



WARTOŚĆ KULTURY
W PERSPEKTYWIE
POLITYKI PUBLICZNEJ

Anna Świętochowska*

Streszczenie: Artykuł jest krytyczną prezentacją koncepcji teoretycznych wartości kultury istotnych z perspektywy polityk publicznych. W artykule autorka przedstawia zmianę, jaka się dokonała w postrzeganiu wartości kultury w ostatnich dziesięcioleciach, omawia metody zaczerpnięte z nauk ekonomicznych oraz złożone interpretacje wartości kultury.

Kultura i Rozwój 1(2)/2017
ISSN 2450-212X
doi: 10.7366/KIR.2017.1.2.04

Słowa kluczowe: wartość kultury, polityka kulturalna, teoria wartości kultury.

W P R O W A D Z E N I E

Zjawisko instrumentalnego wykorzystania kultury dla osiągnięcia zarówno partykularnych, jak i społecznych korzyści nieodłącznie towarzyszy wszelkim formom mecenatu od zarania dziejów. Finansowano sztukę z różnych powodów, m.in.: dla umocnienia wizerunku i pozycji jednostki bądź instytucji (np. Kościoła), z czystego snobizmu i ulegania panującym modom, z poczucia estetyki i odpowiedzialności za rozwój intelektualny szerszej społeczności czy wreszcie szerzenia ideologii i traktowania sztuki jako narzędzia służącego zabiegom politycznym (m.in. Rottenberg 2005). Z chwilą, gdy główny mecenat nad kulturą przejęło państwo, stała się ona elementem polityk publicznych służącym realizacji celów władz istotnych z punktu widzenia rozwoju zarówno całej społeczności, jak i jej członków.

W ostatnich dziesięcioleciach ubiegłego wieku podstawowym celem polityki kulturalnej była działalność upowszechnieniowa i oświeceniowa. O wartości kultury dyskutowano przede wszystkim w kategoriach estetycznych. Z perspektywy polityk publicznych sama w sobie wartość kultury była wystarczającym argumentem dla finansowania jej ze środków publicznych i nie podlegała pozaestetycznym dyskusjom.

Współcześnie dostrzega się jednak szersze znaczenie kultury dla rozwoju, w związku z czym taka interpretacja wartości kultury jest dalece niewystarczająca. Spotyka się także z uzasadnioną krytyką przede wszystkim z powodu tego, że nadaje kulturze wymiar elitarny i rezerwuje ją dla klas wyższych, umacniając tym samym uprzywilejowany status ich przedstawicieli (Holden 2008, s. 15). Ponadto – co dostrzega wielu badaczy (m.in.: Bauman 2011, s. 117–134; Snowball 2011, s. 172) – trudno obecnie zdefiniować, czym jest kultura popularna, a czym tzw. kultura wysoka (w domyśle artystyczna i elitarna), gdyż granice między różnymi formami sztuk wyraźnie się zacierają i przenikają się one na niemal wszystkich płaszczynach.

Wyraźna zmiana w postrzeganiu roli kultury i jej wartości nastąpiła u schyłku lat 90. ubiegłego wieku. Jednym z symptomów tej zmiany był raport Światowej Komisji Kultury i Rozwoju UNESCO (zwany również Raportem de Cuellara), w którym zapisano, że rozwój ekonomiczny nie jest możliwy bez rozwoju kulturalnego. Podobną rolę odegrała przeprowadzona w 1998 roku konferencja ONZ do spraw Oświaty, Nauki i Kultury w Sztokholmie, która zaowocowała przyjęciem założeń mających prowadzić do uczynienia z polityki kulturalnej jednego z kluczowych elementów strategii rozwoju.

W tym samym czasie, początkowo w Australii, a potem w Wielkiej Brytanii, pojawiła się idea „narodów kreatywnych” (*creative nation*) (Menger 2010), której istotą była zmiana w postrzeganiu roli polityki kulturalnej oraz podkreślenie znaczenia jej dwóch aspektów: działań na rzecz pełnego uznania i poszanowania

* Dr Anna Świętochowska, badaczka niezależna, anna.swietochowska13@gmail.com.

wielokulturowości, a także promocji przemysłów kreatywnych i wspierania ich rozwoju w kierunku technologii informacyjno-komunikacyjnych. Sektor kultury – do tej pory uważany za nieekonomiczny – zaczął być postrzegany jako istotna gałąź gospodarki również przez instytucje Unii Europejskiej. W 1999 roku w *Deklaracji z Essen* zawarto 10 aksjomatów dotyczących europejskiej, państwowej i regionalnej polityki względem kultury i przemysłów kultury (ERICarts 1999). Według zapisów zawartych w *Deklaracji...*, przemysły kultury stanowią odrębną dziedzinę gospodarki, są zorientowane na przyszłość, mogą chronić miejsca pracy i tworzyć nowe, a także być źródłem stałego zatrudnienia na poziomie regionalnym. Wykorzystują europejskie dziedzictwo kulturowe i mogą przyczynić się do wzmocnienia regionalnego potencjału endogenicznego. Muszą być zintegrowane z lokalną polityką miejską i regionalną, a także wymagają odpowiedniego wsparcia ze strony polityki dotyczącej rozwoju przestrzeni miejskiej. I wreszcie, według ostatnich postulatów zapisanych w *Deklaracji...*, przemysły kultury potrzebują aktywnej polityki kulturalnej i ekonomicznej, a także wymagają odpowiedniego kontekstu w polityce Europy.

