

KAROL FRAN CZAK
Uniwersytet Łódzki*

KULTURA JAKO ŹRÓDŁO ZYSKU? ETOS KREATYWNOŚCI I WSPÓŁCZESNY DISKURS MODERNIZACYJNY¹

Streszczenie

Artykuł podejmuje aktualny społecznie problem wpisania kultury w nowy prawomocny dyskurs rozwojowy, w ramach którego wyobrażenie o służebnej względem gospodarki roli kultury i unieważnienie myślenia o niej jako źródle krytyki społecznej zyskało sankcję nowej pozornej oczywistości. W ramach tego dyskursu różni społeczni aktorzy przekonują, że „kultura się liczy”, jest napędem zmiany, czynnikiem wzrostu gospodarczego, szansą na modyfikację struktury zatrudnienia oraz źródłem osobistej nagrody dla wszystkich, którzy budują współczesną gospodarkę. Prezentowane stanowisko wyrasta z przekonania, że w dotychczasowych badaniach społecznych i humanistycznych brakuje zainteresowania kulturą jako ważnym składnikiem dyskursu modernizacyjnego, a jego elementy oraz niejawnie i nieoczywiste ideologiczne odniesienia rzadko poddawane są krytycznej analizie. Dotyczy to zarówno całościowych przemian tego dyskursu, jak i procesu jego lokowania w rzeczywistości społecznej. Autor przekonuje, że obecną we współczesnym dyskursie modernizacyjnym instrumentalizację kultury rozpatrywać można jako element względnie nowej, subtelnej formy panowania, a rozpoznanie i próba opisu tych nieoczywistych form władzy jawi się jako ważne poznawczo zadanie badawcze.

* Dr, Zakład Badań Komunikacji Społecznej, Instytut Socjologii, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny; e-mail: karol.franczak@wp.pl

¹ Artykuł powstał w ramach projektu badawczego „Komunikowanie publiczne w Polsce – ujęcie inter- i transdyscyplinarne”, realizowanego przez konsorcjum naukowe „Analiza Dyskursu” i współfinansowanego ze środków Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego (Narodowy Program Rozwoju Humanistyki, umowa nr 0114/NPRH2/H11/81/2013).

Słowa kluczowe: instrumentalizacja kultury, ekonomia kultury, dyskurs modernizacyjny, kreatywność, przemysły kreatywne, analiza dyskursu, analiza dyspozytywu.

WPROWADZENIE

Głównym celem tekstu jest analiza upowszechniającego się w polskiej sferze medialnej, dyskursie naukowym i politykach publicznych dyskursu modernizacyjnego, w obrębie którego kulturę definiuje się jako źródło ekonomicznego i społecznego „zysku” – wspomagającego rozwój, pobudzającego aktywność obywatelską, a także harmonizującego napięcia związane z wyzwaniem przekształcającej się gospodarki. Różni społeczni aktorzy przekonują, że „kultura się liczy”, jest napędem zmiany, czynnikiem wzrostu gospodarczego, szansą na zmianę struktury zatrudnienia oraz źródłem osobistej nagrody dla wszystkich, którzy budują współczesny kapitalizm. W tak promowanej optyce kultura ma być impulsem dla kreatywności i innowacji, prowadzącym do kolejnego po przemianach 1989 roku i przystąpieniu do Unii Europejskiej „cywilizacyjnego skoku”. Zadaniem kultury jest przeprowadzenie polskiego społeczeństwa z epoki przemysłowej w „prawdziwą” nowoczesność, budowaną na ideach „gospodarki wiedzy”, „kapitalizmu kognitywnego”, „zrównoważonego rozwoju” i „kształcenia się przez całe życie”.

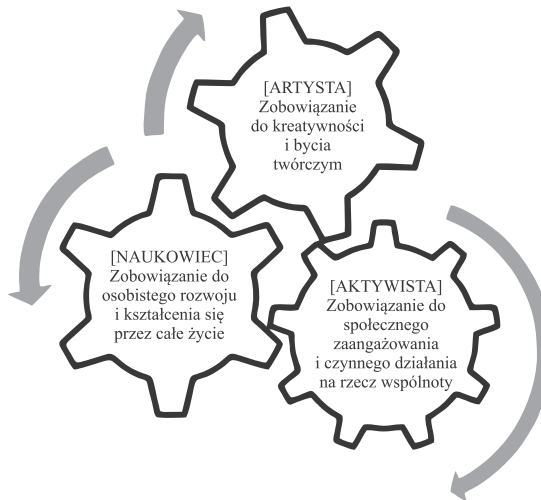
Prezentowane dalej podejście analityczne wpisuje się w tradycję badań humanistycznych i społecznych problematyzujących różnicę między instrumentalnym i nieinstrumentalnym rozumieniem kultury. W historii refleksji nad jej społecznymi funkcjami znajdziemy przekonujące głosy broniące jej autonomii [Adorno 1994, Arendt 1994, Furedi 2008] i funkcji autotelicznych, które niekiedy łączono wyraźnie z kulturą artystyczną, sztuką wysoką i dyspozycją profesjonalnych artystów [Kłoskowska 1983]. Mówienie o autonomii kultury akcentuje przede wszystkim jej dystans wobec innych sfer rzeczywistości, natomiast kategoria autoteliczności kieruje uwagę w stronę własnych, pozainstrumentalnych wartości kultury i odwołuje się do stanowiącego cel sam w sobie uczestnictwa w kulturze [Czyżewski 2012b]. Warto podkreślić, że w historii problematyzacji przedmiotowego ujęcia kultury nie zapomina się o dylematach obrony idei autonomii. Jej zwolennicy identyfikowani są często z pozycjami konserwatywnymi i bezkrytycznym doktrynerstwem. Jak pokazał w swoich pracach m.in. Pierre Bourdieu, kultura autonomiczna długo pozostawała niemalże synonimem uprzywilejowanej kultury elitarnej, której afirmacja wzmacniała społeczne dystynkcje, podkreślała podziały klasowe i blokowała drogę demokracji. W tej optyce idee autonomii – jako

efekt uboczny modernizacji – brano za papierek lakmusowy prawomocnego gustu i kanał wzmacniania nierównej dystrybucji kapitału kulturowego.

