

LLUÍS BONET

UNIWERSYTET W BARCELONIE

EMMANUEL NÉGRIER

UNIWERSYTET W MONTPELIER
NARODOWE CENTRUM BADAŃ NAUKOWYCH (CNRS)

Uczestnictwo w kulturze w dialektycznym napięciu między demokratyzacją kultury a demokracją kulturową

Wstęp

Współczesne polityki kulturalne zwracają uwagę – czasem bardziej w swej teoretycznej argumentacji niż praktycznej realizacji, a zwłaszcza w podziale budżetowym – na dwie kwestie: z jednej strony promują twórczość, produkcję artystyczną i ochronę dziedzictwa kulturowego, z drugiej – mają na celu promowanie uczestnictwa obywateli w kulturze. Istnieje jednak asymetria pod względem priorytetów i zainwestowanych środków między polityką kulturalną promującą podaż a tą, która promuje popyt¹. Pół wieku po maju 1968 r. debata na temat polityki kulturalnej prowadzona jest albo w ramach dominującego paradygmatu demokratyzacji kultury, ściśle związanego z promocją oferty cechującej się doskonałością artystyczną lub dziedzictwem, albo w ramach drugorzędnego, często marginalnego paradygmatu demokracji kulturowej. Polityki demokratyzacji kultury mają na celu upowszechnienie

¹ D. Haselbach, A. Klein, P. Knüsel, S. Opitz, *Der Kulturinfarkt*, München 2012; P. Meyer-Bisch, *Cultural Rights, Ends and Means of Democracies? The Protection and the Creation of Cultural Rights, Conditions of any Citizenship*, w: *The cultural component of citizenship, an inventory of challenges*, Bruxelles 2012, s. 225–235; J.M. Lucas, *Les droits culturels. Enjeux, Débats, Expérimentations*, Paris 2017.

spuścizny kulturowej i poszerzenie kręgu jej odbiorców oraz zwiększenie zainteresowania publiczności współczesną twórczością, zwłaszcza projektami i insyтуcjami wspieranymi przez rząd². Demokracja kulturowa kładzie nacisk na różnorodność form wypowiedzi w ramach kultury, zdolność do tworzenia i uczestnictwa w niej różnych grup, często tych dawniej wykluczonych z kultury oficjalnej³.

Tym, co najbardziej odróżnia jeden paradygmat od drugiego, jest znaczenie stosowanego terminu „kultura”, tj. treść i symboliczna wartość wypowiedzi artystycznej lub dziedzictwa, na których każda strategia polityczna skupia swoją uwagę. Oba paradygmaty łączy zaś zainteresowanie uczestnictwem. Jednak podobnie jak termin „kultura” jest polisemiczny, również pojęcie „uczestnictwa” cechuje wielość znaczeń⁴. W wąskim rozumieniu tego słowa zachęcanie do uczestnictwa w kulturze jest funkcją dobrej strategii marketingowej. Jej głównym celem jest popularyzowanie i poszerzanie uczestnictwa: liczba sprzedanych książek lub biletów na spektakle czy do muzeów, liczba użytkowników biblioteki, domu kultury lub szkół artystycznych itp. Chodzi nie tylko o poszerzanie ilościowe (pojedynczy użytkownicy lub częstotliwość powtórzeń), ale także jakościowe: zwiększanie bazy społecznej, pokoleniowej i geograficznej publiczności korzystającej z oferty kulturalnej⁵. Jest to cel wspólny dla menedżerów kultury oraz osób odpowiedzialnych za publiczne polityki kulturalne, ponieważ jedni i drudzy wykorzystują go do oceny realizacji swoich celów (często stanowi on główny wskaźnik zarówno poziomu wsparcia publicznego, jak i oceny końcowego rezultatu).

Można jednak posłużyć się jeszcze dwoma znaczeniami uczestnictwa w kulturze, przy czym obydwa są bardziej ambitne niż – nie zawsze łatwe – poszerzenie kręgu odbiorców skłonnych do korzystania z proponowanej oferty kulturalnej, jak to zakłada strategia marketingowa. Pierwsze z nich skupia się na strategii rozwoju widowni, która zakłada program edukacji, w którym wydarzenie kulturalne i publiczność są w równym stopniu protagonistami

² P. Poirrier, *Pour une histoire des politiques culturelles dans le monde (1945–2011)*, Paris 2011.

³ M. Lamont, M.L. Small, *Cultural diversity and poverty eradication. Working Paper 2007–25*, Cambridge, Mass. 2007.

⁴ C. Bishop, *Participation*, Cambridge 2006; A.S. Brown, J.L. Novak-Leonard, S. Gilbride, *Getting in on the act: how arts groups are creating opportunities for active participation*, San Francisco 2011.

⁵ L. Bonet, E. Négrier, *The End(s) of National Cultures? Cultural Policy in the Face of Diversity*, „International Journal of Cultural Policy” 17(1)/2011, s. 1–16; A. Ariño, *Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad*, Barcelona 2010; O. Donnat, *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Paris 2009.

działania publicznego⁶. Drugim jest dodanie do terminu „partycypacja” przymiotnika „aktywna”. W takich strategiach, typowych dla paradygmatu demokracji kulturowej, głównym podmiotem polityki jest obywatel, który bierze na siebie odpowiedzialność za programowanie, zarządzanie, przyjmowanie publiczności albo artystów lub który decyduje się na współpracę w procesach twórczych bądź w sferze ochrony i podkreślania wartości dziedzictwa. W obu znaczeniach wyzwanie ma charakter kulturowy, związany z potrzebą ponownego uznania twórczości lub dziedzictwa przez społeczeństwo.

W niniejszym tekście przeanalizujemy strategie leżące u podstaw tych znaczeń w kontekście ewolucji różnych paradygmatów polityki kulturalnej rozwijanych w zachodnich demokracjach w ciągu ostatnich stu lat. Ocenione zostaną cele, cechy, instrumenty, rezultaty i ryzyko głównych strategii uczestnictwa w kulturze, związanych z wdrożeniem paradygmatów demokratyzacji kultury i demokracji kulturowej, a także dialektyczne napięcie między nimi. Artykuł kończy się refleksją na temat nierozwiązanych dylematów społecznych, politycznych i menedżerskich w większości doświadczeń polityki kulturalnej skupiającej się na uczestnictwie w kulturze.