Uświadomienie znaczenia kultury dla rozwoju zbiegło się z pojawieniem nowego nurtu w zarządzaniu publicznym, *new public management*, którego istotą było zmodernizowanie państwa dzięki zastosowaniu w zarządzaniu publicznym technik wypracowanych w sektorze przedsiębiorstw prywatnych. Postulowano przeniesienie uwagi z procedur (dominujących w administracji publicznej) na efekty i skuteczność działań. Reformy miały iść w trzech kierunkach: urynkowienia usług publicznych, partycypacji obywateli w podejmowaniu decyzji i deregulacji. Według zasad nowego zarządzania publicznego zadaniem administracji jest skoncentrowanie się przede wszystkim na osiągnięciu wymiernych i jasno określonych wyników, w zakresie nie tylko jakości świadczonych usług, ale również faktycznych zmian w życiu społeczeństwa. Tym samym wzrosło znaczenie ewaluacji i związanej z nią konieczności definiowania wymiernych wskaźników – mierzalnych cech, które pojedynczo lub w zestawie z innymi cechami dostarczają świadectwa wystąpienia określonego stanu rzeczy w sposób użyteczny pod względem menedżerskim i/lub naukowym.

Konsekwencją wszystkich tych zmian stało się zainteresowanie wartością kultury w kontekście dążenia nie tylko do jej zrozumienia, lecz także oszacowania lub opisania w sposób wymierny i jasny dla osób kształtujących polityki publiczne.

WARTOŚĆ KULTURY W EKONOMII

W literaturze dotyczącej polityki kulturalnej wyróżnia się zazwyczaj dwie koncepcje kultury: pierwszą – antropologiczną, określającą wartości, praktyki, symbole, instytucje oraz relacje międzyludzkie występujące w ramach społeczności, oraz twórczą, odnoszącą się do sztuki, kreacji oraz wytworów ludzkiego intelektu (m.in.: McGuigan 1996, s. 5; Lewis i Miller 2003; Holden 2008; Throsby 2010, s. 18). W socjologii kultura definiowana jest jako „ogół wytworów działalności ludzkiej, materialnych i niematerialnych, wartości i uznawanych sposobów postępowania, zbiektywizowanych i przyjętych w dowolnych zbiorowościach, przekazywanych innym zbiorowościom i następnym pokoleniom” (Szczepański 1970, s. 78)

Z perspektywy ekonomii wartość kultury bywa natomiast sprowadzana do analiz dotyczących funkcjonowania przemysłów kreatywnych, czy też produkcji i konsumpcji towarów kulturalnych. Prowadzone badania dotyczą skuteczności

i efektywności, definiując wartość kultury w kategoriach wymiennych, kosztowych bądź użytkowych.

Jednakże, choć trudno o precyzyjną definicję pojęcia kultura, gdyż termin ten ewoluował na przestrzeni wieków (Eagleton 2012), z tendencją raczej do gromadzenia znaczeń niż ich większego doprecyzowania, żadna z definicji nie ogranicza pojęcia kultura do dóbr i usług kulturalnych. Tym samym postrzeganie wartości kultury z perspektywy wyłącznie przemysłów kreatywnych, z pominięciem całej sfery pozainstytucjonalnej uczestnictwa w kulturze, wydaje się jednak zbyt dużym uproszczeniem.

W szacowaniu wartości kultury – poza analizą przemysłów kreatywnych – stosuje się także metody funkcjonujące z powodzeniem w innych obszarach polityki publicznej. Zaliczyć do nich należy techniki zapożyczone z badań dotyczących jakości życia i ochrony zdrowia (*Subjective wellbeing and income compensation* oraz *Quality Adjusted Life Years*) oraz – częściej stosowane – ekonomiczne metody wyceny (*contingent valuation, choice modelling/conjoint analysis, hedonic pricing, travel cost method*), bazujące na technikach badania preferencji (O'Brien 2010). Przeprowadzenie badań za pomocą tych technik jest kosztowne i czasochłonne, niemniej kluczowe są wątpliwości dotyczące samej metodologii badań. Metody te opierają się bowiem na założeniu, że ludzie są racjonalnymi jednostkami, które dążąc do maksymalizacji swoich dóbr, podejmują racjonalne decyzje, a suma dóbr jednostkowych składa się na poziom życia całego społeczeństwa.