Choć koncepcja autonomii kultury pozostaje relatywnie nowa, to historia jej instrumentalizacji jest prawdopodobnie równie długa jak sama twórcza działalność człowieka. Warto jednak podkreślić, że nie każda postać instrumentalizacji budzi takie same zastrzeżenia. Odróżnić trzeba wzory instrumentalizacji, które wiążą się raczej z twórczym poszukiwaniem dystansu wobec zastanych form kulturowych (w tym sensie mogą być łączone z krytyką rzeczywistości) od działań polegających na realizacji wąsko rozumianych zadań ideologicznych (np. kooperacji z dominującymi i definiowanymi jako „słuszne” politykami publicznymi). W drugim przypadku narzucane kulturze misje można porównać z tymi, które niejednokrotnie dyktowano sztuce (czyli kulturze w węższym rozumieniu). Kultura miała odwracać uwagę od spraw definiowanych jako ważne, współtworzyć osobisty dobrostan, wspomagać edukację, zapewniać cywilizacyjną i moralną odnowę lub być narzędziem stratyfikacji społecznej [por. Belfiore, Bennett 2008]. W czasach tworzenia państw narodowych i ofensywy nacjonalizmów kulturę łączono z tożsamością zbiorową oraz konsolidowaniem grup społecznych wokół wybranych symboli i wartości. Jako instrument polityczny i narzędzie umacniania nowego porządku wykorzystywała kulturę rewolucja – w Związku Radzieckim i Polsce Ludowej wprowadzana na przykład przy wsparciu socrealizmu. Dominującą obecnie tendencją jest uchYLENIE prawomocności kultury jako celu samego w sobie i redukcja zadań kultury do wąsko rozumianej funkcji instrumentalnej, w której pożądanym są prawie wyłącznie cele pragmatyczne i optymalizacyjne – modernizacja społeczna i adaptacja do nowych wzorów gospodarowania.

Trzeba zaznaczyć, że podstawową cechą nowego dyskursu modernizacyjnego jest wchłonięcie różnych znaczeń i sposobów rozumienia kultury bez uwzględnienia istniejących między nimi różnic (np. między kulturą w szerokim, tzw. antropologicznym sensie a kulturą symboliczną i kulturą duchową). Zazwyczaj jednak sens tego pojęcia jest znacznie węższy niż pojęcie antropologiczne, które uznawałoby za kulturę „każdy wzorzec sposobu życia” [Bell 2014: 13]. Dominantą tekstów forsujących przekonanie o doniosłej roli kultury we współczesnym świecie jest nieusuwalna niejasność, brak ścisłości i niekonsekwencja w budowaniu przekazu. Wrażenie hybrydowości i niejednoznaczności przekazu modernizacyjnego, w którym podkreśla się znaczenie kultury, potęguje cyrkulacja dyskursów i powstawanie niejednorodnych komunikacyjnych zestawów, na które składają się elementy dyskursowe pochodzące z różnych źródeł (np. odmiennych dyscyplin naukowych, mowy medialnej czy wiedzy potocznej) oraz niestanna „artykulacja” (termin Ernesto Laclaua), czyli łączenie i budowanie

powiązań między heterogenicznymi zasobami wiedzy w określony sposób (np. przez uproszczenie czy banalizację) [Czyżewski 2013b; Franczak 2013]. Dla badacza wskazanego dyskursu modernizacyjnego powyższy stan rzeczy stanowi podstawową trudność i naraża go na zarzut braku precyzji w rekonstrukcji znaczeń. Podkreślić zatem należy, iż niejednoznaczność kategorii „kultura” jest cechą samego opisywanego tu dyskursu, a rezygnacja z poszukiwania precyzji w rekonstrukcji nadawanych „kulturze” treści pozostaje strategią retoryczną nadawców – zróżnicowanych aktorów życia publicznego.



SCHEMAT 1. Wzory kulturowe artysty, naukowca i aktywisty jako zasób pożądanej wizji podmiotowości (opracowanie własne).

Właściwości procesów komunikowania, w których obecne są odniesienia do „kultury”, wiązać można z nieustannym eksplikowaniem i generowaniem rozlicznych sensów (często niedających się ze sobą pogodzić), a nie z dążeniem do ich uściślenia i osiągnięcia konsensu na drodze zmuszonych negocjacji znaczeń. Tym samym najważniejszą funkcją języka otaczającego opisywany dyskurs modernizacyjny nie jest **funkcja opisowa** (realizowana poprzez apel do znaczeń potocznie definiowanych jako dosłowne i w pełni zrozumiałe), ale **funkcja polityczna**, ukierunkowana na zmianę świata i przekształcenie zamieszkujących go podmiotów. W wizjach korzyści czerpanych z kultury włączonej w narrację rozwojową istotnym celem jest bowiem formowanie nowej, pożądanej wizji podmiotowości. Opisywany tu dyskurs modernizacyjny formuje użyteczne jednostki dwojakiego typu: zmotywowanych w nowy sposób **pracowników** i odpo-

wiedzialnych za siebie i innych **obywateli**. Wzorem dla każdego z nich stają się trzy ugruntowane kulturowo figury, projektujące nowe, powszechnie pożądane zobowiązania: **artysty** – wzoru kreatywności i bycia twórczym, **naukowca** – modelowego symbolu osobistego rozwoju oraz kształcenia się przez całe życie i **aktywisty** – wzmacniającego zobowiązanie do społecznego zaangażowania oraz czynnego działania na rzecz wspólnoty.

KULTURA JAKO ŹRÓDŁO ZYSKU

Kulturę coraz częściej postrzega się dzisiaj przez pryzmat twórczego aktywizowania możliwie dużej części społeczeństwa, rozwoju i komercjalizacji nauki oraz pomocy w wytworzeniu poczucia zbiorowej integracji. W nowym prawomocnym dyskursie projektowany „zysk z kultury”, mający napędzać modernizację, rozumie się więc na dwa sposoby.

