej obowiązującej przed 2009 roku został zwiększony.

Tabela 4. Przedmioty artystyczne i ich wymiar godzinowy w szkołach kształcenia ogólnego

Etap edukacji	Przedmioty kulturalne wraz z liczbą godzin
Szkoła podstawowa: pierwszy etap edukacyjny (klasy I–III)	Od 1 września 2009 r.: edukacja plastyczna: 95 godz. przez 3 lata (3 godz./tyg.) edukacja muzyczna: 95 godz. przez 3 lata (3 godz./tyg.) Do 1 września 2009 r. o liczbie godzin przeznaczonych na te zajęcia decydował nauczyciel prowadzący kształcenie zintegrowane.
Szkoła podstawowa: drugi etap edukacyjny (klasy IV–VI)	Od 1 września 2012 r.: plastyka: co najmniej 95 godz. przez 3 lata (3 godz./tyg.) muzyka: co najmniej 95 godz. przez 3 lata (3 godz./tyg.) Do 1 września 2012 r. po 2 godz. tygodniowo.

Gimnazjum: trzeci etap edukacyjny	Od 1 września 2009 r.: plastyka: co najmniej 30 godz. przez 3 lata (1 godz./tyg.) muzyka: co najmniej 30 godz. przez 3 lata (1 godz./tyg.) zajęcia artystyczne: co najmniej 65 godz. przez 3 lata Do 1 września 2009 r. na plastykę i muzykę przeznaczone były łącznie 3 godz. tygodniowo przez 3 lata, o podziale godzin na każde z tych zajęć decydował dyrektor gimnazjum.
Liceum i technikum: czwarty etap edukacyjny	wiedza o kulturze: 1 godz. tygodniowo przez 3 lub 4 lata (technikum; poziom podstawowy) – bez zmian Od 1 września 2009 r.: zajęcia artystyczne: co najmniej 30 godz. (1 godz./tyg.) (przedmiot uzupełniający) historia muzyki i historia sztuki (zakres rozszerzony)

Źródło: Opr. własne na podstawie Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 23 grudnia 2008 r. w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół i Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 7 lutego 2012 r. w sprawie ramowych planów nauczania w szkołach publicznych

Chociaż w programach nauczania powszechnie podkreśla się rolę przedmiotów artystycznych, to ich prestiż jest dużo niższy od przedmiotów, które służą rozwijaniu umiejętności pisania, czytania i liczenia. Liczba przedmiotów artystycznych w ramach kształcenia ogólnego zmniejsza się w programach nauczania wraz ze wzrostem wieku uczniów – im starsi, tym mniej edukacji kulturalnej. Nierówności występują też w obrębie samych przedmiotów artystycznych – zazwyczaj szkoły interpretują je jako zajęcia plastyczne i muzyczne, dużo rzadziej jako dotyczące innych kategorii sztuki, jak teatr czy taniec.

Rozwój i gwałtowne upowszechnienie się nowych technologii i narzędzi komunikacyjnych sprawia, że głównym źródłem wiedzy i wartości – w tym wiedzy i wzorców z zakresu kultury – stają się media. W literaturze coraz częściej pojawiają się opinie o negatywnym wpływie mediów na charakter zachowań i aspiracji. W projekcie Strategii Rozwoju Kapitału Społecznego wskazane zostały dwie grupy uczestników życia kulturalnego: rosnąca grupa osób ograniczających się do biernej konsumpcji kultury w najprostszym wydaniu, czyli telewizji, oraz również rosnąca grupa aktywnych uczestników, którzy zwłaszcza poprzez możliwości nowych mediów partycypują w powstawaniu i upowszechnianiu treści kulturowych [*Strategia Rozwoju*..., 2011, s. 27]. Krytyka telewizji jako dostarczyciela niskiej rozrywki i niewymagającej intelektualnego wysiłku koncentruje się w szczególności na telewizji publicznej, której misja obejmuje m.in. propagowanie wysokiej kultury[2]. Niewielka liczba programów kulturalnych, późne pory emisji i ich częste kasowanie z ra-

[2] Por. w niniejszej publikacji: K. Jagodzińska *Charakterystyka działalności kulturalnej w Polsce*.

mówki sprawiają, że – jak ujmuje to Katarzyna Olbrycht – „telewizja publiczna nie tyko nie prowadzi edukacji kulturalnej, ale przeciwnie – wzmacnia motywacje rekreacyjno-ludyczne na najniższym poziomie" [Olbrycht, 2003, s. 33].

Trzeba jednak podkreślić, że zmieniają się wymiary i sposób korzystania z mediów, których ewolucja przebiega w kierunku indywidualnej selekcji i partycypacji – kultury uczestnictwa. Jak to ujął Henry Jenkins, „świat, w którym odbiorcy pomagają kształtować przepływ treści medialnych w sieciach, to zupełnie inny świat niż ten, w którym odbiorcy pasywnie akceptowali ofertę udostępnianą w kanałach nadawczych" [Jenkins, 2010, s. 137]. Możliwości samej telewizji dzięki platformom cyfrowym, serwisom VOD, sprzężeniu z internetem, nie są już takie same jak jeszcze w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, przez co oferuje ona inny model korzystania z jej zasobów. „Wyludniła się stojąca przed telewizorem kanapa, a sam odbiornik stopniowo przestaje być kolejnym meblem. Na naszych oczach upowszechniają się nowe postawy odbiorcze, z których przebija pragnienie uwolnienia się z narzuconych przez tradycyjną telewizję ram" – pisze Wiesław Godzic [2010, s. 138]. Nowi „odbiorcy", prosumenci, współtworzą treści kulturowe. Odbywa się to w sposób bardziej lub mniej aktywny – poprzez dodawanie nowych treści, komentowanie i zmienianie istniejących, jak też ich wybór i udostępnianie. Jak wskazują autorzy raportu *Młodzi i media*, „w kulturze nadmiaru, w której problemem jest już nie dostęp do treści, lecz wiedza, które treści warto wybrać, osoby filtrujące i katalogujące ogólnodostępne materiały mają znaczenie nie mniejsze niż ci, którzy te materiały tworzą" [Filiciak i inni, 2010, s. 135].

Podsumowanie

Edukacja kulturalna odbywa się na wielu różnych obszarach i poziomach, w grupach formalnych i nieformalnych, na płaszczyźnie fizycznej i wirtualnej, na każdym etapie rozwoju, w wymiarze kultury wysokiej i popularnej, a jej głównym celem jest nabywanie kompetencji. Liczne międzynarodowe badania wskazują na jej istotne znaczenie w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego i kreatywnego, które z kolei buduje innowacyjność przekładającą się na wyniki ekonomiczne. Prowadzone przez ośrodki badania opinii społecznej sondaże i badania Głównego Urzędu Statystycznego pokazują zatrważająco niski udział Polaków w kulturze. Poziom uczestnictwa w kulturze oraz wrażliwości na wytwory kultury jest bezpośrednio skorelowany z poziomem i wymiarem edukacji kulturalnej nabywanej od początkowych etapów kształcenia. Na gruncie polskim dopiero pod koniec pierwszej dekady XXI wieku władze państwowe dostrzegły potencjał edukacji kulturalnej i zaczęły wprowadzać systemowe rozwiązania, których efektem ma być zwiększenie wymiaru kultury w polskich szkołach oraz zajęć opartych na aktywnym tworzeniu kultury, party-

cypacji i improwizacji, nie tylko przyswajaniu wiedzy z zakresu kultury. Edukacja kulturalna ma być inwestycją w budowanie społeczeństwa kreatywnego.

Literatura

Opracowania

Bendyk E. [2010], *Kulturowe i społeczne uwarunkowania innowacyjności*, w: *Innowacyjność 2010*, A. Wilmańska (red.), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.

Cultural statistics [2011], seria Eurostat Pocketbooks, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

Czy Polacy są kulturalni? Czyli deklarowane uczestnictwo w kulturze a wyobrażenia o człowieku kulturalnym [2001], TNS OBOP, Warszawa.

Edukacja artystyczna i kulturalna w szkołach w Europie [2010], Agencja Wykonawcza ds. Edukacji, Kultury i Sektora Audiowizualnego (EACEA), Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, Warszawa (1. wydanie w j. angielskim: 2009).

Filiciak M. i inni [2010], *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa.

Gdzie częściej chodzimy: na mecz czy do muzeum? [2000], TNS OBOP, Warszawa.

Godzic W. [2010], *Koniec telewizji, początek twórczości*, w: M. Filiciak i inni, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa.

Innovation Union scoreboard 2013 [2013], European Commission, European Union.

Jankowska A. [2000], *Edukacja kulturalna a przemiany cywilizacyjne i ekonomiczne*, w: *Edukacja kulturalna dzieci i młodzieży*, B. Idzikowski, E. Narkiewicz-Niedbalec (red.), Kongres Kultury Polskiej 2000, Centrum Animacji Kultury, Regionalne Centrum Animacji, Warszawa–Zielona Góra.

Jenkins H. [2010], *Nowe formy uczestnictwa w kulturze*, w: M. Filiciak i inni, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa.

Kim jest człowiek kulturalny? [2001], TNS OBOP, Warszawa.

Olbrycht K. [2003], *Edukacja kulturalna dzieci i młodzieży – problemy i wyzwania*, w: *Edukacja kulturalna dzieci i młodzieży – problemy i wyzwania*, Dział Wydawniczy Kancelarii Senatu, Warszawa.

The impact of culture on creativity [2009], A Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture), KEA European Affairs, June.

Weyssenhoff A. [2003], *Edukacja kulturalna w działaniu placówek wychowania pozaszkolnego oraz instytucji czasu wolnego dzieci i młodzieży w Polsce i w Europie*, w: *Edukacja kulturalna dzieci i młodzieży – problemy i wyzwania*, Dział Wydawniczy Kancelarii Senatu, Warszawa.

Dokumenty

Cultural education. The promotion of cultural knowledge, creativity and intercultural understanding through education [2009], Parliamentary Assembly: Committee on Culture, Science and Education, Doc 11989, 9 July.

Strategia Rozwoju Kapitału Społecznego 2011–2020 [2011], Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa.

Przemysław Kisiel

Współczesne wzory uczestnictwa w kulturze

Uczestnictwo w kulturze jako problem badawczy

Jednym z istotniejszych społecznych aspektów funkcjonowania współczesnej kultury jest niewątpliwie ten związany z **partycypacją kulturalną**. Nie oznacza to oczywiście jakiegokolwiek redukowania znaczenia procesów kreacji kultury – są one kluczowe, i to właśnie od ich przebiegu zależy kształt przestrzeni kultury. Jednakże szeroki kontekst, w którym istnieje współczesna kultura, sprawia, że konieczne staje się dostrzeżenie, iż dzieła kultury, by mogły zaistnieć w przestrzeni społecznej, muszą być nie tylko tworzone, ale również muszą znajdować odbiorców. Zatem relacja dzieło kultury – odbiorca winna być postrzegana jako układ komplementarny, równie doniosły jak relacja twórca – dzieło. Oczywiście ten punkt widzenia staje się istotny, jeżeli patrzymy na proces kulturowy, ujmując go w pełnym kontekście, takim, w jakim jest on realizowany w przestrzeni społecznej.

Spojrzenie na kulturę poprzez pryzmat uczestnictwa staje się istotne również dlatego, że wiele przedsięwzięć kulturalnych jest współcześnie wartościowanych nie tylko ze względu na przebieg procesu kreacji i wytwarzaną w jego ramach wartość artystyczną czy estetyczną dzieł. Bardzo często dokonuje się ewaluacji dzieł kultury ze względu na ich zdolność pełnienia konkretnych funkcji społecznych. Ocenia się je również pod kątem zdolności wywoływania określonych zachowań odbiorców czy też zwiększania poziomu uczestnictwa w danym wydarzeniu kulturalnym (np. w oparciu o liczbę widzów). Tego typu ujęcia wyraźnie się nasiliły wraz z komercjalizacją przestrzeni kultury oraz zorientowaniem twórczości kulturalnej na zaspokajanie oczekiwań konsumentów i rynku. I w tym też kontekście pytania o wzory uczestnictwa w kulturze artystycznej stają się w pewnym sensie kluczowe.

Wszystko to sprawia, że problem uczestnictwa w kulturze oraz zmiany zachodzące w tym obszarze budzą spore zainteresowanie nie tylko twórców kultury i jej badaczy, ale również – a może przede wszystkim – osób aktywnie związanych z przemysłami kultury. Z perspektywy tych osób problem uczestnictwa jest często traktowany jako nadrzędny, któremu podporządkowuje się inne aspekty funkcjonowania kultury w przestrzeni społecznej. Szczególnie widoczne staje się to w obszarze kultury popularnej (masowej), gdzie odbiorca (konsument), poprzez swoje zachowanie partycypacyjne, często nie tylko dokonuje (świadomie lub nieświadomie) ewaluacji działań kulturalnych, ale wręcz zyskuje (poprzez swoje zachowania odbiorcze) głos decydujący o podjęciu realizacji przedsięwzięcia lub też o jego zaniechaniu [por. Macdonald, 1959 s. 11–30; Strinati, 1998, s. 15–30; Carroll, 2011, s. 175–241].

Poruszając problematykę uczestnictwa w kulturze, warto mieć świadomość, że ma ona już bardzo długą tradycję badawczą. Za pierwsze empiryczne studium uczestnictwa w kulturze artystycznej uznaje się badania publiczności muzealnej Fiske'a Kimballa z końca lat dwudziestych XX wieku, aczkolwiek sygnały zainteresowania tymi problemami pochodzą już z pracy Jeana Marie Guyau *Sztuka z socjologicznego punktu widzenia*, opublikowanej w 1889 roku. W polskiej literaturze naukowej za pierwsze uznaje się badania nad czytelnictwem Pawła Rybickiego (1936) oraz studia nad publicznością literacką Jana Stanisława Bystronia (1938).

Problem wzorów uczestnictwa w kulturze był potem wielokrotnie podejmowany, choć w centrum zainteresowania znalazł się dopiero po opublikowaniu *Dystynkcji* Pierre'a Bourdieu w 1979 roku, a szczególnie wersji angielskiej tej pracy w 1984 roku [Bourdieu, 2005]. Przeprowadzona tam analiza reguł partycypacji kulturalnej, rozwijająca również wątki poruszane nieco wcześniej w *Reprodukcji* [Bourdieu, Passeron, 1990], ukazała problem zróżnicowania **gustu estetycznego** w znacząco odmiennej perspektywie. Bourdieu dowiódł bowiem, że gust estetyczny nie jest zjawiskiem indywidualnym, jak go najczęściej dotychczas postrzegano, lecz w swej istocie społecznym. Pozwoliło to na opisanie społecznych reguł partycypacji kulturalnej oraz powiązanie wzorów uczestnictwa ze strukturą społeczeństwa oraz z poziomem kapitału ekonomicznego i kulturowego.

Wnioski Bourdieu okazały się doniosłym osiągnięciem naukowym, wręcz odkrywczym i inspirującym dla wielu innych badaczy. Richard A. Peterson próbował zweryfikować ustalenia Bourdieu, odnosząc je do społeczeństwa amerykańskiego [Peterson, 1992; Peterson, Kern, 1996; Peterson, Rossman, 2006]. Zwrócił on uwagę, że kluczem do wyjaśnienia pojawiających się podziałów jest nie tyle sam gust estetyczny, co związane z nim **formy partycypacji kulturalnej** (wewnętrznie jednorodne lub zróżnicowane), które opisał za pomocą przeciwstawnych kategorii

odbiorców kultury ***univorous – omnivorous***[1] [Peterson, 1997]. Peterson zaproponował więc sposób patrzenia na problem wzorów uczestnictwa w kulturze poprzez pryzmat kapitału ekonomicznego i kulturowego oraz zróżnicowania *omnivorous – univorous*. Stało się to fundamentem dla wspólnej płaszczyzny w badaniach porównawczych uczestnictwa w kulturze, a z czasem nawet standardem dla badań empirycznych, z którego korzystają (lub do którego w mniejszym lub większym stopniu nawiązują) badacze na całym świecie [por. Vander Stichele, Laermans, 2006; Berghamn, Eijck, 2009; Lizardo, Skiles, 2009; Ollivier i inni, 2009; Warde, Gayo-Cal, 2009]. W efekcie perspektywa ta, zwracająca szczególną uwagę na znaczenie czynników o charakterze społeczno-ekonomicznym jako tych determinujących poziom oraz formy aktywności kulturalnej, stała się dominująca we współczesnych badaniach nad uczestnictwem w kulturze. Z jednej strony znacząco poszerzyło to zakres wiedzy dotyczącej uwarunkowań partycypacji kulturalnej, z drugiej natomiast nieco odwróciło uwagę od innych, równie istotnych perspektyw badania uczestnictwa.

Badania uczestnictwa w kulturze

Problem **uczestnictwa w kulturze** obecnie najczęściej jest podejmowany na trzy sposoby. Pierwszy z nich wywodzi się z pierwotnej inspiracji badań uczestnictwa, tzn. z badań nad publicznością zapoczątkowanych przez Kimballa – tyle że obecnie badania nie ograniczają się do publiczności muzealnej, lecz obejmują wszelkiego rodzaju **publiczność**: telewizyjną, kinową, teatralną, literacką (w tym badania czytelnictwa), a także tę tworzącą się w kontekście konkretnych przedsięwzięć kulturalnych. Celem tych badań jest przede wszystkim zebranie informacji o strukturze publiczności, poznanie jej opinii oraz analizowanie tendencji w zakresie preferencji związanych z recepcją poszczególnych obiektów kultury.

W powiązaniu z tymi problemami rozważane są również kwestie motywacji uczestnictwa w konkretnych wydarzeniach artystycznych oraz poziomu satysfakcji z tego uczestnictwa. Badania te mają najczęściej charakter badań strukturalnych lub dynamicznych, cechuje je zazwyczaj zorientowanie na jedną, wybraną formę aktywności oraz równoczesny brak powiązań z innymi formami uczestnictwa w kulturze. Mają one przede wszystkim zasięg lokalny, dotyczą zazwyczaj problemów konkretnych instytucji i są skierowane do określonych grup odbiorców

[1] Pojęcia *univore* (*univorous*) oraz *omnivore* (*omnivorous*) zostały przejęte z nauk przyrodniczych – *univore* to organizmy żywiące się jednym rodzajem pożywienia lub odżywiające się raz dziennie, a *omnivore* to organizmy żywiące się różnymi rodzajami pożywienia, wielokrotnie w ciągu dnia. Pojęcia te Richard A. Peterson wykorzystał do opisywania wzorów uczestnictwa w kulturze – *univore* to odbiorca zorientowany tylko na jedną formę kulturową, natomiast *omnivore* to odbiorca skłonny uczestniczyć w wielu, a nawet wszystkich możliwych formach kultury (odbiorca „wszystkożerny").

kultury. Wyjątkiem są tu badania publiczności kinowej i telewizyjnej, które mogą mieć charakter ponadregionalny (czasami nawet międzynarodowy) – nie zmienia to jednak faktu, że dotyczą one swoistego wycinka przestrzeni kultury i w związku z tym mogą być traktowane jedynie jako szczegółowe uzupełnienie ogólnych charakterystyk uczestnictwa w kulturze.

Warto też podkreślić, że badania mieszczące się w tym nurcie obecnie bardzo często mają charakter badań komercyjnych, mocno ukierunkowanych na cele rynkowo-marketingowe, a co za tym idzie – uzyskiwane wyniki rzadko są publikowane i upowszechniane w pełnym zakresie. Nie wzbogacają one znacząco ogólnej wiedzy dotyczącej uczestnictwa również dlatego, że zazwyczaj odnoszą się do konkretnego zdarzenia kulturalnego, co zdecydowanie ogranicza możliwość diagnozowania zachowań partycypacyjnych w kategoriach bardziej uniwersalnych.

Drugi ze sposobów podejmowania problemu uczestnictwa kulturalnego skupiony jest przede wszystkim na **procesie recepcji dzieł kultury**, co oznacza zazwyczaj spojrzenie na badaną problematykę z perspektywy mikrospołecznej. Realizowane w ten sposób badania nie tylko opisują przebieg procesu recepcji [por. Matuchniak-Krasuska, 1988; Sułkowski, 1972; Sifakakis, 2007], ale również określają i analizują zespoły czynników – społecznych (wykształcenie, sytuacja rodzinna, usytuowanie w strukturze społecznej), psychicznych (postawa wobec sztuki i instytucji kulturalnych) oraz ekonomicznych (poziom dochodów, status zawodowy) – które kształtują akty partycypacji kulturalnej lub je warunkują [por. DiMaggio, 1996; Smith, Wolf, 1996; Thyne, 2001; Kolb, 2002; Ostrover, 2005; Swanson, Davis, Zhao, 2008].

Badania tego typu są bardzo ważne, gdyż pozwalają na poszerzenie wiedzy dotyczącej istoty aktywności odbiorcy w kontekście procesu recepcji, a także wyjaśniają prawidłowości związane z jego przebiegiem. Dzięki temu stanowią one doskonały punkt wyjścia dla szerszych i ogólniejszych analiz uczestnictwa w kulturze. Uzyskana w ten sposób wiedza może być wykorzystana jako teoretyczny fundament dla analiz bardziej ogólnych, ujmujących całościowo proces uczestnictwa. Jednakże trzeba przy tym zauważyć, że skoncentrowanie się na samym akcie recepcji pociąga za sobą konieczność zawężenia pola zainteresowań, stąd też zakres uzyskiwanej wiedzy nie pozwala na całościowe spojrzenie na proces uczestnictwa w kulturze artystycznej. Wśród tego typu badań przeważają analizy o charakterze jakościowym, pogłębionym [por. Eco, 1994; Eco, 1996; Halle, 1993; Głowiński, 1977], aczkolwiek pojawiają się nawet badania eksperymentalne [Tröndle, Tschacher, 2012]. Istotny jest też fakt zróżnicowania dyscyplinarnego badaczy (kulturoznawcy, medioznawcy, estetycy czy historycy sztuki i literatury), co sprawia, że reprezentowane są tu różne perspektywy badawcze.

Trzeci sposób badania uczestnictwa obejmuje najszersze spektrum problemowe. Mieszczą się tu badania zorientowane na opisywanie i analizowanie całościowo postrzeganego **procesu partycypacji kulturalnej**, wyrażanego poprzez

zróżnicowane wzory uczestnictwa w kulturze artystycznej. Oznacza to przyjęcie perspektywy makrospołecznej, która umożliwia łączenie i bilansowanie różnych form uczestnictwa kulturalnego, realizowanego w różnorodnych przestrzeniach kultury – a gdy jest ono ujmowane łącznie, to składa się na aktywność kulturalną społeczeństwa, grup czy jednostek.

Wśród badań mieszczących się w tym nurcie możemy wyróżnić dwie zasadniczo odrębne grupy. Pierwsza obejmuje badania o charakterze **ankietowo-statystycznym**, które charakteryzuje szczególna orientacja na komponent czynnościowy uczestnictwa. Często efektem tego jest tendencja do upraszczania procesów partycypacji, a nieraz oznacza to nawet ich redukcję do wymiaru behawioralnego, co wynika również z niskiego poziomu zainteresowania tych badań refleksją teoretyczno-metodologiczną [Grad, 1997, s. 21–23; Świątkiewicz, 1984, s. 92–93]. Natomiast niewątpliwym walorem tych badań jest ujmowanie procesów partycypacyjnych w szerokiej perspektywie z uwzględnieniem zróżnicowanych zachowań. Pozwala to na identyfikowanie swoistych tendencji w ramach aktywności społecznej i kulturalnej oraz zbieranie materiału empirycznego, umożliwiającego tworzenie analiz porównawczych obejmujących ogromne i zróżnicowane przestrzenie społeczne (np. Europę czy USA). Doskonałymi przykładami takich badań mogą być sztandarowe projekty badawcze amerykańskie czy europejskie [zob. *Arts*..., 1973; *Survey*..., 1982–2002; *The Europeans*..., 2006] – są to badania przekrojowe o charakterze spisowym, obejmują cały obszar USA lub Europy, i są próbą stworzenia całościowego obrazu uczestnictwa w kulturze w oparciu o dane statystyczne.

Druga grupa badań ma zupełnie inny charakter i przyjmuje odmienny punkt widzenia. Uczestnictwo w kulturze jest postrzegane jako aspekt aktywności kulturalnej, ściśle powiązanej również z innymi formami aktywności w przestrzeni społecznej. Oznacza to, że uczestnictwo w kulturze jest rozpatrywane w **powiązaniu z innymi obszarami życia społecznego**, a sam opis aktywności kulturalnej staje się krokiem umożliwiającym zbudowanie szerszej koncepcji teoretycznej. Dlatego też badania (a raczej całe projekty czy programy badawcze) mieszczące się w tej grupie mają charakter opisująco-wyjaśniający i są mocno zakorzenione w kontekście teoretyczno-empirycznym. Ich proces realizacyjny nie jest ograniczony do pojedynczych przedsięwzięć badawczych, lecz jest rozłożony w czasie i najczęściej odwołuje się do zróżnicowanych metod oraz technik badawczych, zarówno o charakterze ilościowym, jak i jakościowym.

W tej grupie badań możemy wskazać dwie najważniejsze i najbardziej rozpowszechnione perspektywy badawcze [Kirchberg, 2007, s. 121; Lizardo, Skiles, 2008, s. 452–502]. Pierwsza opiera się na koncepcji **Bourdieu** i ma wielu krytycznych kontynuatorów i naśladowców, zwłaszcza wśród francuskich socjologów (np. Luc Boltanski, Nathalie Heinich, Pierre-Michel Menger, Raymonde Moulin), choć jej zasięg bynajmniej nie jest lokalny, a wręcz przeciwnie – globalny. Druga perspektywa związana jest natomiast z **Richardem A. Petersonem** i środowiskiem

skupionych wokół niego badaczy (Roger M. Kern, Gabriel Rossman, Paul DiMaggio, Francie Ostrover), którzy konstruktywnie modyfikowali koncepcję Bourdieu [Peterson, 1992; Peterson, Kern, 1996]. To właśnie perspektywa Petersona wydaje się dominująca we współczesnych badaniach wzorów uczestnictwa w kulturze. Niewątpliwie sprzyja temu m.in. powołanie konfederacji badaczy reprezentujących różne kraje (Wielka Brytania, Francja, Holandia, USA, Węgry, Chile i Izrael), którzy w oparciu o zarysowany paradygmat badawczy realizują porównawcze badania własnych społeczeństw [Peterson, 2005, s. 268].

Nowe reguły uczestnictwa w kulturze

Tak długa i bogata refleksja dotycząca problematyki wzorów uczestnictwa nie tylko wyraźnie dowodzi żywotności samej problematyki partycypacji kulturalnej, ale przede wszystkim jest konsekwencją dużej dynamiki zmian. Możemy ją zaobserwować szczególnie w odniesieniu do wzorów współczesnych, które znacząco różnią się nawet od tych sprzed dwudziestu lat. W związku z tym konkretne i szczegółowe analizy tych wzorów szybko tracą na aktualności i konieczne jest ponowne charakteryzowanie uczestnictwa kulturalnego. Przyczyn takiej dynamicznej zmienności w zachowaniach uczestników kultury jest oczywiście wiele, aczkolwiek kilka z nich zasługuje na szczególną uwagę.

Po pierwsze, trzeba wyraźnie podkreślić, że współczesna partycypacja kulturalna ma charakter **procesu**, a nie wydarzenia – zwracała na to uwagę już Antonina Kłoskowska [Kłoskowska, 1972, s. 129]. Aktywność kulturalna nie polega bowiem na realizacji swoistych, autonomicznych działań. Wręcz przeciwnie, jej istota wyraża się poprzez sekwencje powiązanych ze sobą form aktywności i to w dodatku takich, które mogą być bardzo zróżnicowane i wzajemnie się kompensować – aktywność w preferowanych obszarach kultury pozwala na mniejsze zaangażowanie w innych, mniej akceptowanych formach aktywności kulturalnej. Pod pojęciem uczestnictwa należy zatem rozumieć nie odrębne działania, lecz powiązane ze sobą formy zaangażowania kulturalnego, które wspólnie składają się na proces uczestnictwa. Oznacza to również, że nie możemy rozpatrywać poszczególnych aktów uczestnictwa jako działań całkowicie autonomicznych; każdy jest usytuowany w ciągu innych, a jego swoistość związana jest z poprzednim aktem uczestnictwa i ma wpływ na kształt następnego. W tych warunkach jedynie perspektywa procesualna pozwala uchwycić logikę poszczególnych form uczestnictwa, które nie tyle są, co nieustannie się stają. Natomiast każdy proces uczestnictwa jest dynamicznie kreowaną formą aktywności.

Po drugie, dynamika współczesnych wzorów uczestnictwa jest wyraźnie powiązana ze **zmieniającą się rolą kultury**. To, że przez wieki była i stale jest obecna w życiu społecznym, nie oznacza, iż nie zmienia się jej społeczne usytuowanie a wraz z nim zadania, jakie wypełnia. To właśnie zmiana roli kultury, zdaniem Zygmunta Baumana [2011, s. 17–31], przyczyniła się znacząco do wykrystalizowania zupełnie odmiennych współczesnych wzorów uczestnictwa. Rola kultury pierwotnie polegała bowiem na dostarczaniu człowiekowi narzędzi pozwalających osiągnąć panowanie nad otoczeniem (szczególnie naturalnym), a później na wprowadzaniu reguł ładu społecznego dotyczącego funkcjonowania ludzi. Dlatego też kultura pełniła rolę przede wszystkim edukacyjną, była „kagankiem oświaty" oraz narzędziem oswajania otaczającej rzeczywistości.

Epoka oświecenia zmodyfikowała nieco rolę kultury i powiązała ją z procesem budowania narodu i państwa. Jej zasób aksjologiczny oraz rola edukacyjna wyraźnie zyskały nowe ukierunkowanie. I w tych warunkach uczestnictwo w kulturze zaczęło polegać na przyswajaniu, utrwalaniu i upowszechnianiu wzorów kulturowych uznanych za właściwe oraz na konserwacji obowiązujących reguł społecznych. Zadaniem kultury było też wytworzenie i utrzymanie jedności oraz jednolitości danej struktury społecznej. Wzory uczestnictwa w kulturze zostały oczywiście tym ogólnym rygorom podporządkowane – stąd też wysoki poziom homogeniczności struktury społecznej i wzorów partycypacyjnych, obserwowany przez Bourdieu pod koniec lat sześćdziesiątych XX wieku.

Rola współczesnej kultury jest jednak zupełnie inna. Kultura ponowoczesna zmieniła swój charakter, utraciła ukierunkowanie i zakorzenienie w jakimkolwiek paradygmacie. Przestała być też nośnikiem ładu i uporządkowania społecznego. W efekcie „kultura składa się dziś z ofert, nie nakazów; z propozycji, a nie norm. [...] posługuje się dziś roztaczaniem pokus i rozstawianiem przynęt, kuszeniem i uwodzeniem, a nie normatywną regulacją; piarem raczej niż policyjnym nadzorem; produkcją, rozsiewaniem i nasadzaniem nowych potrzeb, pożądań i pragnień raczej niż przymusem" [Bauman, 2011, s. 27]. W warunkach ponowoczesnego świata i ponowoczesnej kultury wytworzyły się nowe wzory uczestnictwa, jednakże trzeba zaznaczyć, że one również nie mają charakteru trwałego i homogenicznego. Nie mają, bo mieć nie mogą, istota czasów ponowoczesnych polega bowiem na ruchu i zmienności (w dodatku nieukierunkowanej). Zatem opisywanie współczesnych wzorów uczestnictwa wymaga świadomości, że i one wkrótce zostaną zmodyfikowane lub zastąpione innymi zachowaniami odbiorczymi. To sprawia, że warto bardziej analizować tendencje przejawiające się w tych zachowaniach niż ich konkretne formy.

Doceniając różnorodną ofertę wzorów kulturowych, jaką podsuwa nam współczesna kultura, nie można jednocześnie zapominać, że rzeczywiste zachowania będące wyrazem naszej aktywności kulturalnej są kształtowane w bardziej złożony sposób i nie polegają jedynie na swobodnym wyborze aktywności spośród wielu

ofert. Gordon Mathews zwraca w tym kontekście uwagę na trzy **poziomy** naszej **świadomości kulturowej** [Mathews, 2005, s. 29–35]. Pierwszy z nich to poziom oczywistości, który na poziomie podświadomości kształtuje nasz sposób pojmowania siebie i świata. To właśnie on utrwala w nas niepodlegające dyskusji przekonania, które stanowią fundament naszej tożsamości kulturowej. Drugi z nich to poziom uświadamianych sobie wymagań wobec nas jako członków danego społeczeństwa. To właśnie na tym poziomie wywierana jest presja i formułowane są oczekiwania, które skłaniają do przejawiania zachowań zgodnych z wzorami kulturowymi, a które niekoniecznie chcielibyśmy realizować. Trzeci poziom – najbardziej powierzchowny – kształtowany jest przez dostępny w danym momencie zbiór propozycji z oferty kulturowej („supermarketu kultury"). To w jego ramach możemy dokonywać swobodnych wyborów w oparciu o nasze indywidualne preferencje. Tu nic nie jest konieczne, wszystko jest możliwe. I to właśnie ten poziom jest najbardziej podatny na dynamikę zmian kultury ponowoczesnej. Ale warto podkreślić, że nasze wybory kulturalne zależą nie tylko od tego poziomu, ale w znacznym stopniu również od tych lokujących się głębiej w naszej świadomości kulturowej.

Po trzecie, w obliczu zmian przestrzeni kultury warto również przyjrzeć się współczesnemu pojmowaniu uczestnictwa, które zmieniło swój zakres znaczeniowy. Zmiany te są związane oczywiście ze zmianą roli kultury, jednak znaczące są tu również zmiany w obszarze technologii komunikacji społecznej, a najpoważniejsze konsekwencje wydają się mieć zmiany na poziomie mentalnym uczestników kultury. To one sprawiają, że tradycyjnie wyróżniane kategorie uczestnictwa **strukturalnego** (oznaczającego obiektywną przynależność do danej struktury, bycie jej częścią), **działaniowego** (oznaczającego przynależność wyrażaną określoną aktywnością) i **ideacyjnego** (oznaczającego subiektywną identyfikację z daną strukturą) nie pozwalają na uchwycenie szczególnego charakteru współczesnych zachowań partycypacyjnych [Surdej, 2000, s. 83]. Co prawda, istota partycypacji kulturalnej nadal polega na wzbudzeniu swoistej formy powiązania między uczestnikiem a wydarzeniem kulturalnym lub innymi uczestnikami, jednakże nie musi ono się wyrażać poprzez fizyczną przynależność (uczestnictwo strukturalne), ani nawet poprzez współdziałanie, które jest podstawą identyfikacji oraz uznania przynależności do grupy (uczestnictwo działaniowe). Współczesne uczestnictwo staje się nade wszystko aktem natury świadomościowej, aktem ideacyjnym [Tyszka, 1971, s. 54]. Liczy się tu zatem nie obiektywne potwierdzenie udziału, lecz subiektywna identyfikacja, która sprawia, że jednostka czuje się i staje uczestnikiem. Bez mentalnego zespolenia się, bez potwierdzenia chęci uczestniczenia nie będziemy mieć do czynienia z żadną formą partycypacji kulturalnej, natomiast bez uczestnictwa działaniowego i strukturalnego jest to możliwe [*Arts*..., 1973, s. 5–6].

Trzeba jednak przy tym pamiętać, że warunkiem uczestnictwa w kulturze może być nie tylko poczucie zespolenia, ale również posiadanie odpowiednich

kompetencji kulturowych – rozumianych jako znajomość zasad podziału uniwersum sztuki i umiejętność ich zastosowania w praktyce odbiorczej [Matuchniak-Krasuska, 2010, s. 49], bez których poczucie więzi z obiektem kultury może okazać się niemożliwe. Bez adekwatnych kompetencji uczestnik kultury nie będzie w stanie stworzyć mentalnej identyfikacji, a nade wszystko nie będzie posiadał zdolności do uczestniczenia w procesie wytwarzania symbolicznych przekazów kulturowych, ich odbierania oraz interpretowania [Kłoskowka, 1972, s. 129], co jest istotą każdego procesu uczestnictwa w kulturze.

Po czwarte, oczywiste jest to, że dynamika wzorów uczestnictwa wiąże się bardzo mocno z **rozwojem techniczno-technologicznym**. Spowodował on bowiem, że dostępne wcześniej formy uczestnictwa w kulturze bardzo się poszerzyły oraz zróżnicowały, pojawiły się też nowe, ekwiwalentne formy aktywności kulturalnej. Co prawda, już wcześniej można było zaobserwować pojawianie się substytutywnych form uczestnictwa (nagranie płytowe koncertu zamiast bezpośredniego uczestnictwa, telewizja zamiast kina czy teatru), jednakże dopiero teraz formy te mogą być rozważane przez uczestników kultury jako pełnowartościowe alternatywy. Postęp techniczny spowodował bowiem, że utwory muzyczne (czy filmy) nagrane na płycie mogą być nie tylko doskonalszą wersją koncertowego oryginału, ale również warunki odtwarzania w zaciszu domowym mogą dawać lepsze możliwości do ich odbioru niż sala koncertowa (czy kinowa). Nie musimy też chodzić do muzeum, gdyż wystarczy usiąść przed komputerem i odbyć wirtualną wędrówkę np. po Muzeum Prado w Madrycie, w czasie której obejrzymy najwybitniejsze dzieła malarskie sfotografowane w ogromnej rozdzielczości (14 gigapikseli). Ten muzealny spacer odbędziemy bez kolejek i tłumów, a dodatkowo będziemy mogli przeanalizować nawet najdrobniejsze szczegóły obrazów, których dostrzeżenie w warunkach normalnej wizyty muzealnej byłoby po prostu niemożliwe. Możemy też wybrać jeszcze inny wariant i udać się do wirtualnego muzeum, a tam zobaczyć coś, co nigdzie poza siecią nie istnieje [Kluszczyński, 2005, s. 124–132].

Jeszcze istotniejszą konsekwencją zmian technologicznych jest wykształcenie się **cyberkultury** (ver. 2.0), a w konsekwencji zupełnie odmiennych form uczestnictwa w kulturze artystycznej, dostępnych jedynie dla tych, którzy są zdolni do korzystania z sieci internetowej jako wszechstronnego kanału komunikacji. W tej nowej przestrzeni obowiązują zupełnie inne zasady. Rządzi tu pełna interaktywność, która całkowicie burzy podział na twórcę i odbiorcę (konsumenta) kultury. Tu każdy uczestnik cyberkultury, korzystając z zasobów internetu, w każdej chwili może być nie tylko odbiorcą treści kulturowych, ale również ich twórcą lub przetwórcą. Umieszczając treści w internecie, równocześnie można upowszechniać je na masową skalę i wywoływać określone reakcje społeczne, a przez to generować swoiste społeczne struktury sieciowe. To wszystko sprawia, że „interaktywność i partycypacja, dialogiczna wymienność ról, zrównanie roli użytkownika z pozycją nadawcy rodzą zegalitaryzowaną i twórczą aktywność *peer to peer*, amator

konkuruje z profesjonalistą, bloger z publicystą, amator z artystą, maturzysta-debiutant z biznesmenem" [Sułkowski, 2011, s. 23]. W tych warunkach pozycje twórcy i odbiorcy przestają być przeciwstawne, stają się natomiast naprzemiennie występującymi etapami tego samego procesu uczestnictwa w kulturze. Zatem doskonale zostaje tu zrealizowana idea **prosumenta**.

Współczesne typy odbiorców

Charakterystyki współczesnego uczestnictwa w kulturze koniecznie trzeba rozpatrywać poprzez pryzmat analiz uczestnictwa Pierre'a Bourdieu oraz przywoływanej już pracy *Dystynkcja* [Bourdieu, 2005], w której opisuje on i analizuje materiał empiryczny uzyskany w kilku badaniach zrealizowanych w latach 1963–1968 na terenie Francji. Zaproponowana przez autora perspektywa teoretyczna oraz jego wnioski pozwalają spojrzeć na wzory uczestnictwa (i związane z nimi reguły) w zupełnie nowy sposób i stanowią fundament współczesnych analiz partycypacji kulturalnej. Można nawet stwierdzić, że bez Bourdieu badanie aktywności kulturalnej nie miałoby tak mocnych fundamentów teoretycznych i zapewne ograniczałoby się do charakterystyk opisujących, opartych o dane ankietowo-statystyczne. Natomiast zaproponowana przez Bourdieu perspektywa poznawcza pozwala usytuować aktywność kulturalną w pełnym kontekście społecznym.

Bourdieu, analizując proces uczestnictwa w kulturze artystycznej, wiąże jego przebieg z kategorią gustu estetycznego (kluczową w tej koncepcji). Zakłada przy tym, że gust estetyczny, rozumiany jako zdolność sądzenia wartości estetycznych, charakteryzuje się jednością, a zatem może przejawiać się poprzez podobne preferencje i wybory estetyczne dokonywane w różnych dziedzinach [Matuchniak-Krasuska, 2010, s. 188]. Istnieje zatem wewnętrzna **homogeniczność gustu**, niezależnie od tego, czy odnosi się on do kultury artystycznej, stroju, kuchni czy sportu. Trzeba też podkreślić, że homogeniczność gustu estetycznego wynika z jego bezpośredniego powiązania z ***habitusem***, rozumianym jako „społecznie wytworzony system dyspozycji ustrukturowanych i strukturujących, nabyty w trakcie praktyki i trwale nakierowany na funkcje praktyczne" [Bourdieu, Wacquant, 2001, s. 107]. To właśnie dzięki *habitusowi* (i związanymi z nim głęboko uświadomionymi dyspozycjami) jednostka wie, jak powinna się zachowywać w określonych sytuacjach i jakich wyborów powinna dokonywać. *Habitus* jest też powiązany z kapitałem społecznym i kulturowym oraz polem artystycznym, czyli elementami pośredniczącymi między jednostką a klasą i frakcją społeczną, do której jednostka przynależy. W efekcie, zdaniem Bourdieu, sposób uczestniczenia w kulturze artystycznej, dobór i sposób odbierania treści kulturowych odtwarza, za pośrednictwem *habitusu*, usytuowanie odbiorcy w strukturze klasowej [Bourdieu, Passeron, 1990]. Podziały klasowe determinują równocześnie zdolność jednostek do realizacji określonych

form aktywności kulturalnej. To sprawia, że „klasa społeczna jest określona nie tylko przez pozycję, jaką zajmuje w stosunkach produkcji, lecz także przez *habitus* klasowy związany z tą pozycją" [Bourdieu, 2005, s. 458].

Konsekwencją powiązania gustu estetycznego z *habitusem* oraz z usytuowaniem w strukturze społecznej było przypisanie każdej klasie i frakcji społecznej określonego stylu życia i wzorów uczestnictwa w kulturze. Zebrany przez Bourdieu materiał empiryczny wykazał, że aktywność kulturalna, opisywana poprzez reguły doboru treści kulturowych, jest zależna od usytuowania jednostki w strukturze społecznej, a dla każdego takiego usytuowania istnieją adekwatne zasoby kultury. Oznaczało to, że zajmowana pozycja w strukturze społecznej determinowała ściśle określony (zarówno pod względem doboru treści, jak i częstotliwości partycypacji) a nie dowolny – sposób uczestniczenia w kulturze [tamże, s. 323–486]. Ten sposób uczestnictwa został później określony pojęciem ***univore***.

Zaprezentowana przez Bourdieu charakterystyka dawała obraz uczestnictwa w kulturze charakterystycznego dla społeczeństwa francuskiego z lat sześćdziesiątych. Choć wnioski formułowane przez autora wydawały się mieć zdecydowanie bardziej uniwersalny charakter, okazało się, że reguły uczestnictwa w kulturze szybko uległy zmianie. Dynamika procesów kultury specyficzna dla drugiej połowy XX wieku i związana z tym dynamika zmian wzorów uczestnictwa sprawiły bowiem, że obraz uczestnictwa zarysowany przez Bourdieu musiał zostać stosunkowo szybko poddany istotnym modyfikacjom. Richard A. Peterson oraz Albert Simkus, opierając się na analizie danych z *Survey of public participation in the arts* (SPPA) z roku 1982, częściowo potwierdzili ustalenia Bourdieu [Peterson, 1992; Peterson, Simkus, 1992, s. 152–168]. Zwrócili jednak uwagę na fakt, że kluczem do wyjaśnienia pojawiających się podziałów jest nie tyle sam gust estetyczny, co związane z nim **formy partycypacji kulturalnej**. Zauważyli również, że w Stanach Zjednoczonych formy te nie są związane ze strukturą społeczną, lecz ze stylem życia. Jednak najbardziej doniosłe było zwrócenie uwagi na to, iż formy uczestnictwa w kulturze nie muszą być wewnętrznie jednorodne – jak twierdził Bourdieu. Autorzy zauważyli bowiem, że uczestnictwo typu *univore* jest znamienne jedynie dla odbiorców niewykształconych kulturalnie (ang. *lowbrow*), preferujących kulturę popularną. Natomiast uczestnictwa odbiorców lepiej wykształconych kulturalnie (ang. *highbrow*) nie charakteryzują już zachowania snobistyczne, lecz w ich miejsce pojawiają się zachowania partycypacyjne i zorientowanie na odbiór różnorodnych treści związanych zarówno z kulturą wysoką, jak i popularną. Ten sposób uczestnictwa w kulturze określono pojęciem ***omnivore***. Zwrócono również uwagę, że ten typ uczestnictwa przejawia tendencje do szerszego upowszechniania się – sprzyjało temu niewątpliwie potanienie dostępu do dóbr kultury i wydarzeń artystycznych, a także stworzenie (za pośrednictwem mediów masowych) wielu alternatywnych i równoważnych form partycypacji w kulturze.

Kolejne modyfikacje charakterystyki wzorów uczestnictwa w kulturze pojawiły się już przy okazji następnej edycji *Survey of public participation in the arts (SPPA)* w roku 1992. Richard A. Peterson i Roger M. Kern, analizując dane z 1982 i 1992 roku, zwrócili uwagę na dalsze zmiany we wzorach uczestnictwa, jakie zaszły przez te dziesięć lat [Peterson, Kern, 1996]. Polegały one przede wszystkim na tym, że wśród osób dobrze wykształconych kulturalnie (*highbrow*) zidentyfikowano osoby zarówno o szerokich, jak i o wąskich preferencjach estetycznych. Osoby o szerokich zainteresowaniach charakteryzowały się preferencjami typu *omnivore*, natomiast osoby o wąskich zainteresowaniach prezentowały snobistyczne preferencje typu *univore*. Zróżnicowanie wzorów uczestnictwa wśród *highbrow* było zatem większe, niż wcześniej obserwowano. Natomiast wśród osób słabo wykształconych kulturalnie (*lowbrow*) zanotowano jedynie uczestnictwo typu *univore*.

Kolejna refleksja nad wzorami uczestnictwa pojawiła się przy okazji następnej edycji *Survey of public participation in the arts (SPPA)* w 2002 roku. W oparciu o analizę danych z trzech edycji Peterson oraz Gabriel Rossman zauważyli dalsze zmiany we wzorach uczestnictwa [Peterson, 2005; Peterson, Rossman 2008]. Zwrócono bowiem uwagę, że w zależności od szerokości zainteresowań estetycznych zarówno wśród *highbrow*, jak i wśród *lowbrow* pojawiają się odbiorcy typu *univore* i *omnivore*. Takiej zmiany można było się spodziewać – współczesna kultura, skłaniając odbiorcę do nieustannych poszukiwań i wyborów, zdecydowanie sprzyja postawom typu *omnivore*. Można było zatem oczekiwać, że nawet wśród osób słabiej wykształconych estetycznie pojawi się skłonność do przejawiania różnorodnych preferencji, chociażby w ramach kultury popularnej. W ostatnich badaniach zaskoczeniem okazał się spadek liczebności odbiorców dobrze wykształconych estetycznie (*highbrow*), szczególnie w przypadku młodszych kohort wiekowych. Najważniejszym sygnałem był jednak wyraźny spadek ogólnej liczebności odbiorców typu omnivore, co zostało przez badaczy uznane za zapowiedź **epoki *post-omnivore*** w partycypacji kulturalnej. Fakt ten ma bardzo istotne znaczenie, gdyż uświadamia przede wszystkim schyłek znaczenia dychotomii *univore – omnivore* dla analiz współczesnego uczestnictwa kulturalnego. Zanik odbiorców typu *omnivore* czyni tę dychotomię – wydawałoby się kluczową – całkowicie nieprzydatną.

Sugestie Petersona oraz Rossmana znalazły pewne potwierdzenie w analizach Tak Wing Chana oraz Johna H. Goldthorpe'a [Chan, Goldthorpe, 2007], opartych na wynikach *Arts in England Survey* z roku 2001. W badaniach tych widać wyraźnie, że dychotomia *univore – omnivore* przestała dobrze opisywać zróżnicowanie postaw odbiorczych, jednakże nie za sprawą zaniku odbiorców typu *omnivore*, lecz odbiorców typu *univore*. Zamiast tej ostatniej kategorii badacze wyróżnili **odbiorców nieaktywnych**, czyli takich, którzy niechętnie uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych. Dodatkowo wydzielili też odbiorców typu *omnivore*, którzy dokonują wielu zróżnicowanych wyborów spośród pełnej oferty kulturalnej oraz odbiorców typu ***paucivore***, którzy mając do wyboru pełną i zróżnicowaną ofertę kulturalną,

wybierają tylko jedną lub zaledwie kilka form i korzystają z nich w niewielkim zakresie (tematycznym i czasowym), stosownie do swoich możliwości. Najliczniejszą z tych grup odbiorców była oczywiście grupa odbiorców nieaktywnych, którzy stanowili ponad połowę próby, odbiorcy typu *omnivore* stanowili bardzo nieliczną elitę (5–7%), natomiast liczebność nowo wyróżnionego typu odbiorców *paucivore* została oszacowana na ok. 1/3 próby.

Uzyskany w tych badaniach ogólny obraz uczestnictwa w kulturze wskazuje, że wzory partycypacyjne znalazły się w kolejnym etapie dynamicznego procesu transformacji, który wyznacza kierunek zmian. Zarysowujące się tu tendencje wskazują na utrwalanie się trzech podstawowych wzorów uczestnictwa. Pierwszy to uczestnictwo elitarne typu *omnivore*, które jest wyraźnie pozytywnie skorelowane z wysokim statusem społecznym i zawodowym, a także wysokim poziomem edukacji oraz dochodu. Warto przy tym podkreślić, że odbiorcy ci są elitarni ze względu na swe usytuowanie społeczne i ekonomiczne, a nie pod względem gustów estetycznych. Charakteryzująca ich „wszystkożerność" w przestrzeni kultury świadczy bowiem o szerokim i aktywnym zainteresowaniu dobrami kultury wysokiej, ale również różnorodnymi dobrami kultury popularnej. Drugi typ stanowi znacząca liczebnie grupa odbiorców nieaktywnych, których uczestnictwo w kulturze kształtuje się na bardzo niskim poziomie, a ich kontakt z dziełami kultury jest sporadyczny. Jest to zazwyczaj efekt wykluczenia o podłożu ekonomicznym lub skutek braku czasu (np. z powodu dużej aktywności zawodowej). Trzeba jednak zasygnalizować, że nie są to jedyne przyczyny niskiego poziomu uczestnictwa odbiorców nieaktywnych [Kisiel, 2012, s. 184–200]. Może być to również efekt przekonania, że partycypacja kulturalna powinna mieć charakter odświętny. Oznacza to, że uczestnicy ci traktują wszelkie formy aktywności kulturalnej jako coś, co nie ma charakteru codziennego i powinno być realizowane właśnie sporadycznie. Co ważne, nie życzą sobie oni zwiększenia częstotliwości swej partycypacji. Niski poziom uczestnictwa niektórych odbiorców nieaktywnych może mieć również przyczyny w przejawianiu przez nich wysokiej aktywności o charakterze religijnym. Wysoki poziom aktywności religijnej może bowiem przyczyniać się do zmniejszenia aktywności kulturalnej, co sprawia, że osoby zaangażowane religijnie bywają skłonne do redukowania aktywności kulturalnej.

Pomiędzy odbiorcami typu *omnivore* a nieaktywnymi sytuują się odbiorcy typu *paucivore*, czyli tacy, którzy mając do wyboru całą gamę różnorodnych form aktywności kulturalnej, wybierają jedynie nieliczne formy zgodnie z ich najważniejszymi preferencjami estetycznymi. Ich aktywność nie jest bardzo wysoka, często ma charakter niesystematyczny, a dodatkowo wybiórczy, gdyż odbierane dzieła kultury podlegają zdecydowanej selekcji. Wybory estetyczne dokonywane przez tego typu odbiorców są bardzo zróżnicowane, nie muszą być i nie są wewnętrznie spójne ani konsekwentne. Przejawiane preferencje nie są też związane z podziałami na kulturę elitarną i popularną. Przyczyny niskiej aktywności kulturalnej

tych odbiorców są jednak różne. Może to być wynik ograniczeń czasowych, które sprawiają, że dokonywane wybory odpowiadają jedynie potrzebom kulturalnym odczuwanym jako najbardziej istotne. Może być to jednak również efekt ograniczeń ekonomicznych, które powodują, że odbiorca nie może zaspokoić wszystkich swoich oczekiwań. Może to też wynikać z istnienia bardzo konkretnych i wąskich preferencji estetycznych odbiorcy, który interesuje się jedynie określonymi formami i nie przejawia zainteresowania innymi obszarami kultury.

Wyróżnione typy odbiorców kultury różnią się między sobą bardzo wyraźnie na poziomie realizowanych działań partycypacyjnych. Mniejsze różnice między poszczególnymi typami odbiorców obserwowane są natomiast na poziomie mentalnym, który również jest wyrazem specyfiki współczesnej partycypacji kulturalnej. Warto w tym kontekście podkreślić tendencje do **subiektywizacji przeżyć estetycznych**. Sprawiają one, że partycypacja kulturalna jest postrzegana przede wszystkim jako źródło przeżyć indywidualnych, wzbogacających sferę doświadczeń jednostkowych. Wcześniej natomiast uczestnictwo w kulturze traktowane było jako czynnik kreujący przede wszystkim powiązania wspólnotowe. Zmiana ta wiąże się oczywiście również ze skłonnością do stosowania subiektywnych kryteriów wartościowania dzieł kultury. Towarzyszy temu często tendencja do **indywidualizacji aktów uczestnictwa**, która sprawia, że doświadczenia partycypacyjne, mimo że są uzewnętrzniane i stają się zasobem wspólnych doświadczeń, rzadziej przyczyniają się do głębokiej integracji społecznej.

Podsumowanie

Analiza współczesnych wzorów uczestnictwa w kulturze jest zadaniem niełatwym, gdyż podlegają one bardzo dynamicznym przemianom. To sprawia, że próby ich opisania narażone są na szybką dezaktualizację. W tej sytuacji istotniejsze wydaje się uchwycenie tendencji ich zmian niż opisywanie stanów faktycznych, aktualnych w krótkim czasie.

Podstawowy kierunek zmian w zakresie wzorów uczestnictwa w kulturze wyznaczany jest przez cztery typy odbiorców: *univore*, *omnivore*, *paucivore* oraz nieaktywnych. Ich wyróżnienie pozwala dostrzec, że aktywność kulturalna zależna jest przede wszystkim od stylu życia, a dopiero potem od usytuowania w strukturze społeczno-ekonomicznej.

Literatura

Arts and the people. A survey of public attitudes and participation in the arts and culture in New York State [1973], American Council for the Arts in Education, New York.

Bauman Z. [2011], *Kultura w płynnej nowoczesności*, Agora, Warszawa.

Berghamn M., Eijck K. van, (2009), *Visual arts appreciation patterns. Crossing horizontal and vertical boundaries within the cultural hierarchy*, „Poetics", vol. 37.

Bourdieu P. [2005], *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzenia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.

Bourdieu P., Passeron J-C. [1990], *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, PWN, Warszawa.

Bourdieu P., Wacquant L.J.D. [2001], *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, Oficyna Naukowa, Warszawa.

Carroll N. [2011], *Filozofia sztuki masowej*, Słowo/obraz terytoria, Gdańsk.

Chan T.W., Goldthorpe J.H. [2007], *Social stratification and cultural consumption. The visual arts in England*, „Poetics", vol. 35.

DiMaggio P. [1996], *Are art-museum visitors different from other people? The relationship between attendance and social and political attitudes in the United States*, „Poetics", vol. 24.

Eco U. [1994], *Dzieło otwarte. Forma i nieokreśloność w poetykach współczesnych*, Czytelnik, Warszawa.

Eco U. [1996], *Interpretacja i nadinterpretacja*, Znak, Kraków.

European Cultural Values [2007], Special Eurobarometer 278, dostępne: http://ec.europa.eu/culture/documents/summary-report-values-en_en.pdf, korzystano 12.05.2010.

Głowiński M. [1977], *Style odbioru. Szkice o komunikacji literackiej*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.

Grad J. [1997], *Badania uczestnictwa w kulturze artystycznej w polskiej socjologii kultury. Analiza metodologiczno-teoretyczna*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.

Halle D. [1993], *Inside culture. Art and Class in the American Home*, The University Of Chicago Press, Chicago, London.

Kirchberg V. [2007], *Cultural consumption analysis. Beyond structure and agency*, „Cultural Sociology", nr 1.

Kisiel P. [2012], *Uczestnictwo w kulturze artystycznej jako forma działania społecznego. Refleksja nad stylami uczestnictwa mieszkańców Krakowa w kontekście badań empirycznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków.

Kluszczyński R.W. [2005], *Arts, media, cultures. Histories of hybridisation*, „Convergence", vol. 11.

Kłoskowska A. [1972], *Społeczne ramy kultury. Monografia socjologiczna*, PWN, Warszawa.

Kolb B.M. [2002], *Ethnic preference for the arts. The role of the social experience as attendance motivation*, „International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing", vol. 7.

Lizardo O., Skiles S. [2008], *Cultural consumption in the fine and popular arts realms*, „Sociology Compass", vol. 2, nr 2.

Lizardo O., Skiles S. [2009], *Highbrow omnivorousness on the small screen? Cultural industry systems and patterns of cultural choice in Europe*, „Poetics", vol. 37.

Macdonald D. [1959], *Teoria kultury masowej*, w: *Kultura masowa,* C. Miłosz (opr.), Instytut Literacki, Paryż.

Mathews G. [2005], *Supermarket kultury. Kultura globalna a tożsamość jednostki*, PIW, Warszawa.

Matuchniak-Krasuska A. [1988], *Gust i kompetencja. Społeczne zróżnicowanie recepcji malarstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.

Matuchniak-Krasuska A. [2010], *Zarys socjologii sztuki Pierre'a Bourdieu*, Oficyna Naukowa, Warszawa.

Ollivier M., Gauthier G., Truong A.H. [2009], *Cultural classifications and social divisions. A symmetrical approach*, „Poetics", vol. 37.

Ostrower F.[2005], *The Diversity of Cultural Participation. Findings from a National Survey Report*, The Urban Institute, Washington, DC, dostępne: http://www.urban.org/UploadedPDF/311251_cultural_participation.pdf, korzystano 03.01.2010.

Peterson R.A. [1992], *Understanding audience segmentation. From elite and mass to omnivore and univore*, „Poetics", vol. 21.

Peterson R.A. [1997], *The rise and fall of highbrow snobbery as a status marker*, „Poetics", vol. 25.

Peterson R.A. [2005], *Problems in comparative research. The example of omnivorousness*, „Poetics", vol. 33.

Peterson R.A., Kern R.M. [1996], *Changing highbrow taste. From snob to omnivore*, „American Sociological Review", vol. 61, nr. 5.