Wartość kultury nie może być jednak pojmowana w kategoriach policzalnych dóbr poszczególnych obywateli. Kultura jest odwiecznym spoiwem kształtującym wspólnoty, ma szerokie oddziaływanie społeczne i nie daje się ograniczyć do czasu życia jednostki. Często korzyści ze zjawisk kulturowych (takie na przykład, jak posługiwanie się tym samym językiem) mogą być doświadczane wyłącznie w grupie. W związku z tym, jak podkreśla McGuigan (1996, s. 31), definiowanie wartości kultury w kategoriach praw podaży i popytu oraz maksymalizacji korzyści jednostek jest nadużyciem, ponieważ redukuje pozostałe, zróżnicowane wartości – estetyczne, etyczne, polityczne czy wreszcie religijne – do jednowymiarowej logiki wolnego rynku. Ponadto, jak zauważa Jerzy Hausner (2008, s. 64) rynek sam z siebie nie ma strategicznej orientacji, determinowany jest zazwyczaj racjonalnością krótkoterminową, podczas gdy kultura jest zasobem funkcjonującym raczej w długofalowej perspektywie.

David Throsby (2003, 2010) podaje jeszcze kilka innych powodów, dla których metoda wyceny warunkowej (*contingent valuation*) w odniesieniu do dóbr kulturowych nie jest ani adekwatna, ani wiarygodna. Przede wszystkim wartość kulturowa zawiera się w samych obiektach lub innych zjawiskach kulturowych i istnieje niezależnie od reakcji jednostki na ów przedmiot lub zjawisko. Ponadto ocena danego zjawiska kulturowego zależy bardzo od stanu świadomości i kompetencji odbiorcy. Wyniki badań metodą „gotowości do płacenia” (*willingness to pay*) za dany produkt czy usługę niekoniecznie muszą być odzwierciedleniem pożądanego bądź wartościowania danej rzeczy. Mogą być w dużej mierze wynikiem posiadania mniejszej lub większej wiedzy na jej temat, a także mogą wynikać ze statusu materialnego i subiektywnej oceny wartości. Wysoki poziom kompetencji może również pozwalać na ocenę w kategoriach jakościowych, niekoniecznie wartościując co jest lepsze, a co gorsze.

Kultura w wielu aspektach ma także specyfikę **dobra publicznego**. Nie podlega prostej zależności **podaż – popyt**, gdyż, jak zauważa Jen D. Snowball (2011, s. 174),

beneficjentami działań kulturalnych są również podmioty, które w nich bezpośrednio nie uczestniczą.

Dobro publiczne to dobro, które podlega tak zwanej konsumpcji nierywalizacyjnej, co oznacza, że wytworzone raz, może być konsumowane przez konsumentów bez ponoszenia dodatkowych kosztów. Druga definicja dobra publicznego charakteryzuje jeszcze coś więcej – mówi o tym, że konsumenci nie mogą być wyłączeni z konsumowania dobra publicznego, jeśli zostało ono raz wyprodukowane (m.in.: Samuelson 1954; Holcombe 1997, s. 1–22; Stiglitz 2004; Towse 2011, s. 55). Obie te definicje odnoszą się nie tylko do inwestycji w przestrzeni publicznej, ale również instytucji kultury i samych dzieł sztuki.

Respondenci mogą mieć problem z wyrażeniem wartości dobra publicznego za pomocą miar ekonomicznych albo dostrzegają wartość kulturową, zupełnie odrzucając wartość użytkową. Funkcjonowanie obiektu dziedzictwa kulturowego może stanowić bezsprzeczną wartość również dla kogoś, kto nigdy nie korzystał z jego usług – wartość samego istnienia, wartość opcjonalną, a także wartość wynikającą z potrzeby ochrony dziedzictwa dla przyszłych pokoleń. Te wartości „nieużytkowe” nie są do uchwycenia w wyniku transakcji rynkowych, bo nie istnieją rynki, na którym prawa do nich mogą być wymieniane (Throsby 2006).

Jedną z metod umożliwiających oszacowanie wartości dóbr kultury i zjawisk kulturowych, mających także specyfikę dobra publicznego, jest omawiana przez Aleksandra Surdeja (2008, s. 115–116) metoda pośredniej wyceny wartości korzyści, opierająca się na wyznaczeniu „cen widmowych” (*shadow prices*), wyrażająca się w różnicy w cenach nieruchomości w obszarach o bogatej lub ubogiej ofercie kulturalnej.

Porównywanie sektora kultury do innych sektorów gospodarki nie może mieć również zastosowania z powodu zjawiska zwanego „chorobą kosztów”, zdefiniowanego przez Williama J. Baumola i Williama G. Bowena w latach 60. ubiegłego stulecia (zob.: Ilczuk 2012; Last i Wetzel 2011). Fenomen ten polega na tym, że organizacje funkcjonujące w sektorze kultury generują wysokie koszty, związane zwłaszcza z poziomem zatrudnienia, i nie są podatne na innowacje technologiczne, które mogłyby je obniżyć. Mało tego, zmniejszenie liczby pracowników mogłoby uniemożliwić ich prawidłowe funkcjonowanie.

Bardziej adekwatne w odniesieniu do kultury są metody podejmujące próby oszacowania działań i zjawisk kulturalnych przez przeprowadzenie analiz pozafinansowych. Można wyróżnić dwie kategorie tych metod: te, które próbują zrozumieć wartość kultury na podstawie wyników działań kulturalnych (jak również statystyk), oraz te, które opisują wartość kultury.