Ewolucja i wzajemne oddziaływanie paradygmatów polityki kulturalnej w zachodnich demokracjach

Jednym z głównych zadań współczesnych demokratycznych polityk kulturalnych jest poszerzanie uczestnictwa społeczności w kulturze⁷. Nie podważając pozycji budowanej przez wieki przez humanizm i kulturę artystyczną, próbowały one przełamać klasowe bariery dostępu do „kultury wysokiej”. Jest to zadanie złożone, gdyż opanowanie kodów pozwalających nam tworzyć, rozumieć lub cieszyć się wypowiedziami pełnymi odniesień do tradycji każdej ze sztuk czy efektami procesów twórczych jest możliwe tylko dzięki bliskiemu lub długiemu obcowaniu z nimi, charakterystycznemu dla specjalistycznej, często elitarnej edukacji.

Opanowanie tych kodów było do niedawna oznaką społecznej dystynkcji, warunkiem awansu społecznego lub przywilejem intelektualistów bądź duchownych, odpowiedzialnych za tworzenie i utrzymanie porządku ideologicznego. W XIX i pierwszej połowie XX wieku, w miarę jak we współczesnych społeczeństwach od coraz większych grup ludności wymagano opanowania

⁶ L. Jancovic, F. Bianchini, *Problematising Participation*, „Cultural Trends” 22(2)/2013, s. 63–66.

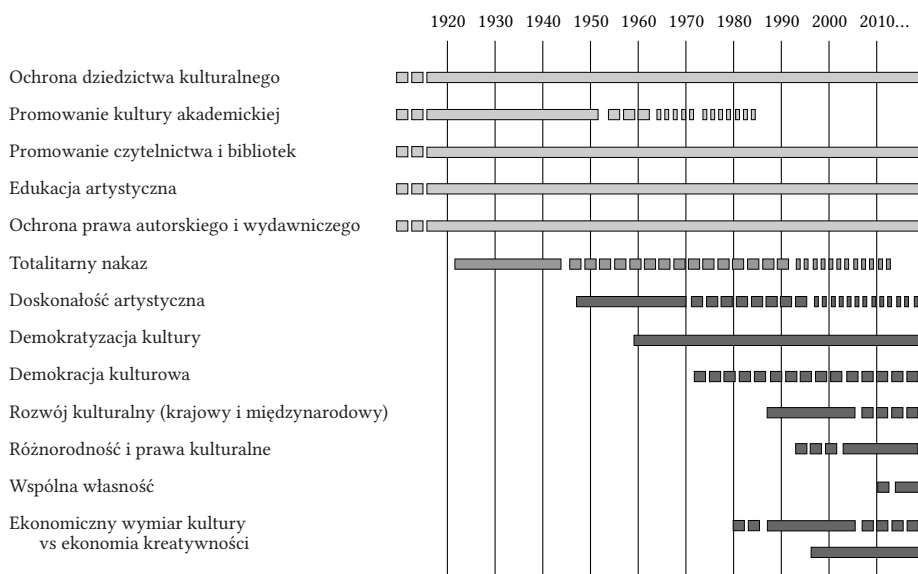
⁷ A. Rodriguez Morató, *La sociedad de la cultura*, Barcelona 2007.

niektórych z tych kodów, instytucje edukacyjne i powstające instytucje kultury (muzea, archiwa, biblioteki i szkoły artystyczne) postawiły sobie za cel upowszechnianie i dzielenie się tą zgromadzoną wiedzą. Dostępność obiektów kultury czy ambitność programów edukacyjnych będą więc zależały od dominującego w każdym kraju i okresie historycznym projektu społecznego i ekonomicznego, będącego efektem walki ideologicznej i walki interesów między różnymi grupami władzy.

Międzynarodowa analiza porównawcza pozwoliłaby dostrzec przyczyny i momenty, które wyjaśniają wdrażanie strategii poszerzania bazy społecznej odbiorców „kultury wysokiej”⁸. Jednak czym innym jest otwieranie bibliotek i muzeów z wolnym dostępem lub tworzenie dostępnych szkół artystycznych, a czym innym wdrożenie wszelkich niezbędnych działań, aby społeczny szklany sufit nie powstrzymywał osób „niepożądanych” przed dostaniem się do świątyni wiedzy. Takie strategie demokratyzacji kultury rozpowszechniły się w Europie Zachodniej jako część polityki publicznej dopiero w połowie XX wieku.

Historyczne spojrzenie na paradygmaty polityki kulturalnej w demokracjach zachodnich pozwala wyróżnić dwa główne okresy historyczne, na które wpływ miały totalitaryzmy. Do lat 30. XX wieku polityki kulturalne były z jednej strony zależne od działań edukacyjnych, z drugiej zaś – stanowiły narzędzie w służbie symbolicznej budowy państwa narodowego, dyplomacji publicznej oraz ideologicznych i symbolicznych ram, które warunkują istnienie społeczeństwa. Głównymi obszarami interwencji nowoczesnego państwa w kulturę były: ochrona i podkreślanie wartości dziedzictwa artystycznego i historycznego, promocja czytelnictwa przez biblioteki publiczne, edukacja artystyczna oraz ochrona prawa autorskiego i wydawniczego. Wszystko to przy założeniu, że kultura akademicka chroni pewne dziedzictwo, spuściznę artystyczną oraz koncepcję piękna i moralności, a także ideę politycznej poprawności. Z tego powodu alternatywne lub przełomowe formy ekspresji awangardowej czy ekspresja kulturowa mniejszości narodowych lub mniejszości społecznie marginalizowanych nie stanowią części rządowego programu kulturalnego. Wręcz przeciwnie, są one narażone na cenzurę państwa lub spotykają się z milczeniem i ukrytą pogardą ze strony intelektualistów z kręgów przychylnych rządzącym politykom. Trzeba było doświadczenia totalitaryzmów, aby osoby podejmujące decyzje w ramach demokratycznych polityk kulturalnych zdały sobie sprawę z tego, jak niewielka jest faktyczna ochrona wolności słowa. Być może z tego powodu jedynym paradygmatem, który

⁸ E. Négrier, L. Bonet, M. Guerin (red.), *Music Festivals, a Changing World. An International Comparison*, Paris 2013; M. Pyykkonen, N. Simanainen, S. Sokka, *What about Cultural Policy?*, Helsinki 2009.