Po pierwsze, chodzi o **zysk ekonomiczny** – kultura ma wspomagać rozwój gospodarczy i modernizację „mentalnościową” uczestników życia gospodarczego. W opisywanym dyskursie kulturę rozumie się jako element względnie nowego projektu rozwojowego, komplementarnego wobec dominującej od wielu lat strategii naśladowania Zachodu, ale alternatywnego wobec identyfikacji z kategorią superpaństwa, jakim miała być Unia Europejska. Po osiągnięciu celu akcesyjnego dynamika dotychczasowej narracji uległa powolnemu wyczerpaniu. Nastąpiło rozproszenie dyskursów modernizacyjnych, wśród których jednym z dominujących stała się narracja budowana wokół „gospodarki opartej na wiedzy” i towarzyszących jej idei: „społeczeństwa wiedzy”, „przemysłów kreatywnych” oraz „uczenia się przez całe życie”. Deklarowanym efektem wdrożenia nowej narracji modernizacyjnej jest skierowanie gospodarki na nowe tory, zwiększenie jej innowacyjności i przeformułowanie ról zawodowych realizowanych przez współczesnych pracowników. Kultura w takim kontekście ma status wartości instrumentalnej i aplikacyjnej.

Po drugie, chodzi o **zysk społeczny**, łączony z trzema wzajemnie powiązanymi zadaniami: (1) stymulowaniem działalności obywatelskiej, (2) „produkcją” wiedzy i związanym z tym uwrażliwieniem/urefleksyjnieniem społeczeństwa oraz (3) inkluzją społeczną. Obok zadań ściśle powiązanych z gospodarką i prospołecznym aktywizmem, udziałowi w kulturze przypisuje się siłę więziotwórczą i integracyjną, co pozwolić ma „odzyskać” dla demokracji liberalnej radykałów czy ludzi niechętnie przyjmujących reguły społeczeństwa obywatelskiego. Korresponduje to z zapisami takich dokumentów, jak strategia Komisji Europejskiej „Europa 2020” czy przygotowany na zlecenie Krajowej Izby Gospodarczej raport

„Reforma Kulturowa 2020 – 2030 – 2040”, w których istotnym elementem – obok tworzenia gospodarki opartej na wiedzy, szukania mechanizmów mających „uwolnić innowacyjność Polaków” i promowania zrównoważonego rozwoju – miały być działania na rzecz „wzrostu włączającego społecznie” i „inkluzywnej gospodarki”. W tej wizji kultura pełni rolę narzędzia emancypacji i wzmacniania kompetencji kulturowych – ma zapobiegać przestępstwom, zwalczać ubóstwo, wyrównywać szanse, niwelować społeczne nierówności, stwarzać nowe perspektywy kształcenia oraz pomagać uzyskać dostęp do głównego nurtu życia społecznego i wyższych pozycji statusowych. Tym samym projektowanym zadaniem kultury jest ułatwianie udziału w kulturze ludziom, którzy „nie nadążają” i nie „odnajdują się” w nowych regułach gospodarowania (szczególnie poza wielkimi ośrodkami miejskimi). Odpowiedzią na takie oczekiwania jest ekspansja edukacji i nauczania w obszarze kultury ze szczególnym uwzględnieniem środowisk definiowanych jako „biedne” czy „społecznie wykluczone” – tych, dla których z pozoru kultura „nie jest przeznaczona”.

W ostatnich latach o tym, że „kultura ma znaczenie” i „jest ważna” przekonywali autorzy o tak różnych światopoglądach, jak Lawrence E. Harrison, Samuel P. Huntington, Francis Fukuyama [2003], Roger Scruton [2010] czy Richard Florida [2010]. Poważne czasopisma naukowe i prasa opiniotwórcza tłumaczyły, że kultura stała się nowym paradygmatem w myśleniu o cywilizacyjnej ewolucji. Spekulowanie o społecznej roli kultury z peryferii intelektualnego namysłu przesunęło się do samego jego centrum, choć jeszcze stosunkowo niedawno kultura nie mogła liczyć na uwagę ze strony rządzących, była „przeoczoną dziedziną”, z którą nie liczyli się ani politycy, ani wielki biznes. Do tego była to domena deficytowa, niedofinansowana, walcząca o szacunek dla swoich pracowników i uznanie w oczach bardziej „rentownych” obszarów rzeczywistości. Dziś sytuacja uległa radykalnej zmianie i znaczna część przedstawicieli wielkiego biznesu apeluje o dostrzeżenie potencjału tkwiącego w kulturze. Tak jak powołująca się na dyrektora nowojorskiego Metropolitan Museum of Art Grażyna Kulczyk:

Thomas P. Campbell (...) podczas ostatniego Forum Ekonomicznego w Davos mówił, że trzeba zbadać socjoekonomiczny potencjał przemysłu kultury, i podkreślał, że musimy nasze znaczenie opisywać „w języku zrozumiałym dla świata biznesu”. W Davos apelowano o podkreślenie roli kultury w modelu zrównoważonego rozwoju oraz **zauważenie jej znaczenia jako ważnego składnika rozwoju**, a nie jedynie naddatku. Ja powiedziałabym, że jeżeli nie uświadomimy sobie (jak to zrobili Chińczycy), że **poprzez kulturę budujemy innowacyjność kraju**, to poniesiemy klęskę. Chiny przeznaczyły 6 proc. dochodu narodowego na kulturę, ponieważ wiedzą, że z czasem **będzie to miało wpływ na rozwój gospodarczy**. U nas nikt na ten temat nie mówi [Kulczyk, Kosiewski 2014: 65; podkr. K.F.].

Dziwi tylko przekonanie jednej z najbogatszych Polek, że o relacjach kultury z ekonomią „nikt nie mówi”. Obecność narracji rozwojowej powiązanej z ideą „ekonomii kultury” widoczna jest bowiem zarówno w aktywności publikacyjnej środowiska akademickiego (np. publikacjach Narodowego Centrum Kultury w serii „Kultura się liczy!”²), dyskursie medialnym, działaniu instytucji państwowych (np. formułowanych politykach publicznych), jak i wśród podmiotów funkcjonujących w sferze obywatelskiej (zaangażowanych w alternatywne projekty edukacyjne, tworzących hybrydy artystyczno-biznesowe czy wspomagających dzielenie się twórczością w ramach ogólnodostępnych kanałów komunikacji).