Peterson R.A., Rossman G. [2008], *Changing arts audiences. Capitalizing on omnivorousness*, w: *Engaging Art. The next great transformation of America's cultural life*, S.J. Tepper, B. Ivey (eds.), Routledge, New York.

Peterson R.A., Simkus A. [1992], *How musical tastes mark occupational status groups*, w: *Cultivating Differences*, M. Lamont, M. Fournier (eds.), The University of Chicago Press, Chicago–London.

Sifakakis S. [2007], *Contemporary art's audiences. Specialist accreditation and the myth of inclusion*, „European Journal of Cultural Studies", vol. 10.

Smith J.K., Wolf L.F. [1996], *Museum visitors preferences and intentions in constructing aesthetic experience*, „Poetics", vol. 24.

Strinati D. [cop. 1998], *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Zysk i S-ka, Poznań.

Sułkowski B. [1972], *Powieść i czytelnicy. Społeczne uwarunkowania zjawisk odbioru*, PWN, Warszawa.

Sułkowski B. [2011], *„Społeczne ramy kultury" czterdzieści lat później. Pięć modeli komunikacji kulturowej*, „Kultura i Społeczeństwo", nr 4.

Surdej A. [2000], *Partycypacja*, w: *Encyklopedia socjologii*, t. 3, Oficyna Naukowa, Warszawa.

Survey of public participation in the arts [1982–2002], dostępne: http://www.cpanda.org/data/profiles/sppa.html, korzystano 01.06.2010.

Swanson S.R., Davis J.C., Zhao Y. [2008], *Art for art's sake, An examination of motives for arts performance attendance*, „Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly", vol. 37.

Świątkiewicz W. [1984], *Zróżnicowanie społeczne a uczestnictwo w kulturze*, Uniwersytet Śląski, Katowice.

The Europeans. culture and cultural values [2006], European Commission, dostępne: http://ec.europa.eu/culture/documents/report-synth-cult-06-en_en.pdf, korzystano 12.05.2010.

Thyne M. [2001], *The importance of values research for nonprofit organisations. The motivation-based values of museum visitors*, „International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing", vol. 6 (2).

Tröndle M., Tschacher W. [2012], *The physiology of phenomenology. The effects of artworks*, „Journal of Empirical Studies of the Arts", vol. 30 (1).

Tyszka A. [1971], *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, PWN, Warszawa.

Vander Stichele A., Laermans R. [2006], *Cultural participation in Flanders. Testing the cultural omnivore thesis with population data*, „Poetics", vol. 34.

Warde A., Gayo-Cal M. [2009], *The anatomy of cultural omnivorousness. The case of the United Kingdom*, „Poetics", vol. 37.

Joanna Sanetra-Szeliga

Sektor kultury w procesie integracji europejskiej

„To, co stawia sobie wzajemnie opór, to i współdziała ze sobą, a z walki przeciwieństw rodzi się najpiękniejsza harmonia" – mówi Heraklit. Jego twierdzenie dobrze odzwierciedla potencjał integracji europejskiej, także w sferze kultury. Bogactwem kulturowym Europy jest bowiem niesłychana różnorodność, w oparciu o którą podejmowane są obecnie próby budowania wspólnej tożsamości mieszkańców Unii Europejskiej. Podstawą powojennych procesów integracji w Europie było m.in. dążenie do umocnienia pokoju i budowania poczucia bezpieczeństwa (niepozwalające na dominację jednego państwa nad innymi), ugruntowania demokracji, jak również obawa przed rosnącą potęgą Związku Radzieckiego. Współpraca gospodarcza miała zaś przyczynić się do poprawy warunków życia i wzrostu gospodarczego. Wśród celów stawianych przed Europejską Wspólnotą Węgla i Stali, Europejską Wspólnotą Gospodarczą i Europejską Wspólnotą Energii Atomowej nie znajdziemy więc odniesień do kultury ani integracji państw członkowskich w tej sferze.

Jednak pięćdziesiąt lat postępującej integracji pokazało, że ten proces nie jest możliwy bez kultury, wspólnych wartości, dziedzictwa i historii. W tym czasie nastąpiły zmiany w podejściu do roli szeroko rozumianego sektora kultury, tak na gruncie nauki, jak i polityki. W rezultacie Unia Europejska wypracowała formułę działań uwzględniającą rolę kultury w stymulowaniu rozwoju gospodarczo-społecznego. Jak pokazuje niniejszy rozdział, przy poszanowaniu zasady subsydiarności sektor kultury odgrywa coraz większą rolę w polityce na poziomie europejskim.

Należy przy tym zaznaczy, że UE prowadzi dwie odrębne, rządzące się innymi zasadami polityki – politykę w sferze kultury oraz wyłączoną z niej politykę audiowizualną. Tej drugiej poświęcona zostanie osobna sekcja tego rozdziału – w sposób syntetyczny pokazane zostanie funkcjonowanie tej dziedziny na poziomie europejskim.

Polska akcesja do struktur unijnych zbiegła się w czasie ze wzrostem zainteresowania kulturą oraz możliwościami wykorzystania jej w europejskich działaniach

integracyjnych i prorozwojowych. Dla Polski przystąpienie do UE oznaczało nie tylko większe możliwości finansowania projektów kulturalnych, ale także ewolucję myślenia o tym sektorze na poziomie administracji centralnej i samorządowej.

Początki polityki wspólnotowej w dziedzinie kultury

W początkowym okresie funkcjonowania Wspólnot Europejskich (WE) kwestiami sektora kultury zajmowała się głównie Rada Europy, jednakże jej działania były ograniczone do rekomendacji, rezolucji i deklaracji, tj. aktów prawnych niewiążących formalnie (umowy i konwencje muszą być ratyfikowane przez państwa członkowskie). Działania wykorzystujące sektor kultury (jak wspieranie projektów kulturalnych o charakterze prorozwojowym, społecznych i tych wyraźnie nastawionych na budowanie poczucia tożsamości europejskiej) zostały podjęte przez WE dopiero wtedy, gdy okazało się, że czysto ekonomiczna czy polityczna współpraca nie wystarcza do tego, aby społeczeństwa europejskie miały poczucie wspólnoty, które jest konieczne do pogłębiania procesu integracji.

Obecność tematyki kulturalnej w polityce WE można podzielić na kilka etapów [Sokolewicz, 2003, s. 440–443]. W początkowym okresie (1950–1977) WE skupiły się przede wszystkim na konstrukcji zasad współdziałania uwzględniającego interesy wszystkich państw członkowskich oraz zasad przedstawicielstwa demokratycznego w podejmowaniu decyzji i reprezentacji, tworząc bardziej wspólnotę interesów niż wspólnotę kulturową. Okazało się, że to za mało, by budować spójność WE, szczególnie w kontekście protestów studenckich w 1968 roku, kryzysu naftowego z początku lat siedemdziesiątych i następującej po nim recesji. **Zaczęto od *Deklaracji tożsamości europejskiej*, przyjętej w Kopenhadze 14 grudnia 1973 roku**. Kolejnym krokiem na drodze budowania polityki kulturalnej Wspólnot była rezolucja Parlamentu Europejskiego *W sprawie ochrony dóbr kultury europejskiej* z 1974 roku [Dz. U. C 62, 30.05.1974], w której proponowano działania mające na celu ochronę dziedzictwa kulturowego poprzez stworzenie inwentarza dóbr kultury, zabezpieczenie środków finansowych na działania restauracyjne oraz walkę z nielegalnym obrotem dobrami kultury. Dwa lata później do listy rekomendacji dodano promocję wymiany kulturalnej, będącą narzędziem budowania tożsamości europejskiej [*Resolution*..., s. 6]. Według niektórych autorów ta propozycja wykraczała poza prawne podstawy traktatowe, jednakże była kontynuowana i rozwijana w kolejnych latach [Psychogiopoulou, 2008, s. 10–11]. Pod koniec 1977 roku Komisja Europejska opublikowała komunikat do Rady, w którym po raz pierwszy przedstawiła zadania WE w sferze kultury. Na początek proponowano, aby zapewnić implementację swobód traktatowych, tj. swobodnego przepływu osób

i towarów (w tym przypadku dóbr kultury). Podjęta została także kwestia praw autorskich i podatków [*Community action*..., 1977].

Następne pięć lat (do 1982 roku) to okres, w którym zaczęło się umacniać przekonanie, że kultura może także odgrywać rolę w realizacji celów polityki gospodarczej i społecznej. Parlament Europejski po wyborach w 1979 roku powołał parlamentarną komisję do spraw polityki kulturalnej. Natomiast Komisja Europejska wystosowała kolejny komunikat, w którym postulowano wzmocnienie działań WE w sferze kultury. Odżegnując się od chęci stworzenia polityki kulturalnej oraz wejścia w kompetencje państw członkowskich, jeśli chodzi o politykę narodową, proponowano działania w zakresie wspierania swobodnego przepływu dóbr kultury, polepszenia warunków życia i pracy pracowników sektora kultury, rozwijania widowni, zachowania dziedzictwa architektonicznego [*Stronger*..., 1982]. Dokument został opublikowany zaraz po pierwszym nieformalnym spotkaniu ministrów kultury państw członkowskich, które odbyło się w dniach 17–18 września 1982 roku w Neapolu.

Lata 1982–1986 to czas pierwszych działań WE podjętych w sferze kultury. Przełomem była ***Uroczysta deklaracja w sprawie Unii Europejskiej***, **podpisana w czerwcu 1983 roku** [*Solemn declaration*..., s. 24–29]. **Szefowie państw członkowskich nawoływali do zintensyfikowania współpracy w dziedzinie kultury, szczególnie w zakresie promocji wspólnego dziedzictwa kulturowego, będącego emanacją europejskiej tożsamości**. Dokument wymienia wsparcie Europejskiej Fundacji i European University Institute we Florencji, podniesienie poziomu wiedzy o historii i kulturze europejskiej, zbadanie możliwości realizacji wspólnych działań mających na celu ochronę i promocję dziedzictwa kulturowego, upowszechnianie kultury, wzmocnienie kontaktów pomiędzy pisarzami i artystami z państw członkowskich oraz szersze rozpowszechnianie ich twórczości w obrębie i poza WE. Od 1984 roku odbywają się formalne posiedzenia ministrów odpowiedzialnych za kwestie kultury. Analiza dokumentów pokazuje, że wielką wagę przykładano wówczas do separacji działań WE i państw członkowskich w dziedzinie kultury (zgodnie z zasadą subsydiarności). Kulturę rozpatrywano przede wszystkim jako element działania WE mający na celu podniesienie jakości życia poprzez rozwój gospodarczy i społeczny. Rada (wraz z Parlamentem) wydała szereg rezolucji dotyczących m.in. zwalczania piractwa, dystrybucji filmów europejskich, międzynarodowych szlaków kulturowych, ochrony i zachowania dziedzictwa, tłumaczenia dzieł literackich.

W latach osiemdziesiątych powołano do życia inicjatywę **Europejskie Miasta Kultury** (1985) – obecnie **Europejska Stolica Kultury**. Stworzono także pierwszy program finansujący projekty w zakresie kultury (**„Program ochrony dziedzictwa architektonicznego"**, 1984–1996), którego zadaniem było wspieranie prac restauratorskich, wyznaczenie standardów w zakresie konserwacji, a także uwraż-

liwianie władz i opinii publicznej na problemy ochrony dziedzictwa kulturowego oraz tworzenie sieci współpracy.

Kolejnym etapem w rozwoju działań wspólnotowych na rzecz kultury były lata 1987–1992. Szczególnie istotny był rok 1987, ponieważ wtedy powołano Radę Ministrów odpowiedzialnych za sprawy kultury – spotyka się ona zazwyczaj raz lub dwa razy do roku w państwach obejmujących prezydencję w danym półroczu. W tym czasie powołano także Komitet ds. Kultury, który stanowi grupę roboczą ekspertów ze wszystkich państw członkowskich, spotykających się regularnie w celu negocjowania poszczególnych elementów działań WE. 17 listopada 1989 roku Parlament Europejski ogłosił kolejny dokument – *Initiating cultural activities in the EC* (*Rozpoczynając działania kulturalne w WE*). **W 1989 roku przyjęto pierwszą Dyrektywę o telewizji bez granic, a dwa lata później ruszył pierwszy program wspierający projekty w sektorze audiowizualnym – „Media I"** [Obuljen, 2005].

Prawdziwe rozpoczęcie działań w ramach polityki kulturalnej WE nastąpiło dzięki zapisom *Traktatu z Maastricht*, który wszedł w życie 1 listopada 1993 roku, dając formalny początek nie tylko Unii Europejskiej (UE), ale także jej działalności w sferze kultury. Już w art. 3 *Traktatu* (obecnie art. 6 skonsolidowanej wersji *Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej* – TFUE) zapisano, iż jednym z celów Unii jest przyczynianie się do rozkwitu kultur państw członkowskich. **Kulturze został poświęcony osobny artykuł – 151** (obecnie art. 167 TFUE; zob. ramka) – w którym wyraźnie zaznaczono, iż w gestii UE leży wspieranie różnorodności kulturowej Europy, przy równoczesnym podkreślaniu znaczenia wspólnego dziedzictwa europejskiego. Unia Europejska nie ma jednak zastąpić państw członkowskich w kreowaniu polityki kulturalnej – zgodnie z zasadą subsydiarności Unia może uzupełniać działania państw narodowych jedynie w wymienionych dziedzinach.

Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, tytuł XIII: Kultura, art. 167

1. Unia przyczynia się do rozkwitu kultur Państw Członkowskich, w poszanowaniu ich różnorodności narodowej i regionalnej, równocześnie podkreślając znaczenie wspólnego dziedzictwa kulturowego.
2. Działanie Unii zmierza do zachęcania do współpracy między Państwami Członkowskimi oraz, jeśli to niezbędne, do wspierania i uzupełniania ich działań w następujących dziedzinach:
   - pogłębiania wiedzy oraz upowszechniania kultury i historii narodów europejskich,
   - zachowania i ochrony dziedzictwa kulturowego o znaczeniu europejskim,
   - niehandlowej wymiany kulturalnej,
   - twórczości artystycznej i literackiej, włącznie z sektorem audiowizualnym.

3. Unia i Państwa Członkowskie sprzyjają współpracy z państwami trzecimi oraz z kompetentnymi organizacjami międzynarodowymi w dziedzinie kultury, zwłaszcza z Radą Europy.
4. Unia uwzględnia aspekty kulturalne w swoim działaniu na podstawie innych postanowień Traktatów, zwłaszcza w celu poszanowania i popierania różnorodności jej kultur.
5. Aby przyczynić się do osiągnięcia celów określonych w niniejszym artykule:
   - Parlament Europejski i Rada, stanowiąc zgodnie ze zwykłą procedurą prawodawczą i po konsultacji z Komitetem Regionów, przyjmują środki zachęcające, z wyłączeniem jakiejkolwiek harmonizacji przepisów ustawowych i wykonawczych Państw Członkowskich,
   - Rada wydaje zalecenia na wniosek Komisji.

Na szczególną uwagę zasługuje paragraf 4, mówiący o konieczności uwzględniania kwestii kultury w tworzeniu innych polityk wspólnotowych. Dzięki temu szeroko rozumiana kultura zaczęła być obecna w funduszach strukturalnych i programach wspólnotowych nieprzeznaczonych bezpośrednio dla tego sektora. *Traktat z Maastricht* nie naruszał zasady jednomyślności podejmowania decyzji w sferze kultury przez Radę Ministrów Kultury (procedura współdecyzji z Parlamentem Europejskim). Nowa wersja obowiązującego traktatu – wprowadzona *Traktatem z Lizbony* – zmieniła te zapisy. Kultura, wraz z innymi dziedzinami, została objęta głosowaniem większością kwalifikowaną i zwykłą procedurą ustawodawczą (zmodyfikowaną procedurą współdecydowania, szczegółowo opisaną w art. 294 TFUE). Dodatkowe zapisy mające zastosowanie w sferze kultury zawiera art. 87(3)(d) *Traktatu* (obecnie art. 107), który umożliwia państwom członkowskim wspieranie finansowe operatorów kulturalnych w zakresie promocji kultury i ochrony dziedzictwa kulturowego, pod warunkiem, że takie działanie nie narusza zasad wolnej konkurencji.

W nowym milenium przełomem okazał się dokument ***Europejska agenda dla kultury w dobie globalizacji świata***, który określa zakres działań UE w dziedzinie kultury: promocja różnorodności kulturowej i międzykulturowego dialogu, promocja i wykorzystanie kultury jako katalizatora kreatywności i innowacji w kontekście celów Strategii Lizbońskiej, promocja kultury jako istotnego elementu budowy zewnętrznych relacji UE oraz mostów i porozumień z innymi partnerami [*Komunikat Komisji do Parlamentu*..., 2007].

Polityka audiowizualna

Wyodrębnienie działań WE w zakresie audiowizualnym z szeroko rozumianej problematyki kulturalnej wynikało z faktu, że **sfera mediów traktowana jest nie tylko jako działalność kulturalna, ale przede wszystkim jako usługa**. Produkty i usługi medialne to dobra o charakterze nie tylko kulturalnym, ale też ekonomicznym. Stąd podstawą prawną rozwijającej się w ostatnich latach polityki audiowizualnej UE są artykuły TFUE dotyczące swobodnego przepływu towarów, osób, usług i kapitału (art. 28, 30, 34, 35, 45–62), polityki konkurencji (art. 101–109), harmonizacji technologicznej bądź stosowania podobnych norm technologicznych, np. w zakresie produkcji internetowych (art. 114), edukacji, kształcenia zawodowego, kultury (art. 165–167) oraz przemysłu (art. 173).

O wspólnej polityce audiowizualnej można mówić od początku lat osiemdziesiątych XX wieku, kiedy z powodu rozwoju telewizji satelitarnej i kablowej państwa członkowskie utraciły pełną kontrolę nad programami odbieranymi na ich terenie. Cele polityki w kwestiach audiowizualnych obejmują europejskie zróżnicowanie kulturowe, ochronę mniejszości, promowanie różnorodności mediów, a także rozwój kinematografii europejskiej. Mimo że określenie „audiowizualny" obejmuje szereg kwestii łączących obraz i dźwięk, w zakres działań UE w tym sektorze wchodzą przede wszystkim problemy związane z funkcjonowaniem telewizji – pozostającej podstawowym źródłem informacji i rozrywki dla przeciętnego Europejczyka – a także wspieraniem europejskiej kinematografii, ochrony nieletnich oraz godności ludzkiej w mediach.

Głównym dokumentem, który reguluje kwestie polityki audiowizualnej UE, jest *Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych*, która zastąpiła funkcjonującą od 1989 roku Dyrektywę o telewizji bez granic (zob. ramka). Ważną rolę odgrywają kolejne generacje programu wspólnotowego „Media". Od 1991 roku program ulegał zmianom i poszerzaniu zakresu merytorycznego, jednak cały czas jego działanie skupiało się przede wszystkim na współfinansowaniu europejskich produkcji filmowych, promocji konkurencyjności produkcji europejskich, wspomaganiu dystrybucji produkcji telewizyjnych i filmowych, podnoszeniu kwalifikacji osób zatrudnionych w przemyśle filmowym i telewizyjnym. Jak podaje Komisja Europejska, dzięki wsparciu programu „Media" powstała połowa europejskich filmów kinowych, dofinansowywana jest dystrybucja dziewięciu na dziesięć filmów europejskich pokazywanych poza granicami kraju pochodzenia, a 2,5 mln kinomanów uczestniczy w ponad 15 tys. pokazów realizowanych w ramach ponad stu festiwali filmowych. Dodatkowo każdego roku program współfinansuje ok. 400 europejskich produkcji.

Z uwagi na to, że obecnie coraz większą rolę odgrywają nowe media, szczególnie internet, podejmuje się działania mające na celu ochronę małoletnich. Wydano m.in. *Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 grudnia 2006 r. w spra-*

wie ochrony małoletnich, godności ludzkiej oraz prawa do odpowiedzi w odniesieniu do konkurencyjności europejskiego przemysłu audiowizualnego oraz internetowych usług informacyjnych, a także podjęto realizację Safer Internet Programme. Kwestie te podejmuje szerzej dokument Europejska agenda cyfrowa [*Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego*..., 2010].

Prowadzone są także działania w zakresie ochrony europejskiego dziedzictwa filmowego. *Zalecenie Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 listopada 2005 r. w sprawie dziedzictwa filmowego i konkurencyjności związanych z nim działań przemysłowych* rekomenduje katalogowanie, odnawianie i ochronę dziedzictwa filmowego dla przyszłych pokoleń.

Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych [Dz. U. L 095, 15/04/2010 P. 0001 – 0024]

Dyrektywa ustanawia przepisy ustawowe, wykonawcze i administracyjne dotyczące dostarczania i dystrybucji usług audiowizualnych, odnoszące się do dostawców usług medialnych w państwach członkowskich Unii Europejskiej. Podstawowym założeniem dokumentu jest usunięcie przeszkód w swobodnej wymianie programów i usług na żądanie na terenie UE. Zgodnie z dyrektywą państwa członkowskie nie mogą ograniczać nadawania audiowizualnych usług medialnych pochodzących z innych państw członkowskich, chyba że treści programów są brutalne, pornograficzne lub nieodpowiednie dla małoletnich, albo jeśli uznają, że zagrożone są porządek, zdrowie i bezpieczeństwo publiczne lub ochrona konsumentów. Przy nadawaniu programów dostawcy usług mają obowiązek chronić małoletnich przed negatywnymi skutkami programów pornograficznych lub o brutalnym charakterze, poprzez ostrzeżenie sygnałem dźwiękowym lub symbolem widocznym przez cały czas trwania programu. Dostawcy mają ponadto obowiązek poprawy dostępności do usług dla osób z upośledzeniami wzroku lub słuchu.

Należy pamiętać, że programy audiowizualne nie mogą zawierać zachęt do nienawiści z powodu rasy, płci, religii czy narodowości. Na nadawców nakłada się obowiązek, aby – w miarę możliwości – ponad połowę czasu antenowego przeznaczyć na prezentowanie filmów i programów europejskich. A przynajmniej 10% czasu antenowego lub 10% budżetu programowego mają oni przeznaczyć na utwory europejskie wyprodukowane przez producentów niezależnych od nadawców, z wyłączeniem czasu przeznaczonego m.in. na nadawanie programów informacyjnych, transmisji sportowych, reklam. Zapis ten wynikał z zalewu rynku europejskiego produkcjami amerykańskimi, które stanowią 75% przychodów kin europejskich (mimo iż w Europie produkuje się więcej filmów).

W ramach prawa do informacji umożliwia się państwom członkowskim podjęcie odpowiednich kroków, które zagwarantują szerokiej publiczności dostęp do pewnego typu wydarzeń, ważnych dla całego społeczeństwa (jak np. igrzyska olimpijskie), tj. zapewnią transmisję przez bezpłatne kanały telewizyjne.

Część dokumentu reguluje kwestie handlowych przekazów audiowizualnych i reklamy, ograniczając ich swobodne nadawanie. Zakłada między innymi, że limit czasu spotów reklamy telewizyjnej i spotów telesprzedażowych nie może przekroczyć 12 minut. Wprowadzenie dyrektywy ma zachować specyficzny charakter europejskiej telewizji, w której reklamy umieszczane są najchętniej pomiędzy audycjami – w związku z tym ograniczona zostaje możliwość przerywania reklamą utworów kinematograficznych i filmów wyprodukowanych dla telewizji oraz audycji z kategorii wymagających specjalnej ochrony. Zakazano reklamowania niektórych produktów, w tym wyrobów tytoniowych oraz określonych produktów medycznych; ściśle ogranicza się także reklamę wyrobów alkoholowych. Handlowe przekazy audiowizualne muszą być jasno oznaczone i nie mogą wykorzystywać technik podprogowych. Ich treść nie może zaś naruszać godności człowieka, dyskryminować innych ani zachęcać do postępowania szkodzącego środowisku [więcej zob.: http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/am0005_pl.htm].

Finansowanie sektora kultury ze środków UE

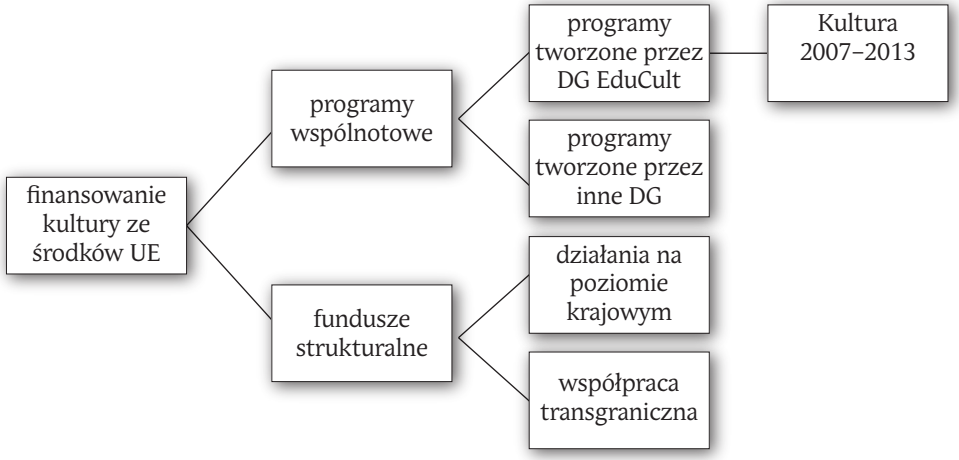
Obecnie UE finansuje działania kulturalne z dwóch źródeł. Pierwsze to programy wspólnotowe, a zwłaszcza podstawowe narzędzie polityki kulturalnej UE, jakim jest program **„Kultura 2007–2013"** (od 2014 roku będzie to program „Kreatywna Europa"). Drugi to możliwość finansowania projektów kulturalnych poprzez **Europejskie Fundusze Strukturalne**. Programy wspólnotowe wspierają realizację tzw. projektów miękkich, co w przypadku kultury dotyczy głównie realizacji szeroko rozumianych wydarzeń kulturalnych, badań i analiz, tłumaczeń, prac konserwatorskich. Organizacje, które chciałyby zrealizować projekt związany z infrastrukturą kulturalną (budowa nowych obiektów, remont lub modernizacja starych, adaptacja na potrzeby kulturalne przestrzeni poindustrialnych czy powojskowych), mogą uzyskać takie wsparcie w ramach programów operacyjnych realizowanych z budżetu Europejskich Funduszy Strukturalnych. Dodatkową różnicą między tymi dwoma źródłami finansowania jest konieczność współpracy międzynarodowej w ramach programów wspólnotowych (tj. znalezienie partnerów zagranicznych do projektów), które raczej nie pojawią się w ramach programów operacyjnych finan-

sowanych przez fundusze strukturalne. W przeciwieństwie do programów wspólnotowych (które w większości są zarządzane przez Komisję Europejską i dostępne dla wszystkich państw członkowskich na takich samych zasadach), zakres możliwości finansowania kultury w ramach funduszy strukturalnych zależy od poszczególnych państw członkowskich. To one tworzą i negocjują z Komisją Europejską programy operacyjne, decydując tym samym o priorytetach i zakresie finansowania projektów z dziedziny kultury w danym okresie programowania.

Programy wspólnotowe

Jak już wspominano, pierwszy program wspólnotowy dotyczący kultury, a konkretnie ochrony dziedzictwa architektonicznego, powstał w latach osiemdziesiątych XX wieku. Jednak dopiero kolejna dekada pozwoliła na szerszy rozwój programów w dziedzinie kultury. W Komisji Europejskiej funkcjonowała już dyrekcja generalna odpowiedzialna za działania w sferze kultury i prowadząca trzy programy: „Raphael" (ochrona dziedzictwa kulturowego), „Kaleidoscope" (twórczość artystyczna i sztuka) oraz „Ariane" (książki i czytelnictwo), które później zastąpiono programem ramowym „Kultura 2000" (lata 2000–2006), a następnie „Kultura 2007–2013". Aspekt kulturalny uwzględniany jest obecnie w wielu programach wspólnotowych (np. „Europa dla obywateli", którego podstawą prawną jest art. 167 TFUE, programy „Uczenie się przez całe życie", „Młodzież" czy „7. Program ramowy w zakresie badań i rozwoju technologicznego"), a także w licznych programach operacyjnych w państwach członkowskich, finansowanych ze środków Europejskich Funduszy Strukturalnych. Kultura stanowi także element Europejskiej Polityki Sąsiedztwa, szczególnie w aspekcie odnoszącym się do państw leżących na południe od UE: Eurośródziemnomorska Fundacja Dialogu Kultur im. Anny Lindh jest podstawowym narzędziem „społecznego koszyka Procesu Barcelońskiego / Unii dla Śródziemnomorza". Dzięki temu można powiedzieć, że kultura pojawia się w orbicie zainteresowań różnych dziedzin współczesnej polityki UE. Sytuacja ta ma jednak również aspekt negatywny – można obawiać się instrumentalnego traktowania kultury, tak na poziomie europejskim, jak i narodowym [Næss, 2009, s. 167–16].

Schemat 1. Finansowanie projektów kulturalnych ze środków UE



Źródło: Opr. własne

Programy „Kultura" i „Kreatywna Europa"

Program „Kultura" – funkcjonujący w latach 2007–2013 i posiadający łączny budżet 400 mln euro – ma charakter programu ramowego, tj. obejmującego wszystkie dziedziny kultury oraz wcześniejsze działania wspólnotowe dotyczące tego sektora. Wyróżniono trzy zasadnicze cele tego programu: • promocja dialogu międzykulturowego, • wspieranie mobilności osób z sektora kultury, • wspieranie międzynarodowego obiegu dzieł. Najwięcej środków w ramach programu (77%) przeznaczonych jest na projekty realizowane przez operatorów kulturalnych z całej Europy (obszar 1). Ich podstawą jest partnerstwo (co najmniej trzech współorganizatorów w projektach krótkoterminowych oraz pięciu w projektach wieloletnich), charakter non profit i wysokość budżetu (od 100 tys. euro, z czego 50% może wynosić grant Komisji Europejskiej). Oprócz projektów angażujących organizacje z państw uczestniczących w programie przewidziano możliwość realizacji projektów w państwach trzecich, składania wniosków o dofinansowanie tłumaczeń literackich oraz wsparcie europejskich festiwali kultury. W projektach drugiego typu (obszar 2) organizacje działające na poziomie europejskim mogą starać się o granty operacyjne. W ramach programu przyznawana jest także Nagroda im. Meliny Mercouri (dla miast, które w danym roku noszą tytuł Europejskiej Stolicy Kultury). Unia Europejska przyznaje ponadto nagrody w dziedzinie dziedzictwa kulturowego, muzyki popularnej, literatury, architektury współczesnej.

Na lata 2014–2020 przygotowany został program, który łączy w sobie zasięg programów „Kultura" i „Media". Proponowany budżet programu to 1,8 mld euro (z czego ok. 900 mln euro będzie przeznaczone na projekty dotychczas współfinansowane ze środków programu „Media") – ma on w istotny sposób wpłynąć na poprawę sytuacji sektora kultury i przemysłów kreatywnych w Europie. Bezpośrednie uwzględnienie tych ostatnich stanowi pewną nowość w podejściu UE, pokazuje, że bierze się pod uwagę rolę kultury w tworzeniu miejsc pracy i stymulacji wzrostu gospodarczego w Europie, co z kolei jest zgodne z zasadami strategii *Europa 2020*. Strategia proponuje wizję społecznej gospodarki rynkowej dla Europy XXI wieku i wyznacza następujące priorytety: „rozwój inteligentny: rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacji; rozwój zrównoważony: wspieranie gospodarki efektywniej korzystającej z zasobów, bardziej przyjaznej środowisku i bardziej konkurencyjnej; rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu: wspieranie gospodarki o wysokim poziomie zatrudnienia, zapewniającej spójność społeczną i terytorialną" [*Komunikat Komisji. Europa 2020*..., 2010].

Przygotowując propozycję programu, Komisja Europejska przewidziała 210 mln euro na nowy mechanizm gwarancji finansowych, które umożliwiać będą małym operatorom otrzymanie pożyczek bankowych, a także 60 mln euro na wsparcie polityki współpracy i innowacyjnego podejścia w budowaniu publiczności i nowych modeli biznesowych w sektorze kultury[1].

Zainteresowanie UE wykorzystaniem sektora kultury na rzecz rozwoju

Zainteresowanie instytucji unijnych wpływem kultury na rozwój społeczny i gospodarczy było początkowo niewielkie. Pierwszym programem UE, który brał pod uwagę społeczno-ekonomiczny wymiar kultury – co prawda w ograniczonym zakresie – był Program Ramowy „Kultura 2000" (2000–2006). Jednym z jego celów, wymienionym na siódmym miejscu, było „uwzględnienie roli kultury w rozwoju społeczno-gospodarczym" [*Decyzja nr 508/2000/WE*]. Z bezpośredniego uwzględnienia tego wymiaru kultury zrezygnowano jednak w kolejnym programie wspólnotowym „Kultura 2007–2013".

Pierwsze badanie roli kultury w gospodarce zostało wykonane na zlecenie Dyrekcji Generalnej ds. Edukacji i Kultury dopiero w latach 2005–2007

[1] W czasie powstawania niniejszej publikacji program „Kreatywna Europa" był negocjowany przez państwa członkowskie.

[*The economy of culture*..., 2006]. Pod uwagę wzięto nie tylko tradycyjne dziedziny kultury (sztuki wizualne, performatywne i dziedzictwo kulturowe), ale także przemysły kultury (film, telewizja, radio, gra komputerowa, muzyka, książka i prasa) oraz sektor kreatywny (projektowanie, architektura, reklama). **Wyniki badań pokazują, że kultura i sektor kreatywny odgrywają istotną rolę w gospodarce UE**. Obroty w tych sektorach w 2003 roku były 2,5 razy większe niż w przemyśle motoryzacyjnym i w przemyśle nowych technologii. Średnia wartość dodana sektora do PKB UE wyniosła 2,6% (2003) – więcej niż w sektorze nieruchomości, przemyśle chemicznym i przemyśle tekstylnym. Najwyższe wskaźniki (powyżej 3%) przypadają na Francję, Wielką Brytanię, Norwegię, Finlandię i Danię (sektor kreatywny ma największe znaczenie w Skandynawii i Finlandii). Polska w tym zestawieniu wypada słabo (1,2%), nawet w porównaniu z innymi państwami Europy Środkowej: Czechy – 2,3%, Słowacja – 2%, Słowenia – 2,2%, Estonia – 2,3%, Litwa – 1,7%, Łotwa – 1,6%, Rumunia – 1,4%, Bułgaria – 1,2%. Sektor kultury okazuje się także istotnym pracodawcą: 3,1% pracujących w UE jest zatrudnionych w szeroko pojętej kulturze. Co więcej, zatrudnienie w tym sektorze wzrosło w latach 2002–2004) o 0,88%, podczas gdy ogólny wskaźnik zatrudnienia w UE spadł w tym okresie. W Polsce łączne zatrudnienie w kulturze i turystyce kulturowej oszacowano na 1,9% ogółu pracujących.

Dużo czasu upłynęło, zanim kultura jako osobny obszar interwencji pojawiła się w regulacjach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Dopiero w perspektywie finansowej na lata 2007–2013 uwzględniono projekty inwestycji w kulturę, tj. ochronę i promocję dziedzictwa kulturowego oraz rozwój infrastruktury kulturalnej, wspierające rozwój społeczno-gospodarczy, zrównoważoną turystykę i wzrost atrakcyjności regionu, a także stanowiące wsparcie dla doskonalenia usług kulturalnych o wysokiej wartości dodanej [*Rozporządzenie nr 1080/2006*...]. Poprzednia perspektywa finansowa na lata 2000–2006 uwzględniała działania w sferze kultury tylko w połączeniu z turystyką i z naciskiem na nią. Nowe zapisy dotyczące funduszy strukturalnych pozwalają na szersze wykorzystanie tych środków na rzecz kultury, która sama w sobie jest traktowana jako dziedzina wpływająca na spójność społeczno-ekonomiczną regionów.

Rolę kultury w budowaniu spójności ekonomicznej regionów podkreśla *Komunikat Komisji do Rady i Parlamentu Europejskiego*, który dotyczy polityki spójności i roli miast w odniesieniu do wzrostu zatrudnienia w regionach [*Komunikat Komisji do Rady*..., 2006]. Miasta stanowią podstawę rozwoju Unii Europejskiej. Są ośrodkami przyciągającymi inwestycje i dającymi zatrudnienie. Aby utrzymać ich atrakcyjność w tym zakresie, konieczne jest zwrócenie uwagi na podstawowe kwestie: dostępność miasta i transport, dostępność usług (ze szczególnym uwzględnieniem nowych technologii), środowisko naturalne i fizyczne oraz kulturę.

Zdaniem autorów dokumentu, kultura może stanowić podstawę strategicznego planowania rozwoju i regeneracji miasta. Polityka kulturalna pro-

mująca żywą kulturę, opartą na odpowiedniej infrastrukturze, powoduje wzrost atrakcyjności miasta dla mieszkańców, pracowników, biznesu, turystów. Zwiększa poczucie dumy z przynależności i wpływa na kreowanie tożsamości. Nie tylko prace renowacyjne i rewitalizacyjne, ale także oferta kulturalna miasta może znacząco zmienić jego postrzeganie i wypromować nową jakość, nową markę miejscowości. Nie należy także zapominać o istotnej roli działalności kulturalnej w dialogu międzykulturowym prowadzonym w coraz bardziej zróżnicowanych społecznie i etnicznie miastach oraz przemysłach kultury i turystyce kulturalnej.

O zmianie myślenia o kulturze na poziomie europejskim świadczy obecnie komunikat Komisji dotyczący *Europejskiej agendy kultury w dobie globalizacji świata* – jego cele zdefiniowano jako:

- propagowanie różnorodności kulturowej i dialogu międzykulturowego;
- propagowanie kultury w celu pobudzania kreatywności na rzecz wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w ramach Strategii Lizbońskiej;
- propagowanie kultury jako istotnego elementu w stosunkach międzynarodowych UE [*Komunikat Komisji do Parlamentu*..., 2007].

Dokument zwraca uwagę tym, że nie odwołuje się bezpośrednio do dziedzictwa kulturowego ani nawet do sztuki. Tym razem postawiono na inne aspekty działalności kulturalnej, co nie oznacza odcięcia się od tradycyjnie pojmowanego sektora, który również może wpływać na realizację wymienionych celów. Twórcy agendy mieli na celu podniesienie znaczenia kultury w polityce unijnej i zwrócenie uwagi na szeroką rolę, jaką kultura może odgrywać. Istnieje szansa, że dzięki zaproponowanej tzw. otwartej metodzie koordynacji[2] państwa członkowskie będą czuły się zobowiązane do uwzględniania realizacji tych celów w swojej polityce. Jak wspomniano w raporcie *The economy of culture in Europe*, kultura i sektor kreatywny przyczyniają się do tworzenia miejsc pracy, powiększania PKB oraz stymulowania wzrostu gospodarczego. Kreatywność jest podstawową cechą szeroko rozumianego sektora kultury i jednocześnie stanowi bazę innowacyjności społecznej i technologicznej, przez co pobudza wzrost konkurencyjności i tworzenie miejsc pracy. Komunikat uwzględnia następujące cele szczegółowe:

- „propagowanie kreatywności w kształceniu dzięki udziałowi sektora kultury w budowaniu potencjału kultury jako konkretnego wkładu/narzędzia kształcenia ustawicznego i propagowania kultury i sztuki w kształceniu formalnym i nieformalnym (w nauce języków);
- propagowanie budowania potencjału w sektorze kultury poprzez wspieranie szkolenia pracowników sektora kultury w zakresie umiejętności zarządzania,

[2] Otwarta metoda koordynacji to udoskonalona metoda nieformalnej i niezobowiązującej koordynacji polityki krajowej państw członkowskich polegająca przede wszystkim na wymianie informacji i dobrych praktyk. Metoda ta nie przewiduje sankcji za brak rezultatów. Działa jedynie na zasadzie nieformalnej presji rządów pozostałych państw.

przedsiębiorczości, znajomości europejskiego wymiaru/działań rynkowych i rozwoju innowacyjnych źródeł finansowania (w tym sponsoringu) i poprawy ich dostępności;

- tworzenie kreatywnych partnerstw między sektorem kultury a innymi sektorami (technologie informacyjno-komunikacyjne, badania, turystyka, partnerzy społeczni itd.) w celu wzmocnienia społecznego i gospodarczego wpływu inwestycji w kulturę i kreatywność, w szczególności w odniesieniu do propagowania wzrostu gospodarczego i tworzenia miejsc pracy oraz rozwoju i zwiększania atrakcyjności regionów i miast" [*Komunikat Komisji do Parlamentu*..., 2007].

W podobnym duchu sformułowano Rezolucję Rady z dnia 16 listopada 2007 r. dotyczącą europejskiego planu działań na rzecz kultury [*Rezolucja Rady*..., 2007] i jej Konkluzje [*Konkluzje Rady*..., 2008], w których wspomina się o konieczności wykorzystania związków między kulturą i edukacją, dołożeniu starań, aby zapewnić możliwości kształcenia osobom z sektora kultury i sektora kreatywnego oraz tworzeniu środowiska sprzyjającego rozwojowi tej branży.

Wykorzystanie środków wspólnotowych na kulturę w Polsce

Polska korzysta ze środków europejskich na kulturę od lat dziewięćdziesiątych. Początkowo organizacje i instytucje kulturalne mogły brać udział w projektach współfinansowanych przez WE jedynie jako partnerzy. Zmieniło się to w chwili podpisania i ratyfikowania *Protokołu dodatkowego do Układu Europejskiego ustanawiającego stowarzyszenie między RP z jednej strony a Wspólnotami Europejskimi i ich państwami członkowskimi z drugiej w dniu 31 grudnia 1996 r.* Od tego momentu Polska mogła wyrazić wolę korzystania z danego programu wspólnotowego, podpisać stosowne memorandum dotyczące swojego udziału w programie, a dzięki wpłaceniu składki do jego budżetu organizacje i instytucje mogły partycypować w przedsięwzięciach jako partnerzy. **Polskie organizacje korzystały więc tak z programu ochrony dziedzictwa architektonicznego, jak i z kolejnych programów – „Ariane", „Kaleidoscope" i „Raphael"**. Po ich zakończeniu zaczęły funkcjonować następne generacje programów kulturalnych.

Możliwości finansowania projektów kulturalnych pojawiły się także w programach przedakcesyjnych (szczególnie w programie PHARE), a po przystąpieniu do UE w programach finansowanych ze środków funduszy strukturalnych. Polska stała się członkiem UE w połowie trwania perspektywy finansowej na lata 2000–2006. Między innymi z tej przyczyny nie został stworzony osobny program, w ramach którego można by się ubiegać o środki na kulturę. Możliwości dla kultury

pojawiły się jednak w programach skupionych na innych dziedzinach. **W Zintegrowanym Programie Operacyjnym Rozwoju Regionalnego wsparcie działalności w sferze kultury gwarantowało przede wszystkim działanie 1.4 „Rozwój turystyki i kultury"**, które wyznaczało m.in. następujące cele: wzrost znaczenia kultury i turystyki jako katalizatorów rozwoju społeczno-ekonomicznego, ułatwienie dostępu do obiektów kultury i turystyki, podniesienie konkurencyjności regionalnych produktów turystycznych i kulturowych, a przez to wpływ na wzrost ruchu turystycznego. W ramach tego działania do realizacji wybrano 94 projekty o wartości całkowitej ponad 837 mln PLN, z czego ponad 566 mln PLN pochodziło ze środków europejskich. Dodatkowo projekty związane z kulturą były wspierane przez działanie 3.1 „Obszary wiejskie", 3.2 „Obszary podlegające restrukturyzacji", 3.3 „Zdegradowane obszary miejskie, poprzemysłowe i powojskowe", 3.4 „Mikroprzedsiębiorstwa". Łącznie w ramach ZPORR na projekty związane z kulturą wydano około 1,3 mld PLN, z czego około 70% sfinansowano z budżetu Europejskich Funduszy Strukturalnych. Projekty z zakresu turystyki i kultury przewidziane do realizacji na terenie miejscowości do pięciu tysięcy mieszkańców mogły uzyskać wsparcie w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich", w ramach działania „Odnowa wsi oraz zachowanie i ochrona dziedzictwa kulturowego". Natomiast przedsiębiorstwa prywatne działające w sektorze turystyki i kultury mogły ubiegać się o dofinansowanie projektów w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego „Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw".

W kolejnej perspektywie finansowej, na lata 2007–2013, udało się stworzyć szerszy wachlarz możliwości wspierania kultury. Podstawowym programem, który miał temu służyć, był Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko – jego cel to podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej Polski i jej regionów poprzez rozwój infrastruktury technicznej przy równoczesnej poprawie stanu środowiska, ochronie zdrowia oraz zachowaniu tożsamości kulturowej i rozwijaniu spójności terytorialnej [*Program*..., 2008, s. 89]. Projekty z dziedziny kultury mogą być realizowane głównie w ramach priorytetu XI „Kultura i dziedzictwo kulturowe", którego podstawowym założeniem jest „wykorzystanie potencjału kultury i dziedzictwa kulturowego o znaczeniu światowym i europejskim dla zwiększenia atrakcyjności Polski". Priorytet został podzielony na trzy działania, w ramach których możliwe jest przedkładanie projektów: „Ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego o znaczeniu ponadregionalnym" (działanie XI.1), „Poprawa stanu infrastruktury kultury o znaczeniu ponadregionalnym oraz zwiększenie dostępu do kultury" (działanie XI.2), „Rozwój infrastruktury szkolnictwa artystycznego" (działanie XI.3). W ramach tego możliwa była realizacja projektów związanych z modernizacją, budową, rozbudową i adaptacją do nowych celów infrastruktury kultury i szkolnictwa artystycznego oraz projektów dotyczących ochrony dziedzictwa kulturowego o znaczeniu europejskim i światowym (w szczególności obiektów i miejsc wpisanych na

Listę Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Naturalnego UNESCO oraz obiektów uznanych przez Prezydenta RP za pomniki historii) [*Program*..., 2008]. Polskie instytucje i organizacje wykorzystały przyznaną na ten priorytet alokację środków, realizując 79 projektów, które niemal po równo rozłożyły się na trzy wspomniane działania: działanie XI.1 – 28 projektów, działanie XI.2 – 22 projekty, działanie XI.3 – 29 projektów. Łączny koszt realizacji wszystkich przedsięwzięć wynosił 3,86 mld PLN, z czego 2,25 mld PLN pochodziło ze środków europejskich (Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego). Do najdroższych przedsięwzięć realizowanych w ramach POIŚ należą: Centrum Nauki Kopernik w Warszawie (364 mln PLN, z tego 207 mln PLN z dotacji UE), Narodowe Forum Muzyki we Wrocławiu (296 mln PLN, z tego 143 mln PLN pochodziło z grantu UE), siedziba Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach (265 mln PLN, z tego 122 mln PLN z dotacji UE), Europejskie Centrum Solidarności w Gdańsku (229 mln PLN, 107 mln PLN z dotacji UE) oraz Opera i Filharmonia Podlaska – Europejskie Centrum Sztuki w Białymstoku (180 mln PLN, 100 mln PLN z dotacji UE) [http://poiis.mkidn.gov.pl].

W tym samym okresie możliwość finansowania projektów związanych z szeroko rozumianą kulturą przewidywały także inne sektorowe (centralnie zarządzane) programy operacyjne: „Kapitał ludzki", „Innowacyjna gospodarka", „Rozwój obszarów wiejskich", „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa oraz nadbrzeżnych obszarów rybackich". Co ważne, projekty o znaczeniu regionalnym uzyskały możliwość dofinansowania z szesnastu programów regionalnych zarządzanych przez urzędy marszałkowskie wszystkich województw.

Tabela 1. Udział polskich instytucji i organizacji w projektach kulturalnych wspieranych ze środków europejskich

Program	Liczba projektów z udziałem Polski (jako lider projektu lub współorganizator)
Program ochrony dziedzictwa architektonicznego	10
Kaleidoscope	21
Raphael	3
Kultura 2000	199
Kultura 2007–2013	204
ZPORR (w tym działanie 1.4 „Rozwój turystyki i kultury")	298 (94)
POIŚ – priorytet XI „Kultura i dziedzictwo kulturowe"	79

Źródło: Opr. własne (dane na koniec lipca 2013)

Dofinansowanie ze środków europejskich pozwoliło polskim organizacjom na poszerzenie działalności i nawiązanie kontaktów zagranicznych poprzez udział

w kolejnych odsłonach wspólnotowych programów kulturalnych. Przykładem może być np. projekt „Pars pro toto – cultural translation in art and through artistic activities", w ramach którego Fundacja Cracovitalia (wraz z partnerami z Włoch i Hiszpanii) pokazała, jak współcześni artyści mogą pełnić funkcję przewodnika i tłumacza znaczeń kulturowych w procesie komunikacji ponadnarodowej, tj. jak przekładać kulturę narodową na obcą i *vice versa*. Głównym założeniem projektu „Cult Rural" była natomiast promocja dziedzictwa kultury ludowej poprzez współpracę pomiędzy muzeami, instytucjami naukowymi i kultury oraz organizacjami społecznymi. Liderem projektu, do którego zaproszono przedstawicieli Grecji, Węgier, Francji i Bułgarii, było Muzeum Kresów w Lubaczowie. Z programów „Kultura 2000" i „Kultura 2007–2013" skorzystały także polskie wydawnictwa – zrealizowano 26 projektów, wydając ponad 120 pozycji (z tego 93 w ramach „Kultura 2007–2013"), tłumaczonych m.in. z serbskiego, bułgarskiego, czeskiego, a także angielskiego, niemieckiego, hiszpańskiego i francuskiego.

Dzięki funduszom europejskim możliwa była poprawa standardu infrastruktury kulturalnej, w tym nie tylko remont i odnowa istniejących obiektów, ale także wybudowanie nowych. Wśród licznych przedsięwzięć można wymienić m.in. budowę Narodowego Forum Muzyki we Wrocławiu, rozbudowę Biblioteki Raczyńskich w Poznaniu, budowę siedziby Gdańskiego Teatru Szekspirowskiego w Gdańsku, a także rewitalizację zespołu pałacowo-parkowego w Koszęcinie i budowę nowoczesnego obiektu dydaktyczno-kulturalnego Zespołu Szkół Plastycznych w Częstochowie.

Akcesja do Unii Europejskiej zmieniła także perspektywę, z jakiej do tej pory patrzono na kulturę. Po pierwsze, chęć wykorzystania środków unijnych wymusza długoterminowe i strategiczne planowanie, przejawiające się w konieczności przygotowania planów rozwoju i towarzyszących im programów operacyjnych. W sektorze kultury była to pewna nowość. Ponadto udział w programach wspieranych przez fundusze unijne spowodował zwiększenie nakładów inwestycyjnych na kulturę z budżetów centralnych i samorządowych. Wynikało to z faktu, że środki unijne nigdy nie stanowią 100% budżetu danego projektu i każdy projekt wymagał finansowego wkładu własnego. W przypadku kultury dużym ułatwieniem stał się program ministra kultury i dziedzictwa narodowego „Promesa", który umożliwiał dofinansowanie z budżetu ministra wkładu własnego w projektach europejskich.

Zmieniło się także myślenie o kulturze. Po raz pierwszy decydenci musieli zastanowić się, jaka ma być rola kultury w strategicznych planach rozwoju regionu i państwa. W ten sposób powstała Narodowa Strategia Rozwoju Kultury na lata 2004–2013, w której dokonano diagnozy sytuacji, za cel strategiczny stawiając zrównoważony rozwój kultury w regionach. Na tej podstawie stworzono programy operacyjne ministra, które w kolejnych latach – ulegając zmianom – wspierały działania w sferze kultury poprzez konkursy grantowe.

Na zmianę perspektywy patrzenia na kulturę wpłynął także udział jedenastu polskich miast w konkursie o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku. Aby uczestniczyć w konkursie, miasta musiały nie tylko przygotować propozycję programu artystycznego na rok obchodów, ale przede wszystkim stworzyć całościową wizję rozwoju, która akcentowałaby miejsce kultury w długofalowej strategii miasta.

Podsumowanie

Wraz z dostrzeżeniem potencjału sektora kultury jako aktywnego elementu systemu gospodarczego Unii Europejskiej zwiększono liczbę programów, funduszy i inicjatyw wspólnotowych wspierających potencjał tego sektora jako katalizatora rozwoju społeczno-gospodarczego. Należy jednak pamiętać, że kultura może pełnić także inne funkcje. Rola przekazów kulturowych w budowaniu wspólnoty idei i wartości, będącej kluczową dla integracji europejskiej, jest nie do przecenienia. Warto tu nadmienić, że Komisja Europejska, zdając sobie sprawę z wagi kultury w kreowaniu poczucia przynależności do Unii Europejskiej, stworzyła program „Europa dla obywateli" (2007–2013). Ma on na celu m.in. rozwijanie poczucia tożsamości europejskiej opartej na wspólnych wartościach, historii i kulturze, a także pogłębianie tolerancji i wzajemnego zrozumienia między Europejczykami.

Literatura

Europa – szansa dla kultury. Polskie organizacje kulturalne w programach Unii Europejskiej [2004], A. Etmanowicz, J. Sanetra (red.), Punkt Kontaktowy do spraw Kultury. Ministerstwo Kultury. Departament Stosunków Międzynarodowych i Integracji Europejskiej, Warszawa.

Kulturalna Unia Europejska. Program Kultura pod lupą [2011], J. Bębenkowska, A. Hierapolitańska (red.), Punkt Kontaktowy ds. Kultury, Instytut Adama Mickiewicza, Warszawa.

Mapa projektów Programu Kultura (2007–2013) [2011], Punkt Kontaktowy ds. Kultury, Instytut Adama Mickiewicza, Warszawa.

Możliwości finansowania kultury z funduszy europejskich w latach 2007–2013 [2009], K. Tylus-Sowa (red.), Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa.

Narodowa Strategia Rozwoju Kultury 2004–2013, Ministerstwo Kultury, dostępne: http://bip.mkidn.gov.pl/media/docs/Narodowa_Strategia_Rozwoju_Kultury.pdf, korzystano 15.10.2012.

Næss H.E. [2009], *A new agenda? The European Union and cultural policy*, Alliance Publishing Trust, London.

Obuljen N. [2005], *Why we need European cultural policies. The impact of EU enlargement on cultural policies in transition countries*, European Cultural Foundation, Amsterdam.

Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013 [2008], Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa (wersja 3,0).

Psychogiopoulou E. [2008], *The integration of cultural considerations in EU law and policies*, Martinus Nijhoff Publishers, Leiden, Boston.

Sokolewicz Z. [2003], *Kultura w procesie integracji europejskiej, w: Integracja europejska. Wybrane problemy*, D. Milczarek, A.Z. Nowak (red.), Centrum Europejskie Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

Szlakiem kultury. Projekty dofinansowane w ramach XI priorytetu „Kultura i dziedzictwo kulturowe" Programu Operacyjnego „Infrastruktura i Środowisko" [2009], K. Tylus-Sowa (red.), Narodowe Centrum Kultury, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Warszawa.

The economy of culture in Europe. A study prepared for the European Commission (Directorate-General for education and culture) [2006], KEA European Affairs, Brussels.

Dokumenty wspólnotowe

Community action in the cultural sector, Commission Communication to the Council, sent on 22 November 1977, COM(77) 560, 2 December 1977, Bulletin of the European Communities Supplement 6 I 77.

Decyzja nr 508/2000/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 14 lutego 2000 r. ustanawiająca program „Kultura 2000".

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych). Tekst mający znaczenie dla EOG. Dz. U. L 95/1.

Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, Europejska agenda cyfrowa, Bruksela, dnia 26.8.2010, KOM(2010) 245, wersja ostateczna/2.

Komunikat Komisji do Rady i Parlamentu Europejskiego. Polityka spójności i miasta: rola miast i aglomeracji w odniesieniu do wzrostu i zatrudnienia w regionach, Bruksela, dnia 13.7.2006, KOM(2006) 385 f, wersja ostateczna.

Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów dotyczący Europejskiej agendy kultury w dobie globalizacji świata, Bruksela, dnia 10.5.2007, KOM(2007) 242, wersja ostateczna.

Komunikat Komisji. Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu, Bruksela 3.3.2010, KOM(2010) 2020, wersja ostateczna.

Konkluzje Rady i przedstawicieli rządów państw członkowskich zebranych w Radzie w sprawie planu prac w dziedzinie kultury na lata 2008–2010 (2008/C 143/06).

Resolution of the European Parliament from March 8, 1976 on the Community action in the cultural sector, OJ 79 5/04/1976.

Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 13 maja 1974 r. w sprawie ochrony europejskiego dziedzictwa kulturowego, Dz. U. C 62 z 30.5.1974.

Rezolucja Rady z dnia 16 listopada 2007 r. dotycząca europejskiego planu działań na rzecz kultury (2007/C 287/01).

Rozporządzenie nr 1080/2006 Europejskiego Parlamentu i Rady z dn. 5 lipca 2006 dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i uchylające Rozporządzenie nr 1783/1999 dot. EFRR, Dz. U. L 210/25.

Solemn declaration on European Union, Stuttgart, Bulletin of the European Communities, June 1983 6/1983.

Stronger Community Action in the Cultural Sector. Communication to Parliament and the Council, COM C(82) 590 final Brussels, 16 October 1982.

Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana 2012), Dz. U. C 326, 26.10.2012.

Strony internetowe

http://ec.europa.eu/culture/, korzystano 12.12.2012.
http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/am0005_pl.htm, korzystano 12.12.2012.
http://www.mkidn.gov.pl/pages/strona-glowna/finanse/srodki-europejskie.php, korzystano 12.12.2012.
http://www.program-kultura.eu/, korzystano 12.12.2012.
http://www.europadlaobywateli.pl/index.php, korzystano 12.12.2012.
http://poiis.mkidn.gov.pl/front/page/get/53/, korzystano 22.07.2013.

Część V

Kultura i gospodarka

Krzysztof Malczyk

Kultura i rynek

W podręcznikowych ujęciach można odnaleźć definicję rynku jako mechanizmu koordynującego proces wymiany dóbr i usług [por. Begg i in., 2007; Mankiw, Taylor, 2009]. Istotą funkcjonowania tego mechanizmu jest ustalanie cen na dobra i usługi, w zależności od chęci i możliwości producentów oraz zapotrzebowania ze strony konsumentów. Indywidualne decyzje sprzedających i kupujących stanowią z kolei podstawę funkcjonowania gospodarki rynkowej, czyli systemu, w którym tysiące przedsiębiorstw i gospodarstw domowych dokonują wymiany, kierując się zasadami racjonalności gospodarowania. Ze względu na sytuacje, w których procesy rynkowe przynoszą skutki sprzeczne ze społecznymi oczekiwaniami, uzasadnione jest włączenie w system funkcjonowania gospodarczego instytucji państwa. Pełne zrozumienie praw rynkowych nie może nastąpić także bez uwzględnienia problematyki praw własności. Ponadto we współczesnej gospodarce rynkowej istotną rolę ogrywają podmioty społeczeństwa obywatelskiego.

Tak wygląda skrócony opis systemu funkcjonowania współczesnych gospodarek, w ramach których można umieścić szeroko pojętą produkcję i konsumpcję kulturową. Niektórzy ekonomiści zajmujący się problematyką kultury uważają nawet, że działalność gospodarcza przemysłów kultury podlegać powinna tradycyjnej ocenie ekonomicznej [Frey, 2000]. Można jednak odnaleźć stanowiska odmienne. John Kenneth Galbraith twierdził, że ekonomii nie można łączyć ze sztuką (którą wyróżnia swoisty elitarny charakter), a utowarowienie kultury traktował jako proces szkodliwy.