Rys. 1. Rozwój paradygmatów polityki kulturalnej

Objaśnienia: linie ciągłe przedstawiają okresy apogeum danego paradygmatu;
linie przerywane, dłuższe i krótsze – okresy mniejszej aprobaty dla nich.

Źródło: opracowanie własne.

niemal zniknął ze współczesnych polityk kulturalnych, jest właśnie promocja kultury akademickiej.

W drugiej połowie XX wieku do demokratycznych polityk kulturalnych stopniowo włączano cztery nowe paradygmaty: doskonałość artystyczną (zastępującą kanon kultury akademickiej), demokratyzację kultury, demokrację kulturową (z różnorodnością celów) oraz waloryzację wymiaru ekonomicznego, który w końcu został ograniczony do programów promujących ekonomię kreatywności. Pierwsze trzy z nich mają bezpośredni wpływ na rozwój polityk publicznych promujących uczestnictwo w kulturze.

Polityki kulturalne po upadku systemów totalitarnych opierały swoje działania na niejasnym kryterium doskonałości⁹. W ten sposób rozwiązano dwa ważne problemy, gdy zaczęto wdrażać państwo opiekuńcze w sferze kultury. Z jednej strony, dopuszczono kryterium wewnętrznej logiki kultury, autonomiczne wobec politycznej dyskrecjonalności, respektujące wolność wypowiedzi (ograniczaną przez totalitaryzmy) i traktujące twórczość awan-

⁹ J. Lewis, T. Miller (red.), *Critical Cultural Policy Studies. A Reader*, Oxford 2003; P. Poirrier, *Pour une histoire des politiques culturelles...*

gardową jako sferę, w którą publiczność może ingerować. Należy pamiętać, że wcześniejsze polityki kulturalne nie wspierały przełomowych form ekspresji, ponieważ nie należały one jeszcze do sztuk zatwierdzonych przez akademię. Z drugiej strony, wspierano niekomercyjne formy wypowiedzi artystycznej, które wobec niemożności utrzymania się na wolnym rynku wymagają mecenatu filantropów lub wsparcia ze strony państwa. W krajach anglosaskich i skandynawskich osobami odpowiedzialnymi za zapewnienie doskonałości projektów ubiegających się dofinansowanie państwa byli eksperci wybierani przez rady artystyczne ze względu na swoje doświadczenie i niezależność. Tymczasem w krajach śródziemnomorskich i niemieckojęzycznych to urzędnicy wyższego szczebla odpowiadali za ustalanie zasad przyznawania dotacji, przy mniej lub bardziej doraźnych naciskach ze strony polityków. W obu przypadkach decydującą rolę odegrały osoby odpowiedzialne za planowanie publicznej infrastruktury kulturalnej, i to właśnie w tym kontekście pojawiły się trudności między wspieraniem twórczości wysokiej jakości, czasami o skomplikowanych kodach dostępu, a poszukiwaniem dla niej odbiorców.

Polityki demokratyzacji kultury nie kwestionują społecznie dominującego znaczenia tego, co rozumie się przez kulturę, a więc tego, co zasługuje na ochronę i promowanie ze środków publicznych. Dopiero w latach 70., w efekcie debaty ideologicznej wywołanej przez ruch kontrkulturowy, publiczne polityki kulturalne nieśmiało wyszły ze sfery „kultury wysokiej”, obejmując świat szeroko rozumianej ekspresji o charakterze kulturalnym. Romantyczne ruchy narodowościowe już wcześniej wykorzystywały środki wyrazu wywodzące się z tradycji ludowej, zwłaszcza gdy społeczeństwo przemysłowe zaczęło zagrażać tożsamości zbiorowej, na której można było symbolicznie budować wspólnoty polityczne (skonsolidowane lub powstałe w wyniku procesów emancypacji narodowej). Ale to właśnie w ostatnim trzydziestolecu XX wieku manifestacje kultury masowej, te, które promował przemysł kulturalny (i które szkoła frankfurcka wyklęła), zostały powoli włączone w działania rządu, szczególnie poprzez publicznych nadawców radiowych i telewizyjnych, oraz działania mające przyciągnąć młode pokolenie. Nie obyło się to bez oporu ze strony wielu pracowników kultury i samych widzów, którzy byli wykształceni w tradycyjny sposób, tj. ukierunkowany na uprzywilejowaną pozycję pojęć tradycji i doskonałości.

W tym sensie definicja kultury przedstawiona na Pierwszej Europejskiej Konferencji Polityk Kulturalnych w Helsinkach w 1972 r. trafnie oddaje trudność, jaką zaledwie cztery lata po maju 1968 r. stanowiła dla ówczesnych urzędników wysokiego szczebla w dziedzinie kultury i ich doradców konieczność przejścia od kanonicznego znaczenia tego terminu, powstałego w Oświeceniu, do znaczenia antropologicznego. Próbując zwiększyć możliwości inge-

rencji tych polityk, zdefiniowali oni pojęcie kultury bardziej opozycyjnie (na pozytywną definicję kultury trzeba było poczekać do konferencji w Meksyku w 1982 r.):

Kultura to nie tylko nagromadzenie dzieł i wiedzy, które elita wytwarza, gromadzi i zachowuje, aby je udostępnić, lub które naród mający bogatą przeszłość i dziedzictwo oferuje innym: [...] nie ogranicza się do dostępu do dzieł sztuki i nauk humanistycznych, ale jest także zdobywaniem wiedzy, sposobem życia, potrzebą komunikacji; [...] nie jest terytorium do zdobycia lub posiadania, tylko sposobem zachowania się w stosunku do samego siebie, do bliźnich, do natury.

Nawet dziś obiektywne spojrzenie na większość działań kulturalnych finansowanych z publicznych pieniędzy koncentruje się na oświeceniowym rozumieniu kultury.