W ostatnich latach opinia o kulturze jako źródle społecznych profitów rozpowszechniła się także wśród polityków, przedsiębiorców i w dyskursie eksperckim. Duże znaczenie miał Kongres Kultury z roku 2009 i wybrzmiały wtedy głos Jerzego Hausnera – ekonomisty, polityka, byłego ministra gospodarki – który jako współautor jednego z ważnych raportów przekonywał, że kultura znajduje się w centrum nowego projektu modernizacyjnego. Z czasem wyobrażenie o doniosłej roli kultury w projekcie społecznego rozwoju uległo daleko idącej demokratyzacji, stało się niemalże zasobem zdrowego rozsądku, wyrażanym przez przedstawicieli „nowej klasy kreatywnej” w opiniotwórczych mediach, np. w Przewodniku Krytyki Politycznej „Ekonomia Kultury” [2010] i w tematycznych numerach czasopism „Znak” [*Kreatywna Polska*] i „Respublika” [*Przymus Kreatywności/Twórczości*, 2014]. W tej ostatniej publikacji jeden z autorów – założyciel i dyrektor agencji reklamowej – pisał:

[p]olityka kulturalna i związana z nią szeroko pojęta KULTURA jest, obok badań naukowych, głównym motorem rozwoju. A co za tym idzie – źródłem permanentnej zmiany, będącej najważniejszą cechą wielkiej, zorganizowanej grupy inteligentnych istot, jaką jest SPOŁECZEŃSTWO [Zmysłony 2014: 15].

Zaadaptowany w Polsce w ostatnich latach język polityki kultury i przemysłów kreatywnych jako czynnika wzrostu gospodarczego obecny jest także w działaniach „Obywateli kultury”, dyskusjach o Europejskich Stolicach Kultury, dyskursie „dotacyjnym” i kulturze grantowej, łączącej działania organizacyjne placówek kulturalnych ze strategicznymi politykami publicznymi państwa. Głos ten odnajdziemy także w zabiegach promocyjnych prestiżowych instytucji, np. In-

² Chodzi m.in. o takie tytuły, jak: R. Florida, 2010, *Narodziny klasy kreatywnej*, Warszawa: NCK; A. Gwóźdź (red.), 2010, *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, Warszawa: NCK; D. Thorsby, 2010, *Ekonomia i kultura*, Warszawa: NCK; J. Hausner, A. Karwińska, J. Purchla (red.), 2013, *Kultura a rozwój*, Warszawa: NCK; R. Towse, 2011, *Ekonomia kultury. Kompendium*, Warszawa: NCK; M. Dragićewić-Šešić, B. Stojković, 2010, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Warszawa: NCK.

stytutu Adama Mickiewicza, który swego czasu ogłaszał na stronie internetowej: „głównym celem działalności Instytutu Adama Mickiewicza jest wzrost wartości marki Polska oraz zwiększenie skuteczności i efektywności komunikacji brandu Polska w wymiarze kultury” [cyt. za: Sokołowska 2010: 43].

Kultura jest dziś siłą kształtującą zachodnie społeczeństwa i wsparciem dla „kulturowego neoliberalizmu” [McRobbie 2011b: 32]. Stała się zasobem retoryki „nowej gospodarki”: twórczej, elastycznej, opartej na symbolach, przedkładającej nowość nad tradycję, a *design* nad rzemiosło. Kultura traktowana jest również jako „generator” kreatywności. Czasy, kiedy jej związki z gospodarką kojarzono głównie z „kreatywną księgowością”, dawno minęły. Retorykę „kreatywności” z powodzeniem przeszczepiono na pole pracy i nowych wzorów ożywiania biznesu. Funkcją kreatywności ma być nie tylko generowanie nowych idei, projektów i innowacji, ale też wzmacnianie konkurencyjności poprzez gotowość do nieustannej zmiany i przekształcania wewnętrznej struktury gospodarki. Wytwarzaniu innowacyjnych produktów towarzyszyć mają bowiem nowatorskie formy organizacyjne. Co ważne, w tak forsowanej optyce kreatywne mają być nie tylko przedsiębiorstwa, ale także instytucje edukacyjne, zakłady opiekuńcze i organizacje obywatelskie. Brak kreatywności jest identyfikowany z „barierą dla modernizacji” i „groźbą zahamowania rozwoju gospodarczego”, a pozbawiona elementu „kreatywnego” edukacja z anachronizmem i brakiem zrozumienia dla nowego ducha rzeczywistości. Jak pisał przywoływany wcześniej Jerzy Hausner, „kreatywność nie jest już tylko cechą wybitnych indywidualności, lecz stała się wymogiem funkcjonowania wszystkich organizacji i struktur społecznych” [Hausner 2010: 8].

Innowacyjnością należy wykazywać się też w sferze prywatnej, harmonijnie łącząc czas pracy z innymi obowiązkami (np. wychowaniem dzieci) i produktywnym wykorzystaniem czasu wolnego, który nie będzie tylko jałowym odpoczynkiem, ale twórczo wykorzystanym zasobem na drodze do sukcesu w działalności zawodowej. Wolny czas rozumiany jako „regeneracja organizmu” odszedł w przeszłość, dziś niektórzy kwestionują możliwość jego sensownego wyodrębnienia [zob. Jacyno 2007]. Obowiązujący tryb to samodyscyplina i pełna mobilizacja.