Współcześnie nie ulega już jednak wątpliwości, że nawet przy założeniu szczególnej wartości niektórych dóbr kultury podlegają one procesom dającym się ująć w modelach ekonomicznych. Dynamicznie zmieniająca się rzeczywistość wymusza z kolei ciągłe dostosowywanie narzędzi analizy w obszarze ekonomii kultury. Można tu choćby wskazać na rozwój społeczeństwa informacyjnego, z którym wiąże się potrzeba rozszerzenia dotychczasowych pojęć producenta i konsumenta o kategorię prosumenta.

Popyt oraz konsumpcja dóbr i usług kultury

W teorii ekonomii popyt oznacza ilość danego dobra, jaką konsumenci są skłonni zakupić przy różnym poziomie cen. Zależność taką przedstawić można graficznie za pomocą krzywej popytu, obrazującej relację pomiędzy ceną a wielkością zapotrzebowania na dane dobro, przy założeniu niezmienności pozostałych czynników, takich jak ceny innych dóbr i usług, dochody, gusta i preferencje konsumentów. Konkretny punkt na krzywej oznacza wielkość popytu, tj. taką ilość danego dobra, którą konsumenci są chętni nabyć w danym czasie po ściśle określonej cenie. Prawo popytu głosi, że wraz ze wzrostem ceny dobra bądź usługi – przy pozostałych czynnikach niezmienionych – wielkość popytu na nie maleje, natomiast spadającym cenom towarzyszy wzrost wielkości popytu.

Przedstawione zależności łatwo można zobrazować na przykładzie spektaklu teatralnego. Liczba chętnych do obejrzenia konkretnego przedstawienia (wielkość popytu) kształtować się będzie w zależności od cen oferowanych biletów. Niskie ceny biletów będą zachętą dla szerokiego grona potencjalnych odbiorców sztuki, natomiast przy wysokim poziomie cen liczba osób gotowych zapłacić za obejrzenie spektaklu będzie względnie niska. Pojawia się jednak pytanie, co determinuje sam popyt, czyli skłonność widzów do uczestnictwa w konkretnym wydarzeniu kulturalnym.

Jako podstawowe determinanty popytu w teorii ekonomii wymienia się ceny dóbr komplementarnych i substytucyjnych, wielkość dochodów konsumentów, a także ich gusta i preferencje. W przypadku spektaklu teatralnego popyt zależał będzie między innymi od cen alternatywnych rozrywek, np. cen biletów do kina bądź na spektakle w innych teatrach, oraz od relacji ceny naszego spektaklu do dochodów konsumentów. Mamy więc do czynienia z mierzalnymi wielkościami, dzięki którym można określić, jak zmieniać się będzie wielkość popytu w zależności od zmian wymienionych czynników. Mówią o tym tzw. wskaźniki elastyczności popytu, które zostaną szerzej scharakteryzowane w dalszej części rozdziału. David Throsby jako jedną z determinant popytu na sztukę wymienia jakość wydarzeń (określaną m.in. przez obsadę czy opinie krytyków), której przypisuje większe znaczenie od czynników cenowych [Throsby, 1990].

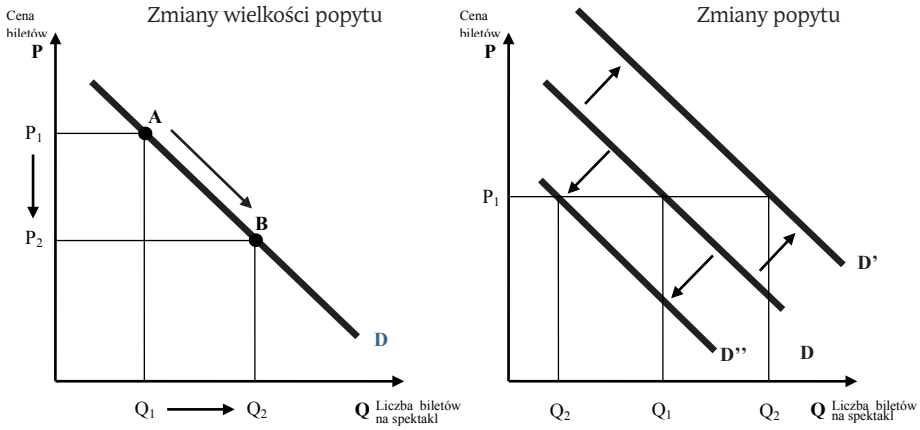
W przypadku dóbr i usług kultury szczególnie ważny wydaje się czynnik gustów i preferencji konsumentów. Zmiennych tych nie można w żaden sposób skwantyfikować. Jak zatem wnioskować o zmianie upodobań odbiorców wydarzeń kulturalnych? Choć zagadnienie to znajduje swoje odzwierciedlenie raczej w socjologii i psychologii zachowań, koncepcje kształtowania się gustów odnaleźć można także w badaniach ekonomicznych. George J. Stigler i Gary S. Becker postawili tezę o spójności preferencji i stałości gustów [Stigler, Becker, 1977]. Zmienność za-

chowań proponowali natomiast wyjaśniać poprzez zmiany tzw. cen kalkulacyjnych (*shadow prices*). Według nich konsumenci dysponują dochodem pieniężnym oraz czasem wolnym, który również można przedstawić w kategoriach pieniężnych. Przeznaczenie tych czynników, np. na słuchanie muzyki (zakup płyt, poświęcenie czasu), przekłada się na podniesienie kapitału konsumpcyjnego, tj. w tym przypadku wiedzy o muzyce, a wzrost doświadczenia i świadomości muzycznej sprawia, że ceny kalkulacyjne dóbr muzycznych dla tych konsumentów będą niższe.

Pogląd ten uznawany jest jednak za zbyt dogmatyczny i empirycznie niewerifikowalny. Przeważa natomiast teza, że podstawowym czynnikiem kształtującym gusta i preferencje dotyczące dóbr kulturowych jest edukacja kulturalna, szczególnie w wieku dziecięcym [Towse, 2011]. Systematyczne nabywanie kompetencji kulturowych, wiedza i umiejętność rozumienia sztuki oraz wcześniejsze doświadczenia prowadzą do wzrostu przyjemności z uczestnictwa kulturze[1].

Opisana zależność stoi w pewnej sprzeczności z tzw. prawem malejącej użyteczności krańcowej. Głosi ono, że wraz ze wzrostem konsumpcji danego dobra

Wykres 1. Wpływ zmian ceny oraz czynników pozacenowych na zmiany popytu na przykładzie spektaklu teatralnego



Zmiany wielkości popytu wywoływane są zmianami cen danego dobra. Na wykresie obrazuje je ruch po krzywej popytu D. W tym przykładzie obniżenie ceny biletów na spektakl tetralny z poziomu P_1 do P2 prowadzi do wzrostu wiekości popytu wyrażonego wzrostem liczby zakupionych biletów z powiomu Q_1 do Q_2.

Zmiany popytu wywoływane są zmianami czynników innych niż cena danego dobra. Na wykresie obrazują je przesunięcia krzywej popytu. W tym przykładzie wzrost popytu na spektakl teatralny (wywołany np. podniesiem cen biletów do kina) obrazuje przesunięcie krzywej popytu D do poziomu D'. Spadek popytu obrazuje przesunięcie krzywej D do poziomu D''.

Źródło: Opr. własne

[1] Zob. w niniejszej publikacji: K. Jagodzińska, *Edukacja kulturalna na rzecz kreatywności i innowacyjności.*

maleje skłonność do konsumpcji kolejnej jego jednostki, tym samym konsumenci za każdą kolejną jednostkę tego dobra będą skłonni zapłacić mniej niż za jednostkę wcześniejszą. O ile w przypadku konkretnej sztuki teatralnej czy koncertu prawidłowość ta z reguły zostanie zachowana, o tyle sumaryczny popyt na daną dziedzinę sztuki raczej wzrośnie niż spadnie. Wynika to z tzw. kumulatywności upodobań do produktów i usług artystycznych, co już pod koniec XIX wieku zauważył Alfred Marshall, stwierdzając, że częste słuchanie dobrej muzyki wpływa na wzrost upodobania do niej [Marshall, 1891]. Przełamywanie barier uczestnictwa w kulturze prowadzić zatem będzie do formowania gustów i zdobywania kompetencji kulturowych, tym samym będzie dodatkowo wzmacniać popyt na dobra i usługi kultury.

Przedstawione założenia doskonale wpisują się w schemat funkcjonowania współczesnej gospodarki doznań. Potwierdza to Michael Hutter, opisując zasady rządzące rynkiem tzw. dóbr doznaniowych (*experience goods*), czyli szerokiej gamy dóbr i usług sektora kultury, których konsumowanie przynosi więcej satysfakcji wraz ze wzrostem doświadczenia, a nawet staje się swego rodzaju uzależnieniem [Hutter, 2011]. Dla przykładu, jeśli przeczytana książka, obejrzany film czy sztuka teatralna wywołały w nas jakieś szczególne, pozytywne przeżycie, to wkrótce zechcemy zrobić coś, by móc doświadczyć zbliżonych emocji. Hutter formułuje prawo nieznanych preferencji, określając zachowania konsumentów jako nieznane i nieprzewidywalne, co więcej – zmienne z dnia na dzień. Wynika to z dynamiki współczesnych procesów kulturowych, w tym ciągłego zaspokajania wczorajszych potrzeb dobrami i usługami, które jednocześnie zmieniają nasze potrzeby w dniu jutrzejszym. Konsumenci, będący często jednoczesnymi twórcami nowych towarów i usług, nieustannie zmieniają warunki twórcze, kreują nowe trendy i wzorce zachowań.

Współczesna gospodarka doznań wymaga konfrontacji ze wspomnianą wcześniej jakością wydarzeń, wynikającą z rodzaju wystawianych dzieł, opinii krytyków, obsady w przypadku sztuk performatywnych. Pod pojęciem jakości intuicyjnie rozumieć można pewien wskaźnik przybliżający wartość kulturową danego dobra. Jak zaznacza Ruth Towse, krytycy, do których współcześnie zaliczyć można także blogerów, oceniając wartość różnych wydarzeń, pełnią rolę stróżów dostarczających informacji oraz kształtujących gusta odbiorców praktycznie wszystkich dóbr kultury. Niekoniecznie jednak wysoka wartość musi przesądzać o wysokim popycie. Wspomniany już Hutter podkreśla, że współcześnie liczy się przede wszystkim to, co wybierają inni. Popularność dzieł i artystów prowadzi do jeszcze większej popularności. Konsumenci chcą uczestniczyć w tych wydarzeniach, w których uczestniczyli inni, a wartość kulturowa może mieć tutaj znaczenie drugorzędne. Tym samym możemy mówić o zwyczajnym podążaniu za tłumem, zwanym często efektem owczego pędu bądź efektem kuli śniegowej. W ten schemat wpisywać się będą zarówno perła światowego dziedzictwa kulturowego – Mona Lisa, przycią-

gająca każdego dnia tysiące turystów do paryskiego Luwru, jak i gwiazdy muzyki popularnej aktualnie figurujące na szczytach list przebojów.

Na zakończenie rozważań o popycie na produkty przemysłów kultury rozwinąć należy zaakcentowane uprzednio zagadnienie elastyczności. Jako zmienne wpływające na popyt na dane dobro wymienione zostały: jego cena, dochody konsumentów, a także ceny dóbr i usług substytucyjnych oraz komplementarnych. Procentowe zmiany popytu, będące odpowiedzią na względne zmiany tych czynników, świadczyć będą o elastyczności popytu.

Elastyczność cenowa popytu określa, w jakim stopniu wzrost (spadek) ceny danego dobra wpłynie na spadek lub wzrost popytu na to dobro. Popyt określać będziemy jako elastyczny w sytuacjach, gdy wzrost ceny prowadził będzie do ponadproporcjalnego spadku popytu. W takiej sytuacji przedsiębiorstwa mogą obniżać cenę oferowanych dóbr i usług, gdyż wzrost przychodów wynikający z rosnącego popytu przewyższać będzie straty powstałe w wyniku obniżenia cen. Ponadto wrażliwość konsumentów na obniżanie cen ma istotne znaczenie dla prowadzenia polityki kulturalnej państwa, polegającej na dotowaniu i subsydiowaniu dóbr i usług kulturowych. Obniżanie cen, zarówno przez indywidualne decyzje podmiotów nastawionych na zysk, jak i będące efektem dopłat rządowych, skutkuje bowiem pożądanym wzrostem uczestnictwa w kulturze.

Elastyczność dochodowa popytu definiowana jest analogicznie, jako względna zmiana popytu wywołana względną zmianą dochodów konsumenta. Dobra zwykłe, do których zaliczać się powinna przeważająca większość dóbr kulturowych, charakteryzują się dodatnią elastycznością dochodową, co oznacza, że wraz ze wzrostem dochodów konsumentów popyt na nie rośnie. Tempo wzrostu określa charakter dóbr. Wzrost ponadproporcjonalny dotyczył będzie dóbr luksusowych, natomiast popyt na dobra podstawowe charakteryzował się będzie wskaźnikami poniżej jedności. Throsby, przedstawiając krótką charakterystykę badań empirycznych nad elastycznością cenową i dochodową dóbr kulturowych, stwierdza, że wynikają one często ze wstępnych oczekiwań konsumentów. W przypadku dóbr kultury popularnej konsumenci formułują względnie niskie oczekiwania, co skutkuje wysoką elastycznością cenową popytu. Odwrotnie jest w przypadku elastyczności dochodowej, która wyższa jest dla luksusowych dóbr kultury, takich jak dzieła sztuki.

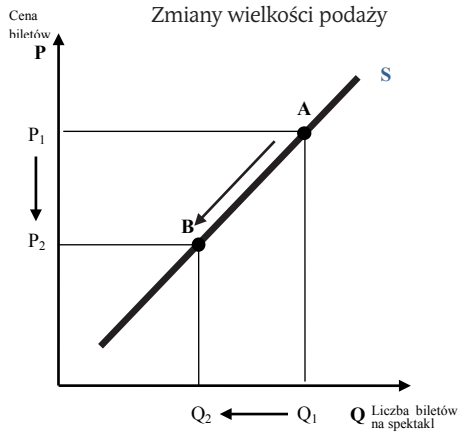
Stopień wpływu zmian cen innych dóbr na popyt na dobro wyjściowe określany jest za pomocą wskaźników elastyczności mieszanej. W formalnym ujęciu jest to procentowa zmiana popytu dobra wyjściowego wywołana procentową zmianą cen innych dóbr. W sytuacji, w której spadkowi ceny jakiegoś dobra towarzyszył będzie wzrost popytu na dobro będące punktem naszego zainteresowania, mówić będziemy o ujemnej elastyczności mieszanej, świadczącej o komplementarności badanych dóbr (np. muzyki kupowanej przez internet i odtwarzaczy mp3). Natomiast w przypadku, gdy wzrost popytu na nasze dobro wyjściowe spowodowany

będzie wzrostem ceny innego dobra, oznaczać to będzie, że badane dobra są substytutami, a więc mogą funkcjonować zamiennie (np. spektakle teatralne w dwóch różnych teatrach).

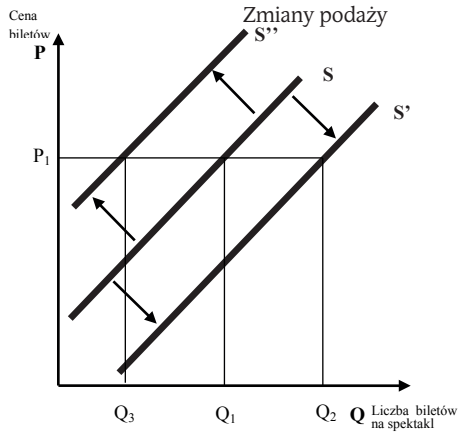
Podaż oraz produkcja dóbr i usług kulturowych

Podaż w mikroekonomii określa ilość dóbr bądź usług, jaką sprzedawcy są gotowi zaoferować w zależności od poziomu cen. Analogicznie do funkcji popytu, relację taką przedstawić można graficznie za pomocą krzywej podaży, która obrazować będzie zależność pomiędzy ceną a skłonnością producentów do sprzedaży danego dobra, przy założeniu niezmienności pozostałych czynników, w tym przypadku: technologia wytwarzania, koszty produkcji czy działalność regulacyjna państwa. Konkretny punkt na krzywej podaży oznacza wielkość podaży, tj. taką ilość danego dobra, którą sprzedawcy są skłonni zaoferować w danym czasie po ściśle określonej cenie. Prawo podaży głosi, że wraz ze wzrostem ceny dobra bądź usługi – przy pozostałych czynnikach niezmienionych – wielkość podaży na nie rośnie, natomiast spadającym cenom towarzyszy malejąca podaż.

Wykres 2. Wpływ zmian ceny oraz czynników pozacenowych na podaż na przykładzie spektaklu teatralnego



Zmiany wielkości podaży wywoływane są zmianami cen danego dobra. Na wykresie obrazuje je ruch po krzywej popytu S. W tym przykładzie obniżenie ceny biletów na spektakl tetralny z poziomu P_1 do P_2 prowadzi do spadku wiekości podaży wyrażonego obniżeniem się liczby oferowanych biletów z powiomu Q_1 do Q_2.



Zmiany podaży wywoływanę są zmianami czynników innych niż cena danego dobra. Na wykresie obrazują je przesunięcia krzywej podaży. W tym przykładzie wzrost podaży na spektakl teatralny (wywołany np. podniesiem cen biletów do kina) obrazuje przesunięcie krzywej podaży D do poziomu D'. Spadek podaży obrazuje przesunięcie krzywej D do poziomu D''.

Źródło: Opr. własne

Odnosząc się do przywołanego przykładu sztuki teatralnej można powiedzieć, że w przypadku wzrostu cen biletów dyrekcja teatru może podjąć decyzję np. o częstym wystawianiu danej sztuki, co oznaczać będzie wyższą podaż produktu, jakim jest spektakl teatralny. Z kolei spadające ceny biletów mogą skłonić dyrekcję do przeniesienia sztuki na mniejszą scenę, a nawet do zdjęcia jej z afisza, czyli ograniczenia podaży.

Jednym z pozacenowych czynników skłaniających producentów do zaoferowania na rynku określonej ilości dóbr są koszty produkcji. W przypadku spektaklu będą to w zasadniczej części koszty zatrudnienia aktorów oraz pozostałego personelu odpowiedzialnego za wystawienie sztuki, czyli szeroko rozumiane koszty osobowe. Wysoki udział kosztów zatrudnienia pracowników jest charakterystyczny dla przemysłów kultury, szczególnie sztuk performatywnych. W pewnym zakresie nie pozwala to na wzrost wydajności produkcji, bowiem możliwości pracy twórców, np. aktorów przy produkcji dzieł teatralnych czy muzyków grających koncerty, są z natury rzeczy ograniczone i w dużej mierze są oni niezastępowalni.

Można jednak wyobrazić sobie takie dziedziny produkcji kulturowej, w których nowoczesne technologie znacznie zwiększają dostęp do dóbr kulturowych. Takie czynniki, jak niskie koszty produkcji nośników danych oraz rozwój technologii informacyjnych sprawiają, że szanse uczestnictwa w kulturze rosną. Jakość koncertu nagranego na płycie DVD praktycznie nie różni się od jakości tego widowiska na żywo, a zakupienie takiej płyty daje konsumentom możliwość praktycznie nieograniczonego uczestnictwa w koncercie, w zależności od własnych upodobań. Tym samym postęp technologiczny, szczególnie w dziedzinach reprodukcji obrazu i dźwięku, istotnie przyczynia się do wzrostu podaży niektórych produktów z szerokiej gamy dóbr i usług kultury.

Niemniej jednak, o ile za pośrednictwem technologii komputerowych zwiększa się możliwość uczestnictwa w kulturze, o tyle w sferze sztuki żywej rozwój technologii nie ma tak wielkiego znaczenia. Co prawda nowoczesne rozwiązania z zakresu nagłośnienia czy oświetlenia w pewnym stopniu przyczyniły się do redukcji kosztów produkcji kulturowej, jednak wzrost wydajności w przemyśle sztuk performatywnych zdecydowanie odbiega od obserwowanego w pozostałych sektorach gospodarki.

Prawidłowość ta stała się podstawą sformułowania jednej z najbardziej znanych teorii z zakresu ekonomii kultury, tak zwanego efektu Baumola, określanego także „chorobą kosztów" (*cost disease*) [zob. *Baumol's cost*..., 1977]. William Baumol i William Bowen opisali to zjawisko, posługując się dwusektorowym modelem gospodarki. Obejmuje on dynamiczny sektor produkcyjny, w którym postęp technologiczny prowadzi do zastępowania pracochłonnych metod wytwarzania czynnikami tańszymi, tym samym zwiększając produktywność pracy, oraz stagnacyjny sektor nieprodukcyjny (sztuki performatywne), który charakteryzuje się zarówno wyższą pracochłonnością, jak i niemożnością zastąpienia czynnika

ludzkiego przez rozwijającą się technologię. Wzrost produktywności w pierwszym sektorze przyczynia się do dynamicznego wzrostu płac w całej gospodarce, prowadzącego z kolei jedynie do rosnących kosztów funkcjonowania instytucji sztuk performatywnych.

Przy założeniu utrzymywania się tej prawidłowości różnica pomiędzy kosztami funkcjonowania instytucji kultury a przychodami z ich działalności powinna się powiększać. Mogłoby to prowadzić do spadku jakości produkcji kulturowej, a nawet do upadku wielu instytucji, będącego efektem niemożności dalszej redukcji kosztów, bądź z drugiej strony do wzrostu opłat przewyższającego dynamikę cen w sektorze przetwórczym, co z kolei negatywnie odbiłoby się na popycie na sztukę. Dlatego też, aby zapobiec tak zwanemu deficytowi artystycznemu, organizacje sztuk performatywnych zmuszone są do pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania, zarówno wśród prywatnych darczyńców, jak i w sektorze publicznym.

Wniosek Baumola i Bowena tym samym staje się kluczowym argumentem dla regulacyjnej polityki państwa w zakresie sztuk performatywnych. Interwencja publiczna, polegająca najczęściej na dopłatach do biletów, prowadzi do swoistej redukcji kosztów funkcjonowania instytucji kultury i tym samym przeciwdziała spadkowi podaży. W tym miejscu należy podkreślić, że w teorii ekonomii działalność regulacyjna państwa, obok kosztów produkcji i zmian technologicznych, wymieniana jest jako główna determinanta podaży rynkowej. Przykładowo, współfinansowanie instytucji kultury korzystnie wpływa na podaż oferowanych przez nie dóbr, z drugiej strony wszelkiego rodzaju ograniczenia i zaostrzone normy pracy prowadzić będą do mniejszej ilości oferowanych dóbr i usług.

Konstatując część poświęconą efektowi Baumola, należy dodać, że zarówno założenia teorii, jak i formułowane na jej podstawie wnioski poddawane są szerokiej krytyce i często nie przechodzą próby weryfikacji empirycznej. Throsby wymienia sześć grup czynników, które znacznie łagodzą niższą efektywność sztuk performatywnych. Są to m.in. zmiany technologiczne, które mimo wszystko dotykają niektórych elementów produkcji artystycznej. Dodatkowo niskie koszty reprodukcji mediów dają szansę uczestnictwa szerokiemu gronu odbiorców, a twórcom otwierają nowe pola zarobkowania (słuszność tego argumentu zależy jednak od przyjętej definicji miary wielkości podaży). Ponadto niektóre ograniczenia kosztów (mniej liczna obsada, uboższa scenografia) wcale nie muszą oznaczać niższej jakości samego dzieła, szczególnie odnosząc się do jego wartości artystycznej. Płace w sektorze sztuki są przeciętnie niższe od średniej w gospodarce, a ich wzrost charakteryzuje się niższym tempem. Istnieją też możliwości wykorzystania pracy wolontarystycznej. Dodatkowo, wysoka elastyczność dochodowa popytu na dobra kulturowe, przy założeniu rosnących płac w sektorze produktywnym, skutkuje wzrostem uczestnictwa w sztuce, co rekompensuje niższą dochodowość tego sektora. Ostatnim czynnikiem jest rozwój różnorodnych form finansowania prywatnego, przyczyniający się do zmniejszania powstałej luki dochodowej.

Niemniej jednak, choć łączne oddziaływanie wszystkich wymienionych czynników prowadzić może do zacierania się różnicy pomiędzy produktywnością w sektorze przetwórczym oraz kultury, sama logika modelu nie powinna być kwestionowana.

O ile przytaczane powyżej zależności dotyczą kształtowania się strumienia podaży różnorodnych dóbr kulturowych, o tyle w przypadku obiektów dziedzictwa właściwe byłoby określenie pewnego stałego zasobu. Niepowtarzalność i unikatowość zabytków oraz dzieł sztuki determinuje tym samym stałą (mniej więcej) liczbę rzeczywistych konsumentów. Rosnący popyt objawiał się będzie natomiast poprzez wzrost ceny (wartości) danego dobra. W tym miejscu należy zaznaczyć, że do istotnej zmiany w określaniu podaży dziedzictwa przyczynia się możliwość digitalizacji zasobów muzealnych. Choć zasoby dziedzictwa wciąż pozostają niezmienne, rozszerzeniu ulegają możliwości uczestnictwa w kulturze i wykorzystywania tych zasobów.

Unikatowość dóbr prowadzi do wzrostu ich cen, niemożliwe jest natomiast, by wzrost cen dóbr doprowadził do wzrostu ich ilości. W takiej sytuacji mówi się o nieelastycznej podaży. Miarą elastyczności podaży jest zatem stopień reakcji producentów danego dobra na zmiany jego ceny. Jeśli wzrost cen skłoni producentów do zaoferowania proporcjonalnie większej ilości dóbr, oznaczać to będzie, że podaż jest elastyczna. Z kolei proporcjonalnie niższa ilość dóbr bądź usług oznaczać będzie mało elastyczną podaż. W przypadku dóbr i usług kulturowych wyróżnić można kilka grup charakteryzujących się zbliżoną elastycznością podaży. Najbardziej sztywna będzie podaż różnorodnych obiektów dziedzictwa (choć nie można mówić o pełnej sztywności, gdyż teoretycznie można sobie wyobrazić tak wysoką cenę, która skłoni właściciela do sprzedaży)[2]. Wyższą elastycznością charakteryzować się będą dobra ujęte w obrębie sztuk performatywnych. W tym przypadku wzrost ceny może skłonić artystów do częstszego wystawiania danego dzieła, wzrost ten będzie jednak ograniczony zarówno pojemnością sal, jak i fizycznymi możliwościami wykonawców. Najbardziej elastyczna wydaje się natomiast podaż w sektorze reprodukcji dóbr kulturowych. Możliwość powielenia dodatkowej ilości książek, płyt muzycznych czy filmów wydaje się nieograniczona. Dzięki temu można założyć, że wzrost cen będzie skłaniał producentów do zaspokojenia wzmożonego popytu.

[2] Towse jako przykład płynności podaży w obszarze dziedzictwa podaje także możliwości rekonstrukcji pewnych obiektów.

Wartość ekonomiczna a wartość kulturowa

Zmiany podaży i popytu na dobra kulturowe, zgodnie z neoklasycznym nurtem ekonomii, powinny znaleźć odzwierciedlenie w cenie. Pojawia się jednak pytanie, czy cena może być miernikiem wartości, szczególnie w przypadku dóbr kulturowych?

Koncepcje wartości dóbr i usług towarzyszą ekonomii od czasów wyodrębnienia jej jako dyscypliny naukowej. Już w poglądach przedstawicieli szkoły klasycznej można odnaleźć rozróżnienie pomiędzy wartością użytkową a wymienną. Wartość użytkowa według Adama Smitha określa zdolność towarów do zaspokajania potrzeb konsumentów, natomiast wartość wymienna – czyli cena – stanowi ilościowy stosunek wymienny pomiędzy różnymi towarami [Smith, 2007]. O wartości wymiennej dóbr i usług decydują koszty produkcji, które Smith ujął jako sumę wynagrodzeń czynników produkcji, pracy, kapitału, ziemi – a więc sumę płacy, zysku i renty. Koncepcje Smitha rozszerzył David Ricardo, formułując teorię wartości opartą na pracy [zob. Stankiewicz, 2006]. Twierdził on, że o wartości wymiennej towarów w przypadku większości dóbr ekonomicznych decyduje nakład pracy niezbędny do ich wytworzenia. Zaznaczył jednak, że determinantą ceny jest także rzadkość towarów, co ma kluczowe znaczenie np. w wycenie dzieł sztuki.

Odejściem od teorii wartości opartej na kosztach produkcji było włączenie w nurt rozważań nad wartością towarów czynników subiektywnych, a więc indywidualnych odczuć jednostek co do potrzeb i preferencji korzystania z konkretnych dóbr i usług. Niezależne prace Williama Jevonsa, Carla Mengera oraz Léona Walrasa dały podstawę sformułowania tzw. subiektywno-marginalistycznej teorii wartości. Głosi ona, że miarą wartości danego dobra jest poziom satysfakcji, jaką odczuwa konsument z użytkowania ostatniej jednostki danego dobra. Tym samym wartość dobra nie jest zależna od jego wewnętrznych właściwości, ale od preferencji konsumentów chcących zaspokoić swoje potrzeby. Każda kolejna konsumowana jednostka dobra powinna przynosić konsumentowi mniejszą satysfakcję, tym samym wartość tego dobra powinna maleć. We wcześniejszej części rozdziału zaznaczyliśmy jednak, że w przypadku dóbr i usług kulturowych prawidłowość ta nie musi mieć miejsca.

Syntezą myśli formułowanych przez ekonomistów reprezentujących szkołę klasyczną oraz marginalistyczną jest neoklasyczna teoria cen Alfreda Marshalla. Stwierdził on, że użyteczność krańcowa, koszty produkcji oraz ceny są współzależne, przez co nawzajem wyznaczają swoje wartości. Natomiast przewaga jednych czynników nad drugimi zależy od czasu, dla jakiego dokonujemy analizy. W krótkim okresie większą rolę odgrywają czynniki determinujące popyt, natomiast w długim okresie znaczenia nabierają czynniki determinujące podaż. Tak

skonstruowana neoklasyczna teoria wartości obowiązuje do dnia dzisiejszego. Można jednak zasadnie argumentować, że rozpatrywanie wartości dóbr kultury w kategoriach pieniężnych jest niewystarczające.

Współczesne rynki często funkcjonują w sposób nieefektywny, charakteryzując się na przykład niską konkurencyjnością oraz asymetrią informacji, co może znacząco zaburzać proces kreowania cen. Stąd też argumentacja, że w przypadku dóbr i usług sektora kultury zasadne jest wyodrębnienie wartości kulturowej, której nie można wprost przedstawić za pomocą tradycyjnych pojęć ekonomicznych.

Throsby twierdzi nawet, że wartość kulturowa oraz ekonomiczna powinny być wyznaczane oddzielnie [Throsby, 2010]. Zakłada też, że niektóre elementy tej pierwszej są z natury rzeczy niemierzalne, a samo zjawisko wartości kulturowej jest zmienne i różnorodne. Jednocześnie dokonuje on rozbicia pojęcia wartości kulturowej na kilka innych, które mogą być pomocne w uchwyceniu istoty rzeczy. Throsby wymienia zatem pojęcie **wartości estetycznej** jako miary harmonii, piękna, formy i stylu. Kolejnym jest **wartość duchowa**, rozpatrywana jako zespół aspektów symbolicznych, rozumianych w kontekście zarówno religijnym, jak i świeckim. **Wartość społeczna** wyraża z kolei pewne cechy wspólne dla danej zbiorowości, wzbudza poczucie tożsamości i bliskości z innymi oraz wzmacnia patriotyzm. Następnym składnikiem wartości kulturowej jest **wartość historyczna**, zapewniająca poczucie ciągłości. Obiekty kulturowe mają w sobie także **wartość symboliczną**. Określa ona pewne ukryte sensy i znaczenia, których indywidualna interpretacja determinuje wartość dla odbiorcy. Ostatnim wyróżnionym przez Throsby'ego elementem jest **wartość autentyczności**, którą można uznać za wartość samą w sobie.

Choć każdy z wymienionych czynników będzie subiektywnie postrzegany przez odbiorców kultury, można założyć, że istnieją pewne wzorce i kanony, które starają się nadać obiektywną miarę wartości kulturowej. Niezależnie od tego pojawia się pytanie, czy wartości kulturowej nie można uznać za element marginalistycznej teorii wartości, a indywidualnych ocen podmiotów nie rozpatrywać w kategoriach gustów i preferencji konsumentów. Throsby stoi jednak na stanowisku, że wartość kulturową i ekonomiczną należy rozpatrywać oddzielnie. Przede wszystkim uważa, że wartość kulturowa istnieje niezależnie od reakcji konsumenta. Co prawda przyczynia się ona do indywidualnej użyteczności, ale nie można jej utożsamiać ze zwykłą gotowością do zapłaty. Wynika to przede wszystkim z niskiej wiedzy konsumentów na temat wielu dóbr kulturowych, co nie pozwala na kompetentną ocenę ich wartości. Ponadto można założyć, że niektóre elementy wartości kulturowej są niemierzalne, a przynajmniej nie dają się wyrazić w kategoriach pieniężnych. Ważnym aspektem są także zalety zbiorowej konsumpcji dóbr kulturowych, która wyzwala wachlarz korzyści niemożliwy do osiągnięcia w ramach konsumpcji indywidualnej. Czynnik ten eksponuje Hutter, określając go mianem efektu skali w gospodarce doznań, zmieniającym indywidualne doświadczenie w zupełnie

nowy produkt. Choć zapewne można znaleźć setki przykładów takich dóbr, których wysoka wartość kulturowa będzie jednocześnie determinowała wysoką wartość ekonomiczną (np. większość dzieł sztuki), zawsze jednak znajdziemy przykłady dóbr kultury wysokiej, których konsumenci będą się charakteryzowali niską skłonnością do zapłaty, albo tandetnych produkcji telewizyjnych bez wartości kulturowej, które z kolei będą przyciągać zarówno widzów, jak i chętnych do zapłaty reklamodawców.

Nieefektywność rynku i polityka publiczna

Dotychczasowe rozważania na temat umiejscowienia kultury w strukturze rynku oparte były zasadniczo na neoklasycznym paradygmacie ekonomicznym, głoszącym, że w procesie wymiany rynkowej dochodzi do maksymalizacji indywidualnych korzyści, zarówno konsumentów, jak i producentów, co z kolei przekłada się na maksymalizację dobrobytu społecznego. Istnieje jednak szereg przyczyn nieefektywności rynku, które w teorii ekonomii określa się jako zawodności rynku.

Podstawowym problemem w tym zakresie jest niedoskonała konkurencja. Rynek wielu dóbr kulturowych jest silnie zoligopolizowany, a nawet zmonopolizowany, co oznacza, że działa na nim co najwyżej kilku producentów. Dotyczy to m.in. wytwórni muzycznych, stacji telewizyjnych i radiowych, sieci kinowych i teatrów. Efektywnym rozwiązaniem wydaje się często tworzenie tzw. monopolu naturalnego, czyli sytuacji, w której jedno przedsiębiorstwo skupia całą produkcję w ramach danej gałęzi. Taka sytuacja wydaje się „naturalna" np. w przypadku muzeów lokalnych, które stanowią jedyne miejsce, gdzie konsumenci mogą korzystać z doznań związanych z historią danej miejscowości.

Skoro istnieje popyt ze strony odwiedzających muzea lokalne, to można zadać pytanie, czy w przypadku nieistnienia takiej instytucji jak muzeum rynek znalazłby drogę do dostarczenia pożądanych dóbr i usług. Istnieją bowiem pewne dobra, których nie można sfinansować przez bezpośredni popyt indywidualny, a z kolei zaspokajają one potrzeby większości danej społeczności. Jako czyste dobra publiczne wymienia się najczęściej obronę narodową i bezpieczeństwo publiczne, można jednak podać przykłady z sektora kultury, w których właśnie będziemy mieli do czynienia z dobrami publicznymi (np. ochronę dziedzictwa kulturowego).

Przypomnijmy dwa podstawowe aspekty pozwalające odróżnić dobra publiczne od prywatnych – to konsumpcja o charakterze nierywalizacyjnym (jeśli spożycie dobra przez jedną osobę nie ogranicza spożycia przez inną) oraz brak możliwości wykluczenia (czyli sytuacja, w której nie można pozbawić jednego podmiotu korzyści z konsumpcji danego dobra). Istnieją jednak dobra, które spełniają tylko

jeden z wymienionych warunków bądź spełniają oba w niepełnym zakresie. Możliwość wykluczenia skłania na przykład do poboru opłat od użytkowników, którzy czerpią korzyści z dóbr finansowanych ze środków publicznych. W przypadku lokalnego muzeum mogą to być bilety wstępu. Choć korzystanie z muzeum ma charakter nierywalizacyjny, istnieje możliwość ograniczenia liczby odwiedzających poprzez narzucenie odpowiedniej ceny biletów. Rzecz jasna, powinna ona być na tyle niska, by nie zniechęcić odwiedzających, natomiast pozwolić na uwzględnienie aspektu sprawiedliwego podziału środków publicznych.

W kontekście dóbr publicznych wspomnieć należy o tzw. efekcie gapowicza. Brak możliwości wykluczenia z konsumpcji oznaczać będzie, że jednostki nie będą skłonne do ponoszenia opłat za użytkowanie, a nawet mogą celowo ich unikać. Takie zjawisko można zobrazować, posługując się przykładem telewizji publicznej. Pomimo istnienia w Polsce ustawowego obowiązku ponoszenia opłaty abonamentowej, nie istnieją możliwości wykluczenia obywateli niespełniających tego obowiązku z oglądania programów telewizji publicznej. Co prawda treści przedstawiane za pośrednictwem telewizji publicznej mogą być w równym (a nawet lepszym) stopniu przekazywane przez telewizje prywatne (w naszym rozumieniu będą to również dobra publiczne), jednak zawsze będzie istniał taki katalog dóbr, których dostarczanie przez rynek okaże się ekonomicznie nieopłacalne.

Koncepcją alternatywną tradycyjnego podziału na dobra publiczne i prywatne jest wprowadzone przez Richarda Musgrave'a pojęcie dóbr społecznie pożądanych (*merit goods*) [Musgrave,1987]. Zaspokajają one potrzeby danej społeczności, choć nie wiążą się z indywidualnymi preferencjami jednostek. Często jest to wynikiem niewiedzy konsumentów bądź efektem niezrozumienia roli, jaką dane dobro pełni w szerszym kontekście całej społeczności (np. indywidualnie obywatele mogą nie być skłonni łożyć na ochronę miejsc historycznych, choć jako dana wspólnota mogą deklarować potrzebę ochrony dziedzictwa. Rolą państwa jest zatem wspieranie podaży i konsumpcji dóbr społecznie pożądanych. Dlatego też częste przedstawianie dóbr kulturowych jako dóbr społecznie pożądanych służy uzasadnieniu interwencji państwa w tym obszarze, a wspieranie sztuki i dziedzictwa motywowane jest koniecznością upowszechnienia dostępu do tych dóbr.

Kolejnym aspektem zawodności rynku jest występowanie efektów zewnętrznych. Jeśli działania danego podmiotu przyczyniają się do negatywnych skutków dla podmiotów z nim powiązanych, to mówić będziemy o negatywnych efektach zewnętrznych. W przypadku dostarczania i konsumpcji dóbr kulturowych najczęściej zwraca się uwagę na istnienie pozytywnych efektów zewnętrznych, a wiec sytuacji, gdzie działania jednych podmiotów prowadzić będą do darmowych korzyści osiąganych przez inne jednostki. Na przykład właściciele domów zlokalizowanych w okolicy wzgórza wawelskiego w Krakowie mogą czerpać korzyści w postaci estetycznych i symbolicznych walorów tego miejsca. Z drugiej strony negatywnym efektem zewnętrznym mogą być hałas i problemy stwarzane przez odwiedzają-

cych wzgórze turystów. Kluczowym efektem zewnętrznym płynącym z konsumpcji dóbr kulturowych jest także wpływ kultury na kreatywność i innowacyjność[3], które z kolei wpływają na rozwój i dobrobyt całych społeczności.

Kolejną grupą zawodności rynku są problemy wynikające z niepełnej informacji bądź asymetrii informacji. Konsumenci, zanim wyrażą swoją skłonność do zakupu danego dobra, powinni zostać rzetelnie poinformowani na temat korzyści, jakie przyniesie im konsumpcja. Rzecz jasna realna ocena często możliwa jest dopiero ex post, niemniej jednak rolą państwa jest zapobieganie zawodnościom rynku związanym z niepełną informacją. Szczególnie jeśli dotyczy to wspomnianych dóbr społecznie pożądanych. Podnoszenie świadomości konsumentów stanowi jedno z wyzwań systemu edukacji (także tej nieformalnej), którego ważnym elementem powinna być edukacja kulturalna.

Analizując współczesną gospodarkę doznań, Hutter zwraca uwagę na problem swoistego wypierania treści o wysokiej wartości kulturowej przez treści komercyjne – bardziej opłacalne, aczkolwiek kulturowo bezwartościowe. Wiąże się to z dominacją podmiotów prywatnych na wielu rynkach dóbr kultury. Co prawda autor podaje przykłady z sektorów hazardu i sportu, jednak w takich dziedzinach jak produkcja telewizyjna i filmowa negatywny wpływ dominacji sektora prywatnego na jakość przekazywanych treści jest znaczący. Sfera produkcji audiowizualnej staje się zatem kolejnym polem, na którym funkcjonowanie podmiotów publicznych wydaje się konieczne dla zachowania równowagi pomiędzy wartością ekonomiczną a kulturową oferowanych produktów.

Ostatnim omawianym aspektem zawodności rynku jest problem praw własności intelektualnej[4]. Stanowią one element ochrony twórców przed wspomnianym efektem gapowicza, bowiem każdy korzystający z dobra chronionego prawem autorskim jest zobowiązany do przekazania pewnej opłaty na rzecz autora dzieła. Prowadzi to jednak do monopolizacji zysków, trafiających często do wielkich korporacji działających w obszarze kultury. Ogranicza to też rozwój i kreację kulturową, która aktualnie dokonuje się w olbrzymim zakresie za pośrednictwem internetu i polega na amatorskiej ingerencji w treści powszechnie dostępne. Jednocześnie restrykcyjne prawa własności intelektualnej wpływają negatywnie na rozwój społeczno-gospodarczy, a rozwiązanie tego problemu stanowić będzie jedno z poważniejszych wyzwań dla polityki publicznej w nadchodzących latach.

---

[3] Zob. w niniejszej publikacji: Ł. Maźnica, *Kultura – kreatywność – innowacyjność.*

[4] Zob. w niniejszej publikacji: B. Biga, *Prawo autorskie w kontekście rewolucji technologicznej.*

Podsumowanie

Założeniem niniejszych rozważań było przedstawienie podstawowej charakterystyki rynku oraz funkcjonowania praw rynkowych w aspekcie szeroko rozumianego sektora dóbr i usług kultury. Dynamika zmian tej gałęzi gospodarki pokazuje jednak, że zastosowanie klasycznych narzędzi analizy ekonomicznej w wielu przypadkach może być nieskuteczne. Dodatkowo badaniom podlegają coraz to nowe i nieznane elementy działalności człowieka. Towse, podejmując próbę kompleksowego ujęcia sektora kultury, posługuje się koncepcją przemysłów kreatywnych, do których, jej zdaniem, zaliczyć można prawie wszystkie branże związane z działalnością kulturową (m.in. sztuki kreatywne i performatywne, muzea i galerie sztuki, branżę muzyczną, filmową i wideo, radiowo-telewizyjną i wydawniczą). Wyznacza dla nich pięć wspólnych cech, które mogą stanowić doskonałe podsumowanie współczesnego rynku dóbr kultury.

Po stronie podażowej są to: występowanie monopoli naturalnych lub rosnących korzyści skali, wysokie bariery wejścia na rynek oraz koszty wyprodukowania „oryginału", powiązane z bardzo niskimi kosztami produkcji kolejnych kopii. Ponadto oryginalne dzieła objęte są prawami autorskimi bądź inną formą ochrony własności intelektualnej. Dodatkowo zasoby wykorzystywane do produkcji dóbr przemysłów kreatywnych nie mają alternatywnego zastosowania w innych gałęziach gospodarki. Po stronie popytowej istnieją problemy z jakością informacji, które negatywnie wpływają na kształtowanie gustów – szczególnie niepewny jest odbiór dóbr nowych i nieznanych. Z kolei duży wpływ instytucji publicznych na sektor kultury stwarza możliwość tzw. pogoni za rentą, czyli wywierania wpływu na otoczenie gospodarcze i politykę państwa w celu osiągnięcia korzyści materialnych. Wspólną cechą ekonomiczną jest także potwierdzenie w początkowej fazie występowania choroby kosztów Baumola. Nie można bowiem zainicjować żadnej działalności twórczej bez odpowiedniego wkładu pracy człowieka, która w żaden sposób nie może być zastąpiona. Natomiast alternatywny koszt pracy twórców we współczesnej gospodarce może być bardzo wysoki. Przyczyniają się do tego odmienne możliwości zarobkowania w przemysłach niezwiązanych ze sztuką (np. w branży reklamowej), a także funkcjonujący system praw autorskich, działający w dużej mierze raczej na korzyść producentów i wydawców, a nie samych artystów.

Literatura

Baumol's cost desease. The arts and other victims [1977], R. Towse (ed.), Edward Elgar, Cheltencham.

Begg D., Fisher S., Dornbusch R. [2007], *Mikroekonomia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Frey B. [2000], *Arts and economics. Analysis and cultural policy*, Springer, Berlin.

Hutter M. [2011], *Kultura w gospodarce ery kreatywności i doznań*, w: *Ekonomika kultury. Od teorii do praktyki*, B. Jung (red.), Narodowe Centrum Kultury, Instytut Adama Mickiewicza, Warszawa.
Mankiw N.G., Taylor M.P. [2009], *Mikroekonomia*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
Marshall A. [1891], *Principles of economics*, Macmillan, London.
Musgrave R. [1987], *Merit goods*, w: *New Palgrave. A dictionary of economics*, J. Eatwell, M. Milgate, P. Newman (eds.), Palgrave Macmillan, London.
Smith A. [2007], *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
Stankiewicz W. [2006], *Historia myśli ekonomicznej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
Stigler G.J., Becker G.S. [1977], *De gustibus non est disputandum*, „American Economic Review", vol. 67, nr. 2.
Towse R. [2011], *Ekonomia kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
Throsby D. [1990], *Perception of quality in demand for the theatre*, „Journal of Cultural Economics", vol. 14.
Throsby D. [2010], *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Łukasz Maźnica

Kultura – kreatywność – innowacyjność

Wprowadzenie

„Max Weber miał rację. Studiując historię wzrostu gospodarczego, nie sposób oprzeć się wrażeniu, że kultura przesądza prawie o wszystkim" – te słynne już słowa Davida Landesa [Landes, 1988, s. 516] dobrze oddają charakter rozważań w niniejszym rozdziale. Ich głównym przedmiotem będzie opis wzajemnych relacji i powiązań występujących na styku kultury, kreatywności, innowacyjności i rozwoju.

Pojęcia te wymienione zostały w takiej kolejności nieprzypadkowo. Główna rola przypada tu kreatywności. W rozdziale przedstawiony zostanie aktualny stan wiedzy na temat tego złożonego procesu. Czytelnik znajdzie tu odpowiedzi na pytania, czym jest kreatywność, jakie są jej źródła, jak można ją stymulować, a także w jaki sposób szeroko rozumiana kultura może wpływać na podtrzymywanie kreatywności (i rozwój) lub stać się dla niej barierą, i w końcu jakie są wzajemne zależności kultury, kreatywności, innowacyjności i, idąc dalej, rozwoju społeczno-gospodarczego.

Odpowiedzi na te pytania, udzielone w oparciu o aktualny stan badań nad tymi zagadnieniami, pozwolą obalić wiele mitów, które powstały wokół kreatywności oraz jej relacji z kulturą i innowacyjnością.

Istota kreatywności

Nie sposób ograniczyć się tylko do jednej, ogólnie przyjętej definicji pojęcia kreatywność. Często przywoływane jest podejście Morrisa I. Steina. W jego ujęciu kreatywność to **proces prowadzący do nowego wytworu**, który jest akceptowalny i uznawany za użyteczny dla pewnej grupy w pewnym okresie [Stein, 1953]. Takie podejście pokrywa się ze słownikową definicją, gdzie pojęcie to (ang. *creati-*

vity) opisywane jest jako proces psychiczny, którego następstwem są nowe idee, rozwiązania, koncepcje czy w końcu wytwory artystyczne, uznane za nowe i użyteczne [Reber, Reber, 2001].

W ciekawy sposób o kreatywności pisze Rosabeth Moss Kanter. Jej zdaniem, jest to specyficzny sposób myślenia, pozwalający „wstrząsać" posiadanymi informacjami i układać je w nową całość, która łamie powszechnie przyjęte schematy [Kanter, 2001, s. 261]. Jeszcze inne spojrzenie prezentuje Richard Florida. Utożsamia on kreatywność z umiejętnością znajdowania nowych pomysłów. Jak pisze, jest ona wielowymiarowa, występuje w wielu wspierających się wzajemnie formach, może zostać wykorzystana do wielu różnych celów, a jej istnienie jest powszechne i ciągłe [Florida, 2010, s. 9, 28, 335]. Takie ujmowanie kreatywności jest obecnie coraz powszechniejsze. Przyjęte zostało ono także przez autorów *Creative economy report 2008*, powstałego pod auspicjami United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Rozróżniają oni kilka głównych rodzajów twórczości: artystyczną, naukową, ekonomiczną i technologiczną [*Creative economy*, 2008, s. 9]. Każdy z przywołanych typów kreatywności oparty jest na pomysłowości, która może się przejawiać w różnych dziedzinach. Najprościej mówiąc, ktoś szczególnie twórczy jako muzyk nie musi wykazywać się kreatywnością np. w zakresie marketingu. Edward Nęcka twierdzi, że osoba taka ma swego rodzaju „wyposażenie intelektualne" do bycia twórczym w dziedzinie muzyki [Nęcka, 2001, s. 12]. Pojawia się pytanie, skąd bierze się tego typu „wyposażenie"?

Źródła kreatywności

O twórczości rozprawiano od wieków. Platon twierdził, że jest ona odczytywaniem słów muzy. O kreatywności w różnej postaci wspominali także m.in. Freud, Einstein czy Jung [Rothenberg, Hausman, 1976]. Żadnemu z wyżej wymienionych nie można jednak przypisywać prowadzenia badań związanych z tą problematyką.

Takimi badaniami, już w XVII i XVIII wieku, zajmował się natomiast m.in. William Duff. W 1767 roku przedstawił on jedną z pierwszych definicji twórczości. Wyjaśniając naturę geniuszu, opisał kreatywność jako wyobraźnię, która (dzięki rozsądkowi i poczuciu dobrego smaku) była w stanie dobierać istniejące już idee i przeobrażać je, tworząc rzeczy nowe. Definicja ta oparta była na powszechnym wówczas przekonaniu, że kreatywność zarezerwowana jest dla geniuszy, którzy posiadają otrzymany od bogów, nadprzyrodzony dar tworzenia [Throsby, 2010, s. 90].

Źródła kreatywności były także przedmiotem zainteresowania Francisa Galtona – prekursora badań nad ludzką inteligencją, żyjącego na przełomie XIX i XX wieku. W swoich pracach dotyczących uzdolnień i wybitności twierdził on, że cechy te (w tym zdolność do kreatywnego myślenia) są dziedziczne [Colvin, 2009, s. 30]. Swoje poglądy opierał na analizie nekrologów ukazujących się w amery-

kańskiej prasie (w jego opinii wystarczającym potwierdzeniem tej tezy był fakt, że dzieci wykonywały ten sam zawód co ich rodzice).

Wszystko zmieniło się w 1950 roku. Właśnie wtedy, podczas kongresu Amerykańskiego Towarzystwa Psychologicznego, Joy Paul Guilford wezwał zebranych do skupienia uwagi nad zagadnieniem kreatywności. Twierdził, nie bez racji, że twórczość jest ważnym tematem, który jednak nie cieszy się dostatecznym szacunkiem w oczach psychologów. Jego wystąpienie pociągnęło za sobą znaczne ożywienie intelektualne i zmianę głównego nurtu myślenia, jeśli chodzi o badania w zakresie kreatywności. Podczas swojej przemowy Guilford zaprezentował strukturalny model intelektu i opisał 120 różnych możliwości umysłu. Model ten ujmował twórczość jako jeden z przejawów inteligencji. Znacząco odbiegało to od wcześniejszych poglądów związanych ze źródłami kreatywności [Guilford, 1950].

Do czasów Guilforda twórczość postrzegana była jako coś elitarnego, dostępnego dla wąskiego grona „wybranych" osób. Jak pisze Nęcka, „przedguilfordowscy" badacze twórczości sugerowali, że umysł działa zupełnie inaczej wtedy, gdy tworzy, niż gdy oddaje się jakiejkolwiek innej aktywności [Nęcka, 2001, s. 45–46]. Pociągało to za sobą z jednej strony nobilitację twórczości, z drugiej jednak skutkowało brakiem rozwoju teorii twórczego myślenia. Połączenie kreatywności i inteligencji, którego dokonał Guilford, wskazywało, że **twórczość może być dostępna dla wszystkich**. I choć takie podejście było później krytykowane, było przełomowe i na trwałe zapisało się w historii badań nad kreatywnością.

Współczesne i najbardziej aktualne teorie twórczości są bezpośrednio związane z badaniami prowadzonymi w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku. Koncepcje te ostatecznie obalają wiele mitów związanych z kreatywnością. Do przedstawicieli tego nurtu należał m.in. Robert Weisberg. Opierając się na własnych badaniach historycznych i biograficznych, wykazał on, że „mit genialności" jest niczym nieuzasadniony. Wybitni twórcy nie opierali swojej kreatywności na nadprzyrodzonych uzdolnieniach czy nagłych olśnieniach. Ich dzieła to raczej efekt długotrwałej i żmudnej pracy [Nęcka, 2001, s. 46–47].

Od zupełnie innej strony podeszli do tego zagadnienia Eva M. Goetz oraz John A. Glover i Albert L. Gary. Goetz prowadziła badania związane z aktywnością plastyczną dzieci [Goetz, 1989]. W przypadku Gary'ego i Glovera badania skupione były na szeroko rozumianym oryginalnym myśleniu [Glover, Gary, 1976]. Poprzez pochwały i wzmocnienia pozytywne (np. nagradzanie słodyczami za pożądane rozwiązanie) w obu badaniach uzyskano wzrost liczby kreatywnych zachowań. Taki wynik eksperymentów sugeruje, że **twórczość jest rodzajem zachowania sprawczego**, które może być wyuczone, wzmacniane lub modelowane [Nęcka, 2001, s. 45–48]. Rozwijanie myślenia twórczego nie różni się w tym zakresie niczym np. od trenowania pamięci.

Przedstawione powyżej badania sprawiły, że w nauce zaczęto odchodzić od elitarnego podejścia do kreatywności. Zostało ono zastąpione przez **egalitarność**. Obecny stan wiedzy z tego zakresu wskazuje, że kreatywność to cecha jak każda

inna. Każdy może być twórczy, choć nie każdy w jednakowym stopniu. Takie ujęcie tej problematyki nie neguje istnienia wybitnych dzieł i nie lekceważy ich autorów. W każdej dziedzinie ludzkiej aktywności istnieje olbrzymie zróżnicowanie międzyosobnicze, ale tylko niektóre jednostki – zazwyczaj bardzo nieliczne – uzyskują poziom mistrzowski. Egalitarny punkt widzenia sprowadza się do przekonania, że twórczość nie stanowi pod tym względem wyjątku [Nęcka, 2001, s. 19–23].

Człowiek kreatywny, czyli jaki?

Oprócz badań skupionych wokół źródeł kreatywności prowadzone są także nieco inne rozważania, które w dużym stopniu powiązane są z próbami wskazania źródeł twórczości. W ich ramach poszukuje się odpowiedzi na pytanie, jakie ludzkie zdolności składają się na większe lub mniejsze możliwości twórcze jednostki.

Za pierwszą z takich zdolności uznaje się szersze pole widzenia czy też, jak pisze Gerald Mendelsohn, **umiejętność korzystania z incydentalnych informacji** [Mendelsohn, 1976]. Kojarzenie odległych faktów, które jest istotą tej umiejętności, często pozwala na twórcze rozwiązanie jakiegoś problemu. Informacje, które w danym kontekście i sytuacji są zupełnie nieprzydatne, mogą okazać się kluczem do rozwiązania innego problemu. Sęk w tym, aby potrafić je zapamiętać i przywołać w odpowiednim momencie.

W tak zdefiniowanym procesie ważną rolę odgrywa również **pamięć**. Uważa się, że twórczość wymaga kodowania nietypowego, alternatywnego i selektywnego. Opiera się ono na przypisywaniu zapamiętanemu obiektowi niezwykłej, rzadkiej „etykiety" identyfikacyjnej. Jeśli zakodujemy obiekt w sposób nietypowy, to wzrasta szansa na późniejsze niestandardowe, twórcze użycie tak zapamiętanej informacji [Nęcka, 2001, s. 68].

Kolejną istotną umiejętnością, od rozwoju której zależy poziom twórczości człowieka, jest **wyobraźnia**. Psychologowie rozróżniają jej dwa podstawowe rodzaje: odtwórczą i twórczą. Kreatywności sprzyja szczególnie ta druga. Pierwsza z nich (odtwórcza) pozwala jednostce odtworzyć rzeczy już znane, np. przebieg wydarzeń czy cechy jakiegoś przedmiotu. Druga natomiast (twórcza) pozwala tworzyć coś na kształt prototypów, wizualizacji nowych rozwiązań i pomysłów, które pojawiają się w umyśle człowieka [Finke, 1990].

Ważny jest także sposób myślenia. Guilford w jednej ze swoich prac stwierdził, że **twórcze myślenie ma charakter dywergencyjny** [Guilford, 1978]. Jest to pojęcie dość ogólne. Należy z nim utożsamiać generowanie wielu oryginalnych pomysłów. Duża rola w opisywanym kontekście przypisywana jest także myśleniu metaforycznemu. Jak piszą Robert Verbrugge i Nancy McCarrell postrzeganie świata w sposób metaforyczny sprzyja rozumieniu i rozwiązywaniu złożonych problemów [Verbrugge, McCarrell, 1977]. Rację ma Nęcka, stwierdzając, że już sama

metafora jest w istocie aktem twórczym [Nęcka, 2001, s. 77]. Łączy ona różne dziedziny i ułatwia transfer wiedzy z jednego obszaru do drugiego [Billow, 1997].

Cechą osób twórczych jest również **otwartość**. Pozwala ona wykorzystywać zróżnicowane źródła wiedzy i informacji. Według Roberta McCrae otwartość to jeden z fundamentów twórczości. Przejawia się ona m.in. poprzez krytyczny stosunek do wyznawanych wartości, ciekawość intelektualną, posiadanie dużej wiedzy w różnych dziedzinach, nieuleganie dogmatyzmowi czy nonkonformizm [McCrae, 1987].

W oparciu o opracowania opisujące cechy sprzyjające kreatywności, zaczęły powstawać w drugiej połowie XX wieku coraz popularniejsze obecnie treningi twórczości. W świetle wyników badań empirycznych można stwierdzić pozytywny wpływ tego typu programów edukacyjnych na wzrost zdolności twórczych i pomysłowości [Fleith i inni, 2002].