Praktyki partycypacyjne – między demokratyzacją a demokracją kulturową

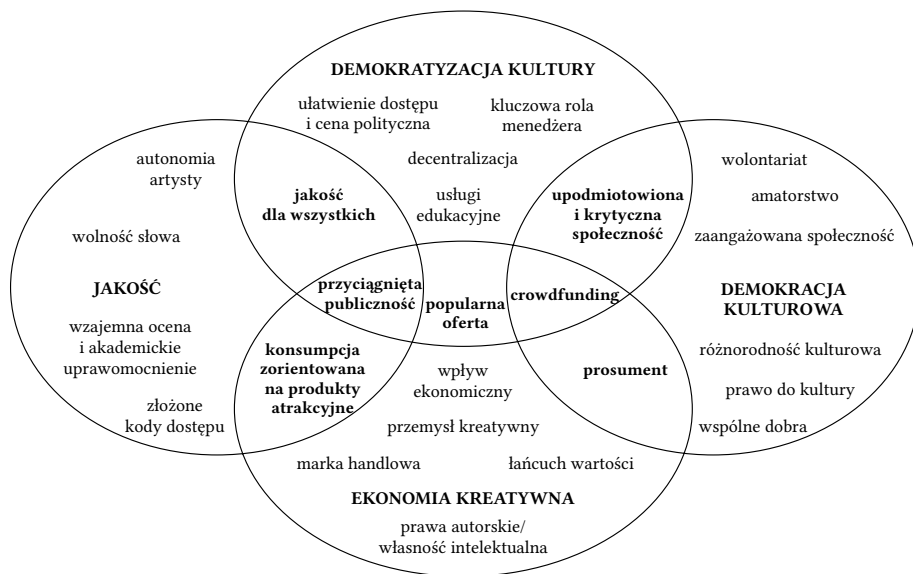
W ramach paradygmatu doskonałości i coraz większego nacisku na jakość i doskonałość oferty rola uczestnictwa jest tej ofercie podporządkowana. To wyjaśnia, dlaczego główna krytyka sposobu wdrażania tego paradygmatu nie wynika z niewystarczającego uwzględnienia odbiorców, ale z przyjętych kryteriów ustalania priorytetów. Menedżerowie i twórcy polityk publicznych, wraz z krytykami i osobami domagającymi się wsparcia ze strony rządu, stanowią część tej samej zamkniętej grupy profesjonalistów, która wyklucza osoby niepodzielające dominujących wartości artystycznych (np. sztuki figuratywnej w przeciwieństwie do abstrakcji). Narzucony zostaje system autoreferencyjnych, często subiektywnych kryteriów jakości i doskonałości¹⁰. Poza tą krytyką trwałość wspomnianego paradygmatu na przestrzeni dziesięcioleci, a także odpowiadających mu instytucjonalnych instrumentów wsparcia tłumaczona jest następującymi powodami: a) trudnością w znalezieniu alternatywnych kryteriów, które pozwoliłyby zachować autonomię sztuki i dziedzictwa w obliczu innych dominujących logik (ekonomicznych, społecznych lub politycznych); b) zwiększeniem liczby form ekspresji kulturalnej uprawnionych do otrzymywania wsparcia publicznego i wynikającym z tego uelastycznieniem kryteriów jakości i doskonałości stosowanych w tych przypadkach (napędzanych bardziej eklektycznymi lub postmodernistycznymi poglądami).

¹⁰ B. Walmsley, *Co-creating theatre: authentic engagement or inter-legitimation?*, „Cultural Trends” 22(2)/2013, s. 108–118.

Dla kontrastu paradygmat demokratyzacji kultury stawia publiczność w centrum swojej strategii oddziaływania. Jej celem jest zaoferowanie możliwie najwyższej jakości (przy podporządkowaniu wyższemu celowi, jakim jest doskonałość) jak największej liczbie osób. Jej instrumenty mają ułatwiać dostęp do oferty kulturalnej i dóbr kultury poprzez ograniczenie barier ekonomicznych, społecznych, edukacyjnych i geograficznych. Rola menedżera jako pośrednika między podażą a popytem jest fundamentalna w realizacji zadania, jakim jest wybór tego, co jest najbardziej odpowiednie dla każdej publiczności, oraz ilościowe i jakościowe zwiększenie uczestnictwa w kulturze. W tym kontekście usługi edukacyjne odgrywają coraz większą rolę, zwłaszcza gdy są skierowane nie tylko do znanych odbiorców, ale także do innych użytkowników. Strategie demokratyzacji kultury, jeśli są naprawdę ambitne, mają na celu poprawę jakości jednostkowego i zbiorowego doświadczenia, jakim jest kontakt z prezentowanym dziełem lub procesem. Inicjatywa i moc decyzyjna należy do menedżera kultury, ale w miarę jak zbliżamy się do faktycznego rozwoju publiczności, jego kompetencje zasadniczo wzrastają, łącząc się z celami i praktykami przyjętymi dla paradygmatu demokracji kulturowej.

Rysunek 2 pokazuje, w jak różny sposób, w zależności od dominującego paradygmatu polityki kulturalnej, wyrażane jest uczestnictwo w kulturze. Różne rodzaje relacji między twórcami, menedżerami i widzami są dostosowane do celów politycznych każdego rządu na szczeblu administracyjnym. Logika leżąca u podstaw polityki, mniej lub bardziej zbliżona do każdego z paradygmatów, może przyczyniać się do powstawania sojuszy lub napięć między podmiotami o specyficznych interesach i motywacjach (dyrektorami artystycznymi, edukatorami, menedżerami, młodzieżą w jej własnych przestrzeniach kulturowych, operatorami cyfrowymi itp.). Wdrażanie polityki publicznej poprzez zachęcanie do przedkładania jednych strategii nad inne (np. promowanie ekonomii kreatywnej zamiast wspierania międzyklasowego dostępu do kultury) powoduje, że choć istnieją wspólne interesy (linia popularnych programów lub propozycje ekonomii współpracy), to następuje również rozwój strategii i instrumentów związanych z każdym paradygmatem. Jednocześnie, z perspektywy porównawczej, można zaobserwować dwie przeciwstawne dynamiki: z jednej strony, mamy do czynienia z rosnącą standaryzacją strategii i instrumentów udostępnianych przez różne administracje (np. wiele administracji zastępuje tradycyjne młodzieżowe centra kultury laboratoriami multimedialnymi); z drugiej – wszystkie starają się mieć jakiś oryginalny projekt, który odróżnia je od innych i jest odpowiedzią na presję wywieraną przez ich wpływowych agentów¹¹.