Poświęcenie kreatywnej pracy staje się pożądaną cechą projektowanej wizji nowej podmiotowości. Jej opis odnaleźć można w dyskursie menedżerskim, podręcznikach do zarządzania, w trakcie szkoleń dla pracowników, ale także w zdroworozsądkowych przekonaniach obecnych wśród pracowników mediów. Wzorem dla niego – pytanie, na ile trafnie rekonstruowanym – staje się niekiedy styl działania „nowoczesnych” firm amerykańskich, w których produktywnie trzeba wykorzystywać nie tylko energię życiową z puli przeznaczonej na pracę, ale oczekiwane

jest pełne zaangażowania dwadzieścia cztery godziny na dobę. Preferowany model współczesnego pracownika przedstawia się zazwyczaj jako oczywistość:

Sam system pracy w Ameryce, który w bardzo wielu firmach upodabnia się coraz bardziej właśnie do wielkich firm IT czy mediów społecznościowych, czyli nie mamy już biureczek, odbijania kart pracy, przychodzenia na godziny, tylko to są ludzie, którzy żyją w firmie, tak, to znaczy firma tworzy im warunki do tego, że mają dobre jedzenie za darmo, że mogą się przebrać w trakcie pracy, że mogą nie wrócić do domu na noc, bo mają świetne warunki do tego, żeby tam zostać [Jolanta Pieńkowska, wypowiedź w Poranku Radia TOK FM, 11.03.2015].

PRACUJ I ŻYJ JAK ARTYSTA!

Dyskurs modernizacyjny oparty na „wykorzystaniu” kultury ma w dużym stopniu – podobnie jak inne formułowane po 1989 roku narracje transformacyjne – charakter imitacyjny. Współczesna hipertrofia retoryki „przemysłów kultury”, „kreatywności” i „innowacji” to echo idei, działań i rozwiązań instytucjonalnych wdrażanych na świecie przynajmniej od drugiej połowy lat 90. XX wieku. Aktorzy społeczni afirmujący dzisiaj publiczne programy kreatywności zaciągają dług m.in. w polityce brytyjskich laburzystów z okresu działania rządu Tony’ego Blaira i stworzonego w 1997 roku Department for Culture, Media & Sport (DCMS). Jak pisze Kate Oakley, DCMS forsował trzy elementy: indywidualność, kreatywność (skupioną na generowaniu idei) oraz wolność [Oakley 2010]. Celem działania tej instytucji było wytworzenie samowystarczalnych podmiotów, których wysiłki nie będą ograniczane lub utrudniane przez administrację państwową. Podmioty te miałyby tworzyć kwitnącą przedsiębiorczą kulturę i nową etykę pracy opartą na samozatrudnieniu i odpowiedzialności za siebie.

W podobnym czasie (rok 2000) rząd Szkocji opublikował Narodową Strategię Kulturalną (*Scotland’s Cultural Strategy: Creating Our Future, Minding Our Past*), która nakreślała cztery podstawowe cele: „1. Promocja kreatywności, sztuki i innych rodzajów działalności kulturalnej; 2. Rozświetlenie szkockiego dziedzictwa kultury w całej jego różnorodności; 3. Wykorzystanie potencjalnego wkładu kultury w edukację, inkluzję społeczną i poprawę jakości życia obywateli; 4. Utworzenie skutecznego narodowego programu wspierania kultury” [Nesbitt 2009: 62].

Relacja pomiędzy zjawiskami ekonomicznymi i kulturowymi dostrzegana była także w uzgodnieniach międzynarodowych. W 1998 roku w Sztokholmie przedstawiciele około 150 państw biorący udział w międzyrządowej konferencji *Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development* przyjęli plan działania w sprawie polityki kulturalnej, której projektowaną formułę połączono bezpośrednio z ideą rozwoju [Thorsby 2010: 12]. Zaakceptowane uzgodnienia

dotyczyły m.in. udziału w życiu kulturalnym jako podstawowego prawa jednostki, uznania różnicowania kulturowego za ważny czynnik rozwoju, a kreatywności człowieka za podstawowy impuls postępu [zob. Raport 1998]. W 1999 roku we Florencji Bank Światowy w kooperacji z rządem Włoch zorganizował konferencję *Culture Counts. Financing, Resources, and the Economics of Culture in Sustainable Development*, której zasadniczy przekaz również sprowadzał się do podkreślania roli kultury jako ważnego czynnika ożywienia gospodarki oraz źródła kreatywności, w której widzi się siłę napędową wzrostu ekonomicznego [zob. Raport 2000].

Dziś kultura zostaje wchłonięta przez słownik nowej hegemonii czy – by odwołać się do pojęcia Michela Foucaulta – nowego „reżimu prawdy”. Reżim ten dysponuje mechanizmami weryfikującymi wypowiedzi prawomocne i nieprawomocne, czego efektem jest ugruntowanie obowiązującego powszechnie sposobu myślenia, mówienia i oglądania świata. Słownik nowego „reżimu prawdy” utrwaliły głośne książki współczesnych guru społeczeństwa wiedzy – m.in. *Living on Thin Air* Charlesa Leadbeatera [1999] i *Narodziny klasy kreatywnej* Richarda Floridy [2010 (wyd. oryg. 2002)]. Oba głośne tytuły powtarzają wielokrotnie: każdy jest w pewien sposób twórczy i może działać jak artysta:

Artyści, muzycy, profesorowie i naukowcy od zawsze ustalają własne godziny pracy, ubierają się swobodnie oraz pracują w stymulującym otoczeniu. Nigdy nie można ich było zmusić do pracy, a jednak właściwie pracowali bez przerwy. Wraz z powstaniem klasy kreatywnej taki sposób pracy z marginalnego stał się głównym nurtem gospodarki [Florida 2010: 34–35].

Florida wielokrotnie przestrzega przed niedocenieniem roli kultury w planowaniu społecznego rozwoju i przekonuje, że tylko poprzez spełnienie wymogu kreatywności mamy szansę na zdobycie dobrej pozycji na rynku pracy:

Każdy kraj, który nie będzie rozbudowywał własnej siły kreatywnej poprzez szerokie wspieranie potencjału twórczego oraz poprzez prowadzenie polityki przyciągania coraz szerszych rzesz obywateli do sektora kreatywnego (zamiast zatrudniania ich poniżej ich kwalifikacji), pod względem gospodarczym musi zostać w tyle [Florida 2010: 19].