Tego typu treningi to jednak niejedyna możliwość oddziaływania na kreatywność. Jak zauważa Dean Keith Simonton, intelekt sprzyja kreatywności, ale aby podejmować aktywność twórczą, musi on być wzbogacony o zróżnicowane doświadczenia i poglądy [Simonton, 1999]. Podobne opinie można znaleźć również u innych autorów. Coraz częściej uznaje się, że **twórczość jest wynikiem funkcjonowania całej osobowości człowieka**, a także wpływu środowiska i kultury. W ten nurt wpisuje się także Jane Piirto, według której podstawą kreatywności są cechy osobowości. Podlegają one jednak nieustannie wpływom szkoły, rodziny oraz środowiska społeczno-kulturowego [Piirto, 2004].

Wydaje się zatem, że twórczości nie można zrozumieć, jeśli nie spojrzy się na nią szerzej, wykraczając poza „personalistyczny", jednostkowy punkt widzenia. Szczególny układ procesów poznawczych, emocji, motywacji i cech osobowości niewątpliwie decyduje o tym, czy człowiek podejmie aktywność twórczą i z jakim skutkiem. Czynniki społeczne mogą jednak twórczości sprzyjać lub ją blokować, działając prawdopodobnie w interakcji z czynnikami natury psychologicznej [Nęcka, 2001, s. 145]. Pociąga to za sobą konieczność poświęcenia większej uwagi relacjom występującym na linii kreatywność – kultura[1]. Te mogą mieć bowiem istotne znaczenie dla rozwoju (lub zastoju) twórczego potencjału jednostki.

Bariery kreatywności

Kiedy mówi się o czynnikach zewnętrznych wpływających na kreatywność jednostki, na ogół dzieli się je na dwie, silnie powiązane ze sobą grupy – bariery i stymulatory. Na początku uwaga poświęcona zostanie pierwszej grupie. Opis czynników wspierających twórczość bez wskazania przeszkód w tym procesie byłby, jak

[1] Przez kulturę należy tu rozumieć – jak ujmuje to Anna Karwińska w tekście *Kultura* w części I niniejszej publikacji – zespół odpowiedzi na potrzeby i wyzwania odczuwane przez jednostki i społeczności. Zgodnie z tym kultura ingeruje w praktycznie każdy aspekt życia jednostkowego i społecznego.

się wydaje, obarczony dużym ryzykiem popełnienia istotnych błędów. Tego typu wprowadzenie pozwoli lepiej wyjaśnić, w jaki sposób można wspierać i stymulować twórczość na poziomie całego społeczeństwa.

Bariery twórczości określa się również mianem bloków, hamulców czy inhibitorów. Ich rola jest niezwykle istotna, ponieważ mogą one hamować proces twórczy [Nęcka, 1995, s. 116]. Jak sugeruje Krzysztof J. Szmidt, szczególną uwagę powinno się poświęcić barierom społeczno-kulturowym. Źródłem tych przeszkód są głęboko zakorzenione normy życia społecznego, zwyczaje i zachowania kulturowe, charakterystyczne dla danych grup zawodowych lub społecznych, które nie zmieniają się tak łatwo w kierunku, w jakim zmierza twórca. Znacznie łatwiej przełamywać bariery psychiczne jednostki. Służą temu m.in. przywoływane już wcześniej treningi twórczości [Szmidt, 2010, s. 21–30].

Kluczową i bardzo często opisywaną barierą w procesie twórczym może być szkoła. Istnieje szereg analiz poświęconych tej problematyce. Pierre Bourdieu i Jean-Claude Passeron uważają, że każde działanie pedagogiczne stanowi obiektywnie symboliczną przemoc, jako narzucenie przez arbitralną władzę arbitralności kulturowej [Bourdieu, Passeron, 2006, s. 128]. Przy takim ujęciu procesu edukacyjnego dużego znaczenia nabiera wychowanie i sposób przekazywania wiedzy. Podkreśla to także Helena Radlińska. Jej zdaniem, człowiek wzrasta nie tylko w sensie fizycznym, ale również psychicznym [Radlińska, 1961, s. 27]. Wzrostowi temu towarzyszy wprowadzanie jednostki w wartości kultury i wrastanie w społeczeństwo. **Wychowanie umożliwia nie tylko wejście w świat kultury, rozumienie i wykorzystywanie jej dóbr, ale także jej tworzenie, co przyczynia się do rozwoju zdolności kreacyjnych człowieka** [Dyrda, 2012, s. 60–61]. Niesie to za sobą istotne implikacje dla systemu oświaty i jego fundamentalnej roli w procesie kształtowania kreatywności ucznia.

W tym kontekście niepokoić może fakt, że dominuje pogląd, mówiący, iż środowisko szkolne na ogół nie wpływa pozytywnie na kreatywność dziecka. Głównym wyzwaniem stojącym przed procesem edukacyjnym jest oczywiście przekazywanie wiedzy. Do zadań szkoły należy jednak również wpajanie uczniom obowiązujących norm społeczno-kulturowych, a także w oparciu o nie wpływ na kształtowanie postawy życiowej i sposób myślenia. W tym zakresie wiele systemów edukacyjnych można określić jako archaiczne. Główne zastrzeżenia, jakie można sformułować pod adresem szkoły w kontekście hamowania twórczości, to m.in. [Szmidt, 2005, s. 86]:

- rozwijanie jedynie wiedzy, a nie procesów myślenia uczniów,
- kształtowanie zachowawczego sposobu myślenia,
- budowanie postawy konformistycznej,
- traktowanie uczniów w sposób przedmiotowy, jako obiektu przyswajania wiedzy,
- hamowanie zainteresowań i zarazem naturalnych możliwości twórczych uczniów.

Krytyka szkoły nie neguje oczywiście potrzeby realizacji jej głównego zadania, tj. przekazywania wiedzy. Kwestią kluczową jest jednak sposób jej przekazywania. Wiedza trafiająca do uczniów nie sprzyja kreatywności, ponieważ [Nęcka, 2001, s. 150]:

- najczęściej ogranicza się do jednostronnego zadawania pytań przez nauczyciela,
- nie pokazuje perspektyw rozwoju omawianych dziedzin nauki,
- operuje mało kreatywnym językiem (m.in. unika analogii, metafor).

Już dawno John Dewey stwierdził, że w zrutynizowanej dydaktyce szkolnej jest bardzo mało miejsca na twórczą pracę: „Brak laboratoriów, warsztatów, narzędzi i materiałów, przy pomocy których ciekawe świata dziecko mogłoby prowadzić »badania« lub tworzyć dzieła na swoją dziecięcą, indywidualną skalę. Zamiast czynnie poznawać świat, siedzi wpatrzone w tablicę lub nauczyciela, czasem coś przeczyta i słucha... słucha... słucha. Rodzi to bierność, mechaniczne skupienie uwagi i nudę" [Szmidt, 2005, s. 87]. Dodatkową konsekwencją jest tutaj ograniczanie czy wręcz blokowanie rozwoju kreatywności dziecka.

W blokowaniu twórczości zbliżoną do szkoły rolę mogą mieć również inne organizacje, np. zakład pracy. William H. Whyte wskazuje, iż organizacja i biurokracja mogą mieć negatywny wpływ na kreatywność jednostki [Whyte, 1956]. Kluczowa w tym zakresie jest atmosfera w miejscu pracy. Osoby odczuwające strach, brak wolności czy niedostateczne wsparcie są mniej twórcze niż jednostki funkcjonujące w lepszej atmosferze.

Stymulatory twórczości

Liczne badania, w tym i te przywołane powyżej, potwierdzają możliwość negatywnego oddziaływania na kreatywność poprzez kulturę czy, mówiąc bardziej obrazowo, poprzez otoczenie społeczno-kulturowe i sposób przekazywania oraz kształtowania obowiązujących w danej społeczności zasad i norm. Zgodnie z tym, co było sygnalizowane wcześniej, istnieją jednak także opracowania potwierdzające pozytywną – stymulującą – zależność między potencjałem twórczym jednostki i kulturą.

Uwaga badaczy koncentruje się tutaj na edukacji, wobec której formułuje się bodaj najwięcej rekomendacji w tym zakresie. Słusznie zauważa Nęcka, że szkoła nie szkodzi twórczości z samej swej natury, lecz w wyniku swoistej inercji instytucji oświatowych [Nęcka, 2001, s. 150]. Skłania to wielu psychologów i pedagogów do poszukiwania dróg wyjścia z pułapki „antytwórczej" edukacji. Zdaniem Ewy Linkiewicz, tradycyjne kształcenie główny nacisk kładzie na zdobywanie przez dziecko wiadomości i umiejętności. **Kształtowanie postaw pozostaje na drugim planie i należałoby odwrócić ten układ** [Linkiewicz, 2011, s. 83]. Pozwoliłoby to kłaść większy nacisk na kreowanie otwartości, wrażliwości i wyobraźni, a więc

wszystkich tych cech, które składają się na potencjał twórczy jednostki. Warto zauważyć, że są to także wrodzone cechy każdego dziecka.

Jedną z dróg ku takiemu ukierunkowaniu procesu kształcenia jest **edukacja kulturalna**. Taka edukacja, rozumiana jako wychowanie w kulturze, ma zasięg, który znacznie wykracza poza sferę artystyczną i lokuje się często w obszarze innych dziedzin kultury (w jej szerokim rozumieniu), jak nauka, technika, praca, polityka, zdrowie, ekologia, filozofia i religia.

Edukacja kulturalna ma za zadanie kształtować osoby, które będą w stanie zarówno twórczo uczestniczyć w kulturze, jak i być jej odbiorcami. Szczególna rola przypada tutaj edukacji artystycznej, która bezpośrednio powiązana jest ze sztuką. Ta ostatnia, zdaniem Jolanty Skutnik, współkreuje, nazywa, demitologizuje, poszukuje i obnaża wartości. Sztuka pozwala także urzeczywistniać te wartości w pracy twórczej oraz pozostałych sferach aktywności jednostki [Skutnik, 2004, s. 103]. Wielu autorów podkreśla także jej niebagatelny wkład w budowę otwartości, tolerancji, oryginalnego myślenia czy poszanowania dla różnorodności.

Istotny wydaje się również fakt, że **kształcenie oparte o edukację artystyczną stanowi podstawę charakteru oraz intensywności późniejszego uczestnictwa jednostki w kulturze**. Brak zrozumienia wytworu kulturowego sprawia, że kontakt z kulturą może okazać się bezużyteczny. Ma on bowiem sens – jak twierdzi Zygmunt Bauman – „dopóty, dopóki uczy nowego spojrzenia, uczy względności każdego spojrzenia, demaskuje konwencje [...], burzy spokój ducha i wzbudza niepewność siebie, odstręcza od dogmatyzmu i nietolerancji" [Bauman i in., 1997, s. 102–104]. Edukacja kulturalna i uczestnictwo w kulturze to tylko stacje na drodze do czegoś, co wielu badaczy określa jako społeczeństwo kreatogenne.

Społeczeństwo kreatogenne

Istnieje wiele prac naukowych poświęconych kwestii nasilania się wybitnej twórczości (w różnych dziedzinach) w pewnych okresach historycznych. Przywołuje tu się na ogół czasy włoskiego renesansu, francuskiego oświecenia czy wiedeńskiej secesji. Przez wiele lat panował pogląd, że odpowiedzialny za to zjawisko jest tzw. *Zeigeist*, a więc duch czasu[2] [Jerzyk i in., 2004, s. 24–26]. Pojęcie to pozostaje mocno niedookreślone i już sama jego nazwa może budzić mistyczne skojarzenia. Stąd też nie dziwi duże zainteresowanie tą kwestią wykazywane przez psychologów w drugiej połowie XX wieku. Odchodzili oni od mistycyzmu i zaczęli opisywać społeczeństwa, które poprzez swoje cechy i panującą kulturę charakteryzują się szczególną zdolnością do wychowywania talentów twórczych. Popularne

[2] Przez sformułowanie to należy rozumieć pojawienie się w danym miejscu i czasie wyjątkowo twórczej atmosfery. Może mieć ona związek ze splotem szczególnych cech, sytuacji i mentalności, charakterystycznych dla danego momentu w historii na określonym terenie.

w tym zakresie są m.in. prace Silvano Arietiego [Arieti, 1976]. Społeczeństwo kreatogenne cechuje się, jego zdaniem [cyt. za: Nęcka, 1995, s. 119]:

- powszechną dostępnością dóbr kultury,
- pozytywnym stosunkiem do zjawisk kulturowych,
- brakiem dyskryminacji w dostępie do dóbr kultury,
- obecnością różnorodnych, często wzajemnie sprzecznych bodźców kulturowych,
- tolerancją i zainteresowaniem odmiennymi poglądami,
- dostarczaniem zachęt i nagród za działalność intelektualną.

Nęcka do tych cech dodaje także dobrobyt rozumiany jako duża siła nabywcza pieniądza lub dysponowanie nadwyżkami dochodów bieżących w stosunku do wydatków [Nęcka, 2001, s. 158–159]. Czynnik ekonomiczny jest, jego zdaniem, ważny, ponieważ z jednej strony stwarza popyt na twórcze dzieła, a z drugiej umożliwia np. sponsorowanie twórców.

Klasa kreatywna

Jednym z najpopularniejszych obecnie podejść do kwestii kreatogennego społeczeństwa jest koncepcja klasy kreatywnej stworzona przez Richarda Floridę [Florida, 2010]. Według niego kreatywność rozkwita w miejscach, które zapewniają obszerny ekosystem, umożliwiający jej pielęgnowanie i wspieranie, a także kierują ową kreatywność ku innowacjom, tworzeniu nowych przedsiębiorstw i w efekcie ku wzrostowi gospodarczemu oraz podniesieniu jakości życia.

Zdaniem Floridy, jesteśmy świadkami **rewolucji kreatywnej**. Znaczenie kreatywności od lat wzrasta i proces ten wciąż będzie się nasilał. Jak pisze Florida, w ciągu minionego stulecia, a zwłaszcza w ostatnim dwudziestoleciu, znacznie wzrosła liczba osób wykonujących pracę kreatywną. Są to naukowcy, inżynierowie, artyści, muzycy, projektanci i profesjonaliści w różnych dziedzinach wiedzy. Florida określa wszystkie te grupy wspólnym terminem – „klasa kreatywna". Według jego wyliczeń, opartych na gospodarce amerykańskiej, do tej nowej klasy należy około 30% wszystkich zatrudnionych.

Florida często odwołuje się do kultury i przekonań podzielanych przez członków klasy kreatywnej. Jak pisze, posiadają oni wspólny etos, który ceni kreatywność, indywidualizm, różnice i kompetencje. Dla członków klasy kreatywnej wszystkie aspekty i przejawy kreatywności – technologicznej, kulturalnej czy ekonomicznej – są ze sobą powiązane i nierozłączne. Etos ten, jak zauważa Florida w innym miejscu, oparty jest na połączeniu etyki protestanckiej z etyką bohemy. Łączy to ze sobą wartości stanowiące, iż sens życia można odnaleźć w ciężkiej pracy (etyka protestancka) ze skupieniem się na przyjemnościach, szczęściu i radości z tego, co oferuje nam życie (etyka bohemy).

Taka postawa życiowa sprawia, że dużego znaczenia nabierają dla społeczeństwa nowe wartości, których kreatywne jednostki poszukują wokół siebie. Florida zalicza do nich **indywidualizm, merytokrację, różnorodność i otwartość**. To fundament klasy kreatywnej – jej członkowie wysoko cenią organizacje i środowiska, gdzie każdy może się odnaleźć i odnosić sukcesy. Florida, w oparciu o prace Carla L. Rogersa, wykazuje również, że klasa kreatywna szczególny nacisk kładzie na doznania i otwartość na nowe doświadczenia, co pozwala jej stymulować własną kreatywność.

Sprawia to, że środowisko przyjazne klasie kreatywnej musi być bogate w zróżnicowane instytucje i wydarzenia kulturalne, których rola jest tutaj niezwykle istotna. Po pierwsze, kultura znacząco przyczynia się do kształtowania opisanych wcześniej wartości, które niezbędne są do wykorzystania potencjału twórczego tkwiącego w klasie kreatywnej. Po drugie, jak stwierdza Florida, kreatywność ma charakter wielowymiarowy. Nie jest możliwe budowanie innowacyjnego sektora wysokich technologii bez sztuki, kultury i muzyki. Wszystkie formy kreatywności napędzają się nawzajem.

Znaczenie kultury podkreślają także inni autorzy. Ruth Towse opisuje dynamiczny związek pomiędzy podmiotami kulturalnymi i kreatywnością. Stwierdza, że instytucje kultury tworzą **„kreatywny szum"** [Towse, 2011, s. 538–539]. Ten przyciąga na dany obszar kolejne ukierunkowane na kreatywność podmioty artystyczne i biznesowe, co przyczynia się do dalszego nasilenia pozytywnego – twórczego – oddziaływania kultury.

Florida wzywa do tworzenia **kreatywnego ekosystemu**. Jest to w istocie apel o tworzenie kreatogennego społeczeństwa i swoistej kultury kreatywności. W jego ujęciu kreatywny ekosystem jest to wspólnota dynamiczna i przyjazna człowiekowi. Opiera się ona na trzech fundamentach – które autor koncepcji określa jako 3T – talencie, technologii i tolerancji. Dla rozwoju takiej wspólnoty i zarazem dla rozwoju gospodarczego konieczne jest kształtowanie umiejętności niezbędnych dla kreatywności (talent), inwestowanie w sektor badań naukowych oraz innowacje, a więc efekty działań kreatywnych (technologia) oraz tworzenie kultury sprzyjającej kreatywności, która jeszcze bardziej wzmacnia jej rozwój (tolerancja). W ramach tak pojętego ekosystemu kreatywności dokonuje się rozwój osobisty, wprowadzane są innowacje technologiczne i kulturalne, tworzone są miejsca pracy twórczej, dynamizowany jest wzrost gospodarczy oraz w pełni akceptowana jest różnorodność stylów życia i kultur [Florida, 2010, s. 391–392].

Kreatywność i innowacyjność a gospodarka

Wzrost znaczenia dobrych pomysłów i własności intelektualnej sprawia, że coraz popularniejszy staje się pogląd dotyczący nadejścia kreatywnej gospodarki. Jest on obecny nie tylko w rozważaniach Floridy. Powiązana z nim jest także, przypisująca kreatywności centralną rolę w gospodarce, tzw. nowa teoria wzrostu [Florida, 2010, s. 54–55]. Zakłada ona – jak pisze Bohdan Jung – że **najlepszym kapitałem jest umiejętność twórczego myślenia**, a kreatywność i generowanie nowych pomysłów są kluczowe dla rozwoju i w przeciwieństwie do zasobów naturalnych – jest to zasób nieograniczony [Jung, 2011, s. 14].

Jeszcze śmielszą teorię prezentuje m.in. Joel Mokyr, który stwierdza, że kreatywność stanowi podstawę całego rozwoju i postępu gospodarczego [Mokyr, 1990]. Autorzy *Creative economy report 2008* również opisują twórczość jako „koło zamachowe napędzające wzrost gospodarczy" [*Creative economy*, 2008, s. 333]. Z kolei Florida konfrontuje wizję kreatywnej gospodarki z koncepcją gospodarki opartej na wiedzy w ujęciu Petera Druckera [Florida, 2010, s. 61]. Ten ostatni za główny zasób ekonomiczny, zgodnie z nazwą swojej teorii, uznaje wiedzę, podczas gdy zdaniem Floridy, ta jest jedynie narzędziem kreatywności. W jego podejściu innowacja – czy to w postaci nowego technologicznie przedmiotu materialnego, czy w postaci nowego modelu lub metody biznesowej – jest produktem kreatywności.

Warto zwrócić uwagę, że innowacja jest często uznawana za pojęcie pokrewne kreatywności. Dotyczy ona strony praktycznej aktu twórczego. Opierając się na pewnym uproszczeniu, można napisać, że innowacyjność to proces oparty na wprowadzaniu w życie pomysłu, który jest efektem kreatywności. Najpierw następuje generowanie pomysłu, a następnie jego realizacja, co oznacza, że kreatywność zawsze poprzedza innowacyjność [Jerzyk i in., 2004, s. 12–13].

Przedstawione definicje pokazują, jak silna jest relacja pomiędzy kreatywnością a innowacyjnością[3]. Dokładne relacje empiryczne w tym zakresie starał się wskazać Florida w swojej pracy *Narodziny klasy kreatywnej*. Jego zdaniem, przedstawiciele klasy kreatywnej posiadają zdolność generowania innowacji w dziedzinie, w której się specjalizują. Badacz postanowił potwierdzić to poprzez wykazanie powiązań, jakie występują między skupiskami klasy kreatywnej a poziomem rozwoju innowacji na danym terenie[4]. W oparciu o uzyskane wyniki doszedł do wniosku, że miasta i regiony o dużym poziomie koncentracji klasy kreatywnej zajmują czołowe

[3] Ważna jest tutaj rola przemysłów kreatywnych. Tę problematykę omawia w niniejszej publikacji J. Głowacki w tekście *Przemysły kreatywne a ich wpływ na rozwój.*

[4] Badania obejmowały ponad sto miast w Stanach Zjednoczonych.

pozycje w rankingu centrów innowacji i wypadają bardzo dobrze pod względem liczby firm z branży wysokich technologii [Florida, 2010, s. 249].

Wnioski te nabierają szczególnego znaczenia, kiedy uwzględni się rolę innowacji w gospodarce. Jednym z najważniejszych ujęć tego zagadnienia jest koncepcja twórczej destrukcji Josepha Schumpetera. Zdaniem tego wybitnego austriackiego ekonomisty, na wolnym rynku zachodzi proces ciągłych przekształceń, który nieustannie rewolucjonizuje istniejące struktury biznesowe, niszcząc stare i kreując nowe. Ten proces – określany jako **kreatywna destrukcja** – jest według Schumpetera najistotniejszą cechą i wyróżnikiem rynku. Jest to także – poprzez innowacje – determinanta rozwoju gospodarczego. Schumpeter postrzegał innowacyjnego przedsiębiorcę jako siłę napędową postępu w gospodarce kapitalistycznej, a w innowacji widział główne źródło przewagi konkurencyjnej [Towse, 2011, s. 400].

Innowacyjność, podobnie jak twórczość, ma wymiar ekonomiczny. Zgodnie z wizją Schumpetera można stwierdzić, że przedsiębiorstwo nie musi być kreatywne, nie musi posiadać pracowników z pomysłami, nie musi również sprzyjać rozwojowi innowacji, ale to oznacza brak rozwoju, a ten w dłuższej perspektywie przełoży się na upadek takiego podmiotu. Nadaje to dodatkowe znaczenie:

- innowacyjności, która bezpośrednio wpływa na rozwój gospodarczy,
- kreatywności, która kształtuje poziom innowacyjności,
- kultury, która poprzez szereg oddziaływań wpływa (pozytywnie lub negatywnie) zarówno na kreatywność, jak i na innowacyjność.

Do długookresowych czynników rozwoju społeczno-gospodarczego zaliczyć należy również kapitał wiedzy naukowej (jakość nauki, poziom badań naukowych), kapitał wiedzy społeczeństwa (jakość edukacji), a także mentalność społeczeństwa (określającą poziom cywilizacyjny i kulturowy).

Podsumowanie

Kreatywność to, mówiąc najprościej, ludzka zdolność do generowania wartościowych pomysłów i rozwiązań w praktycznie każdej dziedzinie życia. Przez wieki uważano, że stanowi ona nadprzyrodzony, boski dar. Sytuacja zmieniła się dopiero w połowie XX wieku. Okazało się, że wbrew wielu sądom kreatywność nie jest ani zarezerwowana dla wybranych, ani też nie jest efektem szczególnego – twórczego – ducha czasu. Kreatywność to, jak się powszechnie dziś uważa, umiejętność dostępna dla każdego człowieka. W wielu badaniach wykazano także, iż jest to zdolność, która może podlegać stymulacji i rozwojowi.

Na poziom kreatywności tak jednostki, jak i społeczeństwa wpływ ma wiele czynników. Mogą one zarówno blokować, jak i stymulować rozwój twórczości. Ważną rolę odgrywa tutaj otoczenie społeczno-kulturowe jednostki (m.in. szkoła i kulturowe uwarunkowania procesu edukacyjnego, miejsce pracy i jego kultu-

ra organizacyjna, instytucje kulturalne i poziom uczestnictwa w kulturze, cechy miejsca, w którym się mieszka). Szczególnie pożądane są też kreatogenne formy życia społecznego pozytywnie wpływające na twórczość danej wspólnoty. Tworzą one kreatywny ekosystem, który rozwija twórczość członków tej społeczności i pozwala przyciągać na dany obszar kolejne kreatywne jednostki.

Osoby kreatywne dzięki swojej pomysłowości stanowią podstawowy kapitał współczesnych firm. Dzięki swoim zdolnościom przyczyniają się do rozwoju innowacyjności i stanowią źródło istotnej przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Sprawia to, że poziom kreatywności społeczeństwa i kultura, która może wpływać na ten poziom (zarówno pozytywnie, jak i negatywnie), mają duże znaczenie dla dynamiki rozwoju społeczno-gospodarczego danego obszaru. Można uznać, że kultura i kreatywność są kluczowymi czynnikami rozwoju gospodarek i społeczeństw, co nabiera szczególnego znaczenia w czasach szybkich zmian i poważnych wyzwań globalnych.

Na koniec warto jeszcze wspomnieć teorię Samuela Huntingtona dotyczącą znaczenia kultury we współczesnym świecie. Jego zdaniem, rola wartości i postaw uwarunkowanych kulturowo, jako czynników ułatwiających bądź hamujących tendencje rozwojowe, była w dużym stopniu ignorowana przez rządy oraz agencje pomocowe. Włączenie programów propagujących zmianę wartości i postaw do projektów prorozwojowych jest posunięciem niezbędnym, jeśli nie chcemy, by nędza i niesprawiedliwość, nękające większość zacofanych krajów i grup etnicznych, towarzyszyły im również w ciągu najbliższego półwiecza [Huntington, 2000]. W świetle prowadzonych rozważań można to odczytywać jako rekomendację m.in. dla władzy centralnej (przy programowaniu polityki publicznej dotyczącej kwestii związanych np. z oświatą i kulturą), władz lokalnych (podczas kreowania strategii rozwojowych i wizerunkowych podlegających im obszarów), instytucji oświatowych (przy tworzeniu programów nauczania i kształceniu kadry dydaktycznej) czy w końcu dla każdego człowieka (by umiejętnie pokierował swoim życiem i był bardziej kreatywny).

Literatura

Arieti S. [1976], *Creativity. The magic synthesis*, Basics Books, New York.

Bauman Z., Zeidler-Janiszewska A., Kubicki R. [1997], *Wobec sztuki,* w: *Humanista w ponowoczesnym świecie*, Zysk i S-ka, Poznań.

Billow R.M. [1997], *Metaphor. A review of the psychological literature*, „Psychological Bulletin", vol. 84.

Bourdieu P., Passeron J.C. [2006], *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, Warszawa.

Colvin G. [2009], *Talent jest przeceniany. Co odróżnia najlepszych od całej reszty*, MTBiznes, Warszawa.

Creative economy report 2008. The challenge of assesing the creative economy: towards informed policy-making [2008], UNCTAD, Geneva.

Dyrda M.J. [2012], *Środowisko – wychowanie – kapitał społeczno-kulturowy*, w: *Edukacja kulturowa. Oczekiwania i potrzeby*, Fundacja na rzecz Dzieci i Młodzieży „Szansa", Siedlce.

Finke R.A. [1990], *Creative imagery. Discoveries and inventions in visualization*, Hillsdale, Erlbaum, NJ.
Fleith D. de Souza, Renzulli J.S., Westberg K.L. [2002], *Effect of a creativity training program on divergent thinking abilities and self-concept in monolingual and bilingual classrooms*, „Creativity Research Journal", vol. 14.
Florida R. [2010], *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
Glover J.A., Gary A.L. [1976], *Procedures to increase some aspects of creativity*, „Journal of Aplied Behavioral Analysis", vol. 9.
Goetz E.M. [1989], *The teaching of creativity to preschool children. The behavior analysis approach*, w: *Handbook of creativity*, J.A. Glover, R.R. Ronning, C.R. Reynolds (eds.), Plenum Press, New York.
Guilford J.P. [1950], *Creativity*, „American Psychologist", vol. 5.
Guilford J.P. [1978], *Natura inteligencji człowieka*, PWN, Warszawa.
Huntington S.P. [2000], *Kultura ma znaczenie*, Zysk i S-ka, Poznań.
Jerzyk E., Leszczyński G., Mruk H. [2004], *Kreatywność w biznesie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań.
Jung B. [2011], *Ekonomika kultury. Od teorii do praktyki*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
Kanter R.M. [2001], *eVolve: Succeeding in the digital culture of tomorrow*, Harvard Business School Press, Boston, MA.
Landes D.S. [1988], *The wealth and poverty of nations, Why ome are so rich and some so poor*, W.W. Norton and Co, New York.
Linkiewicz E. [2011], *Edukacja plastyczna w świetle aktualnych potrzeb społecznych i kulturotwórczych*, w: *Kultura 2010*, B. Techmańska, M. Zawadka (red.), Wydawnictwo Instytut Śląski, Opole–Wrocław–Lublin.
McCrae R.R. [1987], *Creativity, divergent thinking, and openness to experience*, „Journal of Personality and Social Psychology", vol. 52.
Mendelsohn G. [1976], *Associative and attentional processes in creative performance*, „Journal of Personality", vol. 44.
Mokyr J. [1990], *The level of riches. Technological creativity and economic progress*, Oxford University Press, New York.
Nęcka E. [1995], *Proces twórczy i jego ograniczenia*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
Nęcka E. [2001], *Psychologia twórczości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
Piirto J. [2004], *Understanding creativity*, Great Potential Press, Scottsdale.
Radlińska H. [1961], *Pedagogika społeczna*, Wrocław–Warszawa–Kraków.
Reber A.S., Reber E.S. [2001], *The Penguin dictionary of psychology*, Penguin Books, London.
Simonton D.K. [1999], *Origins of genius. Darwinian perspectives on creativity*, Oxford University Press, New York.
Skutnik J. [2004], *Wychowanie w sztuce jako koncepcja edukacji kulturalnej dziecka*, w: *Edukacja kulturalna. Wybrane obszary*, K. Olbrycht (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice.
Stein M.I. [1953], *Creativity and culture*, „Journal of Psychology", vol. 36.
Szmidt K.J. [2005], *Pedagogika twórczości. Idee – aplikacje – rady na twórczą drogę*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
Szmidt K.J. [2010], *ABC kreatywności*, Difin, Warszawa.
The creativity question [1976], A. Rothenberg, C.R. Hausman (eds.), Duke University Press, Durham, NC.
Throsby D. [2010], *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
Towse R. [2011], *Ekonomika kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
Verbrugge R.R., McCarrell N.S. [1977], *Metaphoric comprehension: studies in reminding and resembling*, „Cognitive Psychology", vol. 9.
Whyte W.H. [1956], *The organization man*, Simon and Schuster, New York.

Joanna Sanetra-Szeliga

Sektor kultury a rozwój gospodarczy miasta

Czym jest miasto?

Rozwój technologii w zakresie transportu i telekomunikacji pod koniec XX wieku doprowadził do powstania tezy o końcu miasta jako jednostki gospodarczej i sposobu organizacji społeczeństwa. Z jednej strony obserwuje się ucieczkę mieszkańców miast z centrów na przedmieścia lub wręcz na wieś. Jest to związane m.in. z faktem, że coraz większa liczba osób ma możliwość pracy zdalnej, wykonywanej z dowolnego miejsca, np. z domu, bez konieczności dojazdów do miejsca zatrudnienia. Z drugiej zaś strony same firmy zaczęły przenosić swoją działalność z centrów miast na ich tańsze peryferia, a także za granicę, do krajów oferujących atrakcyjne ceny czynników produkcji.

Teza o końcu miast nie wydaje się jednak mieć jak do tej pory empirycznego potwierdzenia. Mimo stagnacji czy wręcz upadku niektórych z nich, miasta nadal istnieją (ze wszystkimi tego konsekwencjami), przyciągając nowych mieszkańców. Co więcej, przewiduje się, że wskaźniki urbanizacji na świecie będą nadal rosnąć; już obecnie ludność miejska stanowi ponad 50% ludności świata. Jednakże trudno nie zauważyć zmian w funkcjonowaniu miast, szczególnie cywilizacji zachodniej.

Współcześni badacze skłaniają się w coraz większym stopniu w stronę interdyscyplinarności badań nad miastem (*urban studies*), problem miasta leży bowiem w sferze zainteresowań tak ekonomii, jak i urbanistyki, architektury, historii, socjologii, geografii, demografii, statystyki, psychologii czy antropologii kulturowej. W konsekwencji najpełniejsze definicje uwzględniają elementy wielu dziedzin nauki.

Aby o jednostce osadniczej można było powiedzieć, że jest miastem, musi ona charakteryzować się następującymi cechami: • wyodrębnienie z otoczenia, • zindywidualizowanie (jednostka terytorialna musi posiadać własne, indywidualne cechy, którą ją wyróżniają), • zwartość skupiska ludności, • ukształtowane centrum, • zróżnicowanie zawodowe mieszkańców zatrud-

nionych w większości poza rolnictwem, • heterogeniczność mieszkańców, • przewaga grup wtórnych nad pierwotnymi, kontaktów rzeczowych nad osobistymi (anonimowość), • inny zarys demograficzny niż w przypadku terenów wiejskich (np. wyższy współczynnik feminizacji, dłuższa średnia długość życia), • proces zmian użytkowania terenów nieciągły w czasie i przestrzeni, • nagromadzenie podmiotów gospodarczych [Czornik, 2004, s. 15, Malikowski, 1992, s. 7–16]. Ważne są także cechy wskazujące na społeczną strukturę jednostki miejskiej, w tym konieczne do jej istnienia i rozwoju wykształcone centrum społeczne, prestiżowe i funkcjonalne zróżnicowanie architektury, silne zróżnicowanie i duże możliwości rozwoju przestrzeni społecznej, ponadlokalne funkcje pełnione w stosunku do określonego terytorium [Wallis, 1967, s. 135–148].

W świetle prawa obowiązującego na danym terenie jednostka miejska musi posiadać zdefiniowane cechy administracyjne. W Polsce Ustawa z dnia 29 sierpnia 2003 r. o urzędowych nazwach miejscowości i obiektów fizjograficznych (art. 2, ust. 3) definiuje miasto jako jednostkę osadniczą o przewadze zwartej zabudowy i funkcjach nierolniczych, posiadającą prawa miejskie bądź status miasta nadany w trybie określonym specjalnymi przepisami.

Rozwój miasta

Jesteśmy obecnie świadkami zmiany paradygmatu rozwoju miasta – od miasta handlującego nadwyżkami płodów rolnych i wytworów rzemieślniczych przez miasta przemysłowe do obecnych poprzemysłowych miast usługowych i kreatywnych. **Wśród zmieniających się funkcji miejskich w państwach rozwiniętych zaczynają dominować handel i usługi. Większe znaczenie zyskują funkcje związane z rekreacją, spędzaniem wolnego czasu, życiem kulturalnym i naukowym**. Współczesne czynniki rozwoju lokalnego w epoce globalizacji i tworzenia gospodarki opartej na wiedzy to przede wszystkim: zatrudnienie (rozumiane jako firmy tworzące nowe miejsca pracy), baza rozwojowa (tworzenie nowych podmiotów w niszach rozwojowych), korzyści miejsca (jakość i unikatowość) oraz zasoby wiedzy (kapitał ludzki). **Obserwacja najnowszych trendów w gospodarce światowej zdaje się potwierdzać, że sektor kultury, a w nim przemysły kreatywne, posiadają potencjał ekonomiczny, który może mieć pozytywny wpływ na trwały rozwój miast poprzez „kulturyzację gospodarki i ekonomizację kultury" oraz „restrukturyzację sektorową i innowacyjną modernizację gospodarki"** [Klasik, 2010, s. 19].

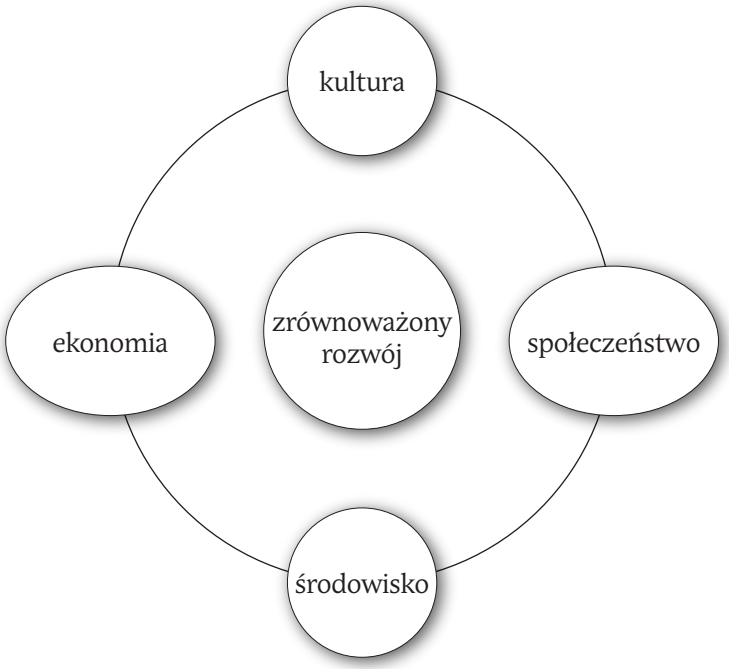
Współczesne miasta stoją przed licznymi wyzwaniami środowiskowymi (zanieczyszczenie, utylizacja odpadów, produkcja energii, degradacja terenu), społecznymi (depopulacja, starzenie się ludności, choroby cywilizacyjne, poziom bezpieczeństwa), ekonomicznymi (niestabilność budżetowa, mała dynamika rozwoju,

bezrobocie, niski poziom inwestycji, dekapitalizacja i degradacja infrastruktury) i przestrzennymi (suburbanizacja, niewydolność układu komunikacyjnego, zwiększenie obszarów wymagających rewitalizacji, zaprowadzenie ładu przestrzennego) [Parysek, Mierzejewska, 2009, s. 12]. Sprostanie im determinuje pozycję miasta na rynku i poziom jego konkurencyjności. Obecnie bowiem mamy do czynienia z walką konkurencyjną nie tylko pomiędzy firmami i państwami, ale między regionami i miastami, które zabiegają o kapitał, szczególnie innowacyjny, i zasoby ludzkie. Konkurencyjność miast istnieje w związku z unikatowymi cechami, którymi miasto dysponuje, którymi się wyróżnia spośród innych. Przy podejmowaniu decyzji, czym jest i jak wykorzystać istniejący potencjał rozwojowy danego miasta, przy identyfikacji nisz rynkowych, które mogłoby zagospodarować miasto, poszukiwaniu równowagi pomiędzy wzrostem gospodarczym miasta i jakością życia jego mieszkańców, poszukiwaniu równowagi pomiędzy rozwojem gospodarczym oraz planowaniem i zagospodarowaniem przestrzeni coraz częściej brany jest pod uwagę potencjał sektora kreatywnego. Badania pokazują bowiem, że **szeroko rozumiana działalność kulturalna wspiera rozwój miast** w oparciu o czynniki, takie jak:

- generowanie społecznego zaangażowania, poczucia dumy, budowanie tożsamości i poczucia przynależności do miejsca zamieszkania,
- tworzenie atrakcyjnego miejsca do mieszkania (jakość życia), odwiedzania (turystyka kulturalna) i inwestowania (jakość życia, dostęp do zasobów ludzkich),
- realizacja projektów kulturalnych będących katalizatorem rozwoju,
- rozwój przemysłów kultury mających bezpośredni wpływ na wzrost gospodarczy (nowe miejsca pracy, wzrost dochodu),
- tworzenie wizerunku i tożsamości miasta (promocja, branding).

Warto tu zwrócić uwagę, że obecnie w odniesieniu do miast mówi się raczej o rozwoju, tj. o procesie zmian nie tylko ilościowych (jak w przypadku wzrostu mierzonego najczęściej wielkością PKB, dotyczącego produkcji dóbr i usług), ale także jakościowych, które wyrażają dążenia do zaspokojenia potrzeb ekonomicznych, społecznych i kulturowych mieszkańców. W tym kontekście często pada hasło „podnoszenia jakości życia". Kluczowa staje się idea zrównoważonego rozwoju, której podstawą (od Szczytu Ziemi w 1992 r. w Rio de Janeiro) ma być zintegrowanie polityki środowiskowej, gospodarczej i społecznej. Ma to pozwolić na zaspokojenie potrzeb obecnego pokolenia, bez umniejszania szans w tym zakresie przyszłych generacji. W pierwotnym modelu z Rio zabrakło sfery kultury, ale od pewnego czasu liczne głosy domagają się uwzględnienia tego sektora w pojęciu zrównoważonego rozwoju, a przede wszystkim w polityce zrównoważonego rozwoju.

Schemat 1. Model zrównoważonego rozwoju



Źródło: Opr. własne

Oprócz oczywistego znaczenia szeroko rozumianej kultury dla rozwoju społeczeństw przywołuje się ewidentne podobieństwo kapitału kulturowego i naturalnego. Stan kapitału naturalnego i kulturowego jest odziedziczony po przodkach; naszym zadaniem jest ich ochrona dla przyszłych pokoleń; oba są niezbędne do funkcjonowania ekonomicznego; w obu przypadkach różnorodność jest wartością, którą należy chronić i rozwijać [Throsby, 2005, s. 4]. Za istotną uznaje się również rolę kapitału kulturowego (tak jeśli chodzi o zasoby ludzkie, jak i o fizyczny kapitał kulturowy) w rozwoju gospodarczym i społecznym, co stanowi dodatkowy argument za uwzględnieniem kultury w polityce zrównoważonego rozwoju.

Zmiany w podejściu do polityki kulturalnej w miastach zachodniej Europy – od drugiej połowy XX wieku do dziś

W okresie powojennym polityka kulturalna miast, skupionych na odbudowie i pobudzaniu wzrostu gospodarczego, była traktowana raczej jako problem drugorzędny, ale i niewzbudzający większych kontrowersji. Dominujące było dziewiętnastowieczne podejście do kultury z dbałością o tworzenie i rozwój infrastruktury kulturalnej dla tradycyjnych instytucji kultury – muzeów,

bibliotek, oper, teatrów. Sfera kultury była wyizolowana z polityki miejskiej i nie odgrywała żadnej roli w strategiach gospodarczych, paradoksalnie także tych związanych z turystyką i promocją miasta. Kulturę traktowano jako nośnik wartości pomagający w przezwyciężeniu przez społeczeństwo wojennej traumy, a polityka kulturalna koncentrowała się na „uszlachetniających i duchowo wspierających wartościach kultury wyższej".

Zmiana podejścia do roli kultury w polityce miejskiej była skorelowana z ruchami społecznymi pojawiającymi się w Europie po 1968 roku, które z jednej strony często były związane z alternatywnymi działaniami w sektorze kultury, a z drugiej traktowały działania kulturalne i polityczne jako nierozerwalne elementy tego samego procesu. Odpowiedzią polityków zarówno na oczekiwania społeczne, jak i na kryzys gospodarczy były strategie kulturalne, które traktowały kulturę znacznie szerzej – jako element aktywizacji lokalnych społeczności i zachęcanie ich do udziału w życiu publicznym oraz czynnik budowania poczucia wspólnoty i dumy (projekty animacji kulturalnej, festiwale). Stanowiły one także próbę dotarcia do społeczności niepartycypujących dotychczas w kulturze, ożywienia wymarłej przestrzeni miejskiej.

W latach osiemdziesiątych XX wieku, pod presją konieczności oszczędzania miejskich środków publicznych, zaczęto odchodzić od realizacji poprzez politykę kulturalną jedynie celów społecznych, skupiając się bardziej na problemach ekonomicznych, czego wyrazem była także zmiana terminologii – od „subsydiowania kultury" do „inwestycji w kulturę". Zauważono, że kultura może stać się narzędziem służącym dywersyfikacji lokalnej bazy ekonomicznej (turystyka, sztuka, media, sport, rekreacja), tworzącym nowe miejsca pracy, elementem miejskiego marketingu – tworzenia pozytywnego wizerunku miasta, przyciągającego nowych inwestorów, mieszkańców, turystów. Od tego okresu miasta zaczęły inwestować znaczne sumy w tzw. projekty flagowe – prestiżowe budynki (nowe bądź zaadaptowane przestrzenie, najczęściej postindustrialne), mające być symbolem i katalizatorem rozwoju gospodarczego miasta (np. dzielnica Antigone w Montpellier, Muzeum Guggenheima w Bilbao, nowy budynek Opery w Oslo, Emscher Park w Zagłębiu Ruhry, Kunsthaus w Grazu). Nie oznacza to, że wspieranie tzw. wysokiej kultury, promocja dostępu do kultury, umożliwienie ekspresji wszystkim grupom społecznym, przestały być uwzględniane w politykach kulturalnych miast. Widać jednak przesunięcie środka ciężkości w stronę efektów ekonomicznych. Lata dziewięćdziesiąte XX wieku natomiast to triumf rewitalizacji przez kulturę, faza, która w rozwijającej się i zmieniającej formie trwa do dziś. To również okres rozwoju koncepcji miasta kreatywnego i międzykulturowego, które w zasadniczy sposób wpływają na sposób prowadzenia polityki miejskiej [Bianchini, 1993, s. 9–15; 1999, s. 23–37].

Polityka miejska w obszarze kultury

Do kompetencji samorządów miejskich należy także dbałość o kulturę na terenie miasta, włączając w to wspieranie i promocję twórczości oraz działań kulturalnych, a także opieka nad zabytkami znajdującymi się na ich terenie. W Polsce większość publicznych instytucji kulturalnych podlega samorządom (m.in. gminom miejskim) – są to przede wszystkim biblioteki, domy kultury, teatry, galerie – co oznacza, że miasto jest ich organizatorem i łoży na ich utrzymanie. W ramach realizowanych przez miasta konkursów dotacyjnych o wsparcie finansowe mogą ubiegać się także organizacje pozarządowe. Dzięki temu oprócz wpływu pośredniego na obszar kultury (jak promocja miasta, nawiązywania kontaktów zagranicznych, wspieranie edukacji, odpowiednie prawo), władze miasta mają bezpośredni wpływ na działalność kulturalną w mieście (finansowanie konkretnych instytucji i wydarzeń).

Politykę miasta w omawianym obszarze możemy podzielić na dwie współzależne części – zapewnienie odpowiedniej infrastruktury kulturalnej oraz wspieranie działalności kulturalnej, w tym przemysłów kultury. W tym kontekście David Throsby sugeruje, aby potraktować miasto jako zbiór następujących zasobów: fizycznych (budynki, infrastruktura), naturalnych, kapitału ludzkiego i kapitału kulturowego. **Polityka miejska w sferze kultury może więc dotyczyć tworzenia nowych zasobów, poprawiania efektywności zarządzania już posiadanymi zasobami, jak również rewitalizacji, adaptacji do nowych potrzeb, odnowy istniejących zasobów. W zakresie polityki kulturalnej miasto ma do dyspozycji materialny i niematerialny zasób kultury** [Throsby, 2010, s. 133–134]. Jeśli chodzi o wymiar ściśle ekonomiczny, to znaczenie kapitału kulturowego tkwi przede wszystkim w przemysłach kultury. Są one generatorami nowych miejsc pracy, podnoszą dochody miasta, poszerzają jego ofertę eksportową. Zasób niematerialny to m.in. z jednej strony *genius loci* (kluczowe znaczenie dla atrakcyjności miasta), a z drugiej kapitał ludzki, szczególnie istotny w opartej na wiedzy gospodarce XXI wieku. Odbiorcą działań w sferze kultury są przede wszystkim mieszkańcy (wpływ na jakość życia w mieście, w którym dostęp do szeroko rozumianej kultury ma także znaczenie, projekty rewitalizacji w oparciu o kulturę) i turyści (oferta kulturalna i czasu wolnego dla odwiedzających), ale także inwestorzy (zob. teoria klasy kreatywnej poniżej).

Kultura w mieście w XXI wieku

John Montgomery zwraca uwagę, że w chwili obecnej miasta, wraz z gospodarką, wchodzą w nowy, piąty cykl rozwoju Kondratiewa[1], w którym szeroko rozumiana kultura odgrywać może istotną rolę m.in. w tworzeniu potencjału konkurencyjnego miasta. Część technologii piątej fali jest związana z nowymi formami wyrazu artystycznego oraz rozrywką (szczególnie przemysł komputerowy, cyfrowe media i internet). Warto przy tej okazji wspomnieć, że zgodnie z teorią Alvina Tofflera społeczeństwa po fazie rozwoju agrarnego i przemysłowego weszły obecnie w tzw. trzecią fazę (falę) rozwoju technologicznego, związaną z rozwojem technologii komunikacyjnych, rozwojem usług i odejściem od produkcji masowej [Toffler, 1980]. Ponadto, w rozwiniętych społeczeństwach zachodnich, w których zaspokojone zostały potrzeby z dolnej części piramidy Maslowa, w tym posiadanie produktów AGD, telewizorów, kina domowego, laptopów i telefonów komórkowych, pojawia się nowy trend. Jedynym sposobem na wyrażenie swojej tożsamości poprzez posiadanie jest zakup limitowanych edycji, oryginalnych prac i produktów luksusowych. **W związku z tym wzrasta popyt na sztukę, wzornictwo i indywidualnie dobierane czy tworzone „na miarę" towary** [Montgomery, 2008, s. xx]. Z tego też względu w nowych gałęziach przemysłu oraz w tych produkujących dobra postrzegane jako bardziej luksusowe większe znaczenie będzie mieć innowacyjne wzornictwo przemysłowe, moda oraz świadomość dizajnu i sztuki. Najlepiej będą rozwijać się te miasta, w których istnieją klastry technologicznie zaawansowanych, wyspecjalizowanych przemysłów, elastycznie reagujących na zmiany. **W pierwszej połowie XXI wieku będą się rozwijać te miasta, których gospodarka opierać się będzie na przemyśle cyfrowym, ekonomii wiedzy i przemysłach kreatywnych, oraz te, w których rozwijać się będzie kreatywność artystyczna i dizajn**. Dla sukcesu miasta kluczowe będzie zachowanie równowagi pomiędzy kreatywną i dynamiczną gospodarką, innowacyjnym życiem kulturalnym i dobrze dopasowaną formą materialną, w której toczy się owo życie i funkcjonuje gospodarka. Te trzy elementy dynamiki miasta nieustannie się zmieniają i dopasowują. Równowagę naruszają zmiany w technologii, a rolą zarządzania jest dążenie do jej utrzymania.

[1] Cykle rozwojowe to podstawa teorii Mikołaja Kondratiewa, która zakłada, że gospodarka kapitalistyczna rozwija się cyklach 45–60-letnich (ostatnio następuje skracanie cyklu ze względu na przyspieszony rozwój technologiczny). Okresy intensywnego rozwoju (45–55 lat) oddzielają fazy wyraźnego spadku, wynikającego z wyeksploatowania dotychczasowych zasobów. Warunkiem rozpoczęcia kolejnej fazy wzrostu jest rozwój nowej generacji technologii. Obecny, piąty cykl, jest powiązany z rozwojem przemysłu farmaceutycznego, biotechnologii i inżynierii genetycznej, nowych technologii informatycznych, cyfrowych i telekomunikacyjnych.

Nowe koncepcje miast

Miasto kreatywne to koncepcja podkreślająca wagę przemysłów kultury, infrastruktury kulturalnej, a także „klasy kreatywnej" w dyskusji o kluczowych zasobach miasta. Kreatywność oznacza, że miasto nie tylko jest w stanie produkować konkurencyjne towary ale także potrafi szybko się zmieniać i dostosowywać do zmian konkurencji i popytu, dzięki posiadanemu zasobowi kultury umie przyciągać inwestycje w innowacyjnych sektorach gospodarki oraz kreatywne jednostki. Według Sharon Zukin miasto kreatywne dba o kreatywność poprzez promowanie otwartych postaw i niskich barier wejścia (tj. czynników umożliwiających wejście na rynek i rozpoczęcie działalności), różnorodności kulturowej oraz charakteryzuje się „niecierpliwym pragnieniem nowych rzeczy, jednocześnie doceniając stare" [Zukin, 2009, s. 13].

Wyzwania globalizacji, a przede wszystkim nasilona migracja i zwiększająca się różnorodność kulturowa w dużych miastach doprowadziły do powstania idei **miasta międzykulturowego**. Miasto międzykulturowe posiada zróżnicowaną populację, w tym mieszkańców z różnych grup etnicznych, narodowych, mówiących różnymi językami i wyznających różne religie. Ta różnorodność jest postrzegana tak przez zarządzających miastem oraz media, jak i przez mieszkańców, jako zasób, w którym dzięki spotkaniu różnych kultur dochodzi do efektu synergii [Wood, 2009, s. 17]. Miasto międzykulturowe nie tylko „radzi" sobie z różnorodnością, ale wykorzystuje ją jako źródło dynamiki, innowacji, kreatywności i wzrostu. Dzięki odpowiednio prowadzonej polityce miasta mieszkańcy z różnych środowisk mają szansę się spotkać i nawiązać pozytywną interakcję. Istnieją także odpowiednie mechanizmy zarządzania konfliktem międzykulturowym. Takie miasto może elastycznie dopasowywać się do zmiennej sytuacji w kontekście polityki i gospodarki [*The intercultural city*..., 2008].

Klastry i przemysły kreatywne

Wspomnianej na początku rozdziału hipotezy o utracie znaczenia przez miejsca fizyczne (miasta) nie potwierdzają badania Michaela Portera [Porter, 1990]. Według niego najbardziej istotne we współczesnej gospodarce jest odpowiednie umiejscowienie działalności gospodarczej. Przewaga konkurencyjna zazwyczaj koncentruje się w danych gałęziach przemysłu oraz grupach wzajemnie powiązanych przemysłów. W ten sposób powstają tzw. klastry (firmy powiązane ze sobą poprzez świadczenie sobie nawzajem usług i dostarczenie towarów, przedsiębior-

stwa działające w sektorach pokrewnych, współpracujące z nimi instytucje), które dzięki bliskim powiązaniom i wspólnej lokalizacji z jednej strony tworzą sieć współpracy, a z drugiej – konkurencji. Klastry, które osiągnęły masę krytyczną, odnoszą sukcesy konkurencyjne i cechują większość silnych gospodarek regionalnych, a nawet wielkomiejskich. Klastry tworzą się wokół firm napędowych, innowacyjnych i wykorzystujących najnowsze technologie. I tu właśnie jest miejsce na przemysły kultury, którym poświęcono osoby rozdział w niniejszej publikacji[2]. W klastrach powstają sieci firm dostawczych, łańcuchy produkcji, które są zintegrowane w bardziej horyzontalny sposób niż w epoce kapitalizmu przemysłowego. Powoduje to tworzenie nowych biznesów, aktywizuje przedsiębiorczość, przyciąga kreatywnych ludzi. Ponieważ klastry często są centrami innowacji i kreatywności, stają się kluczowe dla przyszłości miast w piątym cyklu Kondratiewa [Montgomery, 2008, s. 12].

Kapitał ludzki – klasa kreatywna

Badania pokazują, że wysoko wykwalifikowani pracownicy raczej nie podążają za pracą, a miejsce zamieszkania zmieniają, kierując się specyfiką danego miasta i jakością życia – wybierają miejsca posiadające konkretne cechy. Firmy starają się więc lokować swoje siedziby w tych miejscach, zapewniając sobie dzięki temu kreatywnych i wykształconych pracowników. W ten sposób Richard Florida stworzył **teorię kapitału kreatywnego**, opierającą się na przekonaniu, że fundamentem rozwoju są **ludzie kreatywni, którzy wybierają na miejsce zamieszkania lokalizacje cechujące się innowacyjnością, różnorodnością i tolerancją**. Tworzą oni tzw. klasę kreatywną, zdefiniowaną jako klasa ekonomiczna, składająca się z ludzi, „którzy zwiększają wartość ekonomiczną poprzez swoją kreatywność [...] wykonując pracę, której funkcja polega na tworzeniu nowych, znaczących form". Rdzeniem tej klasy są naukowcy i inżynierowie, artyści estradowi, aktorzy, projektanci, architekci, pisarze, wydawcy, twórcy opinii publicznej, profesorowie uniwersyteccy, analitycy, którzy „produkują nowe formy czy projekty łatwo zbywalne i mające szerokie zastosowanie". To jest tzw. superkreatywna grupa, oprócz której do klasy kreatywnej należą „twórczy profesjonaliści, którzy pracują w dziedzinach wymagających zaawansowanej wiedzy" (np. high-tech, usługi finansowe, służba zdrowia, zarządzanie biznesem) i od których wymaga się samodzielnego, innowacyjnego myślenia [Florida, 2010, s. 83–84].

W związku z tym **Florida sugeruje, że kluczem do sukcesu miast jest tworzenie udogodnień i rozwój atrakcji o charakterze lifestylowym, kulturalnym i rekreacyjnym spełniających wymagania klasy kreatywnej stanowiącej głów-**

[2] Por. w niniejszej publikacji: J. Głowacki, *Przemysły kreatywne i ich wpływ na rozwój.*

ny zasób rozwojowy. Przyciągnięcie klasy kreatywnej stanowi dla miasta „być albo nie być". Skłonienie jej do wybrania danego miasta na swój dom w dalszej kolejności przyciągnie bowiem firmy (czyli inwestycje), które z tego zasobu kreatywnego będą chciały korzystać[3].

Atrakcyjność miasta – strategia eventów

Miasta chcą być wyjątkowe i na owej unikalności budować swoją przewagę konkurencyjną. Elementami oryginalności są z pewnością endogeniczne zasoby miasta, takie jak np. dziedzictwo kulturowe[4], tak materialne, jak i niematerialne, struktura ludności (kapitał ludzki), *genius loci*. Wiele z tych zasobów można rozwijać i promować.

W ostatnim czasie miasta przyjmują strategię proaktywną w tworzeniu nowych zasobów stanowiących o ich atrakcyjności – organizują różnorodne wydarzenia (eventy), w dużym stopniu należące do szeroko rozumianej dziedziny kultury. Charakterystyczną ich cechą jest złożoność (składają się najczęściej z serii różnych działań), ograniczony czas trwania i miejsce, element celebracji/święta, publiczność oraz grupa interesariuszy. Niektóre miasta wręcz budują swój wizerunek jako miejsca interesujących i zróżnicowanych wydarzeń: australijskie Melbourne promuje się jako „światowe miasto wydarzeń", a Hongkong „stara się stać jednym z miast najlepszych wydarzeń na świecie" [Richards, Palmer, 2010, s. 2–3]. Wydarzeniami często wykorzystywanymi do promocji miasta są festiwale, wystarczy wspomnieć Edynburg – „główne światowe miasto festiwalowe" [http://www.festivalsedinburgh.com/content/festival-city, 2012], a także strategię promocji Krakowa pod marką „6 zmysłów" [http://www.biurofestiwalowe.pl/6-zmyslow.html, 2012]. Eventy poprawiają wizerunek miasta, dodają życia przestrzeni miejskiej, budują poczucie dumy mieszkańców; mogą też stanowić ważny element gospodarki miasta. Istnieje różnica pomiędzy „miastem z eventami" a „miastem

[3] Teoria Floridy spotkała się z niezwykle żywym przyjęciem – nie brakowało entuzjastów ale i zagorzałych krytyków. Ci ostatni negowali wyniki badań, a także zarzucali brak nowatorstwa oraz wytkali błędy w logice i metodologii, twierdząc m.in. jak np. Enrico Moretti (E. Moretti, *The new geography of jobs*, New York 2012), że ciąg przyczynowo skutkowy, będący podstawą teorii Floridy, jest dokładnie odwrotny (jako przykłady podaje Seattle, które stało się otwarte, atrakcyjne i modne w konsekwencji ulokowania tam siedziby Microsoftu, a nie odwrotnie, oraz Berlina, który uchodzi za miasto kreatywne i przyciągające bohemę, gdzie poziom bezrobocia jest wyższy niż w innych miejscach w kraju). Inne zarzuty dotyczą pozycjonowania klasy kreatywnej na uprzywilejowanym miejscu i traktowania pozostałych członków społeczeństwa (w tym rodziny z dziećmi, bo klasa kreatywna miałaby się składać raczej z singli) jako mniej efektywnych i pełniących funkcję usługową w stosunku do kreatywnych.