Pierwsze z nich to metody prezentujące wyniki działalności kulturalnej (*Outcomes based methods*). Ich cechą jest poszukiwanie sposobów ewaluacji działań podejmowanych zarówno przez instytucje kulturalne, jak i podmioty odpowiedzialne za kształtowanie i realizację polityk kulturalnych. Celem tych metod jest określenie idealnych bądź możliwie najlepszych modeli nadających się do zastosowania w zbliżonych rodzajach aktywności kulturalnej. Metody narracyjne polegają zaś na wyartykułowaniu wartości kultury. Ich główną zaletą jest bardzo dokładny i kompleksowy opis wartości kultury, który pomaga zrozumieć jej znaczenie również w kategoriach ekonomicznych i może stanowić częściową pomoc w podejmowaniu decyzji dotyczących priorytetów w politykach kulturalnych.

Próba dokonania swego rodzaju integracji różnych form danych, tych odnoszących się do przeżyć natury artystycznej bądź estetycznej i twardych danych ekonomicznych, jest zastosowanie metody polegającej na analizie wielokryterialnej (*multi-criteria analysis*). Jest to swego rodzaju analiza porównawcza, która polega na określeniu wyższości jednej opcji nad drugą przez odwołanie się do wyraźnie sprecyzowanych zestawów cech, zdefiniowanych przez ekspertów bądź przez ciała decyzyjne. Dla każdej z tych cech ustanawia się mierzalne kryteria oceny obszarów, w jakich dane cechy powinny zostać osiągnięte. Jakkolwiek technika ta nie rozwiązuje problemu definiowania wartości kultury, może być bardzo użyteczna w procesie podejmowania decyzji.

Analizę wielokryterialną można porównać do metody równych zamian (*even swaps*), która służy do porównywania celów o różnych miarach (Hammond, Keeney 2001). Jest oparta na formie pewnego barteru – zmusza do ustalenia priorytetów i rezygnacji z pewnych wartości kosztem innych, bardziej istotnych z punktu widzenia decydenta. Pomaga porównać wartości nieporównywalne w sposób bezpośredni.

Metody ekonomiczne, jakkolwiek nie byłyby dopracowane pod względem technicznym, mają jedną fundamentalną wadę – nie uwzględniają istoty kultury, co zdecydowanie wyklucza możliwość wyłącznego ich stosowania. Jak podkreśla Throsby (2003), wartość kultury jest wielowymiarowa i niestabilna, może być zakwestionowana i nie można jej określić za pomocą żadnych jednostek rozliczeniowych. Mało tego, może też zawierać elementy, które nie dają się wyrazić w żadnej skali – ani jakościowej, ani tym bardziej ilościowej.

ZŁOŻONE INTERPRETACJE WARTOŚCI KULTURY

Problematyczna relacja pomiędzy wartością ekonomiczną a samą w sobie, integralną wartością kultury nie jest zjawiskiem nowym (m.in. Klamer 1996). Wśród najistotniejszych prac próbujących zgłębić ten problem należy wskazać koncepcję wartości kulturowej Davida Throsby'ego (2010). Dokonuje on rozróżnienia wartości ekonomicznej i wartości kulturowej na podstawie stwierdzenia, że impuls zachowań ekonomicznych można uznać za indywidualistyczny, podczas gdy zachowania kulturowe są kolektywne. Nie wyklucza indywidualistycznych zachowań kulturowych lub kolektywnych zachowań ekonomicznych, niemniej jednak wskazuje podstawową różnicę, będącą podstawą dalszych analiz. Według Throsby'ego (2010, s. 39) wartość kulturowa składa się z następujących wartości:

- estetycznej,
- duchowej,
- społecznej,
- historycznej,
- symbolicznej,
- oraz autentycznej.

Każdą z tych poszczególnych wartości można zmierzyć bądź opisać za pomocą metod stosowanych w naukach społecznych i humanistyce.

Aby zbliżyć kulturę do realiów ekonomicznych, Throsby posługuje się również pojęciem „kapitału kulturowego”¹, który rozumie jako aktywa ucieleśnia-

1 Jako pierwszy pojęcie to wprowadził Pierre Bourdieu w pracy *The forms of capital* (1986).

jące, przechowujące lub dostarczające wartość kulturową, obok wszelkiej wartości ekonomicznej, którą również mogą posiadać. Kapitał kulturowy może być materialny i występować w formie budynków, zabytków, dzieł sztuki etc. oraz niematerialny – jako kapitał intelektualny w formie idei, praktyk, języka, przekonań i wartości podzielanych przez grupę. Interpretacja kultury jako kapitału skłania do myślenia o niej w perspektywie długofalowej, z uwzględnieniem jej dynamicznych, ewolucyjnych, międzyokresowych i międzypokoleniowych aspektów. Takie podejście sugeruje również bezpośrednią analogię pomiędzy kapitałem kulturowym a naturalnym. Obie te formy kapitału stanowią istotę rozważanej przez Throsby'ego idei równowagi kapitału kulturowego.