Florida koreluje czynniki kulturowe z kondycją gospodarki, traktując kreatywność jako źródło „przewagi konkurencyjnej”. Odwołuje się do trzech „T” – technologii, talentu i tolerancji. Wpływ technologii mierzy koncentracją innowacji, wartość talentu kapitałem twórczym i liczbą osób wykonujących zawody kreatywne, a znaczenie tolerancji akceptacją dla innowacyjnych „odmieńców” (np. homoseksualistów) i aprobatą ekscentrycznego stylu życia ludzi wolnych zawodów. Nowa „klasa” to etykieta odnosząca się do dawnych pracowników wiedzy, analityków symboli czy profesjonalistów umieszczonych teraz w „kreatywnym

ekosystemie” – „inkubatorach przedsiębiorczości”, specjalnych strefach ekonomicznych, centrach nauki i sztuki oraz innych „infrastrukturach innowacji”. Tak projektowane środowisko ma pomóc efektywnie połączyć kreatywność kulturalno-artystyczną z kreatywnością technologiczno-gospodarczą, a nowo zdefiniowanej klasie społecznej dostarczyć pożądaną autoidentyfikacji.

Powodzenie opisywanej przez Floridę klasy społecznej oraz rozwój rozmaitych „infrastruktur innowacji” ma przyczynić się do ekspansji „przemysłów kreatywnych”, czyli inicjatyw produkujących *for profit* dobra i usługi związane z przetwarzaniem symboli. W rozumieniu przywoływanego wcześniej Department for Culture, Media & Sport, przemysły kreatywne obejmują: „reklamę, architekturę, sztuki piękne, antyki, rzemiosło, design, modę, film i sztuki wizualne, gry komputerowe, muzykę, sztuki performatywne, działalność wydawniczą, usługi informatyczne i software, radio i telewizję” [Oakley 2010: 131–132]. „Produkcja” twórczości w tym obszarze ma przede wszystkim zmienić strukturę zatrudnienia – generować „kreatywne” i „cyfrowe” miejsca pracy. „Przemysły kreatywne” łączone są też z możliwością zagospodarowania ludzi wolnych zawodów (w tym absolwentów szkół artystycznych), których możliwości na rynku pracy były do tej pory bardzo ograniczone:

to, co jest szansą dla artystów i dla ludzi kultury, to są przemysły kreatywne, czyli takie formy działalności, które nie są związane bezpośrednio z taką rdzenną, czystą sztuką, które jakoś się wiążą z działalnością przemysłową i które ostatecznie niesamowicie szybko się rozwijają. Sukces Apple’a to jest sukces tego, że on do technologii dodał sztukę. To przynosi gigantyczne zyski [Tomasz Kukołowicz, Kierownik zespołu ds. statystyki kultury w Narodowym Centrum Kultury, wypowiedź w audycji OFF Czarek Cezarego Łasiczki, Radio TOK FM, 4.02.2015].

Jak pokazują powyższe przykłady, kreatywność to współczesne słowo-wytrych, które stało się – jak pisze Anna Zawadzka – „elementem alienującej nowomowy” [Zawadzka 2011: 228]. Jego „kariera” dowodzi, że idea niegdyś subwersywna, może w drodze rekontekstualizacji stracić swój emancypacyjny sens. Genezę podejścia forsowanego przez DCMS, Bank Światowy czy Richarda Floridę odnajdziemy bowiem w przekonaniach i koncepcjach ukształtowanych na początku XIX wieku w zupełnie innym kontekście. Buduje go szacunek dla twórczej aktywności, indywidualnej pozycji artysty i nowo kształtujących się stylów estetycznych [Reckwitz 2013a: 14]. Logika oryginalności, zaskoczenia i nowości zaczyna wówczas stopniowo wypierać logikę repetycji i przywiązania do tradycyjnych wzorów postępowania. Systematyczność, oszczędność i standaryzację – cechy charakterystyczne dla ducha protokapitalizmu opisywanego przez Maxa Webera – zastępuje mobilizacja innowacji i kreatywności [Reckwitz 2013a: 133]. Coraz więcej elementów rzeczywistości i ludzkich działań daje się

opisać przy pomocy tej kategorii – twórczy pierwiastek tkwi nie tylko w podmiocie, ale także w budowanych przez niego relacjach, codziennych praktykach, a nawet otaczającej go przestrzeni – „kreatywnym” mieście.

Równolegle kształtuje się antykapitalistyczna krytyka artystyczna, która w imię samorealizacji i autentyczności kontestuje konserwatywne wzory tradycyjnego życia mieszczańskiego, a swoimi awangardowymi pomysłami w malarstwie, literaturze i teatrze „drażni burżuja”. W tym czasie kreatywność jest nadzieją na emancypację, uwolnienie się od rutyny banalnych czynności, gotowych wzorów podsuwanych przez rodziców oraz konwencjonalnego stylu życia człowieka nowoczesnego, dla którego modelem nie jest poszukujący artysta, ale oszczędny kupiec i nudny urzędnik.

Znaczenie kreatywności podkreślają kolejne ruchy kontrkulturowe, a twórczo rozwija bunt młodzieży dorastającej po drugiej wojnie światowej m.in. w Europie, Meksyku i Stanach Zjednoczonych. Ówczesne pokolenie domaga się odrzucenia odgórných modeli działania, żąda „elastyczności”, „autonomii” i poszerzenia pola „samorealizacji”. Chce zerwać z utrwalonymi wzorami konsumpcji, przewidywalną karierą i konserwatywnymi regułami życia rodzinnego, które w bezwzględny sposób obnaża m.in. książka Charlesa Webba *Absolwent* i nakręcony na jej podstawie w 1967 roku film Mike’a Nicholasa. Z czasem kontrkulturowa krytyka artystyczna sama spotka się z surową oceną w pracach takich jak *The New Spirit of Capitalism* Luca Boltanskiego i Ève Chiapello [2005]. Książka ta demaskuje migrację wywrotowych idei kontrkultury do świata biznesu i współczesnych strategii zarządzania – rekonstruuje proces, w którym repertuar nonkonformistycznych haseł („indywidualizm”, „wolność”, „mobilność”) zostaje przechwycony przez reguły i nowy słownik wolnego rynku. Współczesny kapitalizm przejmuje idee 68. roku, zawłaszczając kategorie kreatywności, innowacji i wiedzy. W tej optyce kontrkulturowe przewartościowania odpowiadają częściowo za neoliberalne reguły gospodarowania oraz typowe dla nich formy życia obywatelskiego i prywatnego. Proces ten w publicystycznym tonie podsumował Alexander Lacroix:

Również wśród kadr zarządzających biznesem ideały Maja ’68 odniosły wielki sukces. Hołdujący im menedżerowie są wyluzowani i sympatyczni. Są *cool*. Przechodzą szybko na „ty” z pracownikami, dyskutują z nimi o sprawach firmy, popijają piwo i przypalają dżointy. Jaki jest tego rezultat? W przemyśle informatycznym i telekomunikacyjnym, gdzie takich osób jest szczególnie wiele, nie powstał żaden ruch związkowy. Umowy o pracę na czas nieokreślony podpisuje się tam rzadko, godzin nadliczbowych nigdy się nie liczy, od pracowników wymaga się wręcz nieograniczonej dyspozycyjności i poświęcenia życia osobistego dla dobra firmy. Subtelnie dwuznaczne relacje emocjonalne, jakie rozwijają się między pracodawcą a pracownikiem, likwidują wszelką możliwość oporu. Jak można skutecznie i twardo negocjować z szefem, który jest „świetnym kumplem”? [Lacroix 2004: 95].

W latach 70. XX wieku wpływową koncepcję przypisującą kreatywny potencjał każdej jednostce formułuje zaangażowany społecznie artysta i teoretyk sztuki Joseph Beuys. Hasło „każdy artystą!” uzyskuje nową wykładnię, łącząc obietnicę emancypacji poprzez twórcze działanie z funkcjami terapeutycznymi i przyrzeczeniem osobistego szczęścia. Beuys prorokował, że w miarę rozwoju technologicznego ludzkość (a przynajmniej niemała jej część) uwolni się od przykrego obowiązku pracy i zyska szansę na twórcze zagospodarowanie czasu wolnego. Artysta zakładał, że rozwój kreatywności dałby szansę na prawdziwe doświadczenie człowieczeństwa, jednostkowe samopoznanie i przezwyciężenie alienacji. W jednym ze swoich tekstów Beuys pisał:

Wszelka ludzka wiedza pochodzi ze sztuki. Każda zdolność człowieka wywodzi się ze zdolności człowieka do sztuki, tzn. zdolności twórczego działania. Bo skądże by mogła pochodzić? Nauka jest jedynie odgałęzieniem ogólnej kreatywności. Z tego właśnie powodu należy domagać się artystycznego wychowania człowieka, czyż nie? To się zresztą wie instynktownie. Dlatego istnieje w szkole przedmiot: wiedza o sztuce. Ale nie rozumie się tego zbyt gruntownie. Utrzymuje się to jedynie dzięki tradycji, lecz ulega wciąż degeneracji. Tendencja ta jest w znacznej mierze obumierająca, gdyż państwo nie przypisuje już większej wartości artystycznemu czy estetycznemu wychowaniu człowieka, ale przypisuje ją reprodukcji inteligencji technicznej w imię utrzymania systemu władzy! [Beuys 1987: 268–269].

Idealistyczna koncepcja Beuysa, choć zgłaszana przez twórcę zaangażowanego, paradoksalnie uspołnia się z forsowanymi w latach 70. w Niemczech Zachodnich ideami „sztuki oddolnej” i „sztuki dla wszystkich”, w których mobilizowano spłaszczoną wersję mitu wyjątkowości artysty. Formułują je m.in. Hilmar Hoffmann – działacz społeczny i wpływowy radny Monachium – oraz Hermann Glaser, historyk i publicysta, współpracownik „Der Deutsche Werkbund” – powstałego na początku XX wieku stowarzyszenia twórców, architektów, przedsiębiorców i ekspertów, którego celem było m.in. promowanie wysokiej jakości wzornictwa oraz rozwijanie współpracy między przemysłem i artystami. W działalności „Der Deutsche Werkbund” (a także w programie i głównych ideach Bauhausu) zaciera się granica między sztuką i nie-sztuką. Elementy charakterystyczne dla dzieł artystycznych coraz częściej daje się odnaleźć w przedmiotach codziennego użytku, obok funkcjonalności liczy się też zmysłowa przyjemność, a masowa produkcja oparta jest na działaniu kolektywnym, którego organizacja nie przypomina pracy rzemieślników, ale współpracę komuny artystów.

Analizując kulturową reakcję na emocjonalne znieczulenie, zanik motywacji i brak entuzjazmu ludzi sfrustrowanych uwzorowaną biografią, Andreas Reckwitz odwołuje się do kategorii **dyspozytywu kreatywności** (*Kreativitätsdispositiv*) [Reckwitz 2013a: 20–53]. Kategoria ta wywodzi się z późnych prac Michela

Foucaulta, który za jej pomocą próbował opisać zmiany społeczne następujące w reakcji na „określony stan nagłej konieczności” (np. nową sytuację geopolityczną, gwałtowne zmiany demograficzne, pojawienia się nowych sposobów gospodarowania i związanych z nimi nowych wzorów życia czy wyczerpanie się i nieefektywność określonych metod rządzenia). Odpowiedź na ów krytyczny moment ujawnia się w zestawie wzajemnie powiązanych składników dyskursowych (wypowiedziach, tekstach, regulacjach prawnych) i niedyskursowych (np. sposobach organizacji przestrzeni, kształcie i strukturze instytucji), czyli zarówno w tym, co powiedziane, jak i w tym, co niepowiedziane. Dyspozytyw porządkuje rzeczywistość społeczną i jednocześnie określa kryteria dla możliwych w niej „sensownych” działań. Będąc odpowiedzią na społeczną sytuację przełomu, staje się – jak ujmują to Bührmann i Schneider – „operatorem rozwiązywania problemów” [zob. Foucault 1994, Bührmann, Schneider 2008, Czyżewski 2012a: 86, Kumięga, Nowicka 2012: 145].