[4] Por. część III niniejszej publikacji: *Dziedzictwo jako zasób.*

eventów" – do tego tytułu dąży wiele miast zaangażowanych w organizację wydarzeń. W przeciwieństwie do „miasta z eventami" „miasto eventów" podchodzi do organizowanych wydarzeń holistycznie i strategicznie. Co więcej, jest aktywne w zakresie generowania nowych wydarzeń, zamiast tylko przyjmować i ewentualnie firmować zewnętrzne projekty. Traktuje bowiem eventy jako element polityki miejskiej w zakresie promocji miasta na zewnątrz oraz tworzenia wysokiej jakości życia w mieście i jego rozwoju [Richards, Palmer, 2010, s. 43].

Sugeruje się, aby miasta, które chcą oprzeć swoją strategię lub jej część na eventach, stworzyły całe portfolio wydarzeń, małych i dużych, skierowanych do różnych grup docelowych, organizowanych w różnych dziedzinach, z różnymi celami i oczekiwanymi rezultatami. Dzięki temu miasta mogą maksymalizować wartość (finansową, ale i społeczną oraz kulturalną) zestawu eventów w danym okresie [Getz, 2007]. Należy także pamiętać, że wydarzenia muszą być dobrze ulokowane w lokalnym kontekście – eventy realizowane metodą „kopiuj-wklej" z innego miasta mają niewielkie szanse powodzenia.

Nie można jednak zapominać, że chociaż eventy mogą być wykreowane z endogenicznych zasobów danego miejsca, miasta także często konkurują o tytuł gospodarza imprez wędrujących – takich jak Światowe Wystawy EXPO, olimpiady sportowe czy Europejska Stolica Kultury. Wydarzenia tego typu były wykorzystywane w rozwoju miasta i jego rozrastaniu się już od XIX wieku (np. Wystawa Światowa w Paryżu w 1798 czy 1802 r., a szczególnie w Londynie w 1851 r.). Jednak o przemyślanych i celowych strategiach opartych na realizacji eventów możemy mówić dopiero w XX wieku. Wydarzenia stały się elementem pobudzającym proces rewitalizacji miasta (szczególnie terenów poprzemysłowych, powojskowych, zdegradowanych). Strategie na początku XXI stulecia stały się bardziej wyrafinowane – coraz częściej nie chodzi już tylko o zmianę w sensie fizycznym, poprawę wizerunku czy nawet o rozwój gospodarczy, a „miękkie" rezultaty stają się coraz bardziej istotne. Można nawet mówić o rewitalizacji społecznej, tj. takiej, która skupia się na poprawie jakości życia mieszkańców, a nie jedynie na wsparciu dla biznesu i przyciągnięciu inwestorów. Druga ważna zmiana w podejściu do eventów to myślenie skupione na długoterminowych skutkach (a nie natychmiastowych rezultatach osiąganych w bardzo krótkim czasie). Ważne jest wcześniejsze planowanie tego, jak zachować „dziedzictwo" wydarzenia, jego pozytywny wpływ na miasto i wspieranie tego procesu [Smith, 2012, s. 44–45].

Miejska ekonomia symboliczna

W ostatnich latach pojęcie „kultura" nabrało dla miast także nowego, instrumentalnego znaczenia – kultura to zestaw idei, działań, miejsc i symboli, które razem tworzą tzw. miejską ekonomię symboliczną [*Dialogue on urban cultures*,

2004]. Jej przejawem są m.in. wspomniane eventy. Takie wartości, jak atmosfera miasta, poczucie przynależności czy niezwykłe doświadczenie uczestników eventu stanowią element „ekonomii doznań/przeżyć". Doznania są według B. Josepha Pine'a i Jamesa H. Gilmore'a obok surowców, towarów i usług czwartym istotnym elementem współczesnej gospodarki. Nie chodzi tu tylko o element rozrywki, ale przede wszystkim o zaangażowanie klienta/uczestnika w sposób osobisty i pozostający w pamięci [Pine, Gilmore, 1999, s. 2–3]. Tym, co odróżnia doznanie od zwykłej usługi, jest jego niepowtarzalność i współcześnie wiele osób tego właśnie oczekuje. Jeśli chodzi o same wydarzenia kulturalne, to ich uczestnicy zazwyczaj nie przyjeżdżają do miasta tylko dla miejsca, ale właśnie ze względu na szczególną atmosferę i poczucie wspólnoty z innymi biorącymi udział w danym wydarzeniu. **Popyt na tzw. dobra doznaniowe stanowi szansę dla miast chcących oprzeć swój rozwój na zasobach kultury**.

Jak w przypadku innych dóbr publicznych, władze miasta mogą wspierać ten typ gospodarki m.in. poprzez zapewnienie infrastruktury miejskiej oraz grantów dla twórców/producentów dóbr. Ze względu na dużą atrakcyjność inwestycyjno-finansową dobra doznaniowe coraz częściej przejmowane są przez podmioty prywatne (np. olimpiady sportowe, hazard) i polityka publiczna powinna zapobiegać ich dominacji. Dużą rolę odgrywa też budowanie świadomości konsumentów, którzy by móc skorzystać z dobra doznaniowego i przeżyć coś wartościowego, muszą wiedzieć, jak odczytać przekaz. Jednym ze sposobów byłoby włączenie odpowiednich przedmiotów do programów nauczania szkolnego.

Rewitalizacja miasta

Ze względu na możliwość wieloaspektowego podejścia do kultury (generator miejsc pracy, czynnik atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej, budulec atmosfery miejsca itp.) coraz częściej właśnie kultura staje się głównym elementem programów rewitalizacji, czyli przywracania do życia, kreowania nowego życia, zdegradowanych obszarów (najczęściej poprzemysłowych) miasta. Problematyce rewitalizacji został poświęcony osobny rozdział niniejszej publikacji[5], trudno jednak nie wspomnieć o niej w rozważaniach o mieście.

Sposób rewitalizacji w oparciu o kulturę musi być dostosowany do danego obszaru, bazować na jego wcześniejszych funkcjach, historii, obecnych mieszkańcach. Charles Landry [Landry, 2003, s. 28–35] stworzył w tym kontekście ciekawą typologię „kulturalnych rewitalizatorów". Najbardziej typowym „rewitalizatorem" jest nowy obiekt (nazywany często budynkiem lub projektem flagowym) dla instytucji kulturalnej, zabytkowy bądź częściej nawet postindustrialny obszar

[5] Zob. w niniejszej publikacji: K. Jagodzińska, *Rewitalizacyjna funkcja dziedzictwa kulturowego.*

zaadaptowany na potrzeby współczesnej działalności kulturalnej (bardzo często związanej ze sztuką współczesną albo tzw. kulturą alternatywną). Sztandarowym przykładem jest przypadek baskijskiego Bilbao[6].

Wiele miast usiłuje bezskutecznie naśladować przykład Bilbao. Przyczyną niepowodzeń zazwyczaj jest zbyt powierzchowne podejście – „wybudujemy muzeum sztuki nowoczesnej i się uda", „zaprosimy znanego architekta, który stworzy budynek-ikonę". Należy więc pamiętać, że w Bilbao oprócz długofalowego strategicznego planu angażującego całą gamę podmiotów i dziedzin doszło także do wyjątkowego splotu okoliczności, w tym zaangażowania znanych „marek", tj. Fundacji Guggenheima i Franka O. Gehry'ego.

Nietrafione inwestycje, zbyt drogie w utrzymaniu albo nieprzystające do rzeczywistości „posteventowej" (jeśli powstają na okoliczność jakiegoś wydarzenia – festiwalu, EXPO, wydarzeń sportowych), są szeroko opisywane w literaturze. Andrew Smith nazywa takie obiekty białymi słoniami[7] i twierdzi, że zdarzają się sytuacje, że miasta w szaleństwie konkurowania o dany tytuł czy organizację wydarzenia usiłują przebić konkurentów większymi i robiącymi jeszcze większe wrażenie obiektami, które następnie nie mają szans na pełne wykorzystanie. Do tego dochodzi także chęć polityków, by zaimponować światu możliwościami. Bardzo często decydentom może się także wydawać, że jeśli coś zostanie wybudowane, to na pewno później pojawi się także pomysł na merytoryczne zagospodarowanie obiektu i przyciągnięcie publiczności. Problemem, który się pojawia, bywa także rozdźwięk pomiędzy daną inwestycją a jej bezpośrednim otoczeniem i lokalną społecznością. Z jednej strony w ramach późniejszego wykorzystania obiektu inwestorzy starają się odzyskać wyłożone pieniądze poprzez ceny biletów, zbyt wysokie dla przeciętnego mieszkańca okolicy. Z drugiej występuje problem wizerunku – często nowe obiekty są projektami flagowymi, chlubą miasta i promowane są jako prestiżowe i elitarne, a ubogie lokalne społeczności nie identyfikują się z obiektem i nie korzystają z niego.

Skutecznym „rewitalizatorem" może być działalność artystyczna. Na przykładzie Custard Factory w Birmingham można zobaczyć, jak grupy artystów poprzez swoją działalność na pewnym obszarze mogą wpłynąć na zmianę postrzegania danego terenu i krok po krok przekształcić go np. w modną dzielnicę kreatywną. Oczywiście w wielu przypadkach na pewnym etapie niezbędne jest wsparcie miasta. Niebezpieczeństwem takiej rewitalizacji może być moment, w którym dojdzie do tak wysokiego poziomu gentryfikacji, że artyści wyprowadzą się do obiektów tańszych, mniej popularnych i mniej komercyjnych, a bardziej „autentycznych".

[6] Por. tamże.

[7] W Azji Południowo-Wschodniej białe słonie były bardzo rzadkimi i niezwykle cennymi zwierzętami, niestety otrzymanie ich w podarunku łączyło się nie tylko z wyróżnieniem, ale przede wszystkim z bardzo wysokimi kosztami utrzymania.

Władze Dublina przewidziały taki problem i podpisały długoterminowe umowy najmu po korzystnych dla artystów cenach, aby zapewnić sobie ich obecność w rewitalizowanej dzielnicy Temple Bar. Innym problemem może być zbyt duże ukierunkowanie działań i produkcji artystycznej na sprostanie gustom odbiorców, a przez to wypieranie sztuki trudniejszej i bardziej ambitnej przez prostszą i nastawioną na masowego odbiorcę. Władze miejskiej powinny w takim przypadku mieć na względzie, że wartością takiej dzielnicy jest jej kreatywność i unikatowość – poziom generowania dochodów nie powinien stanowić podstawy oceny jej funkcjonowania.

Również pojedynczy artyści czy osoby mogą odgrywać znaczącą rolę rewitalizacyjną. Z jednej strony mowa tu o znanych postaciach historycznych (ale i bohaterach utworów literackich), wokół których obraca się np. turystyka kulturalna – Stratford, miejsce urodzenia Szekspira to jeden ze znanych przykładów. Z drugiej strony przykład Richarda Bootha z Hay-on-Wye w Walii, który przekształcił małe miasteczko w światowe centrum używanych książek, pokazuje, jak ważny może być jeden, ale kreatywny i przedsiębiorczy człowiek dla rozwoju miasta.

Wydarzenia kulturalne, kolejny typ „rewitalizatora", odgrywa różnorodną rolę w procesie rewitalizacji miasta. Mogą one oferować tzw. projekty flagowe, których rolą jest wspierać przezwyciężanie nierówności strukturalnych we wstępnej fazie rewitalizacji – w trakcie tego procesu mogą stanowić czynnik przyspieszający zmiany, poszerzający ich zasięg, dający odpowiednią narrację i tożsamość zachodzącym zmianom. Mogą też służyć za sposób prezentacji zakończenia ostatniego etapu planowanej rewitalizacji [Smith, 2012, s. 120]. Odpowiednio przeprowadzone projekty eventów mają szansę na budowanie kapitału społecznego w danym miejscu. Eventy mogą służyć jako element budowania tożsamości lokalnej, poczucia przynależności, a także zaangażowania i odpowiedzialności społecznej. W zależności od wydarzenia i sposobu jego organizacji projekty mogą mieć także wpływ na zmianę sposobu życia (więcej kultury, więcej sportu), mieć efekt edukacyjny. W związku z dużymi kosztami inwestycji w infrastrukturę czy ochronę dziedzictwa eventy bywają często postrzegane jako bardziej elastyczny element strategii rozwoju miasta, pozwalający na większe zróżnicowanie podobnych do siebie obiektów fizycznych i oferujący specyficzną atmosferę i rozrywkę, umożliwiając aktywny udział i poczucie przynależności.

Miasta walczą o stworzenie i utrzymanie wyjątkowego wizerunku, dzięki czemu będą się wyróżniać spośród innych jako atrakcyjne miejsce dla odwiedzających, nowych mieszkańców i inwestorów. Paradoksalnie, kopiując i wykorzystując wszędzie te same metody, miasta w efekcie mogą być do siebie bardzo podobne, zwłaszcza jeśli postawią na rozwiązania globalne, światowych artystów, a nie na modele, które odwoływałyby się do specyfiki danego miejsca i angażowały społeczność lokalną, zamiast ją wypierać w procesie gentryfikacji.

Europejska Stolica Kultury katalizatorem rozwoju miasta

Rozważając wpływ kultury na rozwój miasta, nie sposób pominąć Europejskiej Stolicy Kultury (ESK) – O tytuł ten, przyznawany przez UE na okres jednego roku, w trybie konkursów narodowych mogą ubiegać się miasta z wyznaczonych na dany rok państw członkowskich UE. **Tytuł otrzymują te miasta kandydujące, które przedstawią najlepsze wizje miast w zakresie wydarzeń kulturalnych planowanych na dany rok (z uwzględnieniem wymiaru europejskiego i zaangażowania lokalnych mieszkańców) oraz pod względem długofalowego myślenia o roli i wymiarze kultury w mieście**.

Idea Europejskiej Stolicy Kultury powstała w 1985 roku z inicjatywy greckiej minister kultury Meliny Mercouri. Początkowo przedsięwzięcie nazywane Europejskim Miastem Kultury (EMK) miało służyć zbliżeniu obywateli poszczególnych państw, wzajemnemu poznaniu i promocji współpracy. Miasta miały przedstawiać swoją kulturę i dziedzictwo, a także prezentować dokonania kulturalne i artystyczne innych narodów. Początki ESK to wielkie, całoroczne i multidyscyplinarne festiwale kulturalne w danych miastach: w Atenach (1985), Florencji (1986), Amsterdamie (1987), Berlinie (1988), Paryżu (1989). Za moment zmiany podejścia i rozbudowania zakresu inicjatywy uważa się rok 1990, kiedy tytuł EMK nosiło szkockie Glasgow. Po raz pierwszy tytuł przyznano miastu niekojarzonemu do tej pory z kulturą, które ten sektor postawiło w centrum strategii rewitalizacji miasta (zob. ramka).

Krok po kroku oblicze inicjatywy zaczęło się zmieniać. Uwagę poświęcano nie tylko dużym wydarzeniom kulturalnym, ale także małym lokalnym przedsięwzięciom z udziałem mieszkańców, a przede wszystkim inicjatywom długofalowym, służącym zmianom w mieście i poprawiającym jakość życia jego mieszkańców. W 1999 roku inicjatywie nadano status wspólnotowy, zmieniając jednocześnie nazwę na Europejską Stolicę Kultury. Obecnie obowiązuje Decyzja 1622/2006/WE, która m.in. uszczegółowiła kryteria wyboru miast. Obchody ESK powinny uwzględniać wymiar europejski inicjatywy (przede wszystkim współpracę międzynarodową i prezentację danego miasta w kontekście kultury i historii Europy) oraz jej charakter obywatelski, przejawiający się przede wszystkim wysokim stopniem zaangażowania mieszkańców, organizacji i instytucji miejskich w przygotowanie i realizację ESK. Ważnym elementem stało się podniesienie jakości życia w mieście poprzez wykorzystania dziedzictwa historycznego i architektury miejskiej. Stąd liczne projekty o charakterze infrastrukturalnym i inwestycyjnym – jak choćby renowacja starego miasta w rumuńskim Sybinie (ESK 2007), budowa centrum kulturalnego Kunsthaus w austriackim Grazu (ESK 2003) czy dzielnicowe domy kultury zlokalizowane w przestrzeniach postindustrialnych, tzw. Maisons Folie

w Lille (ESK 2004). ESK powinno mieć także wymiar społeczny – budować tożsamość miasta, poczucie przynależności, aktywizować mieszkańców, mieć wymiar edukacyjny, zachęcać do udziału w kulturze. Za przykład można tu podać planowane w Koszycach (ESK 2013) przekształcenie nieużywanych, wolnostojących budynków stacji transformatorowych w miejsca spotkań i działań kulturalnych lokalnych społeczności albo realizowany w Liverpoolu (ESK 2008) program wolontariatu dający mieszkańcom Merseyside poczucie uczestnictwa w ważnych dla miasta obchodach oraz możliwość szkoleń i warsztatów.

Europejska Stolica Kultury stała się jednym z najbardziej rozpoznawalnych projektów UE w dziedzinie kultury. Jest także jedynym, który w sposób bezpośredni odnosi się do urbanizacji i potencjału kulturalnego. Warto podkreślić, że dla miast ubiegających się o tytuł ESK konkurs stanowi przede wszystkim szansę na przemyślenie i zrewidowanie, często po raz pierwszy, roli kultury w mieście. Tytuł zresztą nie jest przyznawany za to, czym miasto w danym momencie jest (jak w przypadku wpisów na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO), ale za to, czym chciałoby zostać za parę lat (konkurs jest realizowany z pięcioletnim wyprzedzeniem). Dlatego też na liście ESK nie dziwią miasta małe czy też poprzemysłowe; najwyraźniej ich wizja zrobiła duże wrażenie na międzynarodowym jury oceniającym wnioski aplikacyjne. Wygrana w konkursie nie przekłada się też na duże wsparcie finansowe ze strony UE: Nagroda im. Meliny Mercouri wynosi 1,5 mln euro, co przy średnim budżecie ESK w wysokości około 40 mln euro jest jedynie dodatkiem do środków, które miasto musi zebrać we własnym zakresie. Nagrodą w konkursie jest raczej okazja do zmiany miasta, która często bez wyraźnej zachęty i okazji nie dochodzi do skutku.

Glasgow – Europejskie Miasto Kultury 1990

Szkockie Glasgow, jako pierwsze dawne miasto przemysłowe podjęło się rewitalizacji opartej na kulturze oraz zostało Europejskim Miastem Kultury (EMK), przez co stało się punktem odniesienia dla kolejnych licznych prób transformacji miast wykorzystujących do tego sektor kultury.

Glasgow to typowe miasto przemysłowe, walczące w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych z reperkusjami kryzysu ekonomicznego i upadkiem przemysłu ciężkiego, w tym z wysokim bezrobociem. Wizerunek miasta w tym czasie był dużej mierze negatywny – brudne, niebezpieczne miasto, kojarzone z alkoholizmem i przemocą w wykonaniu gangów i pseudokibiców. Miało to zasadniczy wpływ na problemy z przyciągnięciem inwestycji, które mogłyby wyciągnąć miasto z problemów gospodarczych. Strategia Glasgow zaczęła się przede wszystkim od decyzji, że zanim rozpoczęta zostanie rewitalizacja gospodarcza i fizyczna, najpierw całkowitej zmianie musi ulec wizerunek mia-

sta. Temu posłużyła kampania „Miles Better", która w bardzo krótkim czasie przyczyniła się do polepszenia postrzegania miasta. Kultura stanowiła centrum planów rewitalizacyjnych – zaczynając w 1982 roku od realizacji dorocznego festiwalu sztuki Mayfest, przez udostępnienie kolekcji sztuki Burrell Collection (1983), organizację Garden Festival (1988), po Jazz Festival (1986), a wreszcie otrzymanie tytułu Europejskiego Miasta Kultury 1990.

Przygotowanie obchodów EMK zaplanowano jako katalizator rewitalizacji centrum miasta, raczej z naciskiem na kwestie gospodarcze, mniej artystyczne. Przełomem w myśleniu o wydarzeniu było interdyscyplinarne podejście, w którym mieściły się nie tylko kwestie tzw. wysokiej kultury, ale także problematyka dizajnu, edukacji, architektury, religii, sportu, historii, a także inżynierii, szczególnie budowania statków. Miasto stało przed ogromnym wyzwaniem, ponieważ w przeciwieństwie do poprzednich Europejskich Miast Kultury – Aten, Florencji, Paryża – na miano miasta kultury musiało zapracować programem, finansami i promocją [Garcia, 2004, s. 106]. Ambicją organizatorów było przyciągnięcie turystów i potencjalnych inwestorów.

Z okazji organizacji w Glasgow 1990 zrealizowano szereg projektów infrastrukturalnych, w tym wybudowanie nowej sali koncertowej na ponad 2400 miejsc – Royal Concert Hall, renowację edwardiańskich galerii sztuki – McLellan Galleries, wybudowanie audytorium w Glasgow Film Theatre, utworzenie Muzeum Edukacji, adaptację zajezdni i fabryki tramwajów na centrum sztuki współczesnej Tramway oraz wiele pomniejszych inwestycji w infrastrukturę i odnowę obiektów dziedzictwa. Program kulturalny opiewał na 3400 wydarzeń z udziałem artystów z 23 państw, zamówiono 40 prac w dziedzinie sztuk wizualnych i performatywnych, 60 premier teatralnych i tanecznych [www.glasgow.gov.uk, 2012].

Badania pokazały, że długofalowe zaangażowanie w kulturę odmieniło postrzeganie miasta, widzianego teraz jako drugie, po Londynie, centrum kultury w Wielkiej Brytanii, miasto kreatywne, przyjazne dla biznesu, z szeroką ofertą dla przemysłu konferencyjnego, centrum zakupowe. Strategia przyciągania turystów również się powiodła: mimo ewidentnego spadku liczby odwiedzających po roku obchodów, poziom zainteresowania turystów miastem po 1990 roku o kilkanaście procent przewyższał poziom z lat osiemdziesiątych i pozostaje wyższy od średnich danych dla całej Szkocji.

Rok 1990 nie zakończył zainteresowania miasta kulturą. W 1996 roku otwarto galerię sztuki współczesnej GoMA (Gallery of Modern Art). W kolejnym roku uruchomiono centrum widowiskowo-wystawienniczo-konferencyjne Clyde Auditorium, ze względu na kształt budynku zaprojektowanego przez Normana Fostera zwane Pancernikiem, zlokalizowane na terenie dawnych do-

ków. W 1999 roku miasto otrzymało zaś tytuł Brytyjskiego Miasta Achitektury i Dizajnu. W 2001 ruszył projekt rewitalizacji terenów portowych. W 2008 roku Glasgow otrzymało tytuł Miasta Muzyki UNESCO.

Badania przeprowadzone w 2011 roku [Myerscough, 2011] potwierdzają zmianę profilu miasta: liczba osób zatrudnionych w sektorze kreatywnym wzrosła o 43%, do 31 tys. osób. Wzrosły wskaźniki turystyki kulturalnej (o 45% od 1999) i są obecnie o 20% wyższe niż w 1990 roku. Od 1992 roku o 82% wzrosła liczba wydarzeń kulturalnych, co czyni z miasta prawdziwe centrum kulturalne.

Polityka polskich miast w zakresie kultury

W Polsce o polityce miejskiej w sferze kultury możemy mówić od momentu przyjęcia reformy samorządowej z 1990 roku, reaktywującej samorząd lokalny i przekazującej gminom część uprawnień w sferze kultury. Następnie przez ponad dekadę miasta polskie pozostawały w pierwszych dwóch z trzech opisanych powyżej faz rozwoju polityki kulturalnej. Przykładem może być sposób przygotowania działań w ramach „Krakowa 2000" – Europejskiego Miasta Kultury w 2000 roku. Działania kulturalne związane z tym wydarzeniem były wyizolowane z całości polityki miejskiej do tego stopnia, że w dokumentach strategicznych miasta z tamtego okresu nie podejmuje się tematu „Krakowa 2000".

Pewną zmianę podejścia do kultury wymusiła akcesja do Unii Europejskiej. W szczególności – możliwość ubiegania się o środki na projekty kulturalne z Europejskich Funduszy Strukturalnych i konieczność sprostania wymogom Funduszy w zakresie tworzenia strategii rozwoju i zawartości merytorycznej konkretnych projektów[8]. W miastach zaczęto inwestować w infrastrukturę kulturalną na niespotykaną w tak krótkim czasie skalę. Powstały nowe obiekty – takie jak Opera w Krakowie czy Muzeum Sztuki Współczesnej w Toruniu. W większości przypadków inwestycje te nie stanowiły części kompleksowych strategii rozwoju czy rewitalizacji.

Polskie miasta dopiero uczą się, na czym polega kompleksowa rewitalizacja obszarów zdegradowanych. Badania pokazują, że programy rewitalizacji najczęściej nie mają charakteru zintegrowanego. Głównym elementem pozostają działania inwestycyjne (remonty, modernizacje, adaptacje budynków do nowych funkcji). Brakuje działań z zakresu polityki społecznej i zmiany struktury gospodarczej terenów objętych projektami, a także partycypacji mieszkańców. Natomiast dzia-

[8] Zob. w niniejszej publikacji: J. Sanetra-Szeliga, *Kultura w procesie integracji europejskiej*.

łania w sferze kultury pojawiają się w programach zazwyczaj tylko wtedy, kiedy powstaje nowy obiekt przeznaczony na cele związane z kulturą [Siemiński, Topczewska, 2009, s. 36][9].

Podsumowanie

Wraz ze zmianą podejścia do kultury na przełomie XX i XXI wieku i dostrzeżeniem jej funkcji ekonomicznych zmienia się także sposób, w jaki miasta na całym świecie postrzegają sektor kultury i go wykorzystują. Szeroko rozumiana kultura nie tylko staje się częścią strategii marketingowych miasta, ale zaczyna stanowić integralny elementy strategii rozwojowych. Wykorzystywane jest jej znaczenie jako mechanizmu rozwoju gospodarczego (szczególnie poprzez wspieranie przemysłów kreatywnych) oraz czynnika budującego wysoką jakość życia w mieście i kształtującego sposób rozwiązywania problemów społecznych. Mimo iż rodzi to nie tylko pozytywne rezultaty w postaci wyższego poziomu rozwoju miasta, ale i zagrożenia, zwłaszcza dla rozwoju kultury jako takiej, m.in. poprzez utylitarne kształtowanie twórczości artystycznej z pominięciem wspierania sztuki nowej, alternatywnej, można sądzić, że szeroko rozumiana kultura staje się integralnym składnikiem miejskiego modelu zrównoważonego rozwoju.

Literatura

Bianchini F. [1999], *Dziedzictwo kulturowe a strategia planowania miejskiego*, w: *Dziedzictwo a turystyka*, J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Bianchini F., M. Parkinson [1993], *Culture policy and urban regeneration. The West European experience*, Manchester University Press, Manchester–New York.

Czornik M. [2004], *Miasto. Ekonomiczne aspekty funkcjonowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.

Decyzja 1419/1999/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. ustanawiająca działanie Wspólnoty na rzecz obchodów „Europejskiej Stolicy Kultury" w latach 2005–2019, Dz. U. L 166 z 1.7.1999.

Decyzja 1622/2006/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 24 października 2006 r. ustanawiająca działanie Wspólnoty na rzecz obchodów „Europejskiej Stolicy Kultury" w latach 2007–2019, Dz. U. L 304 z 3.11.2006.

Dialogue on urban cultures. Globalization and culture in an urbanizing world, World Urban Forum, UN-Habitat, 23 July 2004, dostępne: http://www.unhabitat.org/downloads/docs/3070_67594_K0471966%20WUF2-2.pdf, korzystano 12.12.2012.

Florida R. [2003], *Cities and the creative class*, „City and Community", vol. 2 (1).

Florida R. [2010], *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

[9] Por. też w niniejszej publikacji: K. Jagodzińska, *Rewitalizacyjna funkcja kultury i dziedzictwa kulturowego.*

Garcia B. [2004], *Urban regeneration, art programming and major events*. Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004, „International Journal of Cultural Policy", vol. 10, nr. 1.

Getz D. [2007], *Event studies. Theory, research and policy for planned events*, Elsevier, London.

Intercultural cities. Towards a model for intercultural integration. Insights from the intercultural cities programme, joint action of the Council of Europe and the European Commission [2009], P. Wood (red.), Council of Europe.

Klasik A. [2010], *Sektor kultury i przemysły kreatywne nowym fundamentem rozwoju dużych miast i aglomeracji miejskich*, w: *Rola sektora kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*, A. Klasik (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.

Landry Ch. [2003], *Imagination and regeneration: Cultural policy and the future of cities*, DGIV/CULT/STAGE(2003)3, January 2003, Council of Europe, dostępne: http://www.coe.int/t/dg4/culturehertage/culture/Completed/STAGE/DGIV_CULT_STAGE%282003%293_EN.pdf, korzystano 12.12.2012.

Malikowski M. [1992], *Socjologiczne badanie miasta. Problemy pojęciowe i metodologiczne*, WSP, Rzeszów.

Montgomery J. [2008], *The new wealth of cities. City dynamics and the fifth wave*, Ashgate, Hampshire, Burlington.

Myerscough J. [2011], *Glasgow cultural statistics digest. A Digest of cultural statistics*, January 2011, dostępne: http://www.glasgowlife.org.uk/policy-research/Documents/Glasgow%20Cultural%20Statistics.pdf, korzystano 12.12.2012.

Parysek J.J., Mierzejewska L. [2009], *Problemy funkcjonowania i rozwoju miast polskich z perspektywy 2009 r.*, w: *Wybrane problemy miast i aglomeracji miejskich na początku XXI wieku*, J.J. Parysek (red.), Biuletyn IGS-EiGP UAM, seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna, nr 6.

Pine B.J., Gilmore J.H. [1999], *The experience economy. Work is theater and every business a stage: goods and services are no longer enough*, Harvard Business School Press, Boston.

Porter M. [1990], *The competitive advantage of nations*, Free Press.

Purchla J. [1993], *Europejski Miesiąc Kultury w Krakowie. Czerwiec 1992*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.

Richards G., Palmer R. [2010], *Eventful cities. Cultural management and urban revitalization*, Elsevier, Oxford.

Sanetra-Szeliga J. [2011], *Laboratorium zmiany. Wywiad z profesorem Jackiem Purchlą*, „Herito", nr 5.

Siemiński W., Topczewska T. [2009], *Rewitalizacja miast w Polsce przy wsparciu funduszami UE w latach 2004–2008*, Difin, Warszawa.

Scott A.J. [2000], *The cultural economy of cities*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.

Smith A. [2012], *Events and urban regeneration. The strategic use of events to revitalise cities*, Routledge, New York–London.

Smyth H. [1994], *Marketing the city. The role of flagship development in urban regeneration*, E&FN Spon, London–Glasgow–New York–Tokio–Melbourne–Madras.

The intercultural city. What it is and how to make it work. Introductory document for cities participating in the Pilot Phase of the Intercultural Cities Programme, Joint action of the Council of Europe and the European Commission, DGIV/Cult/IC(2008), 01 10 January 2008.

Throsby D. [2005], *On the sustainability of Cultural Capital*, „Macquarie Economics Research Paper", nr 10.

Throsby D. [2010], *The economics of cultural policy*, Cambridge University Press, Cambridge.

Toffler A. [1980], *The Third Wave*, Bantam Book, New York.

Wallis A. [1967], *Socjologia wielkiego miasta*, PWN, Warszawa.
Zukin S. [2009], *Destination culture. How globalization makes all cities look the same*, „Inaugural Working Paper Series", vol. 1, nr 1.

Strony internetowe

http://www.agenda21culture.net/index.php, korzystano 27.09.2012.
http://www.biurofestiwalowe.pl/6-zmyslow.html, korzystano 11.09.2012.
http://www.festivalsedinburgh.com/content/festival-city, korzystano 31.08.2012.
http://www.glasgow.gov.uk/en/AboutGlasgow/History/Cultural+Renaissance.htm, korzystano 25.09.2012.

Jakub Głowacki

Przemysły kreatywne i ich wpływ na gospodarkę

Przemysły kreatywne to specyficzne pole działalności człowieka – spotykają się na nim dwie siły: kultura i ekonomia. Na tym właśnie polu można dość łatwo obserwować relacje pomiędzy owymi siłami, a to z kolei prowokuje do zadania pytania, jaki jest realny wpływ sektora kultury na gospodarkę. W niniejszym rozdziale podjęta została próba syntetycznej charakterystyki przemysłów kreatywnych, ze szczególnym uwzględnieniem różnych definicji tego pojęcia oraz teoretycznych i empirycznych prób określenia wpływu tego sektora na gospodarkę.

Definicje i systematyka przemysłów kreatywnych

W potocznym rozumieniu bardzo często przemysły kreatywne utożsamia się z przemysłami kultury. Są to jednak odrębne kategorie. Pojęcie **przemysły kultury** wprowadzone zostało w latach czterdziestych XX wieku i początkowo było używane w kontekście krytyki nowoczesnego, masowego podejścia do rozrywki. Zestawienie słów „kultura" oraz „przemysł" miało szokować odbiorcę i dezawuować popularne formy rozrywki, takie jak niskich lotów prasa, film czy muzyka skierowane do masowego odbiorcy. Obecnie pejoratywny wydźwięk sformułowania „przemysły kultury" został zatracony i używa się go do określenia tych branż, które „łączą tworzenie, produkcję i komercjalizację produktu o charakterze niematerialnym i kulturowym, a produkt (zawarte w nim treści) są chronione zwykle prawem autorskim"[1]. Jan Szomburg [*Kultura i przemysły kultury*..., 2002, s. 10] określa przemysły kultury jako dziedziny produkcji zdematerializowanej, odwo-

[1] Definicja UNESCO sformułowana na Konferencji Generalnej Organizacji Narodów Zjednoczonych do spraw Oświaty, Nauki i Kultury, Paryż 3–21.10.2005.

łujące się do symboli, znaczeń i przeżyć. Osiągają one wysoką rentowność i mają ogromny potencjał rozwojowy. Ale obok znaczenia ekonomicznego przemysły kultury posiadają także znaczenie wychowawcze. Ich symbolika jest wykorzystywana na szeroką skalę i przez to mają wpływ na wzory zachowań, styl życia i gusty społeczne, a nawet tożsamość narodową.

Pojęcie **przemysły kreatywne** jest wiązane najczęściej z szerszym podejściem do sektora kultury; po raz pierwszy na dużą skalę pojawiło się pod koniec lat dziewięćdziesiątych minionego wieku. W dokumencie przygotowanym przez Department for Culture, Media and Sport rządu brytyjskiego [*Creative industries*..., 2001, s. 5] przyjęto, że do przemysłów kreatywnych można zaliczyć „te branże, które mają swoje źródło w indywidualnej kreatywności, umiejętności i talencie, a także mają potencjał do tworzenia bogactwa i miejsc pracy poprzez tworzenie i wykorzystywanie własności intelektualnej".

Gdzie zatem biegnie cienka linia oddzielająca przemysły kreatywne od przemysłów kultury? Próbę odpowiedzi na to pytanie m.in. podejmuje raport Instytutu Badań Strukturalnych [*Znaczenie gospodarcze*..., 2010], proponujący rozróżnienie obu przemysłów w oparciu o produkt końcowy. Przemysły kultury tworzą dobra konsumpcyjne kultury, które służą głównie poprawie jakości czasu wolnego konsumentów. Konsumpcja tych dóbr jest celem samym w sobie. Natomiast przemysły kreatywne wytwarzają dobra pośrednie, wykorzystywane w dalszych procesach produkcyjnych jako istotny czynnik produkcji.

Wielka Brytania przez wielu uznawana jest za kraj, który jako pierwszy podjął działania zmierzające do zdefiniowania i systematyki przemysłów kreatywnych, głównie za sprawą prac prowadzonych przez wspomniany Departament Kultury, Mediów i Sportu. Należy jednak zauważyć, że kilka lat wcześniej rząd australijski stworzył solidne podwaliny, wydając pierwszy w historii tego kraju dokument strategiczny dotyczący polityki kulturalnej. Szczególną uwagę zwrócono w nim na tożsamość narodową, zdefiniowano też na nowo kulturę, podkreślając jednocześnie wartość ekonomiczną tworzoną przez ten sektor. W raporcie *Creative nation: commonwealth cultural policy* [1994] czytamy: „Polityka kulturalna to również polityka gospodarcza. Kultura tworzy bogactwo. Szeroko rozumiany przemysł kulturowy generuje 13 mld USD rocznie. W branżach związanych z kulturą jest zatrudnionych około 336 tys. osób. Kultura tworzy wartość dodaną i ma fundamentalne znaczenie dla innowacyjności, marketingu oraz wzornictwa. Jest wizerunkiem naszego przemysłu. Poziom kreatywności zasadniczo determinuje naszą zdolność do przystosowywania się do nowych warunków ekonomicznych. To cenny produkt eksportowy sam w sobie oraz istotne uzupełnienie innych towarów eksportowych. Przyciąga turystów i studentów. Jest niezbędna dla naszego sukcesu gospodarczego".

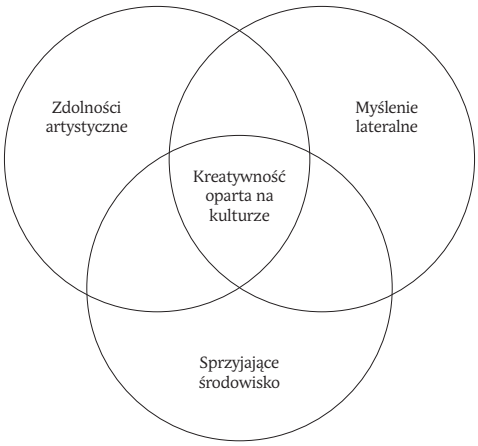
Bazując na tych doświadczeniach, w 2001 roku Wielka Brytania poszła krok dalej i opracowała szczegółową mapę przemysłów kreatywnych [*Creative indu-*

stries..., 2001]. Punktem wyjścia była klasyfikacja, zgodnie z którą do przemysłów kreatywnych zaliczono reklamę, architekturę, rynek sztuki i antyków, rękodzielnictwo i rzemiosło, wzornictwo, projektowanie mody, film i wideo, gry komputerowe, muzykę, sztuki performatywne, rynek wydawniczy, oprogramowanie i usługi informatyczne oraz radio i telewizję. Tak szerokie ujęcie przemysłów kreatywnych było wielokrotnie krytykowane. W 2005 roku rząd holenderski zaproponował odmienną koncepcję, w której kładzie nacisk na kluczowe znaczenie kreatywności w całym obszarze kultury [*Our creative potential*, 2005, s. 11]. Zgodnie z tym dokonano podziału sektora na trzy części: sztuka, media i rozrywka oraz usługi biznesu kreatywnego.

Innym podejściem do definiowania przemysłów kreatywnych jest tzw. **model tekstów symbolicznych** (*symbolic texts model*). Bazuje on na założeniu, że przemysły kultury wyrastają z bogatej historii i tradycji, a te mają przecież szczególne znaczenie w Europie [por. Hesmondhalgh, 2007]. Tradycyjnie rozumiana „sztuka wysoka" zgodnie z tym podejściem jest uznawana za obszar uczestnictwa jedynie wyższych sfer społecznych; reszta społeczeństwa skupia się na kulturze popularnej, masowej. Zatem proces kształtowania kultury odbywa się w tym modelu poprzez produkcję, przenikanie oraz konsumpcję tekstów symbolicznych, które są przekazywane głównie poprzez media: film, radio i prasę [*Creative economy*..., 2008, s. 12].

Model koncentrycznych kręgów zakłada z kolei, że to wartość kulturowa dóbr jest główną cechą charakterystyczną przemysłów kreatywnych. Wszak im więcej kulturowej treści w produkcie, tym większa jest chęć włączenia go do produkcji przemysłowej [por. Throsby, 2010]. Zgodnie z tą koncepcją kreatywność i nowe idee wywodzą się bezpośrednio z tradycyjnych sztuk wyrażanych za pomocą dźwięku, tekstu czy obrazu. Te idee rozprzestrzeniają się w formie „koncentrycznych kręgów" i na zasadzie reakcji łańcuchowej wprawiają w ruch kolejne „kręgi".

Schemat 1. Komponenty kreatywności opartej na kulturze



Źródło: *The economy of culture*... [2006]

Ten model teoretyczny był punktem wyjścia do stworzenia klasyfikacji przemysłów kreatywnych zastosowanej przez KEA European Affairs[2] (por. Tabela 1). Ujęcie KEA w nieco węższy sposób definiuje przemysły kreatywne i wyraźnie odróżnia je od przemysłów kultury. **Przemysły kreatywne to te sektory, które nie są bezpośrednio związane z działalnością kulturalną w tradycyjnym rozumieniu, jednak bazują na potencjale kreatywnym, który jest tworzony właśnie w obszarze kultury**. Umiejętności, zachowania, wzorce i symbole, wartości i idee, które stanowią podwaliny kultury, są dziś wykorzystywane i sprzedawane. Jest to szczególnie widoczne w takich dziedzinach, jak dizajn, architektura i reklama. To tutaj powstają produkty i usługi, które zwyczajowo nie są zaliczane do sektora kultury, jednak bardzo często inspiracją do ich stworzenia były czynniki, które zostały wypracowane przez tradycyjnie rozumianą kulturę. To podejście pozwala po pierwsze na precyzyjne rozdzielenie pojęć przemysły kultury i przemysły kreatywne, a po drugie zwraca uwagę na ogromny wpływ sektora kultury na inne gałęzie gospodarki (m.in. na handel czy budownictwo). Dyskutując o wpływie kultury na gospodarkę, nie mówimy jedynie o udziale tradycyjnie rozumianego sektora w globalnej wartości wytworzonego produktu narodowego, ale również o tym, jakim kołem zamachowym może być kultura dla wielu branż.

Jeszcze innym sposobem definiowania przemysłów kreatywnych jest model praw autorskich (*WIPO*[3] *copyright model*), bazujący na branżach zaangażowanych bezpośrednio lub pośrednio w przygotowywanie, produkcję, wydawanie i dystrybucję materiałów objętych prawami autorskimi. W takim ujęciu to prawo intelektualne jest istotą kreatywności w procesie produkcji dobra lub usługi. W zależności od formy wykorzystania prawa autorskiego wyróżnia się w tym modelu trzy grupy przemysłów kreatywnych współtworzących sektor gospodarki kreatywnej [Klasik, 2010, s. 57]:

- rdzeniowe przemysły kreatywne chronione prawem autorskim (m.in. reklama, film i wideo, muzyka, sztuki performatywne, rynek wydawniczy),
- współzależne przemysły kreatywne chronione prawem autorskim (m.in. nośniki danych, instrumenty muzyczne, papier, kserokopiarki),
- przemysły kreatywne częściowo chronione prawem autorskim (architektura, moda, wzornictwo, zabawki).

---

[2] KEA European Affairs działa na rzecz rozwoju sztuki, kultury i sportu. Misją KEA jest podkreślanie wkładu kultury i sportu do ekonomicznego i społecznego rozwoju Europy. W 2006 roku organizacja przygotowała obszerny raport, w którym opisywała gospodarcze i społeczne znaczenie kultury dla rozwoju Europy. Cztery lata później w kolejnej pracy badała, w jaki sposób kultura i sztuka przyczyniają się do pobudzania kreatywności.

[3] World Intellectual Property Organization (Światowa Organizacja Własności Intelektualnej) – jednostka należąca do struktur ONZ, zajmuje się koordynacją i tworzeniem regulacji dotyczących systemu ochrony własności intelektualnej.

Tabela 1. Podział kultury na obszary, sektory i podsektory

OBSZARY	SEKTORY	PODSEKTORY	CHARAKTERYSTYKA
MACIERZYSTE DZIEDZINY SZTUKI	Sztuki wizualne	rękodzieło, malarstwo, rzeźba, fotografia	działania nieprzemysłowe produkty są prototypami i mają „potencjał zabezpieczenia prawami autorskimi", tzn. opierają się na twórczości, która mogłaby być przedmiotem praw autorskich, ale nie jest systematycznie zabezpieczana (jak to ma miejsce w przypadku rzemiosła artystycznego czy niektórych produkcji z dziedziny sztuk performatywnych lub wizulalnych)
	Sztuki performatywne	teatr, taniec, cyrk, festiwale	
	Dziedzictwo	muzea, biblioteki, wykopaliska archeologiczne, archiwa	
OBSZAR 1 PRZEMYSŁY KULTURY	Film i wideo		działania o charakterze przemysłowym, nastawione na masową reprodukcję produkty są przedmiotem praw autorskich
	Telewizja i radio		
	Gry wideo		
	Muzyka	rynek muzyki wydanej, koncerty na żywo, przychody z tytułu praw autorskich (organizacje zbiorowego zarządzania)	
	Książki i prasa	wydawanie książek, wydawanie magazynów i gazet	

OBSZAR 2 PRZEMYSŁY KREATYWNE	Dizajn	moda, grafika, projektowanie wnętrz, wzornictwo użytkowe	działania niekoniecznie mają charakter przemysłowy i mogą być prototypami, produkty są przedmiotem prawa autorskiego, ale mogą być także przedmiotem innych praw własności intelektualnej (np. znak towarowy) kreatywność (kreatywne umiejętności i ludzie wywodzący się ze środowiska artystycznego oraz przemysłów kultury) jest niezbędna do funkcjonowania pozakulturowych sektorów
	Architektura		
	Reklama		
OBSZAR 3 PRZEMYSŁY POWIĄZANE	Producenci komputerów, producenci odtwarzaczy MP3, przemysł telefonii komórkowej itd.		angażuje wiele różnych sektorów ekonomicznych, które są zależne od poprzednich „obszarów", np. sektor ICT

Źródło: *The economy of culture...* [2006]

Na rodzimym gruncie do prac nad uporządkowaniem sektora przemysłów kreatywnych włączył się również Główny Urząd Statystyczny[4], który zaproponował model[5] określający obszary (zgodne z klasyfikacją PKD 2007) zaliczane do przemysłów kreatywnych. Są to:

- architektura i projektowanie wnętrz,
- działalność wydawnicza,
- dziedzictwo narodowe, biblioteki i archiwa,
- edukacja artystyczna,
- moda i wzornictwo przemysłowe,
- produkcja filmowa i telewizyjna,

[4] W szczególności Ośrodek Statystyki Kultury Urzędu Statystycznego w Krakowie.

[5] Nawiązujący do wytycznych *ESSNet culture (ESSnet-CULTURE. European Statistical System Network on Culture, Final Report 2012, European Commission, Eurostat, Luksemburg).*

- produkcja radiowa i muzyczna,
- programowanie,
- reklama i działalność pokrewna,
- rękodzieło artystyczne,
- sztuki performatywne,
- sztuki wizualne.

Dzięki tym pracom możliwe było przygotowanie pierwszych analiz dotyczących przemysłów kreatywnych w Polsce.

Wpływ kultury oraz przemysłów kreatywnych na gospodarkę

Kultura, która może być tak różnie pojmowana i definiowana, jest trudna do opisania w kategoriach ekonomicznych. Określenie jej realnego wpływu na gospodarkę jest zadaniem bardzo trudnym. Jeszcze do niedawna uznawano, że jest ono niewykonalne. Świadczy o tym chociażby następujący cytat: „Ekonomia coraz częściej bierze kulturę pod uwagę. Jeszcze kilka lat temu teoretyk ekonomii twierdziłby, że kultura nie ma żadnego znaczenia dla wyników gospodarczych, a wszystkie istotne zjawiska wyjaśniają ceny: rzeczywiste ceny na rynkach zewnętrznych oraz kalkulacyjne na rynkach wewnętrznych. Dziś teoretyk ów przyzna, że kultura ma pewne znaczenie, lecz będzie przekonywał, że jest to coś, czego ekonomia nie może – i nie powinna – próbować wyjaśnić" [Casson, 1993, s. 418]. Cytat pochodzi z początku lat dziewięćdziesiątych. Od tamtego czasu wielu ekonomistów podejmowało próby ujęcia sektora kultury w kategoriach ekonomicznych. Tym bardziej że w okresie rozkwitu doktryny nowego zarządzania publicznego (*new public management*[6]) pojawił się nacisk na parametryzację tych dziedzin, w których zaangażowane jest państwo. Niemniej jednak do tej pory nie udało się stworzyć powszechnie akceptowanego modelu określającego realny wpływ kultury na gospodarkę. Nie oznacza to oczywiście, że takiego wpływu nie ma.

[6] Nowe zarządzanie publiczne wprowadza podejście menadżerskie do zarządzania sektorem publicznym. Nowością w tym modelu zarządzania jest adaptacja metod i technik stosowanych w sektorze prywatnym do warunków zarządzania organizacjami publicznymi. Chodzi zwłaszcza o nastawienie tych organizacji na osiąganie wyników, decentralizację zarządzania nimi, przejęcie przez organizacje perspektywy strategicznej oraz wykorzystywanie mechanizmów rynkowych. Ma to zapewnić gospodarność, efektywność i skuteczność organizacji publicznych (więcej: J. Hausner, *Od idealnej biurokracji do zarządzania publicznego*, w: *Studia z zakresu zarządzania publicznego*, J. Hausner, M. Kukiełka (red.), Wydawnictwo AE, Kraków 2002, t. 2, s. 62–64).

David Throsby wyróżnia trzy główne formy wpływania kultury na wyniki gospodarcze. Po pierwsze, „kultura może wpływać na wydajność gospodarczą, promując podzielane przez grupę wartości, które warunkują sposób, w jaki członkowie grupy podejmują gospodarcze procesy produkcji" [Throsby, 2010, s. 65–66]. Chodzi tu o sprawniejsze podejmowanie decyzji, większą kreatywność i innowacyjność oraz umiejętność lepszej adaptacji do rzeczywistości dzięki określonym wartościom kulturowym.

Po drugie pozytywny wpływ kultury na gospodarkę przejawia się poprzez wzrost **poziomu sprawiedliwości**. Chodzi przede wszystkim o zasady moralne, którymi się kierujemy i które decydują między innymi o trosce, jaką otaczamy innych członków naszej społeczności. Throsby pisze: „W przypadku ogółu społeczeństwa jednym z istotnych aspektów jej [kultury] wpływu może być sprawiedliwość międzypokoleniowa, jeśli moralny obowiązek troski o przyszłe pokolenia jest uznawaną wartością kulturową" [tamże].

Po trzecie, kultura może wpływać na cele gospodarcze i grupy społeczne. Throsby podaje przykład przedsiębiorstwa, którego kultura organizacyjna oparta jest na trosce i dbałości o pracowników oraz ich warunki pracy. Wówczas nastawienie na maksymalizację zysku i inne cele ekonomiczne firmy ustępują w pewnym stopniu miejsca kulturze korporacyjnej, która oparta jest na pewnych wartościach wyznawanych przez pracodawcę.

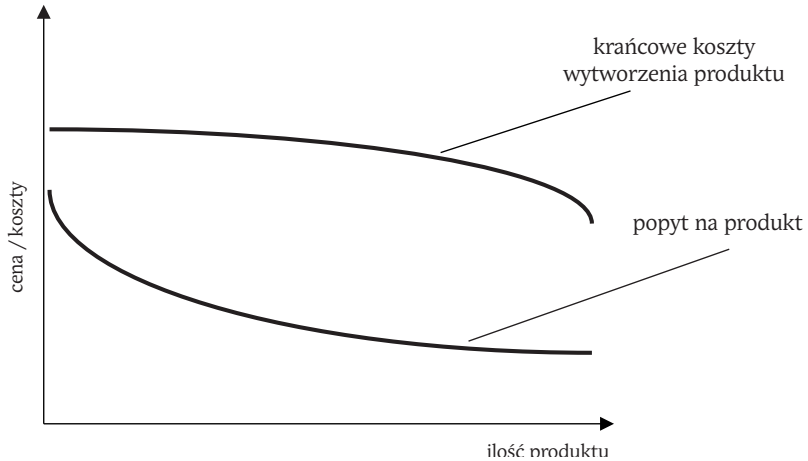
Tematykę szacowania wpływu przemysłów kreatywnych na gospodarkę podejmowali między innymi Jason Potts i Stuart Cunningham. Wyróżnili cztery modele, które pokazują możliwe relacje pomiędzy przemysłami kreatywnymi a resztą gospodarki, ale są one również punktem wyjścia do definiowania i klasyfikowania przemysłów kreatywnych.

1. Model opiekuńczy (*The welfare model*)

W tym modelu uznaje się, że przemysły kreatywne są ciężarem dla gospodarki, gdyż konsumują więcej zasobów, niż tworzą pozytywnych efektów. Innymi słowy, produktywność w sektorze kreatywnym jest mniejsza niż w innych gałęziach. Jest to zatem rynek „dóbr społecznie pożytecznych" (tzw. *merit goods*[7]), produkujący towary i usługi, które mają poprawiać dobrobyt. Zgodnie z tym modelem działalność przemysłów kreatywnych powoduje odpływ środków z gospodarki, czego przyczyną jest wysoka wartość symboliczna dóbr kultury, ale niska wartość rynkowa. Produkcja jest bowiem nieopłacalna, gdyż linia popytu na dobro nie znajduje punktu równowagi z linią kosztów produkcji (por. Schemat 1).

[7] Więcej o „dobrach społecznie pożytecznych" w niniejszej publikacji: J. Hausner, *Kultura i polityka rozwoju*.

Schemat 1. Produkcja i popyt na dobra kultury w modelu opiekuńczym



Źródło: Opr. własne

Zgodnie z modelem opiekuńczym produkty przemysłów kreatywnych nie są tym, czego rynek potrzebuje, a zatem ich cechą charakterystyczną jest produktywność ujemna. Te gałęzie gospodarki rozwijają się kosztem innych branż. Aby przemysły kreatywne mogły funkcjonować, niezbędne jest przekazywanie transferów pochodzących z rentownych sektorów gospodarki.

2. Model konkurencyjny (*The competition model*)

Model konkurencyjny nie zakłada (jak poprzedni), że sektory kreatywne są „ekonomicznymi maruderami" czy dostawcami **dóbr społeczni pożytecznych**. Jest to po prostu kolejna gałąź gospodarki – przemysł rozrywkowy i rekreacja. Zmiana wielkości tego sektora ma neutralny wpływ na gospodarkę ogółem, ponieważ przemysły kreatywne nie wnoszą więcej (a czasem wnoszą mniej) do rozwoju technologii, zwiększania innowacyjności czy produktywności niż pozostałe sektory. W efekcie tak rozumiane przemysły kreatywne nie wymagają specjalnego traktowania przez władze.

3. Model wzrostu (*The growth model*)

Model wzrostu zakłada pozytywny związek pomiędzy wzrostem gospodarczym w przemysłach kreatywnych a wzrostem w całej gospodarce. Przemysły te są analogicznym motorem wzrostu, jakim w latach dwudziestych XX wieku było rolnictwo, w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych przemysł, a w dwóch ostatnich dekadach sektor telekomunikacji i informatyki. Sektory kreatywne są zatem generatorem nowych rozwiązań, które przenikają do innych gałęzi gospodarki i tam są adaptowane lub modyfikowane.

Zgodnie z tymi założeniami władze publiczne powinny traktować ten sektor ze szczególną troską. Nie z uwagi na to (jak w modelu 1), że dostarcza on **dóbr społecznie pożytecznych**, ale dlatego, że sektory kreatywne zasilają wzrost całej gospodarki. Jeżeli zatem założenia modelu 3 są prawdziwe, to zasadne jest kierowanie właśnie tam najbardziej wartościowych zasobów.

4. Model innowacyjny (*The innovation model*)

Wydawać by się mogło, że trzy wyżej wymienione scenariusze wyczerpują wszystkie możliwości analizy. W modelu innowacyjnym przyjmujemy nieco inną definicję przemysłów kreatywnych. Są one traktowane jako swego rodzaju system ekonomiczny wyższego rzędu, który funkcjonuje ponad gospodarką klasycznie pojmowaną. Realizowane przedsięwzięcia to projekty o szczególnym znaczeniu. W tym ujęciu przemysły kreatywne przyczyniają się do tworzenia i koordynacji zmian zachodzących w bazie wiedzy o procesach gospodarczych. W tym modelu wyjątkowość przemysłów kreatywnych (w odróżnieniu od modeli 1–3) nie polega na ich określonym udziale w tworzonej wartości ekonomicznej, lecz na wkładzie w koordynację nowych idei i nowych technologii, a poprzez to w kształtowanie procesu zmiany.

Kultura w tym modelu jest dobrem publicznym, nie w sensie statycznym, a dynamicznym. W przeciwieństwie do kultury w rozumieniu tradycyjnym, o której wartości stanowi dorobek osiągnięty w przeszłości, wartość przemysłów kreatywnych polega na rozwoju i adaptacji zgromadzonej dotychczas wiedzy.

Potencjał sektora przemysłów kreatywnych

Szacunki dotyczące udziału sektora przemysłów kreatywnych w gospodarce prowadzi wiele organizacji. Zgodnie z obliczeniami Komisji Europejskiej łącznie sektor przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych w krajach, takich jak m.in. Polska, Czechy, Węgry czy Słowacja wytwarza średnio ok. 2% PKB. W całej Unii Europejskiej sektory kreatywne zatrudniają łącznie ponad 3% wszystkich pracowników[8]. Bardziej szczegółowe statystyki w tym zakresie prowadzi na bieżąco brytyjski DCMS, który próbuje liczyć, jaki udział w gospodarce mają badane sektory. Szacunkowe obliczenia dotyczą czterech składowych:

- wartości dodanej brutto,
- eksportu usług,
- zatrudnienia,
- liczby przedsiębiorstw.

[8] Dane KEA, *The economy of culture*... [2006]

Wartość dodana brutto (*gross value added* – GVA) to wartość produktów (wyrobów i usług) wytworzona przez przedsiębiorstwa czy sektor, pomniejszona o zużycie pośrednie poniesione w związku z jej wytworzeniem[9]. Wartość dodana brutto to miara bezpośrednio związana z produktem krajowym brutto (GVA + podatki – subsydia do produkcji = PKB).

W 2009 roku w Wielkiej Brytanii przemysły kreatywne stanowiły ok. 3% całej gospodarki. Największą wartość dodaną spośród tych przemysłów wytworzył w tym czasie rynek wydawniczy, który wytworzył niespełna 1% wartości całej gospodarki. Trzeba podkreślić, że rynek ten wciąż zwiększa swój udział. Wysoką dynamiką charakteryzowały się również takie branże, jak radio i telewizja oraz oprogramowanie i usługi informatyczne. Istotnie natomiast w 2009 roku zmniejszyła się pozycja reklamy, co wynikało głównie z załamania na rynkach giełdowych jesienią 2008 roku.

Tabela 2. Przemysły kreatywne w gospodarce Wielkiej Brytanii w 2009 r.

Sektor	Wartość dodana brutto (w mln funtów)	Udział w wartości dodanej brutto kraju
Reklama	5 990	0,48%
Architektura	3 290	0,26%
Rynek sztuki i antyków	260	0,02%
Rękodzielnictwo i rzemiosło	b.d.	b.d.
Wzornictwo	1790	0,14%
Projektowanie mody	120	0,01%
Film, wideo i fotografia	3 000	0,24%
Muzyka i sztuki performatywne	4 070	0,32%
Rynek wydawniczy	11 560	0,92%
Gry komputerowe	560	0,04%
Oprogramowanie i usługi informatyczne	400	0,03%
Radio i telewizja	5 260	0,42%
Wartość dodana brutto przemysłów kreatywnych	36 290	2,89%
Wartość dodana brutto całej gospodarki	1 256 932	

Źródło: *Mapping the creative industries: a toolkit*, British Council, London 2010

[9] Pojęcia stosowane w badaniach statystycznych statystyki publicznej według stanu bazy Słownika Pojęć w dniu 14 czerwca 2013 r., Główny Urząd Statystyczny, http://www.stat.gov.pl/gus/definicje_PLK_HTML.htm?id=POJ-1011.htm.