Wśród najnowszych badań na szczególną uwagę zasługuje teoria wartości kultury Johna Holdena (2004, 2006). Jej podstawowym założeniem jest przekonanie, że wartość kultury powinna być najistotniejszym czynnikiem determinującym podejmowanie decyzji dotyczących kształtowania i realizacji polityki kulturalnej. Teoria Holdena (2004, s. 10) w sposób niezwykle holistyczny definiuje wartość kultury. Obok całej gamy ilościowych i numerycznych danych uwzględnia też afektywne elementy doświadczenia kulturalnego, pozycjonując w ten sposób wartość kultury również w subiektywnych doświadczeniach uczestników i obywateli. Ponadto przyjęta perspektywa uwzględnia długofalowe cele w kwestii osiągnięcia dóbr publicznych, takich jak: sprawiedliwość, wzrost zaufania w sferze publicznej, dzięki czemu jest spójna z założeniami pozostałych polityk publicznych i wspiera ich realizację, traktując kulturę jako z jednej strony integralną i zasadniczą część społeczeństwa obywatelskiego, z drugiej zaś zasób, który ma wartość sam w sobie i nie potrzebuje specjalnego uzasadnienia poprzez realizację dodatkowych korzyści.

W teorii Holdena ogólna wartość kultury jest wypadkową trzech różnych rodzajów wartości, będących różnymi, ale uzupełniającymi się sposobami patrzenia na tę samą rzecz.

Pierwszą z nich jest instytucjonalna wartość kultury (*institutional value*) wynikająca ze stosunku organizacji działających w sektorze kultury do swoich interesariuszy, sposobu gospodarowania powierzonymi im finansami publicznymi i poziomu komunikacji z otoczeniem. Pojęcie wartości instytucjonalnej nawiązuje bezpośrednio do koncepcji wartości publicznej zaprezentowanej w pracy Marka H. Moore'a: *Creating Public Value: Strategic Management in Government*, definiowanej jako proces kształtowania i przekształcania organizacji sektora publicznego w taki sposób, aby wzrastała ich wartość dla społeczeństwa zarówno w krótkim, jak i długim okresie (Moore 1995; Jones, Thompson i Zumeta 2001). Kluczem do realizacji wartości publicznej według tej koncepcji są trzy elementy – pierwszym jest odpowiedź na pytanie, co jest tą znaczącą wartością, którą organizacja powinna dostarczyć społeczeństwu, drugim są źródła legitymizacji działań i wreszcie trzecim zdolność operacyjna organizacji.

Z perspektywy organizacji zajmującej się działalnością kulturalną wartość instytucjonalna jest kreowana (bądź burzona) przez sposób interakcji pomiędzy nią a jej interesariuszami. Schematycznie można wyrazić ją w trzech różnych rodzajach relacji:

1. Zaangażowanie – polega na interakcji pomiędzy organizacją a publicznością podczas prowadzenia działalności artystycznej. Jest to proces inicjowany przez instytucję, uwzględniający potrzeby i opinie docelowej publiczności. Aby wytworzyć maksymalną wartość instytucjonalną, proces ten musi być oceniany

pozytywnie przez obie strony – zarówno przez organizatora, jak i potencjalnego odbiorcę.

2. Poziom usług – wykracza poza działania artystyczne i jest definiowany w sposób, w jaki organizacje kulturalne traktują swoją publiczność. Kluczowy jest brak arogancji i postrzeganie organizacji jako dostarczyciela usług świadczonych w interesie publicznym.
3. Zaufanie – którego podstawą jest dobry poziom usług i wysokie zaangażowanie w produkcję artystyczną. Jest to czynnik najtrudniejszy do oszacowania, lecz najważniejszy ze wszystkich. Jest formą kapitału społecznego i wytwarza poczucie identyfikacji pomiędzy organizacją i jej interesariuszami.

Robert Hewison (2006, s. 38) podaje jeszcze trzy inne czynniki niezbędne w kształtowaniu wartości instytucjonalnej w organizacjach zajmujących się działalnością kulturalną. Pierwszym z nich jest kreatywność, rozumiana nie tylko w odniesieniu do twórczości artystycznej, ale również do sposobu jej prezentowania, organizacji przestrzeni, kreatywnego zarządzania, poszukiwania nowych form wykorzystania dziedzictwa narodowego etc. Kolejnym czynnikiem jest kontynuacja i konsekwencja w działaniach, a także dbanie o ich jakość. I wreszcie ostatni czynnik to troska, rozumiana nie tylko jako należyta dbałość o przestrzeganie obowiązujących przepisów, czy też unikanie marnotrawstwa, ale przede wszystkim jako postrzeganie kontaktów z otoczeniem w kategoriach relacji, a nie transakcji.