¹¹ L. Bonet, E. Négrier, *La tensión estandarización-diferenciación en las políticas culturales. El caso de España y Francia*, „Gestión y Análisis de Políticas Públicas” 6/2011, s. 53–73.



Rys. 2. Uczestnictwo w różnych paradygmatach polityki kulturalnej

Źródło: opracowanie własne na podstawie L. Bonet, E. Négrier, *The Participative Turn in Cultural Policy: Paradigms, Models, Contexts*, „Poetics” 66(1)/2018, s. 70.

Jednak tym, co w większości przypadków łączy paradygmat demokratyzacji kultury z paradygmatem demokracji kulturowej, jest celowe sprzyjanie upodmiotowionym i krytycznym społecznościom. Demokracja kulturowa odchodzi jednak od kanonu, który określa, co jest doskonałe, aby zrobić miejsce dla różnorodności form ekspresji kulturalnej, w tym tych, co należą do tradycyjnie marginalizowanych grup społecznych. Perspektywa wertykalna, od menedżera do docelowego odbiorcy, zostaje zastąpiona logiką horyzontalną, która opiera się na prawach i ekspresji kulturalnej ludzi w celu stworzenia bardziej partycypacyjnych propozycji i doświadczeń.

Tabela 1 przedstawia podział każdej z trzech charakterystycznych strategii demokratyzacji kultury – budowania lojalności, odnowy i rozwoju publiczności¹², wraz ze strategią obywatelskiego upodmiotowienia w ramach demokracji kulturowej. W przypadku każdej z nich opisano główne cechy charakterystyczne (czyż to inicjatywa, w jakim stopniu władza jest dzielona, jaki jest poziom rozwoju osobistego w wyniku kontaktu z dziełem artystycznym lub dziedzictwem kulturowym), stosowane instrumenty, oczekiwane rezultaty, a także niektóre rodzaje ryzyka, jakie mogą się z nimi wiązać. Budowanie lo-

¹² E. Négrier, A. Djakouane, M. Jourda, *Les publics des festivals*, Paris 2010.

Tabela 1. Strategie budowania lojalności, odnowienia, rozwoju i upodmiotowienia publiczności

Strategia	Cechy charakterystyczne	Instrumenty	Rezultaty	Ryzyko
Budowanie lojalności	Inicjatywa: projekt kulturalny Władza: słabo dzielona Rozwój osobisty: niski	<ul style="list-style-type: none"> - elastyczna subskrypcja - oferta w pakiecie - analiza CDR - towarzysztwo przyjaciół - wydarzenia zarezerwowane 	<ul style="list-style-type: none"> - lepsza znajomość publiczności - regularne uczestnictwo - wyższa sprzedaż - mniejsze ryzyko finansowe - najpierw zobowiązanie, potem korzystanie 	<ul style="list-style-type: none"> - starzejąca się publiczność - nacisk subskrybenta na program (gust, oczekiwania)
Odnowienie	Inicjatywa: projekt kulturalny Władza: podzielona Rozwój osobisty: niski	<ul style="list-style-type: none"> - wstęp wolny lub inny cenik dla grup - wstęp połączony z innymi propozycjami - urozmaicenie programu - zdecentralizowanie oferty - nadzwyczajne miejsce lub czas 	<ul style="list-style-type: none"> - odzyskanie swojej publiczności - zdobycie nowej publiczności - uprawomocnienie społeczne i polityczne 	<ul style="list-style-type: none"> - przyciągnięcie przypadkowej publiczności - możliwe zniechęcenie publiczności bardziej ułożonej się z grupą lub najbardziej wymagającej

Demokracja kulturalna	
Rozwój	<p>Inicjatywa: projekt kulturalny Władza: dzielona z innymi instytucjami Rozwój osobisty: średni</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - internet i wirtualne kanały o szerokiej treści - marketing społecznościowy - rodzinny program edukacyjny - wizyty w miejscach twórczości - debaty między artystami a publicznością - pobyty artystyczne z programem aktywnego uczestnictwa
	<ul style="list-style-type: none"> - przyznanie większej, bardziej wymagającej i/lub zaangażowanej publiczności - zachęcanie do nowych praktyk kulturalnych - większy rozwój osobisty i erudycja - współpraca z innymi lokalnymi instytucjami
	<ul style="list-style-type: none"> - nacisk na nowe priorytety i włączenie zewnętrznych talentów - większe oddziaływanie na jakość niż na ilość - skomplikowane zarządzanie wraz z sojusznikami i mediatoremami
Upodmiotwienie	<p>Inicjatywa: projekt kulturalny lub społeczność obywateli Władza: dzielona z zaangażowanymi społecznościami Rozwój osobisty: wysoki</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - wolontariat w zakresie ogłaszania, przyjmowania publiczności lub artystów - tworzenie i interpretowanie dziedzictwa kulturalnego lub współdzielona nad nim praca - program aktywnego uczestnictwa - produkcja artystyczna i zarządzanie partycypujące
	<ul style="list-style-type: none"> - dzielenie się władzą z zaangażowanymi obywatelami - większe uprawnienie, wsparcie i wpływ społeczny i wspólnotowy - intensywne zaangażowanie ze strony małych społeczności
	<ul style="list-style-type: none"> - oddziaływanie bardziej jakościowe niż ilościowe - skomplikowane zarządzanie partycypujące - zaangażowanie wyczerpujące lub powodujące uzależnienie

Źródło: opracowanie własne na podstawie E. Négrier, A. Djakouane, M. Jourda, *Les publics des festivals*, Paris 2010.

jalności jest niewątpliwie najbardziej tradycyjną i zachowawczą strategią; nie wiąże się z dzieleniem się władzą, a rozwój osobisty dzięki obcowaniu z dziełem sztuki lub dziedzictwem jest niewielki. Pozwala lepiej poznać własną widownię (dziś w sposób bardziej analityczny dzięki technikom CDR w systemie ticketowym), zapewnić sobie widownię i przychody, a tym samym zmniejszyć ryzyko finansowe. Zagrożeniem dla tej strategii jest starzejąca się, nie tylko pokoleniowo, publiczność oraz większa podatność na ingerencję (pozytywną i negatywną) w linię artystyczną ze strony upodmiotowionych odbiorców.