Ze względu na wielkość eksportu na uwagę zasługują cztery główne branże – rynek wydawniczy; radio i telewizja; film, wideo i fotografia oraz reklama. Łącznie sektory kreatywne w 2009 roku odpowiadały za 10% wartości brytyjskiego eksportu, co jest wielkością imponującą.

Tabela 3. Eksport usług sektora kreatywnego

Sektor	GB ogółem (w mln funtów)	Udział w eksporcie przemysłów kreatywnych	Udział w eksporcie ogółem
Reklama	1,477	16,6%	1,8%
Architektura	324	3,6%	0,4%
Rynek sztuki i antyków	b.d.	b.d.	b.d.
Rękodzielnictwo i rzemiosło	b.d.	b.d.	b.d.
Wzornictwo	104	1,2%	0,1%
Projektowanie mody	7	0,1%	0,01%
Film, wideo i fotografia	1,627	18,2%	1,9%
Muzyka i sztuki performatywne	286	3,2%	0,3%
Rynek wydawniczy	2,631	29,5%	3,1%
Gry komputerowe	215	2,4%	0,3%
Oprogramowanie i usługi informatyczne	78	0,9%	0,1%
Radio i telewizja	2,175	24,4%	2,6%
Razem przemysły kreatywne	8,923	100,0%	10,6%
Eksport Wielkiej Brytanii ogółem	84,120		

Źródło: *Mapping the creative industries: a toolkit*, British Council, London 2010

W 2009 roku najwięcej osób zatrudnionych było w branży muzyka i sztuki performatywne, nie miała ona jednak decydującego znaczenia ani w tworzeniu wartości dodanej, ani w eksporcie. Łącznie przemysły kreatywne tworzyły ok. 5% miejsc pracy w gospodarce.

Tabela 4. Zatrudnienie w sektorach kreatywnych Wielkiej Brytanii w 2009 r.

Sektor	Zatrudnienie (liczba osób)	Udział w zatrudnieniu ogółem w kraju
Reklama	268 254	0,92%
Architektura	136 298	0,47%
Rynek sztuki i antyków	8 818	0,03%
Rękodzielnictwo i rzemiosło	91 983	0,32%

Wzornictwo	208 810	0,72%
Projektowanie mody	25 583	0,09%
Film, wideo i fotografia	71 731	0,25%
Muzyka i sztuki performatywne	292 536	1,00%
Rynek wydawniczy	243 809	0,84%
Gry komputerowe	23 205	0,08%
Oprogramowanie i usługi informatyczne	13 179	0,05%
Radio i telewizja	113 966	0,39%
Ogółem	1 498 173	5,14%
Zatrudnienie w całej gospodarce	29 121 000	

Źródło: *Mapping the creative industries: a toolkit*, British Council, London 2010

Biorąc pod uwagę przedstawione wyżej dane, należy stwierdzić, że sektor kreatywny jest istotną częścią gospodarki brytyjskiej. Szczególnie na polu eksportu, gdzie sektory kreatywne, zatrudniając 5% brytyjskiej siły roboczej, tworzą 10% wartości dóbr i usług sprzedawanych poza granice kraju.

Sektor kreatywny w Polsce

Podobne do brytyjskich statystyki można znaleźć na gruncie polskim. Instytut Badań Strukturalnych w swoim raporcie [*Znaczenie gospodarcze*..., 2010] prezentuje szczegółowe dane, które pokazują udział sektora kultury oraz przemysłów kreatywnych w gospodarce. Aby dokonać stosownych obliczeń, niezbędne było wydzielenie przemysłów kultury z przemysłów kreatywnych (por. Tabela 5).

Tabela 5. Przemysły kultury i przemysły kreatywne wg IBS

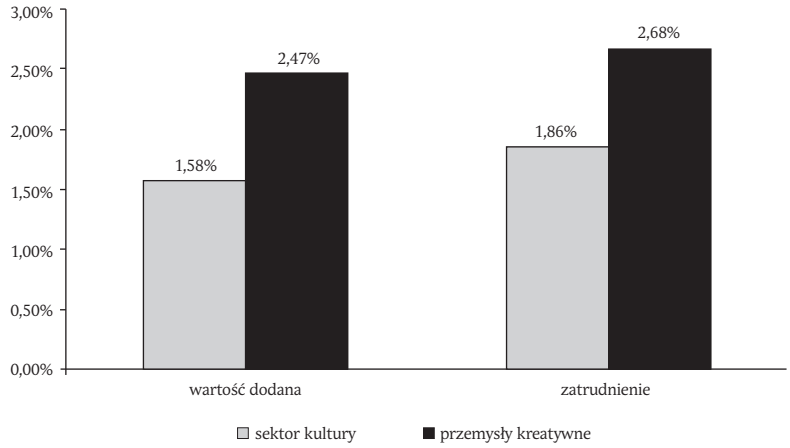
	Przemysły kultury	Przemysły kreatywne
Działalność wydawnicza	+	+
Reprodukcje zapisanych nośników informacji	+	+
Produkcja zabawek		+
Pozostały handel detaliczny (52.48) – handel antykami	+	+
Sprzedaż gazet, książek, muzyki i nagrań wideo	+	+
Usługi telewizji kablowych	+	+
Wydawanie oprogramowania		+
Specjalistyczne projektowanie / Inne usługi designerskie		+
Profesionalne usługi fotograficzne		+
Usługi architektoniczne		+
Reklama		+

Działalność związana z organizacją targów, wystaw i kongresów		+
Tworzenie, dystrybucja, wyświetlanie filmów, nagrań filmów i programów telewizyjnych	+	+
Nagrania dźwiękowe i muzyczne	+	+
Nadawanie programów	+	+
Twórczość literacka, artystyczna, działalności instytucji sztuki	+	+
Agencje informacyjne		+
Biblioteki, muzea i obiekty zabytkowe	+	+

Źródło: *Znaczenie gospodarcze*... [2010]

Jak wynika z obliczeń, udział przemysłów kreatywnych w tworzeniu wartości dodanej w 2008 roku wyniósł ok. 2,5%, podczas gdy tradycyjnie rozumiany sektor kultury tworzy ok. 1,5% tej wartości (por. Wykres 1). Nieco wyższe wskaźniki pokazuje analiza udziału w zatrudnieniu.

Wykres 1. Udział wartości dodanej oraz zatrudnienia w sektorze kultury i przemysłach kreatywnych w całości wartości dodanej i zatrudnienia w 2008 r. (w %)



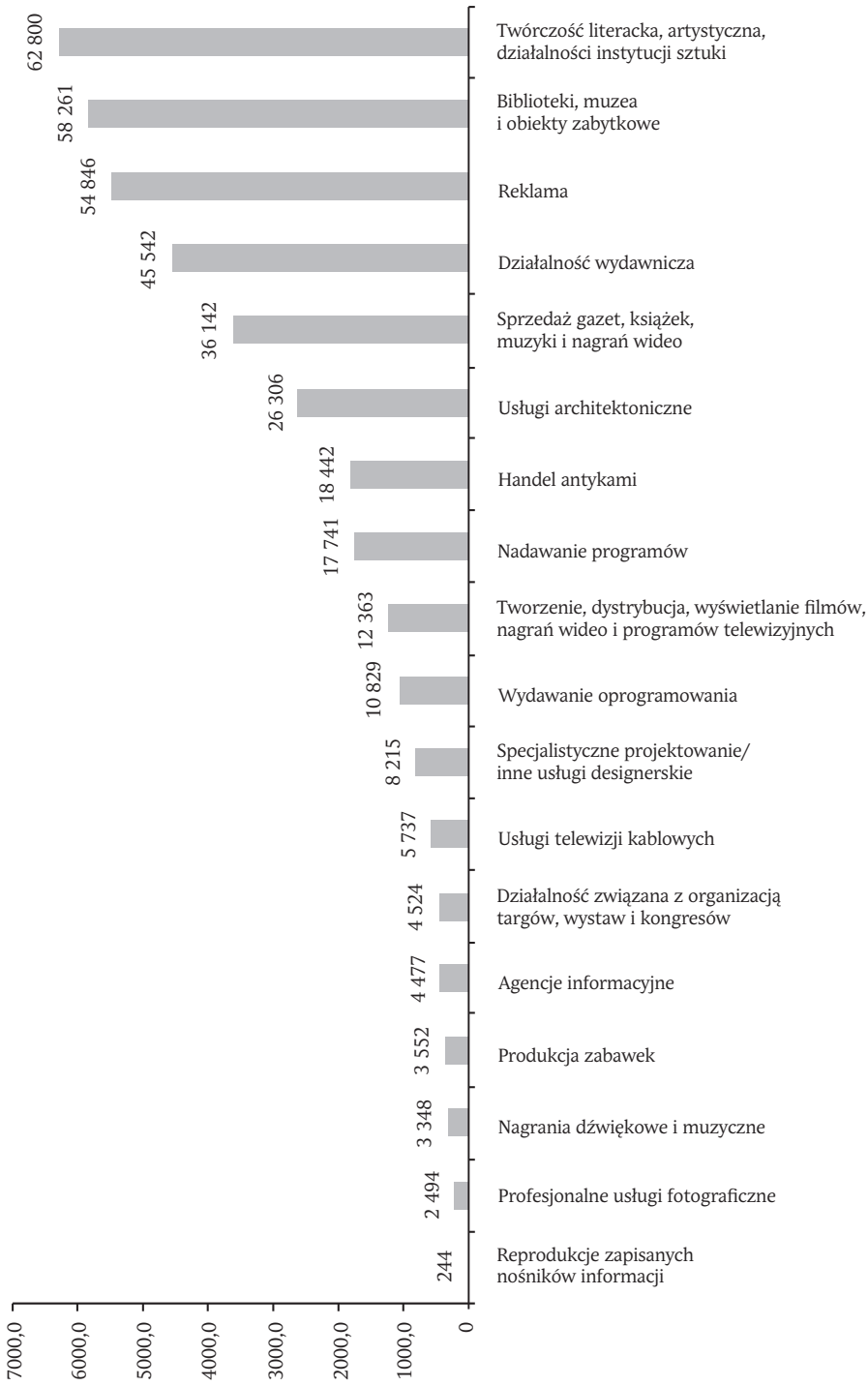
Źródło: *Znaczenie gospodarcze*... [2010]

Największymi branżami sektorów kreatywnych w Polsce są: reklama, działalność wydawnicza (obie po 5 mld zł) i nadawanie programów (3,9 mld zł). Jeżeli chodzi o zatrudnienie, najwięcej osób zajmuje się twórczością literacką, artystyczną, a także pracuje w instytucjach sztuki oraz w bibliotekach, muzeach i reklamie.

Wykres 2. Wartość dodana oraz wartość dodana na pracującego w przemysłach kreatywnych wg branż w 2008 r.

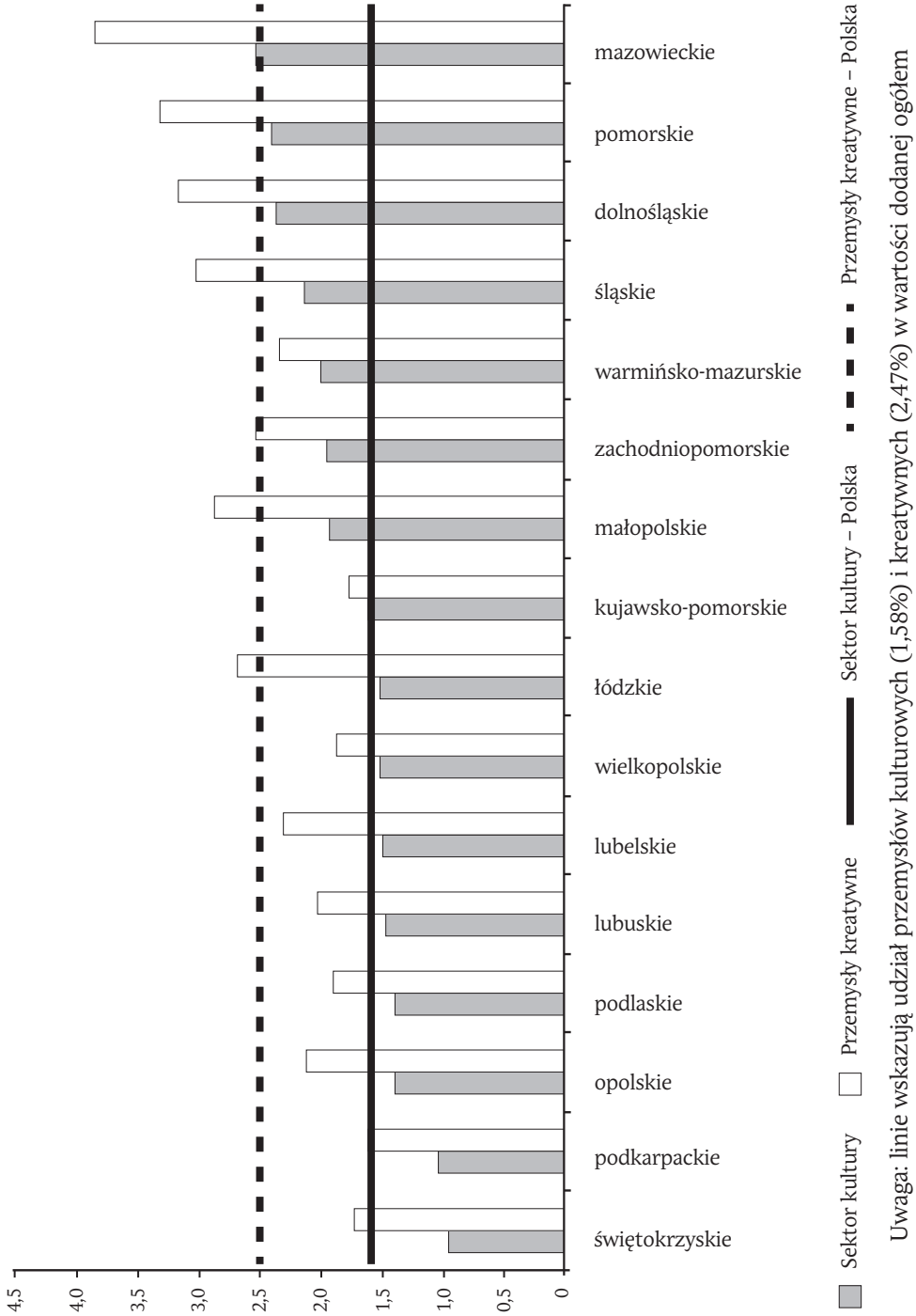
Źródło: *Znaczenie gospodarcze...* [2010]

Wykres 3. Zatrudnienie w przemysłach kreatywnych wg branż w 2008 r. (liczba osób)



Źródło: *Znaczenie gospodarcze...* [2010]

Wykres 4. Udział sektora kultury i przemysłów kreatywnych w wartości dodanej na poziomie województw w 2008 r.



Źródło: *Znaczenie gospodarcze...* [2010]

Spośród województw w 2008 roku najwyższy wskaźnik tworzenia wartości dodanej przez przemysły kreatywne miało województwo mazowieckie – ok. 4%. Powyżej średniej dla całego kraju znalazły się również województwa pomorskie, dolnośląskie, śląskie, małopolskie, łódzkie i zachodniopomorskie. Najgorzej sytuacja wygląda w podkarpackim i świętokrzyskim, których udział oscyluje w okolicy 1,5% (por. Wykres 4).

Inne opracowanie, które próbuje szacować wartość sektora przemysłów kreatywnych w Polsce, powstało na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego[10]. Jak mówi raport, przemysły kreatywne z roku na rok nabierają większego znaczenia dla kształtu polskiej gospodarki. Raporty dotyczące przemysłów kreatywnych i przemysłów kultury czy też przemysłów opartych na prawach autorskich przygotowywane w różnych europejskich i pozaeuropejskich państwach wskazują na jednoznaczną tendencję wzrostową tego sektora, zarówno odnośnie do liczby przedsiębiorstw, jak i do ich wpływu na rynek pracy. Małopolska także wpisuje się w światowe tendencje. Opierając się na danych pochodzących z rejestru REGON począwszy od 2009 roku można zauważyć systematyczny przyrost liczby małopolskich podmiotów gospodarczych zarejestrowanych jako prowadzące działalność o profilu wpisującym się w obszar przemysłów kreatywnych. W 2009 roku 5,9% zarejestrowanych w REGON podmiotów działało w jednej z 12 kreatywnych branż, rok później odsetek ten zwiększył się do 6,3%. W 2011 roku już 6,6% podmiotów należało do sektora kreatywnego. Zatrudnienie natomiast osiągnęło poziom około 50 tys. osób, co stanowiło 4,5% ogółu pracujących w Małopolsce. Dominujące znaczenie w sektorze mają takie branże, jak reklama, działalność wydawnicza, programowanie oraz architektura i projektowanie wnętrz.

Tabela 6. Podmioty przemysłów kreatywnych w woj. małopolskim według branż w 2011 r.

Wyszczególnienie	Podmioty sektora kreatywnego		
	jd	odsetek	% w woj.
Ogółem	17 713	100,0	6,8
Reklama i działalność pokrewna	3 816	21,5	1,5
Działalność wydawnicza	3 685	20,8	1,4
Programowanie	3 022	17,1	1,2
Architektura i projektowanie wnętrz	2 329	13,1	0,9
Sztuki wizualne	1438	8,1	0,6
Sztuki performatywne	791	4,5	0,3
Moda i wzornictwo przemysłowe	721	4,1	0,3
Produkcja filmowa i telewizyjna	666	3,3	0,3

[10] J. Gałka i in. [2012].

Dziedzictwo narodowe, biblioteki i archiwa	491	2,8	0,2
Edukacja artystyczna	281	1,6	0,1
Produkcja radiowa i muzyczna	256	1,4	0,1
Rękodzieło artystyczne	217	1,2	0,1

Źródło: J. Gałka i in. [2012].

Tabela 7. Pracujący i zatrudnieni w podmiotach przemysłów kreatywnych w woj. małopolskim w 2011 r.

Wyszczególnienie	Pracujący			Zatrudnieni		
	w tys.	% w kolumnie	% w woj.	w tys.	% w kolumnie	% w woj.
Ogółem	52,4	100,0	4,5	36,1	100,0	3,8
Architektura i projektowanie wnętrz	4,6	8,8	0,4	2,3	6,5	0,2
Działalność wydawnicza	11,5	21,9	1,0	7,5	20,8	0,8
Dziedzictwo narodowe, biblioteki i archiwa	5,1	9,7	0,4	5,0	13,9	0,5
Edukacja artystyczna	0,5	0,9	0,0	0,2	0,4	0,0
Moda i wzornictwo przemysłowe	1,0	2,0	0,1	0,3	1,0	0,0
Produkcja filmowa i telewizyjna	1,2	2,3	0,1	0,4	1,1	0,0
Produkcja radiowa i muzyczna	2,4	4,6	0,2	2,3	6,3	0,2
Programowanie	10,5	20,0	0,9	7,9	22,0	0,8
Reklama i działalność pokrewna	7,7	14,7	0,7	4,4	12,1	0,5
Rękodzieło artystyczne	0,6	1,2	0,1	0,4	1,1	0,0
Sztuki performatywne	5,2	9,9	0,4	4,7	13,0	0,5
Sztuki wizualne	2,1	4,0	0,2	0,7	1,9	0,1

Źródło: J. Gałka i in. [2012]

Podsumowanie

Przemysły kreatywne są tą częścią gospodarki, w której idea, symbol czy treść, stworzone niejednokrotnie w tradycyjnym obszarze kultury, zostają wykorzystane komercyjnie. Jak pokazano powyżej, przemysły te to dynamicznie rozwijający się sektor gospodarki, tworzą one coraz więcej miejsc pracy i mają niebagatelny udział w wymianie handlowej między poszczególnymi krajami. Wszystkie te argumenty nadają nowy sens istnieniu i wspieraniu kultury w tradycyjnym rozumieniu, ona to bowiem jest największym stymulatorem przemysłów kultury.

Literatura

Casson M. [1993], *Cultural determinants of economic performance*, „Journal of Comparative Economics", nr 17.

Caves R.E. [2000], *Creative industries. Contracts between art and commerce*, Harvard University Press Cambridge, MA.

Creative economy report 2008. The challenge of assesing the creative economy: towards informed policy-making [2008], UNCTAD, Geneva.

Creative industries mapping document [2001], Department for Culture, Media and Sport, London.

Creative nation: commonwealth cultural policy [1994], Department of Communications and the Arts, October 1994, http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994.

Gałka J., Grodny S., Olszewska D., Tompolska A. [2012], *Potencjal małpolskich przemysłów kreatywnych*, Małopolskie Obserwatorium Gospodarki, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków.

Grodny S., Tompolska A. [2012], *Potencjał małopolskich przemysłów kreatywnych*, Kraków.

Hesmondhalgh D. [2007], *The cultural industries*, SAGE Publications, London.

Klasik A. [2010], *Od sektora kultury do przemysłów kreatywnych*, w: *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, A. Gwóźdź (red.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski [2002], J. Szomburg (red.), Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk.

Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A. [2009], *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych*, ECORYS Polska, Warszawa.

Our creative potential [2005], Ministry of Economic Affairs and the Ministry of Education, Culture and Science, The Hague.

Potts J., Cunningham S. [2008], *Four models of the creative industries*, „International Journal of Cultural Policy", nr 14 (3).

The economy of culture in Europe [2006], KEA European Affairs, http://www.keanet.eu/ecoculture/studynew.pdf.

Throsby D. [2010], *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

Ulatowska R. [2012], *Innowacje i nowe technologie przemysłów kreatywnych*, Fundacja Rozwoju Kina, Kraków.

Znaczenie gospodarcze sektora kultury. Wstęp do analizy problemu. Raport końcowy [2010], Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa.

Bartłomiej Biga

Prawo autorskie w kontekście rewolucji technologicznej

Wprowadzenie

Prawo autorskie wraz z prawem własności przemysłowej składa się na prawo własności intelektualnej, które odnosi się do **dóbr niematerialnych** będących rezultatem działalności twórczej człowieka. Wprowadzane w tym obszarze regulacje mają chronić interesy twórców, gdyż efekty ich pracy przy obecnym zaawansowaniu techniki są narażone na tanie i łatwe nieautoryzowane kopiowanie. Trzeba pamiętać, że będą oni dostatecznie zachęceni do działania tylko dzięki świadomości, że wyniki ich pracy są odpowiednio chronione.

Przyznanie twórcom zbyt dużych uprawnień może mieć jednak negatywny wpływ na kulturę i naukę wskutek nadmiernego ograniczenia dostępu społeczeństwa do wartościowych dóbr niematerialnych. Ujemne skutki mogą wtedy dotknąć także autorów. Co więcej, egzekwowanie restrykcyjnych norm generuje wysokie koszty, które po przekroczeniu pewnego pułapu nie znajdują już odzwierciedlenia w osiąganych korzyściach.

Prawo autorskie musi więc godzić interesy twórców i odbiorców – społeczeństwa. Wyraźne faworyzowanie którejś ze stron przez poszczególne systemy prawne wynika zwykle z pobudek ideologicznych bądź tradycji prawnej. Z ekonomicznego punktu widzenia proporcje między tymi kategoriami interesów powinny być podporządkowane efektywności, tj. temu, aby prawo przyczyniało się do takich zmian w szeroko pojętej kulturze i nauce, które w największym stopniu będą sprzyjały rozwojowi społeczno-gospodarczemu. Precyzyjne wskazanie, a tym bardziej osiągnięcie takiej optymalnej relacji jest jednak niezwykle trudne.

Próbą rozwiązania tego problemu są dwa podstawowe modele:

- romański – prawa autorskiego (*droit d'auteur*); obowiązuje między innymi w Polsce i – co jest już widoczne w samej nazwie – akcentuje prawa autora; wyróżnia się jego dwa warianty:

  - monistyczny – zakładający, że jest jedno prawo autorskie, obejmujące zarówno uprawnienia osobiste, jak i majątkowe,
  - dualistyczny – rozdzielający nieprzenoszalne prawa osobiste i prawa majątkowe, które mogą być przedmiotem obrotu prawnego;
- anglosaski – „prawa kopiowania" (*copyright*); występujący między innymi w USA, koncentruje się przede wszystkim na zapewnieniu ochrony podmiotom korzystającym z twórczości poprzez ułatwianie kontrolowanego kopiowania dzieł.

W pewnych środowiskach pojawiają się głosy, że społeczeństwa powinny całkowicie odrzucić prawo autorskie jako niewynikające z prawa **naturalnego**. **Libertarianie uważają je za sztuczny twór, który jest szkodliwy, gdyż utrudnia swobodne korzystanie z własności w stosunku do nabytych kopii utworu**. W tym rozumieniu posiadacz płyty z muzyką ma prawo ją dowolnie zwielokrotnić i wprowadzić w obrót. Na drugim biegunie są poglądy, które postulują w istocie zrównanie ochrony własności intelektualnej i materialnej – m.in. poprzez likwidację ograniczeń czasowych ochrony prawnoautorskiej czy całkowitą eliminację dozwolonego użytku. Takie podejście wynika z koncepcji filozoficznych, które podkreślają silny związek twórcy z dziełem i w prawie autorskim widzą realizację moralnych uprawnień, a nie ekonomiczny bilans kosztów i korzyści.

Źródła prawa autorskiego

Dynamiczny rozwój techniki, który miał miejsce w drugiej połowie XX wieku, stworzył potrzebę ujednolicenia prawa autorskiego w celu zapewnienia twórcom pewnych minimalnych standardów ochrony na poziomie globalnym (mimo różnic występujących pomiędzy porządkami prawnymi poszczególnych państw). Z tego powodu w katalogu źródeł prawa autorskiego dużą rolę odgrywają akty prawa międzynarodowego, a przede wszystkim:

- Akt paryski Konwencji berneńskiej o ochronie dzieł literackich i artystycznych (Dz.U. z 1990 r. Nr 82, poz. 474, ze zm.) – Paryż 24 lipca 1971 roku;
- Międzynarodowa konwencja o ochronie wykonawców, producentów fonogramów oraz organizacji nadawczych (Dz.U. z 1997 r. Nr. 125, poz. 800) – Rzym 26 października 1961 roku;
- Porozumienie w sprawie handlowych aspektów praw własności intelektualnej – Porozumienie TRIPS (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) (Dz.U. z 1996 r. Nr 32, poz. 143) – załącznik do porozumienia w sprawie utworzenia Światowej Organizacji Handlu (WTO – World Trade Organization) – Marrakesz 15 kwietnia 1994 roku;

- Traktaty WIPO (World Intellectual Property Organization): o artystycznych wykonaniach i fonogramach (Dz.U. z 2004 r. Nr 41, poz. 375) oraz o prawie autorskim (Dz.U. z 2005 r. Nr 3, poz. 12) – Genewa 20 grudnia 1996 roku.

Istotną rolę odgrywa także prawo pierwotne Unii Europejskiej oraz prawo pochodne – rozporządzenia wspólnotowe i nade wszystko szereg dyrektyw, które regulują nawet bardzo szczegółowe kwestie prawnoautorskie. W Polskim systemie prawa fundamentalne znaczenie ma jednak **Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych** (tekst jednolity Dz.U. z 2006 r., Nr 90, poz. 631 ze zm.).

Dla ujednolicenia ochrony własności intelektualnej w wymiarze globalnym szczególnie ważne jest porozumienie TRIPS, będące jednym z filarów działalności Światowej Organizacji Handlu (WTO). Konwencja ta określa minimalne standardy, które muszą być spełnione w omawianym obszarze przez wszystkie państwa członkowskie. WTO ściśle współpracuje ze Światową Organizacją Własności Intelektualnej (WIPO), będącą jedną z wyspecjalizowanych organizacji ONZ.

Na początku 2012 roku ogromne emocje wzbudziło porozumienie ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) – umowa handlowa dotycząca zwalczania obrotu towarami podrabianymi. Miało ono ustalać międzynarodowe standardy w walce z naruszeniami własności intelektualnej. Mimo pierwotnej akceptacji porozumienia przez Parlament Europejski i Radę Unii Europejskiej, a także podpisania go przez dwadzieścia dwa państwa członkowskie (w tym Polskę), ostatecznie Parlament Europejski 4 lipca 2012 roku odrzucił ACTA.

Porozumieniu towarzyszyły liczne kontrowersje związane z ochroną danych osobowych czy wolnością słowa, które były potęgowane przez niejawność negocjacji. Pomimo że znaczna część argumentów, które pojawiały się w publicznej debacie, miała charakter emocjonalny, a nie merytoryczny, nie da się ukryć, że porozumienie ACTA niosło istotne zagrożenia. Najwięcej kontrowersji budził artykuł 27 ustęp 4 porozumienia, choć miał on charakter fakultatywny – tj. decyzja w sprawie wprowadzenia go do porządku prawnego była pozostawiona każdemu z państw sygnatariuszy. Przepis ten tworzył mechanizm, który zmuszałby dostawcę usług internetowych do przekazywania właścicielowi praw autorskich danych abonenta, nawet w sytuacji, gdyby ten był jedynie podejrzewany o naruszenie prawa. Wbrew deklaracjom zawartym w dalszej części tego przepisu, regulacja ta byłaby nie do pogodzenia z wartościami, takimi jak wolność słowa, prawo do prywatności czy sprawiedliwego procesu.

Przedmiot, podmiot, czas ochrony

Zgodnie z polską Ustawą o prawie autorskim i prawach pokrewnych **przedmiotem prawa autorskiego jest utwór**, czyli niematerialne dobro prawne (byt odrębny od nośnika, na którym jest utrwalony). Utwór musi spełniać następujące przesłanki:

- być przejawem twórczej działalności człowieka, rozumianej jako uzewnętrzniony rezultat działania o charakterze kreacyjnym – nowy wytwór intelektu;
- mieć indywidualny charakter – muszą być w nim widoczne właściwości związane z niepowtarzalną osobowością autora;
- być ustalony w jakiejkolwiek postaci, tj. osoba inna niż twórca musi mieć możliwość zapoznania się z utworem [Barta, Markiewicz, 2008, s. 66 i n.].

Nie są natomiast istotne takie aspekty, jak wartość dzieła, przeznaczenie czy sposób wyrażania. Do objęcia ochroną prawnoautorską nie są też potrzebne żadne formalności.

Ustawa podaje przykładowe wyliczenie utworów: wyrażone słowem, symbolami matematycznymi, znakami graficznymi (w tym literackie, publicystyczne, naukowe, kartograficzne oraz programy komputerowe), plastyczne, fotograficzne, lutnicze, wzornictwa przemysłowego, architektoniczne, urbanistyczne, muzyczne, słowno-muzyczne, sceniczne, choreograficzne, pantomimiczne, audiowizualne. Utwór jest przedmiotem prawa autorskiego nawet, gdy jest jeszcze nieukończony.

Nota copyrightowa „©"

Oznaczenie „© copyright by Nazwa, rok" – to nota copyrightowa, która pojawia się na bardzo wielu produktach. Z punktu widzenia prawa polskiego jest ona praktycznie pozbawiona znaczenia, gdyż według ustawy nie trzeba dokonywać żadnych formalności, aby utwór został objęty ochroną. Przekonanie autorów, że dopiero takie oznaczenie aktywuje prawo autorskie, jest więc całkowicie błędne. Wymóg zawarcia noty copyrightowej istniał natomiast w Stanach Zjednoczonych, choć od przystąpienia USA do Konwencji Berneńskiej straciła ona także tam swoje znacznie. Dziś może być pomocna jedynie w postępowaniu przed sądami amerykańskimi, gdyż oznaczenie to wyklucza możliwość uznania, że naruszający prawo autorskie działał nieświadomie – ma to zasadniczy wpływ na wysokość ewentualnych odszkodowań.

Ustawa wyraźnie wskazuje też, że ochroną nie mogą być objęte: same sposoby wyrażania, odkrycia, idee, procedury, metody i zasady działania oraz koncepcje matematyczne. Przedmiotów prawa autorskiego nie stanowią też: akty norma-

tywne i ich urzędowe projekty, urzędowe dokumenty, materiały, znaki i symbole, opublikowane opisy patentowe lub ochronne oraz proste informacje prasowe.

Zasadniczo prawo autorskie przysługuje twórcy. Wyjątki od tej reguły może wprowadzać tylko ustawa. Twórcą może być każda osoba fizyczna – także nieletnia. Autor, jeśli chce, może pozostać anonimowy. Wtedy w wykonywaniu jego praw zastępuje go producent lub wydawca, a w razie ich braku – organizacja zbiorowego zarządzania prawami autorskimi. W przypadku, gdy utwór został stworzony przez więcej niż jedną osobę, prawo autorskie przysługuje im wszystkim. Ustawa określa zasady doprecyzowujące tę kwestię.

Odrębną kategorią są tzw. utwory zbiorowe, np. encyklopedie, czasopisma. W odniesieniu do nich prawo autorskie przysługuje producentowi lub wydawcy. Nie zmienia to oczywiście faktu, że poszczególne samodzielne części również są przedmiotem prawa autorskiego, przysługującego ich twórcom. Ustawa wprowadza też wyjątek, zgodnie z którym, jeśli utwór został stworzony przez pracownika w ramach wykonywania obowiązków wynikających ze stosunku pracy, to autorskie prawa majątkowe zostają nabyte przez pracodawcę z chwilą przyjęcia utworu.

Na marginesie warto wspomnieć o tzw. dziełach osieroconych, czyli takich, co do których nie można ustalić podmiotu praw autorskich. Poszczególne systemy prawne proponują różne rozwiązania mające pozwolić na legalne wykorzystywanie takich utworów. Istnienie tych mechanizmów jest niezwykle potrzebne, gdyż bez nich społeczeństwo byłoby pozbawione dostępu do wielu wartościowych utworów. Dwa najpopularniejsze działania to:

- powierzenie organizacjom zbiorowego zarządzania prawami autorskimi wykonywania autorskich praw majątkowych;
- udzielanie licencji przez organ administracyjny – jeśli podmiot zainteresowany wykaże, że mimo dochowania należytej staranności w poszukiwaniach nie zdołał zidentyfikować uprawnionego.

Momentem początkowym objęcia utworu (nawet nieukończonego) ochroną prawa autorskiego jest jego ustalenie, czyli takie uzewnętrznienie, które pozwala zapoznać się z nim komuś więcej niż tylko autorowi. Autorskie prawa osobiste są bezterminowe. Ograniczone w czasie są za to autorskie prawa majątkowe: zgodnie z ogólną regułą gasną po upływie siedemdziesięciu lat od śmierci twórcy. Jeśli autor nie jest znany, to termin ten liczy się od daty pierwszego rozpowszechnienia utworu. Podobnie jest w przypadku, gdy prawa autorskie na mocy ustawy przysługują innemu podmiotowi niż twórca.

W Polsce wygaśnięcie autorskich praw majątkowych nie oznacza jednak, że niechronione już utwory można eksploatować bez ponoszenia kosztów. Do ustawy o prawie autorskim wprowadzono bowiem osobliwą regulację, która w istocie stanowi rodzaj podatku. Producenci lub wydawcy są zobowiązani do przekazywania na Fundusz Promocji Twórczości od 5 do 8% wpływów brutto ze sprzedaży kopii takich utworów.

Prawa autorskie majątkowe i osobiste, pola eksploatacji

Autorskie prawa osobiste obejmują przede wszystkim prawo oznaczenia utworu swoim nazwiskiem, pseudonimem lub udostępniania go anonimowo. Twórca ma też prawo decydować o pierwszym udostępnieniu utworu publiczności oraz sprawować nadzór nad sposobem korzystania z utworu. Autorskie prawa osobiste mają też na celu ochronę przed nierzetelnym wykorzystywaniem dzieła.

Te części składowe zostały wymienione wprost w artykule 16 ustawy o prawie autorskim. Dokładna analiza pozostałych przepisów tego aktu prawnego pozwala wskazać jeszcze inne regulacje wchodzące w skład omawianej kategorii. Przede wszystkim autor ma prawo do wprowadzania zmian w utworze, a także odstąpienia od umowy przenoszącej prawa majątkowe (lub do jej wypowiedzenia) ze względu na istotne interesy twórcze. Ustawodawca wskazał też uprawnienia związane z udostępnianiem oryginału dzieła. Wyliczenie to nie jest wyczerpujące ze względu na istnienie tworzonych przez doktrynę pozaustawowych reguł – przykładowo: prawo korekty autorskiej, prawo dobrej sławy czy czci dzieła.

Autorskie prawa majątkowe dotyczą z kolei wymiernych korzyści, jakie twórca ma prawo czerpać ze swojej pracy. Ich istnienie stanowi niezbędną zachętę dla artystów; bez tego ekonomicznego dopingu sama motywacja płynąca z potrzeby tworzenia i uznania byłaby niewystarczająca. Autorskie prawa majątkowe są prawnie wprowadzanym monopolem mającym chronić interesy twórców, którzy – z racji, iż efekty ich pracy są dobrami niematerialnymi – są szczególnie narażeni na negatywne skutki nieautoryzowanego rozprzestrzenia.

Autorowi przysługuje więc wyłączne prawo do korzystania z utworu (i pobierania za to wynagrodzenia) oraz rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji. Przez korzystanie z utworu rozumie się zarówno eksploatację w postaci materialnej (adaptacje, reprodukcje, wprowadzanie do obrotu), jak i niematerialnej (wykonywanie, wystawianie, recytowanie, wprowadzanie do internetu).

Ciekawą instytucją – choć budzącą wątpliwości w ocenie racjonalności jej istnienia – jest *droit de suite*, tj. prawo przysługujące twórcy i jego spadkobiercom, aby otrzymywać pewien procent od zawodowego sprzedawcy przy kolejnych transakcjach dotyczących nośnika utworu. Sprowadza się to do tego, że nawet jeśli malarz sprzedał już swój obraz, to i tak w przyszłości dostanie od 0,25 do 5% kwoty, za jaką przedmiot ten zostanie ponownie sprzedany (np. gdy trafi do domu aukcyjnego).

Majątkowe prawo autorskie przysługujące twórcy odnosi się do wszystkich pól eksploatacji. Ustawa jednak nie definiuje tego pojęcia, a jedynie przedstawia przykładowe wyliczenie. Ze względu na rozwój technologiczny – który kreuje nowe pola eksploatacji – stworzenie kompletnego ich katalogu jest niemożliwe, a zbu-

dowanie precyzyjnej definicji nader trudne. Intuicyjne rozumienie tego terminu często jest jednak niewystarczające. Pola eksploatacji mają ogromne znaczenie, gdyż w umowie powinno się precyzyjnie wskazać, które z nich są jej przedmiotem. Co więcej, istnieje zakaz obejmowania umową nieznanych w chwili jej zawierania pól eksploatacji. Ma to chronić autora przed pozbawieniem go znacznych zysków, które mógłby uzyskać w wyniku pojawienia się nowego obszaru o dużym potencjale komercyjnym.

Doprecyzowanie zakresów poszczególnych pól eksploatacji jest dokonywane w praktyce przez sądy i doktrynę. Przykładowo: uznaje się, że prawo do wydania książki w tradycyjnej formie jest innym polem eksploatacji niż prawo do wydania jej w formie audiobooka, ale już wydanie filmu na płycie DVD jest tym samym polem eksploatacji, co wydanie go na kasecie VHS. Przyjmuje się bowiem, że dla wyodrębnienia nowego pola eksploatacji konieczne jest, aby miało ono niezależny ekonomicznie charakter. W przypadku DVD nie tworzy się natomiast nowego rynku, a jedynie zastępuje starszą technologię.

Podsumowując rozważania o autorskich prawach osobistych i majątkowych, warto zestawić najważniejsze różnice:

Tabela 1. Porównanie autorskich praw osobistych i majątkowych

	Autorskie prawa osobiste	Autorskie prawa majątkowe
Obejmuje m.in. prawo do:	- autorstwa utworu - oznaczenia utworu swoim nazwiskiem, pseudonimem lub opublikowania anonimowo - nienaruszalności treści i formy utworu - rzetelnego wykorzystania utworu - decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu publiczności - nadzoru nad sposobem korzystania z utworu - wprowadzania zmian - odstąpienia od umowy lub jej wypowiedzenia ze względu na istotne interesy twórcze - korekty autorskiej - dobrej sławy i czci dzieła	- korzystania z utworu w postaci materialnej i niematerialnej - rozporządzania utworem - wynagrodzenia za korzystanie z utworu - zwielokrotniania - wprowadzenia egzemplarza dzieła do obrotu - najmu i użyczania egzemplarzy - publicznego rozpowszechniania utworu w inny sposób niż przez obrót egzemplarzem dzieła - *droit de suite*
Przedmiot ochrony	Osobisty interes twórcy	Interesy materialne twórcy

Czas ochrony	Od momentu ustalenia dzieła, nieograniczone w czasie	Od momentu ustalenia dzieła, gasną po 70 latach od śmierci twórcy; jeśli autor nie jest znany, to czas ten liczy się od pierwszego rozpowszechnienia
Przenoszenie	Nieprzenoszalne, nie mogą być przedmiotem obrotu	Mogą przechodzić na inne osoby na podstawie umowy lub w drodze dziedziczenia

Źródło: Opr. własne

Rodzaje umów dotyczących praw autorskich

Podstawową cechą odróżniającą autorskie prawa majątkowe od osobistych jest to, że te pierwsze są zbywalne, czyli w drodze dziedziczenia lub umowy mogą przechodzić na inne osoby. Kwestię dziedziczenia regulują przepisy Kodeksu cywilnego, a ustawa o prawie autorskim nie wprowadza w tym zakresie istotnych przepisów szczegółowych, inaczej niż w odniesieniu do umów prawnoautorskich, które są w niej uregulowane (choć niewyczerpująco).

Umowy o przeniesienie autorskich praw majątkowych skutkują tym, że prawo do korzystania z utworu na pewne, określone w umowie, sposoby nie przysługuje już twórcy, ale przechodzi na nabywcę. W przeciwieństwie do klasycznego przeniesienia praw majątkowych, to dotyczące praw autorskich może być dokonane na określony czas. Po stronie nabywcy pojawia się też obowiązek eksploatowania utworu.

Poprzez **umowy licencyjne** natomiast twórca upoważnia licencjobiorcę do korzystania z utworu na wskazanych polach eksploatacji, określając przy tym zakres, czas i miejsce. Autor może się też zobowiązać, że nie będzie udzielał innych licencji w odniesieniu do tych samych pól eksploatacji – powstaje wtedy licencja wyłączna. **Licencjodawca musi też wyrazić zgodę na udzielanie dalszych upoważnień (sublicencji)**.

W praktyce coraz bardziej zacierają się różnice między umowami przenoszącymi autorskie prawa majątkowe a licencjami wyłącznymi. Najistotniejszą różnicą jest to, że w przypadku umowy licencyjnej wyłącznej śmierć licencjobiorcy powoduje wygaśnięcie stosunku prawnego, inaczej niż w przypadku umowy przenoszącej. Toczy się jednak ożywiona dyskusja na temat charakteru tych umów i ich konsekwencji dla obrotu prawnego. Ogniskuje się ona wokół zagadnień związanych z rozporządzającym i upoważniającym skutkiem tych czynności prawnych.

Cechą umów prawnoautorskich przysparzającą w praktyce licznych problemów jest obowiązek wyraźnego wskazywania pól eksploatacji, które są objęte tą czynnością prawną. Prawo zabrania ponadto zawierania umów dotyczących wszystkich utworów lub wszystkich utworów określonego rodzaju danego twórcy mających powstać w przyszłości. Chodzi o zakaz „kupowania autora na wyłączność". Umowy mogą też dotyczyć jedynie tych pól eksploatacji, które są znane w chwili jej zawarcia.

Ustawa nie reguluje wprost konkretnych typów umów z zakresu autorskiego prawa majątkowego, jak chociażby często występującej w obrocie umowy wydawniczej. **Niewątpliwą zaletą takiego rozwiązania jest zmniejszenie objętości aktu prawnego, co w obliczu rosnącej ilości obowiązujących treści normatywnych należy uznać za słuszne działanie ustawodawcy**. Wadą zaś są liczne wątpliwości powstające przy interpretacji ogólnych przepisów, które muszą być rozstrzygane w praktyce – głównie przez orzecznictwo sądów.

Dozwolony użytek osobisty i publiczny

Prawo przewiduje pewne odstępstwa od reguły mówiącej, że na korzystanie z utworu potrzebna jest zgoda twórcy. Dzięki instytucji dozwolonego użytku możliwe jest legalne przełamanie monopolu właściciela praw autorskich. Są dwie zasadnicze przyczyny stosowania zasady dozwolonego użytku:

- pierwsza wynika z braku faktycznych możliwości kontrolowania czy też licencjonowania każdego korzystania z utworu; w pewnych sytuacjach koszty egzekwowania majątkowych praw autorskich znacznie przewyższałyby potencjalne korzyści;
- druga wynika z dążenia do realizacji celów afirmowanych przez prawo, mających przynieść korzyści społeczeństwu.

Pierwsza przyczyna stanowi fundament **dozwolonego użytku osobistego**, pozwala bowiem na nieodpłatne korzystanie z pojedynczych egzemplarzy już rozpowszechnionych utworów przez krąg osób pozostających w związku osobistym. Właściciel praw autorskich nie może skutecznie przeciwstawić się takiemu korzystaniu z utworu, gdyż jest ono legalne. Prawo wspólnotowe wymaga jednak, aby państwa członkowskie zapewniły twórcom godziwą rekompensatę, którą przyjęło się uzyskiwać z opłat licencyjnych wliczanych w cenę sprzętu pozwalającego na kopiowanie (np. nagrywarki, ksera) i nośników treści.

Dozwolony użytek osobisty to jednak wyjątek, który nie może być interpretowany rozszerzająco. Z tego powodu potrzebna jest dokładna analiza każdego aspektu tej instytucji prawnej. Konieczne jest przede wszystkim doprecyzowanie

ustawowego zwrotu „krąg osób pozostających w związku osobistym, w szczególności pokrewieństwa, powinowactwa lub stosunku towarzyskiego". Problemów interpretacyjnych przysparza „stosunek towarzyski" w odniesieniu do relacji internetowych. Co więcej, dozwolony użytek ma zastosowanie tylko do utworów już rozpowszechnionych za zgodą twórcy. Korzystanie z utworu w ramach tej instytucji nie może mieć charakteru komercyjnego, co wyklucza możliwość pobierania opłat.

Druga z wymienionych wyżej przyczyn uzasadnia istnienie **dozwolonego użytku publicznego**. Ustawa zawiera w tym zakresie rozwiązania szczegółowe, których konstrukcje oparte są na przesłankach:

- podmiotowych – m.in. uprawnienia dla bibliotek, archiwów, szkół,
- przedmiotowych – m.in. dotyczących aktualnych artykułów, przeglądów publikacji, mów wygłoszonych na publicznych zebraniach,
- celowościowych – m.in. dydaktyka, prowadzenie badań.

Nie sposób w krótkim tekście szczegółowo omówić wszystkich aspektów dozwolonego użytku. Tym bardziej że część regulacji jest niejasna i ich analiza pozostawia wiele wątpliwości interpretacyjnych. Warto jednak przeanalizować to zagadnienie na kilku przykładach.

Przykład 1. Pobieranie muzyki lub filmów z internetu

Dozwolony użytek osobisty chroni przed odpowiedzialnością prawną za nieautoryzowane pobieranie plików, oczywiście jeśli – zgodnie z ogólnymi zasadami tej instytucji – ogranicza się do celów prywatnych i do utworów już rozpowszechnionych. Karalne jest jednak udostępnianie takich plików osobom spoza kręgu osób pozostających w związku osobistym. Legalne jest np. przesłanie pliku mp3 znajomemu przez e-mail. Na własny użytek można też pobrać z serwera film, pod warunkiem że miał już światową premierę. Inaczej wygląda ocena prawna pobierania plików przy pomocy programów typu *peer-to-peer*. Ten model komunikacji opiera się bowiem na tym, że każdy *host* (czyli komputer użytkownika) nie tylko jest klientem (pobierającym), ale także pełni funkcję serwera (czyli udostępniającego pliki). Korzystanie z programów *peer-to-peer* wiąże się więc także z działaniami, które wykraczają poza dozwolony użytek osobisty.

Przykład 2. Korzystanie z oprogramowania

Przepisy prawa autorskiego w odniesieniu do oprogramowania są bardziej restrykcyjne, dozwolony użytek prywatny nie obejmuje bowiem tej kategorii. Korzystanie z programów komputerowych bez licencji jest więc niezgod-

ne z prawem. Szczegółowe zasady dotyczące możliwości dzielenia się danym oprogramowaniem określają umowy licencyjne, które jednak w odniesieniu do produktów komercyjnych są niezwykle surowe. Najczęściej kupuje się licencję na konkretną liczbę stanowisk.

Przykład 3. Kserowanie książek

Dozwolony użytek osobisty pozwala na kserowanie książek, także za pośrednictwem komercyjnie działających punktów ksero. Powielonej książki nie można już jednak odsprzedawać.

Przykład 4. Przełamywanie zabezpieczeń typu DRM (*digital rights management*)

Ocena tego zagadnienia jest niejednoznaczna. Z jednej strony tego typu zabezpieczenia – utrudniające kopiowanie – ograniczają przyznane ustawą prawo użytkownika do powielenia utworu w ramach dozwolonego użytku, z drugiej zaś przełamywanie tych zabezpieczeń jest traktowane jako niezgodne z prawem.

Naruszenia praw autorskich

Plagiat to naruszenie osobistych praw autorskich. Może mieć formę jawną (gdy dochodzi do przejęcia czyjegoś utworu bez dokonywania w nim większych zmian) lub ukrytą (kiedy ma miejsce pomieszanie własnej twórczości z bezprawnie przejętą twórczością cudzą). Plagiat nie musi dotyczyć całości utworu, może być także częściowy.

Zarówno prawo cywilne, jak i karne przewidują odpowiedzialność za popełnienie plagiatu. Twórcy przysługuje prawo żądania podjęcia czynności potrzebnych do usunięcia skutków naruszenia. W sytuacji zaś, gdy działanie to było zawinione, sąd może ponadto przyznać mu odpowiednią rekompensatę pieniężną lub zobowiązać sprawcę do przekazania jakiejś sumy na wskazany cel społeczny. Twórcy przysługuje też roszczenie o zaniechanie działań, które zagrażają jego autorskim prawom osobistym. W ramach odpowiedzialności karnej możliwe jest natomiast ukaranie naruszającego grzywną, karą ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat trzech. Penalizowane jest zarówno przywłaszczenie autorstwa, jak i wprowadzenie w błąd co do niego.

Artykuł 79 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wylicza żądania, jakie może wysuwać osoba, której autorskie prawa majątkowe zostały naruszone. Są to:

- zaniechanie naruszenia,
- usunięcie skutków naruszenia,
- naprawienie szkody,
- wydanie uzyskanych korzyści,
- wydanie w prasie stosownego oświadczenia,
- zapłata sumy pieniężnej na rzecz Funduszu Promocji Twórczości lub w pewnych okolicznościach na rzecz uprawnionego.

Organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi

Organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi zrzeszają twórców, wykonawców, producentów oraz organizacje radiowe i telewizyjne. Idea przyświecająca istnieniu tych organizacji to przede wszystkim ułatwienie funkcjonowania podmiotom, które wykorzystują cudze utwory, m.in. stacjom radiowym, zespołom wykonującym covery, ale także organizatorom koncertów. Jeśli chodzi o utwory muzyczne, to organizacją zbiorowego zarządzania prawami autorskimi w Polsce jest Związek Autorów i Kompozytorów Scenicznych (**ZAiKS**), który posłuży jako przykład. Jego istnienie niewątpliwie przyczynia się do znacznego zmniejszenia kosztów transakcyjnych, chociażby w odniesieniu do stacji radiowych, które nie muszą negocjować z każdym twórcą indywidualnych warunków emitowania jego utworów.

Rolą ZAiKS-u jest więc reprezentowanie artystów przy zawieraniu umów licencyjnych. Jego ustawowym obowiązkiem jest jednakowe traktowanie swoich członków. Dzięki temu umowa licencyjna określa zawsze jednolite zasady dla całego repertuaru organizacji. Stacja radiowa przekazuje wynagrodzenie ZAiKS-owi, który dzieli je między artystów w oparciu o załączoną przez stację listę emitowanych utworów. Naturalnie, podziałowi nie podlega cała kwota, gdyż funkcjonowanie organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi też generuje koszty. Roczne wpływy ZAiKS-u z tantiem wynoszą ponad 300 mln zł.

Chronienie praw autorskich w tej formie i przez tego typu pośredników jest ekonomicznie efektywne. Jednak funkcjonowaniu tych organizacji towarzyszą także liczne kontrowersje.

ZAiKS – kontrowersje

Przykład 1.

Niezrozumiała jest konieczność pokrywania opłat licencyjnych na rzecz ZAiKS-u przez organizatorów koncertu, na którym wykonawca gra własne utwory. W efekcie poza wynagrodzeniem zespołu konieczne jest przekazanie tej organizacji kwoty (nie niższej niż 10% honorarium), z której tylko część ostatecznie trafi do artystów.

Przykład 2.

Inspektorzy ZAiKS-u często wykazują się nadgorliwością przy ściąganiu opłat, czego najlepszym przykładem było domaganie się tantiem za wykorzystanie utworów udostępnianych przez twórców na zasadach Creative Commons, których istotą jest zgoda na bezpłatne rozpowszechnianie.

Przykład 3.

Wątpliwości budzi obowiązek wielokrotnego opłacania licencji – przykładowo: stacja radiowa kupuje licencję na emisję muzyki, ale właściciel lokalu fryzjerskiego, który chce, aby u niego grało radio, także powinien zapłacić tantiemy.

Podsumowując, idea usprawnienia ochrony praw twórców poprzez organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi jest słuszna, aczkolwiek szczegółowe rozwiązania wymagają zmian. Niewątpliwie liberalizacja prawa w tym zakresie przyczyniłaby się do eliminacji przynajmniej części nadużyć, które pojawiają się w praktyce.

Prawo autorskie w internecie

Problemy prawa autorskiego spowodowane rewolucją technologiczną dotyczą przede wszystkim internetu. W tym obszarze wyjątkowo wyraźnie widać potrzebę zmian, gdyż w zbyt wielu kwestiach regulacje nie przystają do rzeczywistości. Wiele osób uważa internet za ogromne zagrożenie dla interesów twórców – za medium, które podniosło piractwo na niewyobrażalny poziom. Tak naprawdę zmienił on jedynie rzeczywistość obrotu dobrami intelektualnymi i to w sposób, który niekoniecznie musi być dla twórców niekorzystny.

Niewątpliwie dobre dla twórców może być chociażby rozpowszechnianie oprogramowania za pośrednictwem sieci, a nie na tradycyjnych nośnikach. Znacząco obniża to koszty dystrybucji i rozwiązuje problem dostarczania odbiorcy w odpowiednim czasie treści licencji. W tradycyjnej dystrybucji konsument najpierw

kupuje pudełko zawierające płytę z oprogramowaniem, a dopiero później – najczęściej w momencie instalacji programu – może zapoznać się z treścią umowy licencyjnej. Taka praktyka, choć powszechna, budzi zastrzeżenia prawne. Zgodnie z przepisami bowiem, aby postanowienia wynikające z wzorca umownego (w tym przypadku umowy licencyjnej) były wiążące, program powinien być dostarczony drugiej stronie przy zawarciu umowy. Jeśli zaś najpierw następuje zawarcie umowy, a dopiero później konsument poznaje treść licencji, to argumentacja, że umowa licencyjna nie obowiązuje odbiorcy, znajduje solidne oparcie w prawie.

Rozwój globalnej sieci komputerowej spowodował też konieczność uregulowania odpowiedzialności dostawcy usług. Fundamentalne znaczenie ma tu ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, która przesądza, że na świadczącym usługi tego typu nie spoczywa obowiązek sprawdzania przekazywanych, przechowywanych lub udostępnianych danych. Jest to w pełni racjonalne ze względu na wysokie koszty dokonywania takich kontroli, ograniczenia techniczne, a nade wszystko – ochronę podstawowych zasad demokratycznego państwa prawa.

Wyjątkowo niejasna jest kwestia legalności działania niektórych systemów wyszukiwawczych. Zbyt restrykcyjne prawo autorskie w Stanach Zjednoczonych zniszczyło niezwykle wartościowy (z naukowego punktu widzenia) projekt Google – Print Library Project, który zakładał zeskanowanie zbiorów największych amerykańskich bibliotek, aby docelowo umożliwić użytkownikom wyszukiwarki dostęp do danych bibliograficznych publikacji oraz kilku zdań znajdujących się w sąsiedztwie poszukiwanej frazy. Sąd podzielił jednak stanowisko kwestionujące legalność tej usługi. **Funkcjonowanie Print Library Project na gruncie prawa polskiego byłoby możliwe – w oparciu o inaczej rozumianą instytucję dozwolonego użytku publicznego**. Z pewnością byłoby to korzystne z punktu widzenia interesu społecznego, a jednocześnie nie niosłoby istotnych zagrożeń dla posiadaczy praw autorskich.

Przedmiotem rozważań była także dopuszczalność wstawiania odnośników do cudzych stron internetowych. W tym przypadku nie ma jednak wątpliwości, że jest to legalne – zarówno w odniesieniu do odesłań do stron głównych, konkretnych podstron, jak i przy zachowaniu pewnych zasad *framingu* (wbudowania części cudzej strony we własną).

Obiekcje może jednak budzić odsyłanie do stron, które zawierają treści bezprawne. Chodzi o rozstrzygnięcie, czy odpowiedzialność ma ponosić np. właściciel forum dyskusyjnego, na którym umieszczane są odnośniki do treści „pirackich". Wydaje się, że jeśli ma on świadomość, iż strony, do których prowadzą linki, zawierają treści bezprawne, to wówczas można mu przypisać odpowiedzialność – w szczególności za pomocnictwo.

Warto wspomnieć jeszcze o inicjatywie **Creative Commons** mającej służyć znalezieniu kompromisu między ochroną praw twórców a likwidacją barier w swobodnym przepływie informacji. Głównym celem tej organizacji jest stworzenie ela-

stycznych zasad, które w wielu przypadkach mogą być substytutem zbyt restrykcyjnych domyślnych reguł prawa autorskiego. Istota licencji Creative Commons polega na zastąpieniu tradycyjnej zasady „wszelkie prawa zastrzeżone" regułą „pewne prawa zastrzeżone".

Fakt, że licencje te stanowią kombinację kilku atrybutów (kwestia uznania autorstwa, dopuszczalność użytku komercyjnego, możliwość tworzenia utworów zależnych oraz wymóg udostępniania pochodnych dzieł na tych samych zasadach), pozwala twórcy na objęcie dzieła ochroną, która dokładnie odpowiada jego oczekiwaniom, nie ograniczając przy tym nadmiernie możliwości jego rozpowszechniania. Creative Commons to niejedyna inicjatywa mającą w pewnych obszarach zastąpić tradycyjne prawo autorskie. Popularność tego typu licencji dobitnie świadczy o potrzebie liberalizacji tej gałęzi prawa.