Kolejną wartością wskazaną przez Holdena jest integralna, autoteliczna, sama w sobie wartość kultury (*intrinsic value*), związana z subiektywnymi przeżyciami i doświadczeniami odbieranymi na poziomie intelektualnym, emocjonalnym i duchowym. Wartość ta nie jest możliwa do uchwycenia z perspektywy samej organizacji, lecz wymaga pozyskania informacji zwrotnej od adresatów prowadzonych przez nią działań (odbiorców, krytyków, ekspertów, twórców). Może dotyczyć takich aspektów doświadczeń w kontakcie ze sztuką, jak atrakcyjność, zdolność pobudzania wyobraźni i kreatywności, doskonałość wykonania artystycznego, oryginalność czy aktualność w stosunku do współczesnych wydarzeń i trendów w sztuce². Z punktu widzenia odbiorcy kultury jest to wartość, która w znacznym stopniu determinuje zarówno uczestnictwo w kulturze, jak i zaangażowanie w jej odbiorze. Może zostać uchwyciona w badaniu osobistych doznań, jakościowych ocen, anegdot, studiów przypadku i krytycznych recenzji ekspertów. Zdaniem Holdena (2006), myśląc o wartości integralnej, lepiej pojmować ją jako zdolność i potencjał kultury do poruszania nas, niż możliwy do zmierzenia, określony zasób.

I wreszcie ostatni element teorii wartości kultury Holdena to wartość instrumentalna, o której możemy mówić w kontekście wykorzystania kultury do osiągnięcia społecznych lub ekonomicznych korzyści. Badania naukowe dotyczące tego rodzaju wartości zazwyczaj mają na celu określenie, jaki „wpływ”, jakie „znaczenie” i jaki „wynik” ma inwestowanie w sztukę w wymiarze społeczno-ekonomicznym. Instrumentalne wykorzystanie kultury nie jest zjawiskiem nowym (m.in.: Dąb-Kalinowska 1984; Dmitruk 1999; Rottenberg 2005; Belfiore 2006; Karolak, Kunicki i Orłowski 2006).

2 Na podstawie portalu culturecounts.cc.

Podstawowym, bezpośrednim motywem wspierania sztuki na przestrzeni wieków było zarezerwowanie tego typu działań dla środowisk będących elitami. Wraz z rozwojem bogatego mieszczaństwa w oświeceniu, zleceniodawcą i opiekunem artysty stały się również miasta. Obecnie o instrumentalnym wykorzystaniu kultury można mówić zarówno w kontekście rozwoju całych społeczności (tak społecznym, jak ekonomicznym), jak i funkcjonujących w niej jednostek (Mulcahy 2006; Florida 2010; Sanetra-Szeliga 2013, s. 413; Namyślak 2013, s. 103; Hausner i in. 2016). Dzięki kulturze możliwy jest m.in. rozwój kapitałów społecznego, intelektualnego, kreatywnego, wzrasta potencjał miast i regionów, kształtuje się świadome, otwarte społeczeństwo, a także powstają nowe idee i innowacje będące motorem napędowym rozwoju przedsiębiorczości.

PODSUMOWANIE

Problematyczna kwestia wartości kultury jest ogromnym wyzwaniem dla podmiotów kształtujących i realizujących politykę kulturalną. Bezrefleksyjne i powierzchowne stosowanie wskaźników, w oderwaniu od sensu i celu działania konkretnych instytucji, nie tylko uniemożliwia właściwą ocenę ich pracy, ale także może być bardzo niebezpiecznym narzędziem służącym komercjalizacji ich działań. W przypadku polityki kulturalnej i zarządzania kulturą kwestia zarówno sprawności, jak i skuteczności opiera się na różnych wartościach, które z jednej strony nie mogą być wyrażone wyłącznie w kategoriach ilościowych, z drugiej zaś mogą być postrzegane zupełnie odmiennie przez różne grupy zainteresowanych aktorów. Odmiennie cele artystyczne i społeczne organizacji prowadzących działalność kulturalną, ich unikatowe zasoby w postaci zróżnicowanego potencjału kreatywnego powodują całkowitą niemożność porównywania działalności instytucji w zunifikowanych kategoriach, oderwanych od sensu ich działania.

Ponadto w kontekście obserwowanej współcześnie zależności pomiędzy różnymi aktorami życia społecznego wyraźnie widać, że jedna grupa jest w stanie realizować swoje interesy dopiero wtedy, gdy pozostali zainteresowani aktorzy mają warunki do realizacji własnych celów (Zybała 2012). W przypadku kultury ta zależność jest niezwykle silna. Uzasadnione w pełni odejście od obowiązującego do niedawna upowszechnieniowego modelu polityki kulturalnej, gdzie zasadniczym celem działań było oświecenie estetyczne, rozwój samoświadomości, godności i edukacja obywateli (Kłosowski 2011), a także idąca za tym zmiana w postrzeganiu odbiorcy jako aktywnego uczestnika, niejako współtwórcy działań kulturalnych (Poprawski 2013, s. 192) sprawiły, że o skuteczności i sprawności instytucji kultury decydują nie tylko kadry kultury. Podejście to wpisuje się też w holdenowską koncepcję ekologii kultury (Holden 2015), według której kultura jest organizmem, a nie mechanizmem. Jest swego rodzaju ekosystemem, o którego sile świadczą różnorodność, jakość i siła wzajemnych zależności między aktorami. Lokalne ekosystemy kultury, podlegające nieustannym wpływom licznych czynników charakterystycznych dla danego obszaru i jego mieszkańców, powinny być oceniane nie tylko w kategoriach transferu środków finansowych, ale także wielokierunkowych relacji, miejsca i roli w przestrzeni miasta, rozwoju kompetencji kulturalnych.