Drugą strategią jest odnowa publiczności, która podobnie jak budowanie lojalności jest ważną częścią każdego planu marketingowego. Oznacza większą elastyczność oferty, ponieważ często wiąże się z dywersyfikacją, decentralizacją terytorialną i czasową. Pozwala na przyciągnięcie nowej publiczności lub odzyskanie utraconej, a także na większe uprawomocnienie społeczne i polityczne. Główne zagrożenia tej strategii to płytkie oddziaływanie, a także negatywny wpływ na stałą publiczność (uważającą, że traci tożsamość grupową) lub na tych, którzy potrzebują bardziej wymagającej oferty programowej.

Trzecia strategia rozwoju publiczności jest bardziej zaangażowana i mieści się między paradygmatem demokratyzacji kultury a paradygmatem demokracji kulturowej. Obejmuje edukację o zasięgu lokalnym i rozwój społeczności, który wykracza poza oddziaływanie przez kontakt z dziełem artystycznym lub dziedzictwem kulturowym. Aby przyniosło to efekty, wymaga tworzenia sieci i dzielenia się władzą z innymi profesjonalistami oraz podmiotami lokalnymi i międzynarodowymi (centra edukacyjne, organizacje sąsiedzkie, stowarzyszenia zawodowe itp.). Polega na oferowaniu programu wykraczającego poza granice, na marketingu społecznościowym zarówno wśród mieszkańców dzielnic i miejsc trudnych ze względów społecznych, jak i osób poszukujących nowych treści oraz formatów wirtualnych, z wartościowymi propozycjami dla specyficznych grup (program edukacyjny dla rodzin, wizyty w przestrzeniach, gdzie powstają dzieła sztuki, partycypacyjne pobyty artystyczne, spotkania-debaty między artystami a publicznością itp.). Celem jest zarówno przyciągnięcie szerszej publiczności i zachęcenie do nowych praktyk kulturalnych, jak i odpowiadanie na potrzeby osób poszukujących doświadczeń wymagających większego zaangażowania, które przeczą temu, że nie udaje się odnowić publiczności, gdy przedstawia się jej projekty wymagające lepszego przygotowania intelektualnego lub większego wysiłku poznawczego¹³. Głównym zagrożeniem tej strategii są bardziej jakościowe niż ilościowe wyniki (nie zawsze wystarczająco doceniane przez niektórych sponsorów lub decy-

¹³ E. Négrier, *Festivalisation: patterns and limits*, w: Ch. Newbold, Ch. Maughan, J. Jordan, F. Bianchini (red.), *Festivals in Focus*, London 2015, s. 18–27.

dentów), skomplikowane relacje z niektórymi sojusznikami lub mediatorami procesu (nauczycielami, stowarzyszeniami lokalnymi, ośrodkami społecznymi itp.) oraz pojawienie się wewnętrznych napięć w organizacji związanych z odmawianiem prymatu tradycjonalizmowi i z włączeniem talentów z zewnątrz.

Czwarta strategia koncentruje się na upodmiotowieniu, dzieleniu się z członkami społeczności oraz ich angażowaniu, a także na zapewnieniu, że ich zainteresowanie wyrażaniem się przez kulturę znajdzie upust. Wszystkie te cele są nieodłącznie związane z paradygmatem demokracji kulturowej. Inicjatywa może zrodzić się w samej instytucji kulturalnej lub być wynikiem procesu obywatelskiego mającego na celu promocję nowego projektu bądź ratowanie przestrzeni. W każdym razie oznacza to dzielenie się władzą i zarządzanie mieszanymi zespołami (profesjonalistów i wolontariuszy), uwzględnianie różnych zachęt, wzbudzanie empatii oraz radzenie sobie z napięciami. Podobnie jak w innych strategiach, ważne jest też przeciwdziałanie nierównemu udziałowi w tych inicjatywach osób o większym kapitale społecznym, edukacyjnym i kulturowym.

Presja na osiągnięcie dobrych wyników ilościowych w kategoriach konwencyjnego marketingu oznacza, że w wielu projektach kulturalnych więcej uwagi i środków poświęca się na strategię budowania lojalności u publiczności lub odnowy niż na strategię rozwoju lub upodmiotowienia¹⁴. Znaczenie programów edukacyjnych, programów dla specjalnej publiczności czy projektów wprowadzających do sztuki współczesnej lub dziedzictwa kulturowego w większości muzeów lub przestrzeni, gdzie odbywają się występy na żywo, jest niedoceniane, a projekty są niedofinansowane przez profesjonalistów z dziedziny sztuki lub dziedzictwa kulturowego. W przypadku strategii demokracji kulturowej pojęcie uczestnictwa w kulturze zostaje jednak wzbogacone o głębsze znaczenie. Nie chodzi o to, by skonfrontować wspólnotę z ofertą poprzedzoną określonym kanonem, ale o to, by wyjść od wielości różnych form ekspresji kulturowej tej wspólnoty i upoważnić obywateli do decydowania o tym, jak dzielić się nimi w partycypacyjny sposób z innymi.

Pogląd ten łączy się z nurtami transformacji społecznej (także politycznej) napędzanej w dużej mierze przez czynniki technologiczne. Łatwość dostępu do wszelkich form ekspresji kulturowej (zwłaszcza tej należącej do głównego nurtu) i możliwość dzielenia się nią, a także większe zapotrzebowanie na indywidualny i społeczny prestiż sprzyjają mnożeniu się projektów, które włączają uczestnictwo jako wyróżniający czynnik w ich strategii zwrotu społecznego.

¹⁴ B. Walmsley, *From arts marketing to audience enrichment: How digital engagement can deepen and democratize artistic exchange with audiences*, „Poetics” 58/2016, s. 66–78.