Podsumowanie

W bardzo wielu dziedzinach prawo nie nadąża za rzeczywistością. Rewolucja technologiczna sprawia, że w obszarze prawa autorskiego ten dysonans bardzo szybko się powiększa. Część środowisk twórczych uważa internet za wielką kopiarkę, która może ich pozbawić środków do życia. Fakty wskazują jednak, że te obawy są bezpodstawne. Nowe technologie niosą ze sobą przede wszystkim ogromne możliwości, które mogą przynieść – także twórcom – wiele korzyści (np. nowe pola eksploatacji). Odpowiednie skorelowanie prawa autorskiego z nowymi technologiami może zaś niewątpliwie przysłużyć się rozwojowi społeczno-gospodarczemu. Zbyt restrykcyjne lub po prostu nieefektywne regulacje mogą być natomiast mocnym hamulcem w procesie ekonomicznego wykorzystywania kultury i sztuki.

Doskonałym przykładem mogą być książki w formie elektronicznej (e-booki). Rozwój techniki pozwolił na produkcję tanich mobilnych urządzeń, których wyświetlacze nie emitują światła, więc dla ludzkiego oka nie są bardziej męczące niż tradycyjny druk. Stworzyło to możliwość kolportażu książek w formie plików, których treść jest wyświetlana na tych urządzeniach. Rozwiązanie to pozwala wyeliminować wiele kosztów, które składają się na cenę tradycyjnej książki. W przypadku e-booków nie trzeba opłacać transportu, ponosić kosztów magazynowania, marż pośredników, a i internetowa księgarnia dzięki niższym kosztom działalności może mieć niższy narzut.

Stworzyło to nowy rynek, który najbardziej rozwinął się w Stanach Zjednoczonych. Regułą jest tam, iż wersja elektroniczna książki kosztuje ok. 50% ceny wersji tradycyjnej. Pozwala to nabywać je także tym, dla których dotąd barierą była wysoka cena. Inwestycja w urządzenie (już od kilkudziesięciu dolarów) szybko się zwraca. Wyeliminowanie pewnych kosztów, a także znaczące zwiększe-

nie wolumenu sprzedaży skutkuje tym, że dzięki nowym technologiom pisarze, dziennikarze prasowi czy wydawcy mogą mieć większe zyski. Ten przykład pokazał, że konsumenci pod pewnymi warunkami (przede wszystkim: korzystna cena, wygodny system płatności oraz dostępność wielu tytułów) są skłonni płacić za dobra niematerialne pomimo istnienia bezpłatnych wersji pochodzących z obrotu nieformalnego.

Czynnikiem ograniczającym rozwój tego rynku były natomiast zabezpieczenia DRM, które utrudniały korzystanie z e-booków nawet legalnym odbiorcom. Co więcej – jak każde zabezpieczenie – szybko były one łamane. Pozostawała natomiast irytacja kupującego, który napotykał duże problemy, jeśli chciał czytać książkę na więcej niż jednym urządzeniu (czy przy użyciu innego programu) lub podzielić się nią ze znajomym. Spowodowało to odwrót wydawców od zabezpieczeń typu DRM na rzecz znaków wodnych, których rolą nie jest techniczne blokowanie, ale oznaczanie egzemplarzy, aby chociaż częściowo kontrolować ich rozpowszechnianie. Skuteczne zabezpieczenie e-booka sprawiłoby, że jego nabywca byłby w znacznie gorszej sytuacji od posiadacza książki tradycyjnej, gdyż ten drugi po przeczytaniu może przecież książkę komuś użyczyć czy nawet odsprzedać.

W Polsce ekspansja e-booków jest znacznie wolniejsza m.in. ze względu na wyższe ceny urządzeń oraz stosunkowo małą liczbę dostępnych tytułów. Największym hamulcem są jednak wysokie ceny samych książek w wersji elektronicznej. Taki stan rzeczy jest spowodowany zasadniczo dwoma czynnikami. Po pierwsze tym, że na e-booki obowiązuje 23% podatku VAT (na tradycyjne książki 5%). Po drugie, wydawcy nie rozumieją fenomenu tego rynku, który zaistniał za oceanem. W efekcie wersja elektroniczna często jest tańsza jedynie o kilkanaście procent, choć zdarzały się też przypadki, że była nawet droższa od tradycyjnej.

Gdy pisarz i dziennikarz Piotr Lipiński dowiedział się, jak często jego książka *Piąta Komenda* jest pobierana z internetu, postanowił sprzedawać ją w formie e-booka za pięć złotych – pozyskał dzięki temu wielu nowych czytelników, a także osiągnął spore zyski. Internauci kupowali e-booka, pomimo że był on wciąż dostępny za darmo w serwisach umożliwiających nieautoryzowane pobieranie plików. Co więcej, jak wynika z raportu *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści* [Filiciak i inni, 2012], osoby nazywane piratami o wiele częściej uczestniczą w legalnym obrocie niż reszta społeczeństwa.

Przekonanie o wielkich stratach twórców i państwa, powodowanych przez tzw. piractwo, często opiera się na błędnej metodologii. Zakłada się bowiem, że jeśli nastolatek ma na swoim dysku 10 tys. albumów muzycznych, a jeden średnio kosztuje 50 zł, to straty branży muzycznej wynoszą tu 500 tys. zł. Nie bierze się pod uwagę, że nie kupiłby on ani 10% tych płyt, nawet przy całkowitym braku nieautoryzowanego obrotu plikami. Nie uwzględnia to też tego, że swobodny dostęp do muzyki zwiększa skłonność do kupowania biletów na koncerty – a to dochody z występów na żywo stanowią lwią część dochodów muzyków.

Za niezwykle niebezpieczną praktykę trzeba natomiast uznać lawinowy wzrost liczby **patentów na oprogramowanie**, które są przecież przedmiotem ochrony prawa autorskiego. Patent daje jednak jego posiadaczowi dodatkowe uprawnienia, które mogą niezwykle mocno blokować rozwój, gdyż ryzyko nawet nieświadomego naruszenia patentu w pewnych obszarach będzie tak duże, że zniechęci programistów do pracy. **Przeciwnicy patentów na oprogramowanie pokazali, jak wiele patentów może naruszać zwykły sklep internetowy – http://webshop.ffii.org/**.

Trzeba podkreślić, że prawo autorskie musi godzić interesy twórców i społeczeństwa. Interesy te tylko pozornie są sprzeczne. Społeczeństwo chce mieć dostęp do wartościowych dóbr intelektualnych, ale aby one się pojawiały, twórcy muszą mieć zapewnioną ochronę swoich praw. Z drugiej zaś strony, każde dzieło potrzebuje odbiorcy, więc nie należy nadmiernie ograniczać dostępu do niego czy kontrolować nieautoryzowanego obiegu, z którego twórcy także mogą czerpać korzyści (choćby pośrednio). Jeśli prawo autorskie ma być traktowane jako jeden z katalizatorów rozwoju, to przy jego tworzeniu konieczne jest przyjęcie optyki ekonomicznej analizy prawa.

Prawo autorskie w obecnej formie jest nie do obronienia. Dokonująca się rewolucja technologiczna wymusza zmiany, które zgodnie z ekonomiczną analizą prawa muszą przede wszystkim czynić zadość wymogowi efektywności – można to zrealizować tylko poprzez liberalizację prawa autorskiego. Społeczeństwo nie będzie wtedy ponosić zbędnych kosztów zwalczania niektórych przejawów nieautoryzowanego obrotu dobrami niematerialnymi. Dla ochrony interesów twórców konieczne jest pozostawienie jedynie takiej ochrony, która może być efektywnie egzekwowana. Z pewnością jej zakres byłby umiarkowanie wąski, ale dzięki skutecznemu egzekwowaniu objętych nim autorskich praw majątkowych stanowiłby dla twórców dostateczną zachętę do działania. Tym bardziej że dzięki nowościom technicznym mają oni znacznie większe możliwości czerpania korzyści ze swojej działalności.

Nie da się ukryć, że zmiany w prawie autorskim powinny być poprzedzone dyskusją i dogłębną analizą skutków regulacji. Protesty przeciwko ACTA pokazały bowiem, jakie mogą być następstwa pominięcia rzetelnej debaty. Dla budowania konstruktywnego dialogu potrzeba jednak rezygnacji z etykiet typu „piractwo" czy „kradzież" i zastąpienia ich – co proponują autorzy przywoływanego wyżej raportu – na przykład określeniem „nieformalna wymiana treści". Nie jest to eufemizm ani przejaw swoiście pojmowanej poprawności politycznej. W obecnym systemie prawnym granica między legalnym i nielegalnym dostępem do treści jest rozmyta i nieczytelna, co także skłania do głębokiej reformy prawa autorskiego.

Literatura

Barta J., Markiewicz R. [2008], *Prawo autorskie*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.

Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A. [2012], *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań*, Centrum Cyfrowe, Warszawa, dostępne: http://obiegikultury.centrumcyfrowe.pl/, korzystano 15.08.2012.

Kamińska H. [2012], *Dozwolony użytek – gdzie zaczynają się kłopoty?*, „Dziennik Internautów", dostępne: http://di.com.pl/porady/43651,0,Dozwolony_uzytek_-_gdzie_zaczynaja_sie_klopoty.html, korzystano 15.08.2012.

Leksykon własności przemysłowej i intelektualnej [2003], A. Szewc (red.), Zakamycze, Kraków.

Matlak A. [2004], *Prawo autorskie w społeczeństwie informacyjnym*, Zakamycze, Kraków.

Prawo własności intelektualnej [2009], J. Sieńczydło-Chlabicz (red.), LexisNexis Polska, Warszawa.

Prawo własności intelektualnej. Repetytorium [2010], M. Załucki (red.), Diffin, Warszawa.

Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych [2011], J. Barta, R. Markiewicz (red.), Wolters Kluwer Polska, Warszawa.

Edwin Bendyk

Kultura, technika, kapitalizm

Zdolność do wytwarzania i eksploatacji obiektów technicznych cechuje nie tylko ludzi. Wiele gatunków zwierząt świadomie posługuje się narzędziami. Wiele gatunków tworzy też złożone struktury społeczne, jednak gatunek ludzki niewątpliwie wyróżnia zdolność, czy wręcz konieczność, tworzenia kultury. Człowiek, jak każda istota biologiczna, w procesie ewolucji został zaprogramowany genetycznie do funkcjonowania w środowisku. Różni się jednak od innych istot tym, że do świadomego doświadczania rzeczywistości potrzebuje jej symbolizacji [Deacon, 1997]. To właśnie zdolność do tworzenia symbolicznych reprezentacji świata leży u podstaw złożonych kompetencji komunikacyjnych *homo sapiens*.

Porozumiewanie się w oparciu o wymianę symboliczną wymaga z kolei stosowania rozwiązań umożliwiających ekspresję symboli i wyrażanych przez nie stanów umysłu na nośnikach fizycznych – za pomocą fal dźwiękowych, znaków nanoszonych na nośniki stałe czy układów choreograficznych wyrażających znaczenie poprzez ruchy ciała.

W konsekwencji swych szczególnych kompetencji – symbolizacyjnej i kulturotwórczej – świadome jednostkowe i społeczne życie człowieka dokonuje się w przestrzeni wirtualnej: „Opowiadamy historie o rzeczywistych doświadczeniach i wymyślamy opowieści o zdarzeniach wyimaginowanych, a nawet wykorzystujemy te opowieści, by organizować swoje życie. Dosłownie przeżywamy życie w dzielonym z innymi wirtualnym świecie" [Deacon, 1997, s. 22].

Kultura związana jest więc z techniką od zarania. Konieczność pracy z symbolami zachęca do poszukiwania sposobów i narzędzi zwiększających efektywność procesów przetwarzania symbolicznego. Rozwój środowiska życia człowieka, owej „rzeczywistości wirtualnej", wymaga zarówno tworzenia nowych form ekspresji symbolicznej, jak i nowych narzędzi umożliwiających tę ekspresję. Sztuka i wynalazczość napędzają się wzajemnie. Pierwsza poszukuje nowych sposobów symbolizacji rzeczywistości i jej rozumienia. Druga nieustannie dostarcza nowych mediów.

Wynalazki, stając się źródłem nowych napięć i możliwości, przyczyniają się do powstania afordancji – pól dla nowych praktyk i form ekspresji kulturowej [Urry,

2007]. Kultura, przez swój nierozerwalny związek z techniką, jest więc złączona także z innymi sferami życia społecznego – ze światem władzy i gospodarki – w których technika odgrywa ważną rolę. Trudno o lepszą ilustrację tego związku niż wystawa „The ice age art" zorganizowana na przełomie 2012 i 2013 roku w British Museum. Ponad sto eksponatów i dzieł sztuki stworzonych przez artystów sprzed dziesiątków tysięcy lat skłania recenzenta dziennika „The Guardian" do uwagi: „Wkraczamy do świata malarzy i rzeźbiarzy, którzy mogli stworzyć te obiekty w złożonych społecznościach zdolnych do wspierania takich pracowników. Przygotowywali narzędzia, mieszali farby, rzeźbili reliefy, stawiali rusztowania, by wykonać murale w jaskiniach, zupełnie tak, jakby robili to dzisiaj" [Jenkins, 2013]. Żyli w świecie zamieszkanym przez mamuty, lecz świat ich wyobraźni i relacji międzyludzkich był nie mniej złożony niż świat współczesnego człowieka i podobnie zawieszony pomiędzy potrzebą wyrafinowanej ekspresji artystycznej a pasją zniszczenia wyrażającą się w nieustannych wojnach [Keeley, 1996].

Rzeź i kultura, jakkolwiek nieprzyjemnie to brzmi, były i są filarami cywilizacji [Hanson, 2002], a obie te ludzkie skłonności – do tworzenia i przemocy – łączy technika. Taniec wyraża potrzeby estetyczne, a jednocześnie jest techniką komunikacyjną wspomagającą budowanie jedności wspólnoty. Ma także zastosowanie militarne, gdy w formie musztry przekształca jednostki w zjednoczoną w czasie i przestrzeni całość, narzędzie dystrybucji przemocy [McNeill, 1995]. Siła kultury wynika jednak nie tylko z faktu, że związane z nią techniki można wykorzystać w innym celu – militarnym lub gospodarczym. Źródłem tej siły jest także sposób symbolizacji rzeczywistości, od którego zależy właściwe wykorzystanie techniki.

Epaminondas zwyciężył w bitwie pod Leuktrami, bo zastosował nowy, skośny szyk bojowy. Źródłem innowacji militarnej była innowacja kulturowa – nowa filozofia traktująca świat jako przestrzeń izomorficzną, której kierunkom nie można przypisać wartości etycznej [Vidal-Naquet, 2003]. A skoro każdy kierunek świata jest tak samo dobry, to przywiązanie do tradycyjnej mądrości (lewa strona jest gorsza, prawa lepsza) stało się zwykłym szkodliwym zabobonem.

Wystarczyło tylko (z dzisiejszej perspektywy) nieco przemeblować „wirtualną rzeczywistość", w której żyli starożytni Grecy, by radykalnie zwiększyć efektywność techniki wojskowej. Nie inaczej jest dzisiaj, gdy kultura popularna i technika wojskowa napędzają się wzajemnie w ramach „kompleksu militarno-rozrywkowego" [Halter, 2006]. Najlepszym potwierdzeniem są słowa księcia Harry'ego, służącego w brytyjskim kontyngencie wojskowym w Afganistanie, o pracy strzelca pokładowego i drugiego pilota helikoptera Apache: „to dla mnie radość, ponieważ jestem jednym z tych ludzi, którzy kochają grać na Playstation i Xbox, lubię więc myśleć, że ze swoimi wyrobionymi kciukami jestem najprawdopodobniej użyteczny" [Boone, 2013].

Relacje między techniką a kulturą, czyli zdolnością do symbolicznego przedstawiania rzeczywistości, interesowały wielu badaczy. Szczególnie ciekawe są

analizy kanadyjskiego uczonego Marshalla McLuhana. Do dziś posługujemy się jego metaforami, nie do końca pamiętając ich oryginalne znaczenie. Rzadko które stwierdzenie wzbudza więcej nieporozumień niż kultowe „żyjemy w globalnej wiosce" [McLuhan, Fiore, 1967, s. 63]. McLuhan daleki był od sentymentalnego przekonania, że rozwój mediów elektronicznych przyczyni się do budowy globalnej zintegrowanej społeczności. Przeciwnie, „globalna wioska" oznacza porzucenie kultury indywidualizmu – właściwej światu druku – i powrót do społeczności neoplemiennych, budowanych w oparciu o emocje i wspólne przeżywanie wydarzeń. Świat „globalnej wioski" to świat, w którym czas i przestrzeń tracą znaczenie, ustępują doświadczeniu jednoczesności, a rytm wydarzeń określają plemienne bębny cyfrowych mediów.

Kanadyjski badacz jako jeden z pierwszych zrozumiał znaczenie techniki jako rozszerzenia ludzkich zmysłów, pokazując koewolucję wynalazków technicznych i kulturowych. „Jeśli nowa technika rozszerza jeden lub więcej naszych zmysłów na zewnątrz, do świata społecznego, to w tej kulturze powstaną nowe stosunki pomiędzy naszymi zmysłami. Jest to porównywalne z tym, co się dzieje, kiedy dodamy nową nutę do jakiejś melodii. A kiedy w naszej kulturze zmieniają się stosunki pomiędzy zmysłami, wówczas to, co wcześniej wydawało się klarowne, staje się nieprzejrzyste, a to, co było niejasne czy nieprzejrzyste, staje się półprzejrzyste" [McLuhan, 2001, s. 191].

Nowe rozwiązania techniczne zmieniają percepcję świata i wpływają na konstrukcję „przestrzeni wirtualnej", w której żyje człowiek – w związku z tym wymagają nowej kultury, nadającej znaczenie i sens nieznanym wcześniej doświadczeniom. Wynalazek Gutenberga był z jednej strony kontynuacją „rewolucji technologicznej" zainicjowanej przez wynalazek alfabetu fonetycznego [tamże], z drugiej strony kładł podwaliny pod zupełnie nową cywilizację „kapitalizmu druku" [Anderson, 1997]. Maszyna drukarska wprowadziła mechanizację i seryjność wytwarzania dóbr oraz zapowiadała taśmę produkcyjną – ukoronowanie gospodarki przemysłowej.

Tak jak cywilizacja druku była kontynuacją starogreckiej cywilizacji alfabetu, tak kultura druku kontynuowała tradycję starożytnej humanitas [Sloterdijk, 2010]. Jak wyjaśnia Peter Sloterdijk, humanistyczny projekt był swoistą technologią kształtowania człowieka za pomocą lektury. Praca z tekstem wyrywała jednostkę ze zwierzęcej kondycji barbarzyńcy, dla którego najwyższą formą wspólnotowego przeżycia był cyrkowy spektakl, widowiska oparte na emocjach i brutalnej przemocy.

Druk umożliwił upowszechnienie humanistycznego ideału kultury opartej na tekście, z wieloma wszak nieoczekiwanymi konsekwencjami – kulturowymi, politycznymi, społecznymi i gospodarczymi. Książka stała się jednocześnie nowym medium, które umożliwiło przebudowę „wirtualnej rzeczywistości" i budowę nowego typu „wspólnoty wyobrażonej" – nowoczesnego narodu [Anderson, 1997].

Błyskawiczne upowszechnienie druku umożliwiło rozwój nowej praktyki kulturowej – samotnej, cichej lektury. Odkrycie, że Biblię można czytać bez pośredników, nie tylko dostarczyło argumentów ruchom religijnej reformy, lecz także stało się zaczynem rozwoju kultury indywidualizmu. Biblia szybko przestała jednak wystarczać – nowe medium drukowanej książki wymagało nowych treści. Idealnym spełnieniem tego oczekiwania stała się powieść Miguela de Cervantesa *Przemyślny szlachcic Don Kichote z La Manchy*, której pierwszy tom ukazał się w 1605 roku.

Tytułowy bohater jest człowiekiem już w pełni ukształtowanym przez cywilizację i kulturę druku, żyje całkowicie zanurzony w „rzeczywistości wirtualnej" wykreowanej pod wpływem lektury książek. W słynnej interpretacji Iwana Turgieniewa z eseju *Hamlet i Don Kichot* hiszpański szlachcic to zapowiedź przyszłych ideologów, zaangażowanych intelektualistów przedkładających przywiązanie do idei nad życiowy krytycyzm. Don Kichot żyje wyłącznie w wirtualnym świecie książek, gdy przestaje czytać, umiera – dosłownie.

Powieść Cervantesa była jednak nie tylko zapowiedzią nadejścia wieku ideologii, ale także tekstem dotykającym istoty rodzącego się przemysłowego kapitalizmu i nowego wyzwania – intelektualnego piractwa [Johns, 2009]. Cervantes jako autor, a Don Kichot jako bohater musieli walczyć z nielegalnymi podróbkami oryginału, które nie dość, że odbierały autorowi należny dochód, to jeszcze fałszowały prawdziwą historię rycerza z La Manchy. To także dlatego musiał on umrzeć – w ten tylko sposób można było położyć kres nieprawdziwym historiom wychodzącym spod drukarskich pras fałszerzy.

Wynalazek druku oznaczał więc początek nowoczesności i nowoczesnego systemu społeczno-gospodarczego – kapitalizmu. Projekt *humanitas* uzbrojony w książki – maszyny do uczenia – przekształcił się w burżuazyjną pedagogikę [Sloterdijk, 2010]. To właśnie pedagogika stosowana przez nowoczesne państwa za pomocą skoordynowanej lektury tych samych tekstów opublikowanych w tym samym języku tworzyła z indywidualistów nowoczesny naród [Anderson, 1997], a dalej opinię publiczną [Tarde, 1904] i w końcu społeczeństwo masowe.

Książka jest jednocześnie wytworem wyrafinowanej kultury i pierwszym towarem produkowanym masowo. Aura wartości duchowej związana z lekturą doskonale osłania kapitalistyczny, komercyjny wymiar wydawniczych przedsięwzięć. A to one właśnie torują drogę do społeczeństwa konsumpcyjnego – książki były pierwszym towarem wręczanym masowo jako świąteczny prezent; instytucja kredytu konsumenckiego także rozwinęłaby się wolniej, gdyby nie potrzeba finansowania zakupu encyklopedii [Striphas, 2009].

W książce oraz kulturze i przemyśle druku odczytać można całą ambiwalentną złożoność przemysłowego kapitalizmu i związanego z nim społeczeństwa masowego. Niematerialny wytwór pracy twórczej – treść – znajduje wyraz w materialnym nośniku. Materialność tego nośnika decyduje o ekonomice produkcji wydawniczej, a ta z kolei zwrotnie oddziałuje na kulturę. Druk niezwykle ułatwił

kopiowanie i upowszechnianie kultury. Samo medium ma jednak charakter skończony i obowiązuje w nim ekonomika oraz ograniczenia produkcji przemysłowej, a więc prawo malejących przychodów oraz fizyczne bariery.

Nawet największa drukowana encyklopedia musi być skończonym zbiorem tomów, jeśli znaleźć ma realnego nabywcę. Przez 250 lat za wzorzec służyła *Encyclopaedia Britannica*. Pierwsza jej edycja opublikowana w latach 1768–1771 liczyła 3 tomy, kolejna już 10, ostatnia z 2010 roku doszła do 32 tomów. Materialne ograniczenie medium zmuszało zespół redakcyjny do intensywnej selekcji zarówno haseł, jakie warto przedstawić czytelnikom, jak i wielkości tej ekspozycji. Fizyczna forma encyklopedii wynikająca z możliwości technicznych i warunków ekonomicznych służyła legitymizowaniu szczególnego rodzaju kultury – hierarchicznej, nadającej sankcję ważności i prawomocności różnego rodzaju praktykom i zjawiskom.

To wszystko, co nie znalazło miejsca w encyklopedii, nie zasługiwało na miano kultury. To, co się tam znalazło, było odpowiednio zaklasyfikowane i przedstawione, a o wartości zagadnienia decydowała sama jego „obiektywna" prezentacja oraz ilość poświęconego miejsca. Książka, pojmowana jako treść, była wyrazem kultury swojego społeczeństwa. Książka, jako medium i technologia, wyrażała prawdę o strukturze władzy w społeczeństwie, przemocy i opresji. Trudno o lepszy i bardziej złowieszczy wyraz ambiwalentnej natury książki niż „antropodermiczna bibliopegia" (*anthropodermic bibliopegy*) – zwyczaj oprawiania woluminów w ludzką skórę, praktykowany co najmniej od XVII wieku. Tej modzie nie ulegali wcale ludzie pokroju Hannibala Lectera, lecz przedstawiciele kulturalnych elit swoich czasów [Striphas, 2009]. Jeśli nie można wyobrazić sobie zagłady bez nowoczesności [Bauman, 1992], to trzeba też się zgodzić, że nie byłoby nowoczesności, a więc i zagłady, bez druku i książki.

Protoprzemysłowa technologia druku otworzyła drogę dla nowoczesnego społeczeństwa przemysłowego, ale żeby mogło ono w pełni się rozwinąć, potrzebne było coś jeszcze: rewolucja kulturowa polegająca na uznaniu, że nowość, zmiana i innowacja są lepsze od stabilności opartej na przywiązaniu do tradycji i nieustannym powtarzaniu dawnych rytuałów. Druk stworzył możliwości, a ich wykorzystaniu służyła nowa metakultura – metakultura nowości [Urban, 2001]. Jest to sposób, w jaki kultura mówi o sobie – zarówno poprzez własne wytwory, jak i przez ład instytucjonalny. Jeśli nowość zaczyna być wartością (a sprzyjają temu afordancje stworzone przez technologię druku, umożliwiające masowe wytwarzanie dóbr kultury), to potrzebne są mechanizmy oceny i waloryzowania, w jakim stopniu nowe dzieło (np. powieść) różni się od tego, co napisano i opublikowano wcześniej. Czytelnik kupi nowy tom, jeśli zyska pewność, że inwestuje w towar, którego jeszcze nie ma na półce. Nie może tego ocenić przed zakupem, pomoże mu w tym jednak fachowa opinia recenzenta, krytyka.

Nad kulturą szybko rozrasta się warstwa metakultury, a jej wzrostowi sprzyjają kolejne innowacje w świecie mediów, zwłaszcza rozwój prasy codziennej i periodycznej. Regularność publikacji tworzy niejako automat kreujący popyt na nowość. Każdy numer gazety lub czasopisma wymaga nowych treści – recenzji, omówień, analiz, które z kolei domagają się nowych dzieł nadających się do analizowania i krytykowania. Wynalazek prasy rotacyjnej i umasowienie prasy w XIX wieku spowodowały taki głód treści, że najlepsze pióra tamtych czasów nie nadążały z pisaniem, by zaspokoić popyt. Trudno sobie wyobrazić powieści Henryka Sienkiewicza lub Bolesława Prusa bez prasy codziennej i metakultury nowości, zmuszających autorów do systematycznej, przemysłowej wręcz pracy twórczej, by zdążyć z kolejnym odcinkiem przed zamknięciem wydania [*350 lat*..., 2012].

Umasowienie i utowarowienie produkcji kulturowej, umożliwione przez nowe technologie przetwarzania i reprodukcji treści symbolicznych, rodzi wiele wyzwań natury prawnej, ekonomicznej i politycznej, z którymi niezmiennie borykamy się do dzisiaj. W epoce przednowoczesnej koszt wytworzenia kopii niewiele się różnił od kosztu wytworzenia oryginału. Druk zmienił ekonomikę produkcji kulturowej, obniżając radykalnie koszty kopiowania. Twórca znalazł się w niekorzystnej pozycji przetargowej wobec wydawcy (kapitalisty), który dysponując odpowiednimi środkami, kontrolował łańcuch produkcji i dystrybucji.

Proces uznawania praw twórców do ochrony integralności swoich dzieł, a także do godziwego wynagrodzenia trwał ponad dwieście lat, licząc od uruchomienia prasy drukarskiej przez Gutenberga. Wymagał zarówno nowej filozofii uznającej walor indywidualnej twórczości, jak i rewolucji politycznych wcielających w życie ideały liberalizmu i indywidualizmu. To nie przypadek, że system monopolu, z jakiego cieszyli się angielscy wydawcy, został zniesiony w 1695 roku, co było jednym z efektów chwalebnej rewolucji i interwencji m.in. Johna Locke'a. System monopolu wydawców zastąpił w 1710 roku Statut królowej Anny – pierwszy akt prawnoautorski. We Francji system monopolu został zastąpiony instytucją *droit de l'auteur* w wyniku rewolucji francuskiej [Johns, 2009].

System praw autorskich oczywiście nie ochronił twórców przed nielegalnym kopiowaniem. Brytyjscy pisarze narzekali w XIX wieku, że cierpią z powodu amerykańskich „piratów" – Stany Zjednoczone nie respektowały zagranicznych praw autorskich. Okazało się jednak, że dwuznaczna pod względem prawnym sytuacja stała się źródłem innowacji biznesowych i technologicznych, które doprowadziły do rozkwitu supernowoczesnego przemysłu wydawniczego w USA. Henry Carey, superwydawca i jednocześnie „superpirat", potrzebował zaledwie 28 godzin, by wydrukować nakład powieści Waltera Scotta ze składu przywiezionego zza Atlantyku [Johns, 2009].

Ponieważ w konkurencyjnej walce liczyły się dosłownie godziny, istota biznesu polegała na tym, żeby jak najszybciej i jak najtaniej wydrukować oraz wprowadzić do księgarń jak najwięcej egzemplarzy. Piractwo wydawnicze sprzyjało więc de-

mokratyzacji kultury i, paradoksalnie, nie szkodziło autorom – przynajmniej tym najbardziej poczytnym, jak Charles Dickens. Amerykańscy wydawcy gotowi byli płacić im z góry pokaźne kwoty, byle jak najszybciej dostać treści, na które czekał głodny rynek.

Umasowienie produkcji kulturowej, polegające na kopiowaniu, zwróciło uwagę filozofów zastanawiających się nad konsekwencjami estetyzacji życia, która za pośrednictwem mediów zaczęła dotyczyć także sfery publicznej i świata polityki. Do ponurych wniosków doszedł Walter Benjamin, który – kończąc swój esej *Dzieło sztuki w dobie możliwości jego reprodukcji technicznej* – stwierdził, że estetyzacja polityki wiedzie do faszyzmu: *fiat ars, pereat mundus*. To hasło włoskich futurystów, którzy torowali drogę faszystom, zarażając fascynacją szybkością, zmianą, pasją śmierci i destrukcji [Benjamin, 2008].

Umasowienie kultury – zarówno w sensie praktyk wytwórczych, jak i uczestnictwa w kulturze – nie byłoby jednak możliwe, gdyby nie uboczne skutki rozwoju techniki i przemysłowego kapitalizmu zdiagnozowane już przez Karola Marksa. Analizując logikę działania kapitału, dostrzegł on, że proces akumulacji polegać będzie na zastępowaniu pracy ludzkiej pracą maszyn tworzących system wyrażający mózg społeczny (*general intellect*), czyli wiedzę społeczną zakumulowaną w rozwiązaniach technicznych [Marks, 1986]. Automatyzacja miała prowadzić do wzrostu wyzysku i podporządkowania człowieka logice maszyn. Doprowadziła jednak także do zwiększenia wydajności produkcji, a w efekcie – do średniego wzrostu zamożności i pojawienia się kategorii czasu wolnego.

Czas wolny i pojawienie się wolnych dochodów w związku ze wzrostem zamożności oznaczały nowe możliwości konsumpcji i uczestnictwa w kulturze. Zwiastunem nowych czasów stała się innowacja George'a Eastmana z 1888 roku – aparat fotograficzny na błonę zwojową oraz związany z nim pomysł biznesowy – fotografia jako usługa, zgodnie z hasłem „ty naciskasz migawkę, my robimy resztę". Od tej chwili, by robić zdjęcia, już nie trzeba było być zawodowcem – ci czekali w laboratoriach gotowi obsłużyć klienta-amatora. Tak narodziła się firma Kodak i masowa kultura amatorska.

Wydawać by się mogło, że wszystkie tematy, którymi żyje dziś świat kultury – piractwo i prawa autorskie, umasowienie produkcji kulturowej i kult amatora, mediatyzacja sfery publicznej – zostały już dawno omówione, zbadane i opisane. To prawda, tematy nie zmieniają się, jednak w XX wieku radykalnie zmienił się kontekst, w jakim należy je rozpatrywać.

Zacznijmy od wspomnianej „globalnej wioski", która nastała za sprawą masowych mediów elektronicznych i globalnej komunikacji. Epoka telewizji oznaczała koniec „Galaktyki Gutenberga" i śmierć „człowieka książki" – formacji antropologicznej powstałej w wyniku rozwoju indywidualistycznej kultury tekstu. Za sprawą komunikacji elektronicznej czas i przestrzeń ulegają anihilacji, pozostaje natychmiastowość i jednoczesność, wspólne przeżywanie emocji dawkowanych przez

telewizję [McLuhan, 2004]. Książka nadal pozostaje ważną technologią uczenia się, przestaje jednak pełnić funkcję, jaką miała w przedelektronicznej epoce gutenbergowskiej.

W cieniu telewizji rozwijała się jednak inna technologia oparta na elektryczności. Dojdziemy do niej, analizując niektóre nurty refleksji nad recepcją rzeczywistości i procesami kognitywnymi zachodzącymi w umyśle. Świat postrzegamy zmysłami, jednak bodźce zewnętrzne – obrazy, dźwięki, zapachy nie tworzą jeszcze obrazu rzeczywistości i wymagają przełożenia na pojęcia dostępne umysłowi. Odbiciem świata tych pojęć jest język. Jest on jednocześnie bramą otwierającą świadomy dostęp do rzeczywistości i filtrem, który redukuje nieskończoną różnorodność świata do skończonej liczby jego odbić w umyśle. Każdy, kto choć trochę interesował się lingwistyką, musiał natrafić na hipotezę Sapira-Whorfa. Głosi ona właśnie, że sposób, w jaki ludzie przedstawiają sobie rzeczywistość, zależy bezpośrednio od języka, jakim się posługują [Whorf, 1982]. Mówiąc bardziej obrazowo, inaczej widzą świat Eskimos i Polak, nawet jeśli patrzą na ten sam zaśnieżony stok.

Hipoteza ta, czy też raczej „zasada językowego relatywizmu" sformułowana w okresie międzywojennym przez Benjamina Lee Whorfa i Edwarda Sapira, była wielokrotnie podważana, co jednak nie zmienia faktu, że miała istotny wpływ na rozwój myślenia o komputerach. Podobnie jak prace mniej dziś pamiętanego Polaka Alfreda Korzybskiego, niezwykle barwnej postaci, twórcy semantyki ogólnej. Korzybski stwierdził, że postrzeganie rzeczywistości to wieloetapowy proces. W jego trakcie fizyczne impulsy z otoczenia stopniowo tłumaczone są na impulsy elektrochemiczne w organizmie, te na stany organizmu (uczucia, odruchy), by w końcu znaleźć wyraz w pojęciach wyrażonych w języku [*Perception*..., 1951].

Korzybski skonkludował swą analizę słynnym stwierdzeniem, że „mapa to nie jest terytorium" – ludzki umysł ma dostęp do mapy, która jest tylko przybliżeniem rzeczywistości. To stwierdzenie zainspirowało jednego z pionierów cybernetyki i badacza procesów poznawczych, Gregory'ego Batesona. Skoro „mapa nie jest terytorium", to każda dostrzeżona i uświadomiona różnica między istniejącą mapą a rzeczywistością jest informacją, nową porcją faktów zmuszających do zmodyfikowania mapy [Bateson, 1972].

Bateson, nie chcąc być gorszym od Korzybskiego, zaproponował własną definicję informacji – to różnica, która czyni różnicę. Choć stwierdzenie to brzmi nieco ezoterycznie, łatwo je wytłumaczyć. Informacją są jedynie te sygnały z otoczenia, które nie tylko zostały odebrane przez zmysły, lecz także spowodowały zmianę „mapy", czyli mentalnego obrazu rzeczywistości. Widząc błyski na horyzoncie i słysząc dudnienie, ktoś może stwierdzić: ale fajerwerki, potrafią się ludzie bawić. Ktoś inny te same sygnały zinterpretuje inaczej – zbliża się zbrojna ofensywa, pora się ewakuować. Te same sygnały są źródłem dla zupełnie innych informacji, na podstawie których powstają odmienne obrazy rzeczywistości.

Inną, bardzo konkretną ilustracją sposobu, w jaki język i związany z nim aparat pojęciowy kształtuje postrzeganie rzeczywistości, jest historia konkwisty – Indianie byli zupełnie nieprzygotowani na zmierzenie się ze zjawiskiem spoza ich słownika. Biali, opancerzeni rycerze na koniach, uzbrojeni w broń palną sprawili niezwykły poznawczy kłopot. Brak odpowiednich pojęć spowodował trudności w interpretacji najazdu – potraktowano go bardziej w kategoriach nadnaturalnej interwencji niż napadu garstki wymęczonych długą podróżą zabijaków. Ten błąd kosztował upadek kilku wielkich cywilizacji.

Podobne błędy interpretacyjne, mające swe źródło w używanym na co dzień języku i wspierających go pojęciach, niemal doprowadziły do termojądrowej zagłady świata w 1983 roku. Amerykanie i Sowieci zupełnie inaczej interpretowali sygnały związane z rozmieszczeniem rakiet średniego zasięgu w Europie Zachodniej, a także z sowiecką operacją wywiadowczą RJAN. W rezultacie doszło do eskalacji napięcia, a strategiczne siły uderzeniowe po obydwu stronach żelaznej kurtyny czekały w pełnej gotowości bojowej.

Czy można coś zrobić z tą różnicą między mapą a terytorium, między obiektywną rzeczywistością a jej postrzeganiem? Czy można ją zmniejszyć? Rozwiązania problemu jako jeden z pierwszych wizjonerów podjął się Vannevar Bush. Podczas wojny pełnił funkcję doradcy naukowego prezydenta USA, mógł też pochwalić się dorobkiem w projektowaniu maszyn obliczeniowych, analogowych poprzedników późniejszych komputerów.

Bush w swej analizie wyszedł od faktu oczywistego – cywilizacja staje się coraz bardziej złożona, czego wyrazem jest choćby lawinowo rosnąca liczba publikacji naukowych. Rośnie więc również problem z efektywnym analizowaniem informacji potrzebnych do tego, by tworzyć odpowiednie „mapy" rzeczywistości. Wcześniej ludzie radzili sobie, wykorzystując różne wynalazki (pismo, druk) pomagające opanować tę postępującą złożoność. Czas na rozwiązania wspomagające sam proces intelektualnej analizy rzeczywistości. W eseju *As we may think*, opublikowanym w 1945 roku w magazynie „The Atlantic", Bush nakreślił wizję systemu – protezy ludzkiego umysłu. Nadał mu nazwę „memex" – w istocie był to szkic współczesnego internetu, czyli sieci umożliwiającej szybki dostęp do rozproszonych zasobów wiedzy zarejestrowanej w różnych formatach [Bush, 1945].

Rewolucyjny esej, choć bardziej wizjonerski niż odnoszący się do konkretnych technicznych możliwości, znalazł znakomite rozwinięcie w późniejszych pracach – m.in. Stanisława Ulama, polskiego matematyka i Josepha Licklidera, amerykańskiego pioniera informatyki. Licklider zapowiadał, że dojdzie do symbiozy komputerów z ludźmi, dostrzegał jednak jeden kluczowy problem – różnice językowe. Ludzie posługują się językami naturalnymi, a maszyny do sprawnego działania potrzebują programów wyrażonych w sztucznych językach technicznych.

W końcu w 1962 roku ukazała się niezwykła publikacja kładąca podwaliny pod drugą rewolucję informatyczną, związaną z rozwojem komputerów osobistych, in-

terfejsów graficznych i sieci. Do tego czasu komputer był zazwyczaj traktowany zgodnie z pierwotnym znaczeniem tego słowa – miano komputerów nosiły rachmistrzynie zatrudniane w czasie II wojny światowej do wykonywania obliczeń, np. potrzebnych, by tworzyć tablice artyleryjskie. Komputery elektroniczne zastąpiły rachmistrzynie, stając się superszybkimi liczydłami.

Douglas Engelbart ze Stanford Research Institute, zainspirowany m.in. pracami Korzybskiego, Sapira i Whorfa, postanowił spojrzeć na komputer inaczej [Bardini, 2000]. Dostrzegł w nim maszynę, która nie tyle szybko liczy, ile jest zdolna do przetwarzania symboli. Może więc wkroczyć pomiędzy człowieka a rzeczywistość jako swoista proteza wspomagająca ludzki intelekt. Skoro mentalne mapy zależą od sposobu, w jaki człowiek zinterpretuje sygnały, to komputer może ten proces znakomicie wspomóc. Zwłaszcza jeśli będzie to maszyna umożliwiająca „naturalną" komunikację, za pomocą gadżetów, takich jak mysz, piórko świetlne, graficzny interfejs (znany dziś jako popularne okienka).

Engelbart opisał to wszystko w eseju *Augmenting human intellect. A conceptual framework* [Engelbart, 1962]. A potem to, co opisał, zaczął realizować, konstruując m.in. mysz komputerową. W końcu, w 1968 roku przygotował legendarną prezentację, podczas której pokazał, jak będzie wyglądał świat za kilkadziesiąt lat. Choć pierwsza transmisja internetowa miała nastąpić dopiero w 1969 roku, Engelbart już wcześniej pokazał, jakie zalety wynikają z możliwości współpracy dwóch komputerów połączonych siecią. Możliwość wspólnej pracy nad dokumentem i inne funkcje, które dziś uznajemy za oczywiste, wtedy jawiły się niemal jako czary.

Wizja Engelbarta spełniła się niemal co do joty – zyskaliśmy protezy intelektu. Tyle tylko, że lekarstwo na rosnącą złożoność cywilizacji zadziałało jak pharmakon. Pojęcia tego używa Bernard Stiegler, francuski filozof techniki. Pharmakon to substancja, która w małych ilościach leczy, jednak przedawkowana sama staje się powodem choroby. Komputery rozwiązały wiele problemów, ułatwiając ludziom radzenie sobie z różnymi wyzwaniami, jednocześnie jednak spowodowały bardzo wiele nowych zagrożeń [Stiegler, 2010].

Największe z nich polega na tym, że komputer jako proteza intelektu nie jest urządzeniem mechanicznym, jak np. protezy ruchu. Wkracza pomiędzy umysł a rzeczywistość. Z jednej strony ułatwia przetwarzanie informacji. Z drugiej jednak staje się kolejnym elementem opisanego przez Korzybskiego wieloetapowego procesu tworzenia mentalnych map. Elementem, który jest sterowany oprogramowaniem komputerowym, czyli tekstem napisanym w specjalnym technicznym języku. W rezultacie zasada relatywizmu językowego zamiast stracić na znaczeniu, nabrała jeszcze większej mocy.

W tej chwili wpływ na postrzeganie rzeczywistości ma nie tylko naturalny język, jakim posługuje się obserwator, lecz również oprogramowanie skomputeryzowanych urządzeń, jakimi się on wspomaga. By lepiej zrozumieć ten problem, warto odwołać się do spostrzeżenia Manuela Castellsa, wybitnego socjologa bada-

jącego cywilizację informacyjną. Przekonuje on, że współcześni ludzie żyją w „wirtualności rzeczywistej" [Castells, 2008]. Inaczej – większość informacji o świecie czerpią za pośrednictwem technologii medialnych, takich jak telewizja i w coraz większym stopniu internet. Warto również przypomnieć sobie mądrość ludową epoki internetu – jeśli czegoś nie ma w Google, to nie istnieje.

Jaki jest wniosek z tych dwóch stwierdzeń? Większość informacji o rzeczywistości czerpiemy ze źródeł takich jak wyszukiwarka Google. To, jakie informacje tam znajdziemy, zależy jednak od oprogramowania. I tak, jak Eskimos, patrząc na ten sam stok pokryty śniegiem, dostrzeże inną rzeczywistość niż Polak, tak internauta z Płocka, siedząc przed takim samym okienkiem Google i zadając to samo pytanie, uzyska inne informacje niż internauta z Londynu. Choćby dlatego, że wyniki są dostosowywane do profilu użytkownika [Pariser, 2011].

Cywilizacja druku i kultura książki oparte były jednocześnie na indywidualizmie i społecznej integracji w ramach „wspólnoty wyobrażonej" [Anderson, 1997]. Kultura zyskiwała w tym procesie wsparcie ze strony ekonomiki medium. W cywilizacji cyfrowej i kulturze internetu ekonomika medium sprzyja fragmentacji [tamże], a potrzebę integracji zaspokaja neoplemienna telewizja. W rezultacie radykalnie zmienia się funkcja kultury – gdy ustają powody ekonomiczne, ustaje także racja dla hierarchicznego ładu w kulturze, jaki wyrażała *Encyclopaedia Britannica*. Ostatnie jej wydanie drukowane ukazało się w 2010 roku, a trwający 250 lat projekt zastąpiło nowe przedsięwzięcie – Wikipedia, która wystartowała w 2001 roku i w ciągu dekady stała się największym repozytorium wiedzy oraz kultury.

Cel Wikipedii jest taki sam jak cel przyświecający encyklopedystom. Inicjator projektu, Jimmy Wales, twierdzi że „sensem Wikipedii jest, by każdy człowiek mógł mieć dostęp do całości wiedzy wytworzonej przez ludzkość" [Bendyk, 2006]. Tyle tylko, że hasła w Wikipedii może tworzyć każdy – nie potrzeba oficjalnej sankcji, wystarczy akceptacja wikipedycznej wspólnoty. Nie ma też ograniczeń co do ilości i długości haseł. W rezultacie nie tworzą one hierarchii, kultura odzwierciedlona w Wikipedii to baza danych wypełniona plikami zawierającymi utwory, twórców i inne artefakty. Ważność określa odbiorca.

Taka kultura nie może być źródłem legitymizacji ładu społecznego, raczej przyczynia się do delegitymizacji nowoczesnych instytucji. Zamiast stabilizować sens, wzmaga niepewność oraz społeczną percepcję globalnego ryzyka [Berardi, 2011]. Jednocześnie jednak kultura w społeczeństwie poprzemysłowym, charakteryzowanym jako społeczeństwo sieciowe [Castells, 2008], ma kluczowe znaczenie dla polityki i gospodarki.

Dla polityki, bo źródłem władzy jest hegemonia kulturowa – zdolność przekonywania innych do przyjęcia określonej wizji świata, wartości i wiedzy. Droga do hegemonii kulturowej wiedzie przez kontrolę nad sieciami medialno-informacyjnymi tworzącymi infrastrukturę współczesnego „kapitalizmu semiotycznego" [Berardi, 2011]. Kto zyskuje możliwość ich programowania, ten zyskuje władzę

nad umysłami innych, a więc ma w ręku realną władzę [Castells, 2009]. Z władzy tej wynika nie tylko zdolność do podejmowania działań, lecz także kryje się w niej źródło wartości ekonomicznej.

Obiektywnemu wzrostowi znaczenia kultury jako źródła władzy i wartości towarzyszy głęboki jej kryzys, wynikający z paradoksalnej ekonomiki cyfrowych mediów. Z jednej strony sprzyjają one fragmentacji kultury, z drugiej strony prowadzą do bezprecedensowej konsolidacji kapitałowej. Przedsiębiorstwa kontrolujące i programujące globalną sieć należą do najbogatszych korporacji na świecie dysponują gigantycznymi zasobami gotówki, hiperprzemysłową infrastrukturą teleinformatyczną i władzą nad globalnymi łańcuchami dystrybucji dóbr.

Istotniejszy wymiar tego kryzysu wskazał jednak Peter Sloterdijk, twierdząc, że kultura przestaje pełnić rolę, jaką jej zdefiniował projekt humanistyczny. Nie jest już potrzebna, by kształtować osobę – wszystkie cele formacyjne i pedagogiczne można dziś osiągnąć za pomocą antropotechnologii – bezpośrednich interwencji farmakologicznych i biologicznych [Sloterdijk, 2010]. Lektura jako technologia pracy nad sobą, jak słusznie zdiagnozował pół wieku temu McLuhan, przestaje być potrzebna.

Kultura staje się surowcem współczesnej gospodarki, przestaje pełnić dawną funkcję symbolizacji rzeczywistości, bo tę przejmują media – technologie przetwarzania symbolicznego same stają się komunikatem niepotrzebującym dla swego uzasadnienia treści. „Jeśli siłą kształtującą środków przekazu są one same, to powstaje mnóstwo problemów, o których mogę tutaj jedynie wspomnieć, mimo że zasługują na poświęcenie im całych tomów. Weźmy choćby fakt, że media stworzone przez nowoczesną technikę są produktami podstawowymi lub surowcami naturalnymi, takimi jak węgiel, bawełna lub ropa. Każdy zgodzi się chyba, że społeczeństwo, którego gospodarka jest zależna od jednego lub dwóch produktów podstawowych, takich jak bawełna, zboże, drewno, ryby czy bydło, będzie miało pewną oczywistą strukturę. Ograniczenie się do kilku głównych produktów podstawowych prowadzi do niezwykłego braku stabilności w gospodarce, ale jednocześnie do wielkiej wytrzymałości społeczeństwa. [...] Bawełna i ropa, podobnie jak radio i telewizja, stały się »trwałymi środkami kontroli«, sprawującymi pieczę nad życiem psychicznym społeczeństwa. To wszechogarniające zjawisko kształtuje wyjątkowe kulturowe zabarwienie każdej społeczności. Płaci ona wysoką cenę za każdy z produktów podstawowych, mających wpływ na jej życie" [McLuhan, 2004, s. 52–53].

Trudno o lepsze potwierdzenie tych słów niż obecny kryzys gospodarczy. Dotknięte nim społeczeństwa, mimo jego zasięgu i głębokości, nie są w stanie zmienić swojego wyobrażenia świata i rzeczywistości, trwając przy modelu, jaki do kryzysu doprowadził. Pofragmentowana kultura wydaje się bezradna wobec rosnącej „władzy komunikacji i kapitału semiotycznego" zyskujących bezpośrednią możliwość programowania sieci i jej węzłów – jednostek, zwanych dawniej ludźmi.

To dobry moment, by zakończyć pytaniem, jakie zadał Zygmunt Bauman w publikacji przygotowanej na Europejski Kongres Kultury we Wrocławiu w 2011 roku: „Ale czy może kultura przeżyć dewaluację trwania i zmierzch wieczności, owe najdotkliwsze chyba ze »szkód współbieżnych« spowodowanych triumfem konsumpcyjnych rynków?" [Bauman, 2011, s. 130].

Literatura

350 lat prasy polskiej [2012], M. Jabłonowski (red.), Instytut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

Anderson B.R.O. [1997], *Wspólnoty wyobrażone. Rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*, Znak, Fundacja im. Stefana Batorego, Kraków–Warszawa.

Anderson C. [2007], *The long tail. How endless choice is creating unlimited demand*, Random House Business, London (książka ukazała się po polsku: Anderson C. [2008], *Długi ogon. Ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, Media Rodzina, Poznań).

Bardini T. [2000], *Bootstrapping. Douglas Engelbart, coevolution, and the origins of personal computing*, Stanford University Press, Stanford, CA.

Bateson G. [1972], *Steps to an ecology of mind*, Ballantine Books, New York.

Bauman Z. [1992], *Nowoczesność i zagłada*, Fundacja Kwartalnika Masada, Warszawa.

Bauman Z. [2011], *Kultura w płynnej nowoczesności*, Agora, Warszawa.

Bendyk E. [2006], *Wiek Wiki*, „Polityka", nr 44 (2578); http://archiwum.polityka.pl/art/wiek-wiki,365182.html, korzystano 11.02.2013.

Benjamin W. [2008], *The work of art in the age of mechanical reproduction*, Penguin Books, London.

Berardi F. [2011], *After the future*, AK Press, Edinburgh, Oakland, CA, Baltimore, MD.

Boone J. [2013], *Taliban retaliate after Prince Harry compares fighting to a video game*, „The Guardian"; http://www.guardian.co.uk/uk/2013/jan/22/afghanistan-taliban-response-prince-harry, korzystano 10.02.2013.

Bush V. [1945], *As we may think*, „The Atlantic"; http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/, korzystano 03.06.2013.

Castells M. [2008], *Społeczeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Castells M. [2009], *Communication power*, Oxford University Press, Oxford–New York.

Deacon T.W. [cop. 1997], *The symbolic species. The co-evolution of language and the brain*, W.W. Norton & Company, New York–London.

Engelbart D.C. [1962], *Augmenting human intellect. A conceptual framework*, Stanford Research Institute, Menlo Park, CA.

Halter E. [2006], *From Sun Tzu to Xbox: war and video games*, Thunder's Mouth Press, New York.

Hanson V.D. [2002], *Carnage and culture. Landmark battles in the rise of Western power*, Anchor Books, New York.

Jenkins S. [2013], *These faces from the ice age give the lie to our idea of civilisation*, „The Guardian"; http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2013/feb/08/faces-from-ice-age-our-idea-civilisation, korzystano 10.02.2013.

Johns A. [2009], *Piracy. The intellectual property wars from Gutenberg to Gates*, The University of Chicago Press, Chicago–London.

Keeley L.H. [1996], *War before civilization*, Oxford University Press, Oxford–New York.

Marks K. [1986], *Zarys krytyki ekonomii politycznej*, Książka i Wiedza, Warszawa.

McLuhan M. [cop. 2001], *Wybór tekstów*, Zysk i S-ka, Poznań.
McLuhan M. [2004], *Zrozumieć media: przedłużenia człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa.
McLuhan M., Fiore Q. [1967], *The medium is the massage*, Random House, New York.
McNeill W.H. [1995], *Keeping together in time. Dance and drill in human history*, Harvard University Press, Cambridge.
Pariser E. [2011], *The filter bubble. What the Internet is hiding from you*, The Penguin Press, New York.
Perception. An approach to personality [1951], R.R. Blake, G.V. Ramsey (eds.), The Ronald Press Company, New York.
Sloterdijk P., [2010], *Règles pour le parc humain: suivi de la domestication de l'être*, Mille et une nuits [Paris].
Stiegler B. [2010], *Ce qui fait que la vie vaut la peine d'être vécue. De la pharmacologie*, Flammarion, Paris.
Striphas T.G. [2009], *The late age of print. Everyday book culture from consumerism to control*, Columbia University Press, New York.
Tarde G. de [1904], *Opinia i tłum*, Gebethner i Wolff, Warszawa.
Urban G. [2001], *Metaculture. How culture moves through the world*, University of Minnesota Press, Minneapolis, London.
Urry J. [2007], *Mobilities*, Polity Press, Cambridge.
Vidal-Naquet P. [2003], *Czarny łowca: formy myśli i formy życia społecznego w świecie greckim*, Prószyński i S-ka, Warszawa.
Whorf B.L. [1982] *Język, myśl i rzeczywistość*, PIW, Warszawa.

Zakończenie

W ostatnich latach w Polsce modne stało się hasło: „kultura się liczy". Pokazuje ono – i słusznie – że rośnie znaczenie kultury w gospodarce. Adwokaci tego hasła starają się przy tym wpływ kultury na gospodarkę zmierzyć. Przyczynia się to niewątpliwie do rozwoju ekonomii kultury. Zdaniem autorów tej pracy, myślenie o relacji pomiędzy kulturą a sferą gospodarki zaczęło jednak zmierzać w niewłaściwym kierunku. Naszym celem stało się więc ukazanie innej ścieżki rozumowania i postępowania.

Podkreślanie, że kultura się liczy, czyli ma wartość, powinno – w naszym przekonaniu – wiązać się z przyjęciem kilku podstawowych założeń:

1. Kultura wytwarza różnego rodzaju wartości, w tym ekonomiczne, ale oczywiście nie tylko ekonomiczne. Właśnie te nieekonomiczne są dla niej fundamentalne. Stanowią grunt, na którym mogą wyrastać wartości ekonomiczne.
2. Nie da się jednak określić, jakie wartości ekonomiczne wytwarza kultura, jeśli nie zdefiniuje się wpierw, jak rozumiemy gospodarkę (czyli tego, co ekonomiczne) oraz znajdzie odpowiedź na pytanie, jak kultura wpływa na gospodarkę?
3. Ważniejsze od tego, jak liczyć wartość kultury, wydaje się to, po co liczyć, a tym samym co naprawdę warto i należy mierzyć w odniesieniu do kultury. Bowiem to, co i jak mierzymy, odzwierciedla rozumienie roli kultury w gospodarce.

Wedle obecnie dominujących sądów, ekonomiczną wartością kultury jest przede wszystkim to, co możemy wyrazić w pieniądzu. Przedstawiciele różnych przedsiębiorstw z lubością prezentują dane pokazujące, jak odpowiedni dizajn ich produktów zwiększył sprzedaż. Badacze i analitycy rozwoju regionalnego wskazują na wartość renty monopolowej, jaką uzyskują poszczególne miasta/regiony, dzięki odpowiedniej biznesowej otoczce opartej na unikatowej tożsamości związanej z dziedzictwem kulturowym. Liczy się także wkład przemysłów kreatywnych do PKB (przy wszystkich wadach i nieścisłościach związanych z metodami wyróżniania tego sektora).

Wynika z tego, że związek kultury z gospodarką widzimy dotychczas zasadniczo w pryzmacie:

a) wzrostu gospodarczego (PKB),

b) konsumpcji dóbr kultury (np. wydatki gospodarstw domowych, uczestnictwo kulturalne),

c) udziału sektora kultury w strukturze gospodarki (np. przemysły kreatywne),

d) rynku dóbr kultury, w tym szczególnie dzieł sztuki (np. skala obrotów).

A jeśli tak, to związek kultury z gospodarką postrzegamy głównie przez takie kategorie, jak rynek, obrót, zysk, wzrost gospodarczy i popyt. Ekonomia kultury stała się w praktyce składową neoliberalnego paradygmatu ekonomicznego. W ramach tego paradygmatu kultura jest ujmowana jako czynnik wytwórczy i ewentualnie jako zasób ekonomiczny. Tym samym sprowadzamy jej znaczenie dla gospodarki do produktu (efektu).

Jesteśmy przekonani, że takie podejście jest wielkim i niebezpiecznym dla kultury uproszczeniem. Trzymając się neoliberalno-rynkowego paradygmatu, liczymy ekonomiczną wartość kultury, aby stwierdzić, czy coś jest opłacalne, tym samym sprowadzamy ekonomiczną wartość kultury do wartości rynkowej, a dobra kultury do dóbr komercyjnych i prywatnych. Liczy się zatem to, czy kultura jest bezpośrednio dochodowa. Wartość kultury mierzymy i liczymy, aby móc decydować, co i jak finansować. W konsekwencji polityka kulturalna zostaje sprowadzona do publicznego finansowania organizacji prowadzących działalność kulturalną i wybranych dóbr kultury.

Związek kultury i gospodarki w naszym przekonaniu należy ujmować znacznie szerzej, rozumiejąc kulturę jako:

a) podglebie (społeczna podbudowa i obudowa) działalności gospodarczej,

b) zasób ekonomiczny,

c) czynnik wytwórczy,

d) istotna składowa mechanizmu rozwoju.

Przy takim ujęciu patrzymy na związki kultury i gospodarki nie przez pryzmat wzrostu, rynku i popytu, ale znacznie szerzej poprzez jej odniesienie do rozwoju gospodarczego, ładu gospodarczego (instytucjonalnego układu gospodarki) oraz podaży różnych form kapitału rozwojowego. Trzeba przy tym pamiętać, że w przypadku dóbr kultury (symbolicznych) uczestnictwo jest jednocześnie ich konsumpcją i wytwarzaniem. A to oznacza, że zasoby kultury są niewyczerpywalnym zasobem ekonomicznym. Kultura jako zasób różni się od tradycyjnych surowców, nie tylko tym, że jest zasobem odnawialnym. Także tym, że jego wykorzystywanie oznacza zarazem jego pomnażanie. Włączanie zasobów kultury do działalności gospodarczej uruchamia równocześnie proces zmiany mechanizmu gospodarczego. W konsekwencji rodzi się możliwość szerszego sięgania po zasoby kultury i pomnażania ich.