BIBLIOGRAFIA

- Bachtler, J. (2008). *Ewaluacja regionalnej polityki w Europie: Kultura, Zaangażowanie i Potencjał*. W: K. Olejniczak, M. Kozak, B. Ledzion (red.), *Teoria i praktyka ewaluacji interwencji publicznych* (s. 60–83). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Akademia Leona Koźmińskiego.
- Bauman, Z. (2011). *Kultura w płynnej nowoczesności*. Warszawa: Agora SA.
- Belfiore, E. (2006). The unacknowledged legacy. *International Journal of Cultural Policy*, 12 (2), 229–244.
- Dąb-Kalinowska, B. (1984). *Mecenat czy sterowanie sztuką*. W: E. Karwowska, A. Marczak-Krupa (red.), *Mecenas. Kolekcjoner. Odbiorca*. Warszawa: PWN.
- Dmitruk, K.M. (1999). *Wokół teorii i historii mecenatu*. W: J. Kostecki (red.), *Z dziejów mecenatu kulturalnego w Polsce* (s. 11–33). Warszawa: Fundacja Bankowa im. L. Kronenberga, Biblioteka Narodowa.
- Eagleton, T. (2012). *Po co nam kultura* (tłum. A. Górny). Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA.
- ERICarts (1999). *Essen Declaration: Ten Axioms for the Culture Industries in Europe, EU Presidency Conference: Culture Industries in Europe – A Comparison of Development Concepts*, Essen. Pobrane z: http://www.ericarts.org/web/files/134/en/culture_industries_essen_declaration.pdf (dostęp: 20.12.2011).
- Florida, R. (2010). *Narodziny klasy kreatywnej* (tłum. T. Krzyżanowski, M. Penkala). Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Gadacz, T. (2010). *Kultura a odpowiedzialność*. W: *Zarządzanie kulturą*. Kraków: Uniwersytet Jagielloński, Katedra Zarządzania Kulturą.
- Górnjak, J., Keler, K. (2008). *Rola systemów wskaźników w ewaluacji*. W: K. Olejniczak, M. Kozak, B. Ledzion (red.), *Teoria i praktyka ewaluacji interwencji publicznych* (109–128). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Akademia Leona Koźmińskiego.
- Hammond, J.S., Keeney, R.L., Raiffa, H. (2005). *Równe zamiany (even swaps) – metoda racjonalnego osiągnięcia kompromisu*. W: *Podjęmowanie decyzji* (s. 29–54) (tłum. A. Ossowska, T. Rzychoń, M. Witkowska) [Harvard Business Review on Decision Making.]. Gliwice: Helion.
- Hausner, J. (2008). *Zarządzanie publiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Hausner, J. i in. (red.) (2016). *Kultura i rozwój. Analizy, rekomendacje, studia przypadków*. Warszawa–Kraków: Instytut Studiów Zaawansowanych, Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej.
- Hewison, R. (2006). *Not a Sideshow: Leadership and Cultural Value*. Demos. Pobrane z: <http://www.demos.co.uk/publications/notasideshow> (dostęp: 22.04.2011).
- Holcombe, R.G. (1997). A Theory of the Theory of Public Goods. *Review of Austrian Economics*, 10 (1), 1–22. Pobrane z: http://mises.org/Journals/rae/pdf/R101_1.PDF (dostęp: 8.08.2011).
- Holden, J. (2004). *Capturing Cultural Value. How culture has become a tool of government policy*. Demos. Pobrane z: <http://www.demos.co.uk/files/CapturingCulturalValue.pdf> (dostęp: 11.04.2011).
- Holden, J. (2006). *Cultural Value and the Crisis of Legitimacy. Why culture needs a democratic mandate*. Demos, London. Pobrane z: <http://www.demos.co.uk/publications/culturallegitimacy> (dostęp: 11.04.2011).
- Holden, J. (2008). *Democratic culture*. Demos, London. Pobrane z: <http://www.demos.co.uk/publications/democraticculture> (dostęp: 15.01.2012).
- Holden, J. (2015). *The Ecology of Culture*. Arts and Humanities Research Council. Pobrane z: <http://www.ahrc.ac.uk/documents/project-reports-and-reviews/the-ecology-of-culture/> (dostęp: 20.09.2015)
- Ilczuk, D. (2012). *Ekonomika kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Jones, L.R., Thompson, F., Zumeta, W. (2001). Public management for the new millennium: Developing relevant and integrated professional curricula? *International Public Management Review*, 2 (2). Pobrane z: <http://www3.imp.unisg.ch/org/idt/ipmr.nsf/ac4c1079924cf935c1>