W tym kontekście powstało wiele inicjatyw, które próbują przełamać syndrom czwartej ściany, przewyżając pasywną rolę odbiorców jako zwykłych konsumentów udostępnionej im usługi kulturalnej¹⁵. Są to doświadczenia, w których człowiek może być producentem, mediatorem i/lub konsumentem kultury, czyli tym, co zwykle się nazywać prosumentem. W formatach cyfrowych hybrydyzacja lub krzyżowanie funkcji jest łatwiejsze do zrealizowania, ale występuje również w analogowych formatach sztuk wizualnych lub występów na żywo. W tym ostatnim przypadku projekt Be-SpectACTive!¹⁶ bada różne formy upodmiotowienia publiczności: od programowania lub produkcji partycypacyjnej po pobyty artystyczne w koprodukcji międzynarodowej lub formy interakcji poprzez platformy wirtualne. To doświadczenie pokazuje pewne zastrzeżenia, ryzyko, napięcia i ograniczenia projektów, które zrywają ze *status quo*. Dzielenie się władzą czy utrzymanie prestiżu w dziedzinie opartej na niematerialnej wartości, jaką jest programowanie artystyczne, nie jest oczywiste i rodzi wątpliwości wśród zaangażowanych podmiotów.

Refleksja końcowa

Strategie zachęcające do uczestnictwa stopniowo zyskiwały uznanie, miejsce i środki w rządowych programach wspierania kultury od lat 60. w większości krajów zachodnich. Cztery główne paradygmaty, które kierują polityką kulturalną, promują w taki czy inny sposób uczestnictwo obywateli. W paradygmacie doskonałości jest ona zasadniczo skierowana do wybranych odbiorców, zdolnych do zrozumienia i współdziałania z wymagającymi propozycjami artystycznymi i dotyczącymi dziedzictwa kulturowego. W paradygmacie ekonomii kreatywnej publiczność jest niezbędna nie tylko do tego, by projekty były rentowne, ale też wiele nowych modeli biznesowych opiera się na różnych formach relacji z publicznością i partycypacji, od zjawiska prosumenta po mikrofinansowanie partycypacyjne (lub *crowdfunding*). W każdym razie obydwie paradygmaty, które w największym stopniu skupiają się na wspieraniu uczestnictwa, to demokratyzacja kultury i demokracja kulturowa. Pierwszy z nich był i nadal jest głównym punktem odniesienia, ponieważ z perspektywy priorytetów programowych i codziennej praktyki, a przede wszystkim przełożenia na dostępność zasobów budżetowych, ludzkich i materialnych, ma on największy udział. Z kolei strategie związane z paradygmatem demo-

¹⁵ L. Bonet, E. Négrier (red.), *Breaking the forth wall: proactive audiences in the performing arts*, Elverum 2018.

¹⁶ <http://www.bespectactive.eu/>

kracji kulturowej otrzymują w porównaniu z nim nie tylko znacznie mniej zasobów ludzkich i finansowych, ale wręcz budzą kontrowersje wśród niektórych profesjonalistów, zwłaszcza tych, którzy widzą, że ich symboliczne lub materialne *status quo* jest zagrożone.

Istnieją jednak duże obszary zbieżności między odgórną logiką demokratyzacji kultury a oddolnymi wartościami demokracji kulturowej. Z tego powodu zamiast konkurować koncepcyjnie (kontrowersja, za którą często kryje się walka o podział środków publicznych), lepiej jest przyjrzeć się doświadczeniom, które pochodzą z wielu instytucji i projektów. Z tych konkretnych praktyk uczestnictwa w kulturze rodzi się nowa wizja dobra wspólnego. Doświadczenia inspirowane edukacją ludową i rozwojem społeczności lokalnych są w wielu miejscach zbieżne z doświadczeniami wynikającymi z partycypacji obywatelskiej czy twórczego eksperymentowania.

W centrum uwagi znajduje się lub priorytetowo traktowany jest obywatel, który wymaga, by przestać uważać go jedynie za biernego odbiorcę, ponieważ chce móc wchodzić w interakcje – na co pozwalają mu już sieci społecznościowe, digitalizacja czy reprodukcja 3D – z kreatywnymi propozycjami lub alternatywami w zakresie doświadczenia i interpretowania dziedzictwa. Dyrektor artystyczny, menedżer i klasyczny kurator powoli tracą moc wyznaczania tego, co ma być przedmiotem doświadczeń estetycznych, podczas gdy mediator i empatyczne przywództwo zyskują na znaczeniu. Od nich wszystkich zależy, czy ponownie rozważą swoje role, zaczynając od zredefiniowania misji większości projektów, które otrzymują finansowanie ze środków publicznych. W tym kontekście podmiotem zyskującym znaczenie jest obywatel, który nie chce być zamykany w sali wypełnionej fotelami, stawiany w kolejce przy wejściu do muzeum czy traktowany jak liczba w statystykach użytkowników lub publiczności, lecz domaga się głosu i dostępu do działania na różnych poziomach. W niektórych przypadkach to właśnie obywatel, który chce współpracować w procesie tworzenia, ochrony i dowartościowywania dziedzictwa, bierze na siebie większą odpowiedzialność za programowanie, zarządzanie lub przyjmowanie publiczności i artystów. W innych przypadkach po prostu skorzysta ze swojego prawa do przełączenia się na coś innego, do ignorowania kanonu ustalonego przez ekspertów, do bycia eklektycznym, poważnym lub banalnym.

W ostatniej dekadzie w Europie nastąpił ogromny rozwój praktyk partycypacyjnych, czemu sprzyjał kryzys, niezadowolenie społeczne, ale także postęp technologiczny. W wielu projektach kulturalnych eksperymentuje się z nowymi formami uczestnictwa. Niektóre polityki publiczne również wdrożyły strategie i zachęty w tym kierunku. Jednak poza celami, cechami i instrumentami tych polityk ważne jest, aby skupić się na niektórych wykrytych

skutkach i zagrożeniach, jak również na dialektycznym napięciu, jakie one wywołują. W tym kontekście uczestnictwo wiąże się z pewnymi nierozwiązanymi dylematami społecznymi, politycznymi i zarządczymi. Warto zwrócić uwagę na trzy główne wyzwania.