Przy takim podejściu mierzymy wartość kultury nie tyle po to, aby oceniać, co jest opłacalne a co nie, ale – co i jak sprzyja rozwojowi, a co prowadzi do zastoju, co może być korzystne dla rozwoju a co nie. A tym samym, zdobywamy wiedzę, która nie ma wyłącznie instrumentalnego charakteru i nie ma służyć podejmowaniu mikroekonomicznych decyzji, ale ma charakter tożsamościowy i umożliwiać może pobudzanie i ukierunkowanie rozwoju gospodarczego. Użytkownikiem tej wiedzy nie jest pojedynczy *homo oeconomicus* czy decydent publiczny, ale są nimi różne autonomiczne podmioty, które, pozostając w interakcji (współzarządzanie), wpływają na działalność gospodarczą, przede wszystkim kształtując ład instytucjonalny w gospodarcze, w taki sposób, aby służył on pomnażaniu i kapitalizacji zasobów ekonomicznych. Tym samym ekonomiczne znaczenie kultury tkwi przede wszystkim w procesach, które wywołuje i napędza, a nie w produktach, które wytwarza. Rozwoju nie można oceniać i mierzyć tylko przez stan osiągnięć, w wymiarze efektów, np. poziom dochodów gospodarstw domowych, ale koniecznie także przez to, jak się dokonuje, bo to określa, czy jest samopodtrzymywalny (*sustainable*) – czyli w perspektywie długofalowych następstw.

Fundamentalna zmiana cywilizacyjna nie polega dziś tylko na tym, że dobra i usługi symboliczne, niematerialne – w tym dobra i usługi kulturalne – stanowią coraz większy wolumen wytwarzania i konsumpcji, ale na tym, że sfera symboliczna przejmuje w mechanizmie rozwoju gospodarczego tę rolę, którą dotychczas wypełniała sfera materialna. A to powoduje, że zmienia się nie tylko gospodarka, ale także społeczeństwo i państwo.

Waloryzacja rynkowa, polegająca na utowarowieniu dóbr i usług, nie może być dalej uznawana za nadrzędny i dominujący oraz niczym nieograniczany mechanizm wytwarzania wartości ekonomicznej. Jest to mechanizm dla rozwoju gospodarczego konieczny, ale nie może on eliminować innych mechanizmów. Jeśli tak się dzieje, dochodzi do załamania gospodarki. Tak samo zresztą jak w przypadku gospodarki, w której rynkowy mechanizm waloryzacji zostanie władczo zmarginalizowany. Trzeba dzisiaj, doświadczając globalnego kryzysu, powiedzieć, że rynkowy mechanizm waloryzacji nie będzie sprawny, jeśli nie dopuścimy innych mechanizmów tworzenia wartości dodatkowej (waloryzacji) i nie poszerzymy dla nich pola.

Takie mechanizmy będą generowane tylko wówczas, gdy w przestrzeni działalności gospodarczej pojawią się ze znaczącym nasileniem różne i inne niż przedsiębiorstwa prywatne i komercyjne formy organizacyjne. Także w wyniku krzyżowania się różnych form organizacyjnych i powstawania form hybrydalnych. Aby jednak różne mechanizmy waloryzacji mogły współistnieć w danej gospodarce, muszą wystąpić sprzyjające temu systemowe warunki, jak edukacja kulturalna czy silny segment ekonomii społecznej.

Generalnie nie dostrzegamy tych innych, nowych możliwości głównie dlatego, że jesteśmy maruderami utartych ścieżek i więźniami dominujących myślowych

schematów. Rozmowa ludzi kultury i ekonomii wiedzie siłą przyzwyczajenia do dwóch skrajności – albo przemysły kreatywne, czyli tak czy owak nowoczesna komercja, albo ucieczka w stronę państwowego mecenatu.

Proponowane przeze nas ujęcie nie prowadzi do przeciwstawienia ekonomicznej i pozaekonomicznej wartości kultury. Inaczej jest, gdy ekonomiczną wartość kultury utożsamiamy z wartością rynkową, co oznacza dążenie do jej maksymalnej komercjalizacji. Ta z kolei osłabia i marginalizuje wpływ kultury na rozwój gospodarczy.

Neoliberalna rewolucja pchnęła współczesną gospodarkę w kierunku powszechnej komodyfikacji i nadmiernej konsumpcji napędzanej kredytem (kredytowany konsumeryzm). Odwrócenie tej tendencji warunkuje przezwyciężenie obecnego kryzysu. Będzie to możliwe jednak wtedy, kiedy sięgając po zasoby kultury, otworzymy szeroko przestrzeń relacji między rynkiem, państwem i społeczeństwem obywatelskim, stwarzając różnym podmiotom możliwość stosowania różnych i ustanawiania nowych sposobów wytwarzania dóbr ekonomicznych i mechanizmów waloryzacji. Odwołujących się między innymi do partnerskiego łączenia zasobów kontrolowanych przez różnego rodzaju organizacje.

W tej pracy staraliśmy się przedstawić i rozwinąć nowe podejście do związków kultury i gospodarki, akcentując jako kluczowy wpływ kultury na rozwój gospodarczy. Czynimy to w przekonaniu, że formułujemy w ten sposób ciekawą perspektywę poznawczą, która ma umożliwić uruchomienie innego sposobu kojarzenia, łączenia i interpretacji informacji w interesującym nas obszarze. Odczuwamy, że ekonomia głównego nurtu, która zdominowała przez dziesięciolecia kształcenie i badania ekonomiczne jest zasadniczo akulturowa. I jako taka nie jest w stanie dostrzec, że gospodarka jest zakorzeniona i zakodowana w kulturze.

To kultura – wspólne wartości, kody zachowań, kody symboliczne, rozumienie znaczeń przekazywane i kształtowane od początku procesu socjalizacji – decyduje o poziomie kapitału społecznego, kreatywności, zaufaniu, spójności społecznej, społecznej aktywności i partycypacji; kształtuje to, co niematerialne i zarazem szczególnie istotne we współczesnej gospodarce. Wszystko to, co w XXI wieku decydować będzie o osiąganiu trwałej przewagi konkurencyjnej.

Skuteczną reakcją na obecny globalny kryzys nie stanie się wspomaganie przemysłów kreatywnych. Kreatywna musi stać się gospodarka jako taka. Rynkowe systemy gospodarcze podlegają koniunkturalnym wahaniom i tego nie da się uniknąć. Nie muszą jednak podlegać głębokim załamaniom. Tego rodzaju odporność zyskują, jeśli występuje w nim podmiotowa różnorodność. Mogą wtedy uruchamiać różne i nowe sposoby reakcji na wyzwania strukturalne i kryzysy. Tym samym rozwijają się – ewoluują. Dzieje się tak, jeśli w danym społeczeństwie występuje wystarczająco wysoki potencjał kreatywności. A ten wprost jest emanacją kultury. Tym samym przestrzeń kultury staje się przestrzenią rozwoju społeczno-

-gospodarczego, zaś odziaływanie kultury na gospodarkę i rozwój dokonuje się za sprawą wysokich kulturowych kompetencji jednostek – obywateli.

Oddajemy czytelnikom tę pracę świadomi, że nasze zadanie wypełniamy tylko częściowo. Publikacja ta jest czymś pośrednim między antologią tekstów a podręcznikiem. Nad kompletną wersją podręcznika będziemy pracować dalej. Liczymy jednak na to, że nasza praca przyczyni się do wzmożenia zainteresowania ekonomią kultury i pchnięcia jej na nowe tory.

Noty biograficzne autorów

Edwin Bendyk

Dziennikarz, publicysta i pisarz, pracuje w tygodniku „Polityka". Zajmuje się problematyką cywilizacyjną, kwestiami modernizacji, ekologii i rewolucji cyfrowej. Opublikował cztery książki: *Zatruta studnia. Rzecz o władzy i wolności* (2002), *Antymatrix. Człowiek w labiryncie sieci* (2004), *Miłość, wojna, rewolucja. Szkice na czas kryzysu* (2009) oraz *Bunt Sieci* (2012). Wykłada w Collegium Civitas, gdzie kieruje Ośrodkiem Badań nad Przyszłością Collegium Civitas oraz Centrum Nauk Społecznych PAN. Członek Polskiego PEN Clubu.

Bartłomiej Biga

Absolwent kierunków administracja i prawo na Uniwersytecie Jagiellońskim, doktorant w Katedrze Gospodarki i Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, aplikant adwokacki w Krakowskiej Izbie Adwokackiej, członek Zarządu Samorządu Studentów Uniwersytetu Jagiellońskiego, dziennikarz muzyczny, organizator wydarzeń kulturalnych, konferansjer. Główne zainteresowania naukowe: ekonomiczna analiza prawa – szczególnie w odniesieniu do własności intelektualnej – oraz działania na rzecz poprawy legislacji.

Krzysztof Broński

Doktor habilitowany nauk ekonomicznych, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, prodziekan Wydziału Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych, kierownik Instytutu Dziedzictwa Kulturowego w Międzynarodowym Centrum Kultury w Krakowie. Autor publikacji dotyczących problematyki zarządzania dziedzictwem kulturowym, procesów urbanizacyjnych w Europie Środkowej w XIX i XX wieku oraz rozwoju społeczno-gospodarczego Galicji. Brał udział w projek-

tach dotyczących m.in. zarządzania miastami historycznymi, marketingu turystyki w miastach historycznych, przemysłów kultury w Małopolsce.

Jakub Głowacki

Absolwent specjalności Gospodarka i Administracja Publiczna na Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Od 2008 roku pracownik Katedry Gospodarki i Administracji Publicznej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie oraz (od 2009 r.) członek zarządu Małopolskiego Funduszu Ekonomii Społecznej. Wcześniej doświadczenia zawodowe zdobywał w Capgemini Sp. z o.o. oraz w Małopolskiej Szkole Administracji Publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Uczestnik wielu projektów badawczo-wdrożeniowych, m.in. z zakresu ekonomii społecznej, rozwoju regionalnego, a także w obszarze kultury.

Jerzy Hausner

Profesor nauk ekonomicznych, od początku kariery naukowej związany z Akademią Ekonomiczną w Krakowie. Opracował 250 publikacji naukowych, koordynował szereg projektów badawczych, uczestniczył w 6 stypendiach naukowych. W październiku 2001 roku wszedł w skład gabinetu Leszka Millera jako Minister pracy i polityki społecznej. Od stycznia 2003 roku Minister gospodarki, pracy i polityki społecznej, a od czerwca 2003 także Wiceprezes Rady Ministrów. Firmował swoim nazwiskiem plan naprawy finansów publicznych (tzw. plan Hausnera). W rządzie Marka Belki (od maja 2004 r. do marca 2005 r.) piastował stanowisko Wicepremiera i Ministra gospodarki i pracy. Obecnie Członek Rady Polityki Pieniężnej, Członek Komitetu Nauk Ekonomicznych PAN oraz Komitetu Nauk o Pracy i Polityce Społecznej PAN, a także Członek opiniodawczo-doradczej Rady Instytutu Adama Mickiewicza.

Katarzyna Jagodzińska

Doktor nauk humanistycznych w zakresie historii sztuki, absolwentka historii sztuki oraz dziennikarstwa i komunikacji społecznej na Uniwersytecie Jagiellońskim. Specjalizuje się w problematyce muzeologicznej, w szczególności z terenu Europy Środkowej. Zajmuje się tematyką public relations w kulturze. Członek ICOM (International Council of Museums) i AICA (Association Internationale des Critiques d'Art). Redaktor międzynarodowego czasopisma poświęconego historii sztuki „RIHA Journal", członek redakcji kwartalnika „HERITO". Regularnie publikuje teksty naukowe i publicystyczne w czasopismach z zakresu kultury i sztuki.

Pracuje w Międzynarodowym Centrum Kultury oraz na Uniwersytecie Jagiellońskim (Instytut Europeistyki).

Anna Karwińska

Profesor nauk humanistycznych w zakresie socjologii. Pracuje w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, kieruje Katedrą Socjologii. Najważniejsze obszary jej zainteresowań naukowych to socjologia miasta i przestrzeni, socjologia kultury, socjologia stosunków międzynarodowych i zagadnienia ekonomii społecznej. Jest autorką ponad 200 prac z zakresu socjologii w języku polskim i angielskim. Kilkakrotnie prowadziła zajęcia na uniwersytetach amerykańskich i brytyjskich, współpracuje także z Bauhaus University w Weimarze. Uczestniczyła w licznych projektach badawczych m.in. z zakresu procesów rewitalizacji. Obecnie uczestniczy w projekcie międzyuczelnianym prowadzonym przez Katedrę Socjologii i Wydział Rzeźby ASP, przy udziale studentów socjologii UEK i studentów rzeźby ASP, poświęconym funkcji sztuki w przestrzeniach publicznych. Pełni funkcję Pełnomocnika Rektora ds. Uniwersytetu Dziecięcego, na którym także wykłada. Ponadto, w wolnych chwilach, pisze i publikuje książki dla dzieci.

Przemysław Kisiel

Socjolog kultury, pracownik Katedry Socjologii Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Zajmuje się przede wszystkim współczesnym i historycznym kontekstem funkcjonowania sztuki oraz kultury artystycznej w społeczeństwie. W swoich badaniach skupia się na społecznym wymiarze relacji twórca – dzieło kultury, usytuowaniu twórcy i odbiorcy sztuki w społeczeństwie, społecznych regułach wytwarzania znaczenia dzieła sztuki oraz problematyce partycypacji w kulturze artystycznej. Opublikował m.in.: *Współczesna kultura artystyczna. Społeczny wymiar uczestnictwa* (2003) oraz *Uczestnictwo w kulturze artystycznej jako forma działania społecznego* (2012).

Krzysztof Malczyk

Ukończył kierunki Informatyka i ekonometria oraz Gospodarka i administracja publiczna na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, obecnie doktorant na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych tejże uczelni. Pracownik Wydziału Programów i Projektów Małopolskiego Instytutu Samorządu Terytorialnego i Administracji, gdzie w ramach Zespołu Zarządzania Strategicznego odpowiedzialny jest za prace diagnostyczne, analityczne i prognostyczne z zakresu programowania strategicznego w jednostkach samorządu terytorialnego.

Łukasz Maźnica

Absolwent studiów magisterskich na kierunku Gospodarka i administracja publiczna na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Obecnie doktorant na tejże uczelni. Dwukrotnie wyróżniony: stypendium Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz Stypendium SAPERE AUSO Małopolskiej Fundacji Stypendialnej. W 2013 roku laureat nagrody im. prof. Jerzego Indraszkiewicza.

Monika Murzyn-Kupisz

Doktor nauk ekonomicznych, magister nauk humanistycznych. Absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz programu Master of Arts in European Leisure Studies uniwersytetów w Brukseli, Tilburgu, Bilbao i Loughborough. Adiunkt w Zakładzie Dziedzictwa Kulturowego i Studiów Miejskich UNESCO w UEK. Członek Polskiego Komitetu Narodowego ICOMOS. W latach 2000–2009 starszy specjalista w Instytucie Dziedzictwa Europejskiego w Międzynarodowym Centrum Kultury w Krakowie. W działalności naukowej koncentruje się na problematyce ekonomiki kultury, w szczególności społeczno-ekonomicznych uwarunkowaniach zarządzania dziedzictwem kulturowym, a także rozwoju miast w Europie Środkowej i rewitalizacji zdegradowanych obszarów śródmiejskich. Autorka 70 opublikowanych opracowań naukowych.

Jacek Purchla

Historyk sztuki i ekonomista, profesor zwyczajny nauk humanistycznych, założyciel i dyrektor Międzynarodowego Centrum Kultury, kieruje Katedrą Historii Gospodarczej i Społecznej oraz Zakładem Dziedzictwa Kulturowego i Studiów Miejskich UNESCO Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, a także Katedrą Dziedzictwa Europejskiego w Instytucie Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prowadzi badania nad rozwojem miast, historią społeczną i historią sztuki XIX i XX wieku, a także nad teorią i ochroną dziedzictwa kulturowego. Autor ponad 400 prac naukowych, w tym wielu książek. Członek Polskiej Akademii Umiejętności.

Joanna Sanetra-Szeliga

Absolwentka studiów europejskich na Akademii Ekonomicznej w Krakowie. Kierowała Punktem Kontaktowym ds. Kultury i Wydziałem Spraw Europejskich w Ministerstwie Kultury. Obecnie koordynatorka polskiej sieci Eurośródziemnomorskiej Fundacji Dialogu Kultur im. Anny Lindh, pracuje w Instytucie Dziedzictwa Europejskiego w Międzynarodowym Centrum Kultury. Autorka publikacji na temat

polityki kulturalnej UE, Europejskich Stolic Kultury oraz dialogu międzykulturowego. Doktorantka na Wydziale Ekonomii i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie; wykładowca akademicki.

Jan Strycharz

Absolwent kierunku Stosunki Międzynarodowe w Wyższej Szkole Europejskiej im. ks. Józefa Tischnera, a następnie kierunku Master of Public Policy w Hertie School of Governance w Berlinie. Część programu magisterskiego realizował także na Uniwersytecie Georgetown w Waszyngtonie, gdzie zajmował się badaniem wpływu tzw. prawa kontraktowego na efektywność osiągania celów edukacyjnych poszczególnych Stanów amerykańskich. Słuchacz studiów doktoranckich Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, gdzie zajmuje się problemem zmiany instytucjonalnej sektora kultury w okresie transformacji wolnorynkowej w Polsce oraz rozwija zainteresowania naukowe związane z innowacjami, zarządzaniem i przedsiębiorczością; ekonomiczną analizę prawa postrzega, jako spoiwo tych wszystkich tematów. Aktualnie pracuje m.in. na Uniwersytecie Jana Pawła II, realizując kurs z tworzenia modeli biznesowych, jest członkiem zarządu Fundacji „Warsztat Innowacji Społecznych" oraz prowadzi niezależną działalność trenerską, szkoląc z kompetencji analitycznych i kreatywnych.

Agata Wąsowska-Pawlik

Absolwentka historii sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim. W Międzynarodowym Centrum Kultury od roku 1996, obecnie zastępczyni dyrektora ds. programowych. Specjalizuje się w zakresie polityki kulturalnej, fundraisingu, promocji, międzynarodowej współpracy kulturalnej, zarządzania kulturą, reprezentuje MCK w międzynarodowych sieciach i projektach; w latach 2004-2006 realizowała projekt ECHOCAST (European Cultural Heritage Organisations Customer Aware Staff Training), który stał się częścią pilotażowego programu „Akademia zarządzania muzeum" w 2011 roku.

Indeks osób

Aburdene Patricia 319
Appadurai Arjun 302
Arieti Silvano 407
Ashworth Gregory J. 44, 45, 238

Bagby Philip 58, 61
Balcerowicz Leszek 98, 119
Balcerzak Paweł 154
Barker Chris 297
Bateson Gregory 480
Bauc Jarosław 116
Baudrillard Jean 302
Bauman Zygmunt 74, 93, 290, 351, 406, 485
Baumol William 389, 390
Becker Gary S. 384
Bell Daniel 319
Bell Vanessa 111
Bendyk Edwin 10, 312
Benjamin Walter 479
Berlusconi Silvio 97
Białynicka-Birula Joanna 153
Böhm Aleksander 198
Boltanski Luc 349
Bolter Jay David 68
Bonet Lluís 122
Booth Richard 426
Bourdieu Pierre 95, 294, 314, 346, 349, 351, 354, 355, 404
Bowen William 389, 390
Bronk Richard 184
Bush Vannevar 481
Bystroń Jan Stanisław 346

Calatrava Santiago 272
Carey Henry 478
Castells Manuel 482
Celiński Andrzej 107, 116, 117
Cervantes Miguel de 476
Chaciński Bartek 151
Chan Tak Wing 356
Chmurzyńska Małgorzata 168
Cohen Daniel 22
Coleman James 314, 315
Covello Leonardo 322
Cullen Gordon 50
Cunningham Stuart 442
Cywińska Izabella 107, 109, 113
Czapiński Janusz 186, 309
Czarnowski Stefan 57, 59, 65
Czartoryska Izabela z Flemingów 40

Dąbrowska Maria 65
Dąbrowski Waldemar 107, 117, 118
Dehio Georg 42
Dejmek Kazimierz 107, 114
Devey John 405
DiMagio Paul 350

Dickens Charles 479
Dobosz Piotr 198
Domański Bolesław 268, 278
Domański Ryszard 31
Donat Fabio 122
Doyal Len 27
Dragićević-Šešić Milena 178
Druker Peter 409
Dvořák Max 41, 42, 52
Duchamp Marcel 301
Duff William 400
Durkheim Émile 21, 22

Eastman George 479
Einstein Albert 400
Eliott Michael A. 60
Engelbart Douglas 482
Epaminondas 474
Evans Graeme 268

Fatyga Barbara 327
Filas Ryszard 146
Filiciak Mirosław 92, 96
Florida Richard 10, 321, 400, 407–409, 421, 422
Folga-Januszewska Dorota 129
Foster Norman 272, 273, 429
Freud Sigmund 400
Frodl Walter 41
Fukuyama Francis 315

Galbraith John Kenneth 383
Galton Francis 400
Gary Albert L. 401
Gehry Frank O. 425
Geremek Bronisław 116
Giddens Anthony 28, 291
Gilmore James H. 424
Glover John A. 401
Godzic Wiesław 149, 342
Goetz Eva M. 401
Goldthorpe John H. 356
Golka Marian 108, 170
Gołaszewska Maria 170
Gough Ian 27
Góral Jerzy 107, 114
Grusin Richard 68
Guilford Joy Paul 401, 402
Guizot François 40
Gutenberg Johannes 475, 478
Guyau Jean Marie 346

Harry, książę 474
Hart Stuart L. 33
Hausner Jerzy 9–11, 179
Heinich Nathalie 349
Heraklit 361
Herman Andrzej 318
Hersant Robert 147
Huntington Samuel 411
Hutter Michael 386, 393, 396

Ilczuk Dorota 108
Inglehart Ronald 90
Izosaki Arata 130

Jagiełło-Skupińska Aleksandra 152
Jankowska Aleksandra 328
Jaskanis Paweł 198, 210, 211
Jenkins Henry 342
Jessop Bob 31
Jevons William 392
Jobs Steve 182
Jung Bohdan 409
Jung Carl Gustav 400
Jünger Ernst 91

Kaczmarek Sylwia 267
Kanter Rosabeth Moss 400
Karwińska Anna 9, 403
Kaźmierczak Robert 134
Kern Roger M. 350, 356

Keynes John Maynard 25, 30, 111
Kimball Fiske 346
Klaić Dragan 189, 191
Kłoskowska Antonina 69, 70, 350
Kochanowski Jan 61
Kondratiew Mikołaj 419
Kopeć Marcin 267
Korporowicz Leszek 290
Korzybski Alfred 480, 482
Kostyrko Teresa 114
Kościelniak Cezary 169, 170
Kremmer Martin 273
Krzysztofek Kazimierz 94
Kulesza Michał 116
Kwaśniewski Aleksander 114

Landes David 399
Landry Charles 284, 424
Licklider Joseph 481
Linkiewicz Ewa 405
Linton Ralf 58
Lipiński Piotr 470
Locke John 478
Lorente J. Pedro 271
Ludwik Filip, król Francji 40
Lynch Kevin 50

Łukasiewicz Piotr 107, 114

Malinowski Bronisław 63
Malraux André 110
Mann Thomas 39
Markowski Tadeusz 267
Marks Karol 479
Marshall Alfred 386, 392
Maslow Abraham 419
Mathews Gordon 299, 352
Maurer Georg Ludwig von 41
McCarell Nancy 402
McCloskey Deirdre 184, 185
McCrae Robert 403
McLuhan Marshall 475, 484
Mendelsohn Gerald 402
Menger Carl 392
Menger Pierre-Michel 349
Mercouri Melina 427
Mérimée Prosper 40
Mikułowski Pomorski Jerzy 298
Misiąg Wojciech 116, 117
Mokyr Joel 409
Montgomery John 419
Moretti Enrico 422
Moulin Raymonde 349
Mundy Simon 108
Murzyn-Kupisz Monika 283
Musgrave Richard 87, 395

Naisbitt John 319
Nęcka Edward 400–402, 405
Nimkoff Meyer Francis 319
Nora Pierre 53

Ogburn William Fielding 319
Olbrycht Katarzyna 327, 342
Orzeszkowa Eliza 65
Osęka Andrzej 170
Ossowski Stanisław 70, 317
Ostrover Francie 350

Parteka Tomasz 31, 32
Passeron Jean-Claude 404
Pawłowska Krystyna 238
Peterson Richard A. 346, 347, 349, 350, 355, 356
Pevsner Nicolaus 40
Picciotto Robert 86
Piirto Jane 403
Pine B. Joseph 424
Platon 400
Podkański Zdzisław 107, 114
Polanyi Karl 21, 22, 36
Porter Michael 420

Potts Jason 442
Prus Bolesław 478
Purchla Jacek 9, 115, 198
Putnam Robert 314, 315

Radlińska Helena 404
Ricardo David 392
Riegl Alois 41, 42
Rogers Carl L. 408
Rosenau James N. 293
Rossman Gabriel 356
Rostworowski Marek 107
Rottermund Andrzej 115
Ruskin John 41
Rybicki Paweł 346

Samuelson Paul 83
Sapir Edward 480, 482
Schäfer Mirko Tobias 14
Schlosser Julius von 52
Schumpeter Joseph 23–25, 410
Schupp Fritz 273
Scott Giles Gilbert 275
Scott Walter 478
Sen Amartya 22, 26, 27
Siciński Andrzej 107, 109, 114, 320
Sienkiewicz Henryk 65, 478
Simkus Albert 355
Simonton Dean Keith 403
Skutnik Jolanta 406
Sloterdijk Peter 475, 484
Smith Adam 26, 392
Smith Andrew 425
Smoleń Monika 121
Soto Hernando de 30
Spielberg Steven 280
Stefanowski Michał 154
Stein Morris I. 399
Stiegler Bernard 482
Stigler George J. 384
Stiglitz Joseph 22, 26
Stojković Branimir 178
Sułkowski Bogusław 69, 70
Swaryczewska Magdalena 238
Szczepański Jan 57, 62, 73
Szekspir William 426
Szmidt Krzysztof J. 404
Szmygin Bogusław 198
Szomburg Jan 92, 435
Szreder Kuba 171
Sztompka Piotr 181

Tarkowski Alek 92, 96
Tatarkiewicz Władysław 309
Throsby David 384, 387, 390, 393, 418, 442
Toffler Alvin 328, 419
Towse Ruth 13, 179, 182, 386, 391, 397, 408
Trzeciak Hanna 176
Turgieniew Iwan 476
Tyack David B. 322
Tylor Edward 57

Ujazdowski Kazimierz Michał 107, 116
Ulam Stanisław 481
Uno Kimio 32

Van Rillaer Jan 190
Verbrugge Robert 402
Viollet-le Duc Eugène Emmanuel 41

Wales Jimmy 483
Walras Léon 392
Warhol Andy 301
Weber Max 399
Weisberg Robert 401
Wejbert-Wąsiewicz Ewelina 170
Welsch Wolfgang 301
Whorf Benjamin Lee 480, 482
Whyte William H. 405
Williams Dominic 276

Winckelmann Johann Joachim 39
Wnuk-Nazarowa Joanna 107
Woolf Virginia 111

Zakrzewski Andrzej 107, 116
Zdrojewski Bogdan 10, 107, 119
Zieliński Andrzej 107, 116
Ziobrowski Zygmunt 278
Znaniecki Florian 62
Zukin Sharon 420

Indeks rzeczowy

1% na kulturę, kampania 10

ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) 457, 471
afordancja 473
architektura 9, 120, 154, 157, 244, 250, 271, 274, 275, 277, 278, 283, 372, 425, 429, 430, 437, 438, 440, 445–447, 449, 450, 452, 453, 458
artyści 39, 61, 62, 68, 111, 119, 139, 140, 222, 246, 301, 354, 474
  a integracja europejska 363, 364, 369, 377
  a kreatywność 329–331
  a polityka kulturalna 109, 118
  a prawa autorskie 460, 466, 467
  a rewitalizacja miast 269, 270, 283, 425, 426, 429
  jako członkowie klasy kreatywnej 407, 408, 421
  na rynku sztuki 152, 153, 157, 386, 391, 397
  status 170–173
  szkolnictwo 161–170, 173
autonomia 27, 36, 37, 96, 102, 489
  dyrektorów szkół w edukacji artystycznej 163–165
  instytucji 119, 139
  sztuki 41
  w sektorze kultury 187, 189, 191, 350

Bankside (Londyn) 272, 274, 275
Barcelona 269
bezrobocie 10, 27, 178, 272, 276, 282, 415, 422, 428
biblioteki 69, 101, 111, 114, 115, 127, 128, 157, 180, 195, 243, 249, 259, 439, 440, 448–450, 453
  „Biblioteka+", program 133
  czytelnicy 133, 134
  digitalizacja zbiorów 131, 133
  funkcje 132, 265, 417, 418
  klasyfikacja 132
  komputeryzacja 133
  szkolne 134
Bilbao 271, 277, 278, 417, 425
Birmingham 269
branding 180, 248, 415

Creative Commons 190, 467–469
cywilizacja informacyjna 90, 483
  a dobra symboliczne 93–95
  a przestrzeń komunikacyjna 91, 92, 94, 100, 101
  a kreatywność 92
  centralna rola kultury 92, 97
  rola państwa 96
  rozwój 94, 95, 97
czasopisma 132, 133, 148, 157, 459478
czytelnictwo 114, 118, 142, 146–148, 334, 336, 337, 346, 347, 369

demokracja 330, 361, 362
a dostarczanie dóbr publicznych 85
a ochrona dziedzictwa 47, 204, 213
a polityka kulturalna 113, 150
a prawa autorskie 468
a rozwój społeczno-gospodarczy 26–28
w cywilizacji informacyjnej 97
demokratyzacja kultury 292, 478, 479
dizajn 9, 111, 122, 155, 179, 180, 419, 429, 438, 440, 487
dobra
a dziedzictwo kulturowe 47, 54, 243, 244
a efekt gapowicza 395
dostarczanie 87–90, 484
doznaniowe 386, 424
kulturowe 13–15, 60, 89, 108, 176, 178–180, 184, 185, 187, 189, 204, 241, 246, 259, 289, 296, 355, 357, 362, 363, 383–398, 404, 407, 436, 442, 443, 477, 488
mieszane 85, 243
niematerialne 74, 90, 92, 455, 458, 460, 470, 471, 489
publiczne 83–88, 243, 394, 395
rynkowe (prywatne) 83, 85–87, 315, 394, 395, 488
symboliczne 90, 92–96, 442, 489
domy kultury 69, 101, 115, 127, 128, 418
definicja 139
działalność 139, 140
dyfuzja kulturowa 66, 67
dziedzictwo kulturowe 39, 176, 439
a ekonomia 54, 55, 100, 243, 372, 391
a kreatywność 53, 373
a prywatyzacja 201, 202
a rewitalizacja 265, 266
a rozwój społeczno-gospodarczy 45, 46, 51, 55, 203, 211, 246–249
a turystyka 46, 47, 54, 55, 212, 238
a zabytek 44, 45, 48, 195
definicja 39, 44
digitalizacja 96, 119, 232
dostęp do 110, 204
efekty zewnętrzne 243–245
heritology 52
jako zasób 195, 198, 212, 216, 223, 261
marketing 215–232
materialne 195, 211
niematerialne 51–53, 55, 211, 222, 237, 240, 259
ochrona 41, 43, 46–50, 108, 109, 114, 118, 119, 195, 201–205, 208, 211–213, 217, 238, 266, 375, 395, 426
urynkowienie 216, 221–223, 234, 296
w polityce kulturalnej 108–111
wartość 241–243
dziedzictwo poprzemysłowe 265, 266, 277

edukacja kulturalna 16, 23, 27, 36, 87, 96, 102, 114, 115, 119, 140, 150, 173, 385, 440, 453, 489
a kapitał ludzki 310, 314, 330
a kreatywność i innowacyjność 327–332, 340–343, 406
w dokumentach Unii Europejskiej 328–330, 374
ekologia 31, 32, 34, 154, 222, 248, 259, 266, 310, 406
eksperyment 30, 37, 93
ekspresja 74, 76, 328, 333, 417
kulturowa 187, 329, 330

symboliczna 473
twórcza 108, 187, 474
Emscher Park 273, 417
estetyka 40, 48, 129, 154, 171, 178–181, 187, 221, 291
a gust estetyczny 346, 354, 355
estetyzacja życia 291, 300, 301, 479
powierzchowna i głęboka (Welsch) 301, 302
symulakra 302, 303
etniczność 58, 61, 62, 64, 66, 67, 69, 70, 75, 151, 256, 261, 297, 321, 322, 373, 411, 420
Europejska Konwencja Kulturalna (1954) 109
Europejska Stolica Kultury, konkurs 121, 122, 363, 423, 427–430

festiwale 122, 177, 226, 268, 274, 370, 417, 422, 425, 427, 429, 439
filmowe 145, 366
muzyczne 138, 139
tańca 137
teatralne 136
wzornictwa 155
filharmonie 127, 128, 137, 138, 151, 334, 336
film 65, 66, 69, 118–120, 128, 139, 176, 247, 253, 297, 303, 353, 363, 368, 372, 391, 396, 397, 435, 437, 438
festiwale 145, 366
finansowanie 143, 366, 367
kształcenie w zakresie 161, 165–167
prawo autorskie 464
produkcja 144, 176, 439, 441, 445–447, 452, 453
widzowie 144, 145
Filmoteka Narodowa 144, 145
finansowanie kultury 17, 96, 99, 100, 101, 110, 111, 114, 117, 123, 488
programy 117, 118, 121
z funduszy strukturalnych UE 117, 119, 120
fotografia 133, 139, 153, 157, 164–166, 252, 439, 445–447, 458, 479
fragmentaryzacja 291, 298, 303
a globalizacja 297
a rekompozycja 298, 299
skutki 299, 300
Francja 40, 247, 250, 265
ochrona zabytków 40, 41
polityka kulturalna 109, 110

galerie 68, 111, 128, 152, 154, 169, 172, 231, 284, 418
Gateshead 273, 276–278
gentryfikacja 261, 268, 280, 284, 425, 426
Glasgow 427–430
globalizacja 47, 50, 55, 66, 291, 303
a fragmentaryzacja 297
a lokalność 295, 297
a rozwój miast 414
a ochrona dziedzictwa kulturowego 203
a podmiotowość 293
a polityka kulturalna 109
a uniwersalizacja kultury 67, 319
definicje 292, 293
kanon kulturowy 294
unifikacja 293–295
utowarowienie kultury 296, 297
wartości 294, 295
glokalizacja 295

gospodarka
a dziedzictwo kulturowe 216, 227, 234, 252, 255

a kreatywność i innowacyjność 409, 410, 419, 420
a kultura 9, 11, 13, 14, 26, 43, 58–60, 62, 74, 76–78, 82, 91, 92, 179, 180, 191, 201, 209, 312, 329, 330, 371, 372, 389, 390, 397, 414, 435, 438, 441–444, 484, 487–491
a przemysły kreatywne 435, 438, 441–454
a rewitalizacja miast 266–268, 275–277, 282
doznań 386, 393, 396, 424
klastry 420, 421
kreatywna 93, 409, 411, 438
kryzys 10, 16, 184, 417
oparta na wiedzy 90, 99, 248, 328, 371, 409, 414, 418, 419
planowa 28, 97, 113
rynkowa 16, 21, 22, 26, 29, 31, 36, 98, 182, 203, 213, 219, 232, 383
usług 88–90
wzrost 10, 32, 81, 178, 330, 371, 374, 399, 407–409, 415, 416
granty 114, 377
Grecja 39, 41

inkulturacja 71, 74
innowacja 25, 35, 37, 78, 82, 90, 93, 99, 155, 175, 182, 183, 191, 319, 330, 420, 478
innowacyjność 16, 17, 77, 81, 89, 150, 169, 212, 313, 396, 399
a edukacja kulturalna 327–332, 338, 339
a gospodarka 409, 410, 419, 420
a kreatywność 407, 409, 410, 436
instytucje kultury 16, 17, 59, 69, 187, 188, 238, 390, 411
a polityka kulturalna 100, 112, 115, 120, 416–418
ekonomizacja 117
marketing 216
narodowe 120, 128
po transformacji ustrojowej w Polsce 127, 128
Instytut Wzornictwa Przemysłowego 154, 155
integracja europejska a kultura
finansowanie sektora kultury 368–378
polityka audiowizualna 361, 366–368
programy 363, 364, 368–371, 374–378
rozwój miast 372, 373, 430
w Unii Europejskiej 364–378,
we Wspólnotach Europejskich 362–364
wpływ na rozwój 371
wykorzystanie środków wspólnotowych w Polsce 374–378, 430
internet 10, 68, 102, 133, 143, 146, 157, 190, 342,
a prawo autorskie 464, 467–469, 482, 483
a rynek dóbr kultury 396
dystrybucja dziedzictwa kulturowego 232
piractwo 152, 468, 471

język 39, 65, 66, 69, 72, 73, 75, 76, 150, 178, 187, 331, 336, 373, 405, 420
a postrzeganie rzeczywistości 480–482
a tożsamość 75, 320
mniejszości narodowych 61, 151

kapitalizm 82, 410, 419, 483
a wynalazek druku 476
kognitywny 94

naturalny 35
przemysłowy 421
kapitał intelektualny 102, 308, 317, 318
kapitał kreatywny 62, 421
kapitał kulturowy 102, 189, 308, 416
kapitał ludzki 36, 93, 98, 102, 185, 187, 234, 307, 330
a dobrostan psychiczny 309, 310
a uczestnictwo w kulturze 308
definicje 307–310
deprecjacja 314
kompetencje 310–314
w rozwoju miast 422
kapitał społeczny 36, 93, 98, 102, 211, 212, 241, 258, 270, 307
a globalizacja 318, 319
a rozwój 317, 318
a różnorodność 320–322, 323
definicje 308, 314–317
sieć 314, 315, 318
jako zasób 315
kształtowanie 318–324
Karta Kultury Polskiej (1996) 114
klasa kreatywna 10, 62, 321, 407, 408, 420–422
koło rozwoju 21–23
koło zastoju 22, 23
komercjalizacja
kultury 13, 36, 114, 296
przestrzeni publicznej 50
kompetencje 16, 17, 69, 92, 95, 96, 101, 122, 123, 133, 167, 180, 186, 187, 208, 220, 260, 270, 297, 307, 308, 310–314, 332, 385, 491
kształtowanie 313, 314
kompleks kulturowy 73
Kongres Kultury Polskiej (2009) 9, 10, 119
konkurencyjność 45, 54, 67, 81, 94, 155, 180, 191, 219, 220, 224–227, 268, 330, 366, 367, 373, 375, 393, 410, 411, 415, 419, 422, 490
konserwatorskie, służby 41, 42, 47, 100, 195, 199, 201, 202, 204, 208, 209, 213
Konwencja Paryska (o ochronie światowego dziedzictwa kulturowego i naturalnego) 48
korporacje 33, 34, 93
krajobraz kulturowy 42, 46, 48–50, 52, 202, 203, 212, 246, 259
kreatywna destrukcja 420
kreatywność 9, 14, 25, 81, 89, 92, 93, 99, 101, 155, 168, 179, 185, 187, 212, 323, 373, 396, 436, 437
a edukacja kulturalna 327–332, 338, 340
a gospodarka 409, 410, 419–421, 490
a innowacje 407, 409, 410
a otwartość 403, 405, 408
a pamięć 402
a rozwój miast 414, 417, 419–423
a wiedza 409
a wyobraźnia 400, 402, 405
bariery 403–405
definicje 399, 400
klasa kreatywna 407, 408, 421
kreatogenne społeczeństwo 406, 407, 411
stymulatory 405, 406
źródła 400–402
kryzys ekonomiczny 10, 16, 17, 37, 98, 100, 102, 184, 484, 490
a rozwój miast 417, 428
wpływ na kulturę 121–123
książka 114, 116, 118, 127, 157, 176, 180, 372, 483
czytelnictwo 114, 118, 142, 334, 336–338, 346
e-booki 140, 141, 469, 470

jako medium 475–477
prawo autorskie 465
rynek 140–142, 439, 449, 450
targi 142
wydawnictwa 141, 439, 440, 448
kultura 9, 11, 13, 16, 17, 36, 46
a ekonomia 13, 14, 59, 60, 121, 296, 383, 431, 439, 441, 477, 487–491
a polityka 60, 81
a przemysły kreatywne 414, 419–421, 453
a rozwój 81, 82, 92, 375, 473
a rozwój miast 413–431
a technika 473–477
a zmiana 67, 77
badania 17, 115
części składowe 68–73
definicje, znaczenie 57–62, 68
demokratyzacja 292, 478, 479
funkcje w życiu społecznym 73–78, 121, 179
i transformacja 97–101
jako zasób 16, 100, 488
komercjalizacja 13, 36, 114
kształtowanie 63–68
masowa (popularna) 66, 69, 112, 292, 328, 346, 356, 387
podmioty tworzące 61, 62
prawo do 102
przekazywanie 59
remediacja 68
uczestnictwa 15, 342
uczestnictwo w 332–342, 347–358
uniwersalizacja 64, 67, 319
w cywilizacji informacyjnej 90–97
zarządzanie w 9, 17
zmiana 289–291, 303
kulturemy 71, 72
„kulturyzacja rozwoju" 92
life-wide learning 314
lifelong learning 314
Lista Światowego Dziedzictwa UNESCO 48, 49, 118, 196, 198, 207, 220, 233, 254, 273, 376, 428
Liverpool 271, 272, 428

marketing dziedzictwa kulturowego
a kształtowanie produktu rynkowego 219–221, 230
a ochrona 217, 219–221
a produkt poszerzony 231
a turystyka 220–223
definicja 215
funkcje 215–218
instrumenty 228–232
marketing mix 228, 230, 233, 234
niebezpieczeństwa komercjalizacji 222, 223
„tuba marketingu" 232
media 68, 69, 115, 118, 127, 147, 149, 201, 212, 238, 239, 333, 366, 390, 417, 437, 479
cyfrowe 92, 149, 419, 475
finansowanie 149
internet 147–149, 419, 467, 483
książka jako 475–477
masowe (mass media) 60, 66, 97, 146, 295, 319, 355, 479
misja publiczna 150, 151, 328
nowe 68, 72, 170, 190, 341, 342, 366, 473
prasa 68, 147, 148
radio 147–150
rozwój 145, 146
tabloidyzacja 148, 150
technologie 146, 341, 483
telefonia komórkowa 148, 149
telewizja 147, 148, 150, 341, 342, 480, 483
mem 72

memex 481
metafora 475
w roli modelu ekonomicznego 184, 185, 187
miasta historyczne 49–51
historyczny krajobraz miejski 51
ochrona 50, 51
miasto
a ekonomia symboliczna 423, 424
a globalizacja 414
a przemysły kreatywne 414, 419–421
definicje 413, 414
Europejska Stolica Kultury 427–430
eventy 422–424, 426
gentryfikacja 268, 280, 284, 425
klastry 420, 421
kreatywne 414, 417, 420, 422, 425, 426
międzykulturowe 420
polityka kulturalna 416–418, 430
projekty flagowe 276, 284, 417, 424–426
rewitalizacja 415, 417, 418, 423–426, 430
teza o końcu 413, 420
wpływ kultury na rozwój 414–418
zmiana 414–417
miejsca pamięci 53, 212
muzea 40, 101, 111, 114, 122, 127–131, 157, 172, 180, 195, 220, 221, 231, 240, 243, 249, 254, 265, 284, 334, 397, 417, 449, 450
definicje 128, 129
finansowanie 131
klasyfikacja 129, 130
lokalne 254, 269, 394, 395
„Noc Muzeów" 131, 233
powstawanie nowych 130
Muzeum Guggenheima (Bilbao) 272, 273, 417
muzyka 122, 127, 134, 138, 176, 182, 336, 337, 372, 386, 430, 437, 438
a kreatywność 408
kształcenie 163, 164
prawo autorskie 458, 464, 470
produkcja 439, 441, 445–450, 453
rynek 151, 152, 439, 448

Niemcy 265
polityka kulturalna 110, 111
normy 15, 23–26, 34, 36, 41, 42, 58, 61, 63–67, 69–71, 73–77, 112, 181, 307, 315, 319, 323, 328, 351
jako bariera kreatywności 404, 405
NRD 30

Obywatele Kultury, ruch 10, 119
ochrona zabytków 40–43, 50, 118, 119, 195, 201–205, 207, 209
finansowanie 210, 213
kryzys 213
w czasie transformacji ustrojowej 211
opera 101, 128, 135, 138, 151, 334–336, 417
oprogramowanie 169, 437, 445–447, 449
a prawo autorskie 464, 465, 471
organizacje pozarządowe (trzeci sektor) 117, 119, 156, 212, 259
organizacje sektora kultury (instytucje kultury)
a twórczość artystyczna 187
a efekty zewnętrzne 177, 178, 182, 187
a rozwój 177, 178, 181–183, 187, 191
autonomia 189, 191
definicje 175–177
innowacje 182

potencjał kapitałotwórczy 185, 186, 188, 190, 191
przedsiębiorczość 182
zarządzanie 187–191
orkiestry 127, 128, 137, 138

pamięć 9, 39, 184, 185, 424
a dziedzictwo kulturowe 39, 43, 44, 52, 53, 261
a kreatywność 401, 402
a tożsamość 44, 53, 59
kulturowa 62
miejsca pamięci 53, 157, 212, 259
zbiorowa 52, 53, 59, 212
parki kulturowe 205
partnerstwo 16, 17, 29, 96, 99, 122
Peru 30
podtrzymywalność 102
polityka historyczna 9
polityka kulturalna 17, 101, 107, 387, 436
a służby konserwatorskie 208
a status artystów 172
decentralizacja 110, 114–116, 212, 441
definicja 108, 109
miast 416–418
modele 109–112
w czasie kryzysu 121–123
w Polsce po 1989 roku 113–121
polityka rozwoju 81, 88
a kreatywność 81, 82
i wytwarzanie dóbr 85
nowoczesna 83
Polski Instytut Sztuki Filmowej (PISF) 118, 120, 143
pomniki historii 205–207, 220
prawa autorskie 142, 143, 172, 173, 396, 397, 438–440, 452, 455, 478, 479
a internet 464, 467–470
a patent 459, 471
a prawo własności intelektualnej 15, 30, 89, 95, 157, 172, 455
ACTA (Anti-Counterfeiting Trade Agreement) 457, 471
Creative Commons 190, 467, 468, 469
czas ochrony 458, 459, 462
dozwolony użytek 456, 463–465
droit de suite 460, 461
kserowanie książek 465
licencja 462, 465, 467–469
majątkowe 456, 459–462, 465
modele 455, 456
nota copyrightowa 458
osobiste 456, 459–462, 465
plagiat 465
podmiot 458, 459
przedmiot 458, 459
przeniesienie praw autorskich 462
ZAiKS (Związek Autorów i Kompozytorów Scenicznych) 466, 467
źródła 456, 457
prawa człowieka 26, 32, 60, 61
projekty flagowe 284, 268, 267, 284, 417, 424–426
„Promesa Ministra Kultury", program 117, 118
prosumenci 62, 68, 89, 94, 354, 383
przemysły kreatywne 9–11, 16, 94, 97, 111, 121, 168, 171, 218, 307, 414, 419–421
a przemysły kultury 436, 438, 447
definicje 435, 436
klasyfikacja 437–441
w Polsce 447–453
wpływ na gospodarkę 435, 436, 441, 444–454, 487–489
przemysły kultury 13, 91, 97, 121, 127, 140, 145, 169, 175, 176, 346, 372, 435–437, 440

reklama 9, 149, 232, 233, 372, 437, 438, 440, 441, 445–450, 452, 453
religia 43, 47, 58, 59, 61, 62, 64, 70, 71, 75, 122, 141, 144, 242, 256, 300, 312, 320–322, 335, 357, 367, 393, 406, 420, 429, 476
remediacja 68
rewitalizacja
a dziedzictwo kulturowe 265–268, 277, 281
a gentryfikacja 268, 280, 284, 425
a społeczności lokalne 266, 268–270, 275–279
Bankside (Londyn) 272, 274, 275
Barcelona 269
Bilbao 271, 277, 278, 417, 425
Birmingham 269
definicje 266, 267
dzielnice kultury 274
Emscher Park 273, 417
Gateshead 273, 276–278
ikony 271, 277
Katowice 280, 282
Liverpool 271, 272
Manufaktura (Łódź) 279
miast 415, 417, 418, 423–426, 430
projekty flagowe 284, 268, 267, 284, 417, 424, 425
przez kulturę 268–270, 277, 281, 418, 424, 429
terenów poprzemysłowych 265, 266, 279, 430
typy 267, 268
w Polsce 278–284, 430
Wyspa Młyńska (Bydgoszcz) 280–282
Zabłocie (Kraków) 280, 283, 284
rozwój lokalny a dziedzictwo kulturowe 237, 260, 277, 487
a kapitał społeczny 256, 258, 259, 262
a prace konserwatorskie 247, 250–254
a rynek nieruchomości 253, 254
a tożsamość lokalna 255, 256
eksport produktów lokalnych 253
gentryfikacja 261
mnożnik turystyczny 252, 255
podmioty na rynku dziedzictwa 237–240, 261, 262
przychody 247, 252, 260
„trudne dziedzictwo" 261
turystyka 247, 251, 254, 262
tworzenie miejsc pracy 247–253
rozwój społeczno-gospodarczy 13, 14, 16, 17, 37, 77, 100, 123, 375, 469
a autonomia 27, 36, 37, 189
a cykl koniunkturalny 25, 26, 81
a dziedzictwo kulturowe 45, 46, 51, 55, 203, 211, 246–249
a kreatywność 25, 36, 409–411, 419–421, 490
a wolność 26, 27
bariery 99
definicja 21
modele 28–31, 35
w cywilizacji informacyjnej 92, 97
wartościowanie 23, 24, 36
zrównoważony 31–36, 45, 117, 416, 431
rynek 13, 14, 16, 21, 23, 26, 33, 36
a dobra kultury 60, 383–391
a polityka kulturalna 113
dziedzictwa kulturowego 54, 223–227, 230, 234, 237, 244, 245, 261
książki 140–142, 447, 449, 450
muzyczny 151, 152
pracy 22, 168
sztuki 152–154, 169, 437, 445, 446, 488
wydawniczy 438, 445–448, 452, 452, 453

rynek a kultura
a gospodarka doznań 386
a nowe technologie 389
a własność intelektualna 396, 397
efekt Baumola (choroba kosztów) 389, 390, 397
gust 384, 385
kompetencje 385
konsumenci 384–387, 396
nieefektywność rynku 394
podaż 388–391
popyt 384–387, 390
produkcja dóbr i usług 388–391
ryzyko 11, 93, 182
a dobrostan psychiczny 309
w zarządzaniu kulturą 123

sieciowanie 122
skrypty kulturowe 72
społeczeństwo 21, 22
informacyjne 62
kreatogenne 406, 407, 411
obywatelskie 27, 36, 108, 112, 114, 212
sprawiedliwość międzypokoleniowa 221, 442
Strategia Lizbońska 329, 373
subkultury 69
subsydiarność 108, 361, 363, 364
symbole 66, 68, 69, 78, 90, 92, 93, 122, 265, 307, 308, 320, 423, 436, 438, 454
a rewitalizacja 268, 269, 272, 276, 277, 280, 417
dziedzictwo jako 46, 260, 261
rosnąca rola 301
rozumienie 73, 76, 353
znaczenie w rozwoju 473, 474, 484
szkolnictwo artystyczne 118, 120, 161, 162, 375
animatorów kultury 165
baletowe 165, 169
filmowe 166, 167, 170
muzyczne 163, 164, 166–169
plastyczne 164, 166, 167
w zakresie sztuki cyrkowej 165
szkoła jako bariera kreatywności 404, 405, 410
szlak dziedzictwa kulturowego 220, 221, 224, 254
sztuka współczesna 118, 130, 131, 153, 279
sztuki
performatywne 176, 372, 389–391, 397, 438, 439, 441, 445–447, 453, 453
wizualne 176, 372, 439, 441, 452, 453

taniec 136, 137
kształcenie 165
teatr 69, 101, 127, 128, 180, 265, 284, 334, 336, 417, 418, 439
decentralizacja 134, 135
definicje 134
klasyfikacje 135, 136
publiczność 136
technologie 15, 82, 102, 341
informacyjne 70, 73, 97, 312, 319, 469
komunikacyjne 93, 94, 122
teoria ekonomii
klasyczna 21
neoklasyczna (głównego nurtu) 13, 16, 21, 29, 85, 86
tolerancja 140, 297, 320, 321, 327, 333, 378, 406–408, 421
tożsamość 35, 37, 59, 79, 95, 99, 102, 129, 266, 278, 393, 415, 419
a integracja 332, 362
a język 69, 320
a wielokulturowość 323, 329

europejska 372, 373, 378
grupy (zbiorowa) 64, 67, 181, 241, 242
i pamięć 44, 53
kulturowa 108, 294, 295, 352, 375, 487
kultury 289–295, 303
lokalna 218, 241, 244, 248, 255, 256, 426, 428
narodowa 60, 69, 108, 109, 114, 116, 117, 204, 333, 436
transformacja 97–101
a brak kapitału społecznego 98
a instytucje publiczne 99
a ochrona dziedzictwa kulturowego 202, 203, 211, 213
prywatyzacja 113, 201, 202
rola kultury 99–101
rozwój „modularny" 99
rozwój „molekularny" 98, 99
trzeci sektor (organizacje pozarządowe) 156, 157
turystyka 46, 47, 54, 55, 111, 212, 220–223, 238, 247, 251, 254, 255, 375, 424, 429
kulturalna 122, 255, 372, 373
twórczość artystyczna 9, 15, 95, 108, 150, 171, 187, 448–450

ubóstwo 27, 54
uczestnictwo w kulturze
a edukacja 332–334
a gust 354, 355, 386
a kompetencje 353, 385, 386
a religia 357
a rozwój techniczno-technologiczny 353
a zmiana 351, 352
badania 334–338, 347–350
cyberkultura 353
jako problem badawczy 345–347
jako proces 350
prosumenci 354
recepcja dzieł 348
typy odbiorców 354–358
univore a *omnivore* 347, 355–358
współczesne reguły 350–354
wzorce 346, 347, 350, 351
Unia Europejska 64, 95, 108, 116, 188, 315, 364–366, 430, 457
USA (Stany Zjednoczone) 10, 22, 54, 251, 265
edukacja kulturalna 328–330
kultura popularna w 64, 65
partycypacja kulturalna 355
polityka kulturalna 112
prawo autorskie 458, 468, 469, 478
usługi 88, 90
kulturalne 108

wartości 23, 44, 45, 57–70, 72–74, 77, 78, 113, 117, 123, 129, 180, 181–183, 191, 230, 237, 293, 308, 314, 319–323, 341, 378, 403, 404, 406–408, 411, 416, 417, 438, 442, 457, 476, 483
a globalizacja 291, 293–296
dziedzictwa kulturowego 212, 216, 219, 222, 240–243
wartość ekonomiczna
a rewitalizacja 267–269, 277, 282
a rozwój 23, 24, 26, 36, 421
a wartość kulturowa 195, 386, 392–394, 396, 436, 437, 442, 444, 484, 487–490
a wartość symboliczna 60, 442
dodana 30, 90, 189, 271, 284, 328, 372, 436, 445–449, 451, 452
dóbr kultury 177, 178, 383, 391, 447

dziedzictwa kulturowego 44, 45, 47–49, 51, 53, 100, 226, 253, 255, 261, 262
dzieła sztuki 170, 458
intelektualna 31
marki 93, 94
rynkowa 60, 224, 442
zabytku 41, 42, 153, 198, 199, 205
wiedza 15–17, 30, 57, 63, 69, 71, 89, 97, 116, 122, 133, 150, 168, 169, 179, 245, 246, 289, 323, 348, 363, 364, 371, 385, 393, 399, 403, 444, 481, 483, 498
a edukacja 328–330, 333, 334, 340, 343, 404, 405
a kapitał intelektualny 317, 318
a kapitał ludzki 307, 308, 310, 414
a kapitał społeczny 312, 313
a media 342, 342
a władza 15
gospodarka oparta na 90, 99, 248, 328, 371, 409, 414, 418, 419
jako dziedzictwo kulturowe 53
lokalna 82
społeczna 15, 82, 102, 479
Wielka Brytania 9, 265, 429
edukacja kulturalna 331
polityka kulturalna 111
przemysły kreatywne 436, 445
wielokulturowość 67, 91, 109, 321–323
Wikipedia 483
własność intelektualna 15, 30, 89, 95, 157, 396, 397, 455, 457
wolność 26, 27
artystyczna 122
gospodarcza 30
wolontariat 112, 249, 270
wyobraźnia 14, 82, 179, 182–184, 187, 191, 400, 402
wzornictwo (dizajn) 127, 154, 155, 168, 179, 183, 259, 330, 419, 436–438, 440, 445–447, 453, 453, 458
wzory kulturowe 35, 58, 61–63, 65, 66–71, 74, 75, 78, 230, 265, 293, 295, 319–323

zabytek 40, 449, 450
a dziedzictwo kulturowe 44, 45, 48, 51
autentyczność 41, 42, 47
digitalizacja 119
historii 41
klasyfikacja 41–43, 196
konserwacja 41, 42, 44, 45, 210, 213, 251
ochrona 40–43, 50, 118, 119, 195, 201–205, 207, 209, 210, 212, 213, 259, 418
rejestr 197–199, 243
sztuki 41
ZAiKS (Związek Autorów i Kompozytorów Scenicznych) 466, 467
zarządzanie
dziedzictwem kulturowym 100, 211, 212, 238
model partycypacyjny 189–191
polityką kulturalną 108, 118
ziny 147
zmiana 15, 49, 67, 92
a kultura 77, 289–291, 303
rozwój jako 23, 24, 34, 35
„Znaki Czasu", program 118, 131

Kultura a rozwój to książka wartościowa i potrzebna, zarówno ekonomistom, jak i wszystkim zainteresowanym szeroko ujmowaną sferą kultury. I jedni, i drudzy odkrywają coraz więcej zależności między gospodarką i kulturą oraz miedzy naukami ekonomicznymi a wiedzą o kulturze. W moim głębokim przekonaniu klęskę poniosła dominująca do niedawna ekonomia a-kulturowa, pomijająca kulturowy kontekst gospodarowania; traktująca wiedzę ekonomiczną jako uniwersalną wiedzę o mechanizmach gospodarowania funkcjonujących wszędzie i zawsze.

prof. dr hab. Jerzy Wilkin, Uniwersytet Warszawski

[...] za sprawą żywotności i zmienności kultury, czyli za sprawą ludzkiej wyobraźni i kreatywności, rozwój nie jest linearny, lecz meandryczny; to nieustanne zrywanie i podtrzymywanie ciągłości. Nie jest też zdeterminowany, ani ekonomicznie, ani technologicznie. Można go świadomie pobudzać i w pewnym stopniu nadawać mu kierunek, ale nie można go zaprogramować. Rozwój jest funkcją otwartości kultury i podmiotów zajmujących się działalnością kulturalną. Z tego punktu widzenia istotne znaczenie ma dominujący w danym społeczeństwie model instytucji kultury, zarządzania nią i jej relacji z innego rodzaju instytucjami, zwłaszcza politycznymi i gospodarczymi.

Ze *Wstępu* prof. Jerzego Hausnera, prof. Anny Karwińskiej i prof. Jacka Purchli

ISBN 978-83-63631-57-4

9 788363 631574

NARODOWE CENTRUM KULTURY