- 256c76004ba1a6/db189af5f8fedcbcc1256c76004e568a/\$FILE/IPMR_2_2_PM_in_New_Millennium.pdf (dostęp: 1.03.2013).
- Karolak, C., Kunicki, W., Orłowski, H. (2006). *Dzieje kultury niemieckiej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Klamer, A. (1996). *The Value of Culture. On the Relationship between Economics and Arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Kłosowski, W. (red.) (2011). *Kierunek KULTURA. W stronę żywego uczestnictwa w kulturze*. Warszawa: Mazowieckie Centrum Kultury i Sztuki.
- Last, A., Wetzels, H. (2011). Baumol's cost disease, efficiency, and productivity in the performing arts: An analysis of German public theaters. *Journal of Cultural Economics*, 35, 185–201.
- Lewis, J., Miller, T. (2003). *Critical Cultural Policy Studies*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- McGuigan, J. (1996). *Culture and the Public Sphere*. London: Routledge.
- Menger, P.M. (2010). *Cultural Policies in Europe. From a State to a City-Centered Perspective on Cultural Generativity*. National Graduate Institute for Policy Studies. Pobrane z: <http://www3.grips.ac.jp/~pinc/data/10-28.pdf> (dostęp: 22.12.2011).
- Moore, M.H. (1995). *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Mulcahy, K.V. (2006). Cultural policy: Definitions and theoretical approaches. *The Journal of Arts Management, Law, And Society*, 35 (4), 319–330.
- Namyślak, B. (2013). Zróżnicowanie poziomu rozwoju sektora kultury w miastach wojewódzkich w Polsce. *Prace Geograficzne*, 134, 101–120.
- O'Brien, D. (2010). *Measuring the value of culture: A report to the Department for Culture Media and Sport*. DCMS, London. Pobrane z: <http://www.culture.gov.uk/publications/7660.aspx> (dostęp: 3.03.2011).
- Olejniczak, K. (2008). *Wprowadzenie do zagadnień ewaluacji*. W: K. Olejniczak, M. Kozak, B. Ledzion (red.), *Teoria i praktyka ewaluacji interwencji publicznych* (s. 17–43). Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Akademia Leona Koźmińskiego.
- Poprawski, M. (2013). *Zastosowanie teorii wartości kultury Johna Holdena w polskich miastach*. W: A. Świętochowska, D. Mider, M. Poprawski, *Diagnoza sektora kultury w perspektywie miejskiej na podstawie oceny poszczególnych grup interesariuszy w oparciu o teorię wartości kultury Johna Holdena. Raport podsumowujący* (s. 191–208). Białystok: Stowarzyszenie Kreatywne Podlasie.
- Rottenberg, A. (2005). *Sztuka w Polsce 1945–2005*. Warszawa: Wydawnictwo Piotra Marciszuka Stentor.
- Samuelson, P. (1954). The pure theory of public expenditure. *Review of Economics and Statistics*, 36. Pobrane z: http://www.ses.unam.mx/docencia/2007II/Lecturas/Mod3_Samuelson.pdf (dostęp: 8.08.2011).
- Sanetra-Szeliga, J. (2013). *Sektor kultury a rozwój gospodarczy miasta*. W: J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla (red.), *Kultura a rozwój* (s. 413–434). Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Snowball, J.D. (2011). *Cultural value*. W: R. Towse (red.), *A Handbook of Cultural Economics* (s. 172–176). Cheltenham: Edward Elgar. Pobrane z: https://books.google.pl/books/about/A_Handbook_of_Cultural_Economics.html?id=eyXQbYAXCBOC&redir_esc=y (dostęp: 16.12.2011).
- Stiglitz, J.E. (2004). *Ekonomia sektora publicznego* (tłum. R. Rapacki i in.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Surdej, A. (2008). *Metoda analizy kosztów i korzyści: imperatyw efektywności w politykach publicznych*. W: A. Haber, M. Szałaj (red.), *Środowisko i warsztat ewaluacji* (s. 109–126). Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Szczepański, J. (1970). *Elementarne pojęcia socjologii*. Warszawa: PWN.
- Throsby, D. (2003). Determining the value of cultural goods: How much (or how little) does contingent valuation tell us? *Journal of Cultural Economics*, 27, 275–285.
- Throsby, D. (2006). *The value of cultural heritage: what can economics tell us?* W: K. Clark (red.), *Capturing the Public Value of Heritage*. The Proceedings of the London Conference, English

Heritage. Pobrane z: <http://www.helm.org.uk/upload/pdf/Public-Value.pdf> (dostęp: 4.09.2012).

Throsby, D. (2010). *Ekonomia i kultura* (tłum. O. Siara). Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.

Towse, R. (2011). *Ekonomia kultury. Kompendium* (tłum. H. Dębowski, K.L. Pogorzelski, Ł.M. Skrok). Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.

Zybała, A. (2012), *Polityki publiczne*. Warszawa: Krajowa Szkoła Administracji Publicznej.

Cultural Value in Public Policy Perspective

Abstract: This paper is a critical presentation of theoretical concepts of cultural values significant from the public policies' perspective. The author indicates changes, which has been made in perceiving cultural values within the last few decades, discusses economics based methods and broad interpretations of cultural value.

Keywords: cultural value, cultural policy, theory value of culture.