Pierwszym wyzwaniem jest sama złożoność zarządzania partycypacyjnego. Stworzenie przejrzystego i otwartego procesu (nie manipulowanego jak w przypadku konkursów telewizyjnych) wymaga bycia konsekwentnym w dążeniu do celów i stosowania dostępnych instrumentów. W przypadku wyboru samodzielnego zarządzania misji instytucji i ogólnemu interesowi obywateli muszą być podporządkowane procesy decyzyjne, przy czym interesy prywatne nie mogą być mylone z procesem upodmiotowienia jednostkowego i zbiorowego. W żadnym razie nie należy zapominać, że istnieją powiązania i interesy instytucjonalne (np. tożsamość i wartość marki obiektu kulturalnego) oraz polityczne (ideologia zwycięskiej partii w wyborach). Gdy obywatele uczestniczący w procesach kulturowych nie uwzględniają potrzeb i punktów widzenia innych grup obywateli, a jedynie bronią własnych spraw (reprezentując określone grupy interesów), propozycja partycypacyjna traci swoją moc. Zapominają bowiem, że reprezentują jedynie część. Tak byłoby np. w przypadku walki pomiędzy kolektywami o zarządzanie publicznym regionalnym ośrodkiem kultury w ramach modelu samorządności. Ten problem nie dyskwalifikuje modelu partycypacyjnego, a raczej zobowiązuje do bycia bardziej wymagającymi w sposobie jego wdrażania.

Drugim wyzwaniem jest trudność w ocenie procesów partycypacyjnych. Z jednej strony, bezpośrednimi beneficjentami procesu upodmiotowienia związanego z partycypacją są małe społeczności, z drugiej zaś wskaźniki oceny takich procesów są jakościowe w środowisku, w którym dominują wskaźniki ilościowe. Ponadto ważne jest nie samo uczestnictwo, ale jego wpływ na uczestników, uzyskanie bardziej otwartych i reprezentatywnych poglądów od zróżnicowanych poglądowo obywateli oraz dodatkowe korzyści dla całej zbiorowości. W tym względzie czeka nas jeszcze długa droga metodologiczna.

Trzecim wyzwaniem dla wielu projektów partycypacyjnych jest dominująca typologia ich uczestników. Większość ludzi predysponowana do aktywnego uczestnictwa, dzielenia się swoją energią i czasem, a także do pośredniego wpływania na innych to osoby o wysokim kapitale edukacyjnym i kulturowym. Jednym ze sposobów na odwrócenie tej sytuacji jest promowanie polityki publicznej, która zachęca do rozwijania strategii kompensacyjnych. Aby sprostać temu wyzwaniu, ważne jest promowanie mechanizmów podnoszenia świadomości wśród osób odpowiedzialnych i wszystkich profesjonalistów zaangażowanych w programy kulturalne. Chodzi o rozbicie szklanego sufitu, zmianę wartości i sytuacji, które utrudniają integrację grup

o mniejszym kapitale społecznym, edukacyjnym i kulturowym. Trudno jest zwalczać nierówności w kulturze i edukacji bez uznania różnorodności. Bycie sprawiedliwym oznacza uznanie specyficznych potrzeb, ale także możliwości zaangażowanych jednostek i grup. Szczególnie skuteczną strategią promowania międzyklasowych doświadczeń partycypacyjnych jest współpraca z podmiotami zlokalizowanymi w społecznie peryferyjnych dzielnicach lub pracującymi z grupami o mniejszych możliwościach czy barierach dostępu (fizycznych, społecznych, ekonomicznych lub kulturowych), ponieważ pomaga to znaleźć nowe sposoby mediacji i inkluzji. Ale najważniejsze jest znalezienie bodźców, które motywują do uczestnictwa. Na przykład wykorzystanie nadzwyczajnych, ekscytujących okoliczności lub zachęcanie do naturalnej ciekawości i empatii jednostek to strategie, które zwykle przynoszą dobre efekty. Użyteczne jest również udostępnianie wspólnych przestrzeni lub chwil dzielonych przez zbiorowości należące do tego samego pokolenia, mających podobne zainteresowania lub będące częścią tego samego fizycznego lub symbolicznego miejsca. Świadczą o tym doświadczenia teatru społecznego i orkiestr młodzieżowych, jak również projekty realizowane w wielu gminach przez biblioteki, centra młodzieżowe i ośrodki kultury, w których uczestniczą społeczności imigrantów spoza Unii Europejskiej.

Dziedzina kultury stanowi żyzny grunt do eksperymentowania z kreatywnymi formami uczestnictwa, w połowie drogi między paradygmatami polityk publicznych i praktyk społecznych. Przed nami jednak jeszcze długa droga, gdyż konieczne jest wyjście ze strefy komfortu i pokonanie lęków, ego i zamkniętego środowiska. Potrzebna jest zmiana priorytetów, która w sposób przekrojowy włączy aktywne uczestnictwo jako jeden z głównych celów wszystkich instrumentów polityki kulturalnej.

Tłumaczyła Iwona Kasperska

Summary

Policies to promote consumption and cultural participation present a clear asymmetry, in terms of priority and invested resources, between those aimed at expanding audiences for the arts and legitimized cultural heritage (based on the paradigm of cultural democratization) and those that put the accent on promoting the cultural expressions of the community (the paradigm of cultural democracy). The article analyzes the different strategies used by both public policies and cultural management in order to promote participation. This concept, like that of culture, is polysemic. Depending on the type of cultural participation being sought, the strategies will change. While expanding the audience to people with adequate cultural capital requires conventional marketing strategies, creating new audiences entails a more sophisticated

program of popular education and community development. But we can also seek the development of a more active and committed participation, focused on co-participation and volunteering. Each of these strategies carries objectives and instruments, and carries effects and risks. Based on this analysis, some final reflections are derived on social, political and management dilemmas; dilemmas not resolved in most experiences of cultural policy focused on cultural participation.

Keywords: cultural democracy, cultural democratization, audience development, cultural policy, participation, citizen empowerment

Słowa kluczowe: demokracja kulturowa, demokratyzacja kultury, rozwój publiczności, polityka kulturalna, uczestnictwo, upodmiotowienie obywateli