Osobnego rozważenia wymagałaby kwestia, czy opisywany przez Reckwitz dyspozytyw kreatywności – wraz z ideami kształcenia ustawicznego, uwłasnowolnienia, sprawczości i rozwoju kapitału ludzkiego – nie jest elementem szerszego „urządzenia”, które wiązać można z kategorią dyspozytywu bezpieczeństwa, czyli takiego mechanizmu władzy, w którym kontrola nad populacją sprawowana jest poprzez wyposażenie jednostek w poczucie sprawczej podmiotowości, a nie rygorystyczne egzekwowanie prawa (jak w dyspozytywie prawnym) czy społeczny nadzór (typowy dla dyspozytywu dyscyplinarnego) [Czyżewski 2012a]. Inna możliwość to potraktowanie dyskursu kreatywności jako składowej szerszego zespołu relacji władzy, na przykład opisywanego w studiach nad rządomyślnością „dyspozytywu kierowania/rządzenia” (niem. *Führungs/Regierungsdispositiv*) [Kumięga, Nowicka 2012: 148] czy – jeszcze bardziej ogólnie – **dyspozytywu zmiany kulturowej**.

Niezależnie od sposobu rozumienia tej kategorii współczesny dyskurs kreatywności można potraktować jako ważny składnik neoliberalnych technologii władzy, w działaniu których ujawnia się represywny charakter aktualnego projektu rozwojowego. Kreatywność, zamiast być dźwignią upodmiotowienia i mechanizmem tworzącym więzi społeczne, stała się normą dyscyplinującą i narzędziem represji ze strony nowego ducha kapitalizmu. Afirmacja kultury kreatywności zbiega się z akcentowaniem instrumentalnego znaczenia wiedzy, przedsiębiorczości, zaufania czy rezyliencji – pełnej gotowości do radzenia sobie z przeciwnościami losu. Dyskursy towarzyszące tym kategoriom stają się akcesoriami pośredniego rządzenia populacją. Jak pisze Marek Czyżewski, „«Kreatywne»

jednostki nie są bardziej samodzielne, sprawcze czy «upodmiotowione», po prostu tryb ich ujarzżenia jest inny» [Czyżewski 2013: 63].

Jeśli pozostać przy interpretacji Reckwitza, to w jego ujęciu dyspozytyw kreatywności staje się bodźcem inicjującym alternatywę wobec żelaznej klatki racjonalizmu – jeszcze nie tak dawno uważanego za główny napęd modernizacji i podstawowe źródło efektywnej gospodarki. Jednocześnie dyspozytyw kreatywności okazuje się lekiem na zawodowe wypalenie. Poszczególne jego składniki mają bowiem tworzyć idealne warunki dla rozwoju i wyrazu indywidualnego *ja*, zaś pożądanym społecznie podmiot ma przełamywać rutynę życia zawodowego i swobodnie kształtować życie prywatne. Różnica między tymi obszarami zaciera się – to, co kiedyś zarezerwowane było dla sfery pozazawodowej (np. przeżycia estetyczne czy twórcze działanie), zapewnić ma teraz kreatywna praca. Jednocześnie zarządzanie ma stać się współzarządzaniem („prośmy pracowników o pomysły!”), co – jak opisywał Jerzy Hausner –

otwiera ogromną przestrzeń dla innowacji i eksperymentów, a tym samym dla wszelkiej kreatywności. Praca i aktywność zawodowa stają się znacznie powszechniej niż kiedykolwiek nowatorskie i twórcze, przypominając wykonywanie wolnego zawodu. Nie dają bezpieczeństwa, wiążą się z ryzykiem, ale oferują wiele możliwości [Hausner 2010: 9].

Coraz więcej obszarów ludzkiej aktywności – jak twierdzi Andreas Reckwitz – rozpatruje się w kategoriach estetycznych [Reckwitz 2013a: 22]. W tym ujęciu kryteria estetyczne kolonizują kolejne sfery życia – relacje osobiste, media i politykę. Oceniając ten proces bardziej sceptycznie, wydaje się, że mamy raczej do czynienia z postępującą pseudo-estetyzacją, w ramach której w różnych obszarach rzeczywistości pełni się retoryka twórczości. Zasoby namysłu nad pięknem i sztuką zostają zrekontekstualizowane do celów ściśle pragmatycznych, w których wartości estetyczne zmieniają swoje znaczenie. W tej optyce sztuka – jak mówiła w cytowanym wyżej wywiadzie Grażyna Kulczyk – „odrywa nas od codzienności i rutyny. Pobudza naszą wyobraźnię, uczy interpretacji oraz kreatywności, która w każdym zawodzie jest potrzebna” [Kulczyk, Kosiewski 2014: 65]. Następuje ekspansja i intensyfikacja wszystkiego, co można ująć w kategoriach „niby-” lub „pseudo-estetycznych” kosztem składników rzeczywistości pozbawionych takich komponentów.

Nowy *homo oeconomicus* szuka zatem inspiracji u podrobionej wersji *homo aestheticus*. Fetyszyzuje nowatorstwo i oryginalność, nawet jeżeli dotyczy to rutynowych czynności i produktów wytwarzanych w sposób masowy. Sprawnie łączy działanie celowo-racjonalne z estetyczną przyjemnością. Wyolbrzymia znaczenie zmiany – łączy i miesza tradycyjne motywy kultury, twórczo ingeruje

w rzeczywistość i nieustannie przekształca siebie. Pomagają mu w tym media, podsuwając wzory do naśladowania i nowe projekty tożsamościowe. Twórcze działanie to dziś rzadziej umiejętność tworzenia czegoś nowego, a częściej model działania oparty na figurze demiurga. W efekcie, jak ujmuje to Reckwitz, „kreatywność dotyczy w mniejszym stopniu produkcji rzeczy, a bardziej konstrukcji samego podmiotu” [Reckwitz 2013b: 24].

„EKONOMIZACJA KULTURY” I „KULTURYZACJA EKONOMII”

W opisywanym tu nowym dyskursie modernizacyjnym „opłacalność” kultury pojmuję się na dwa sposoby. Po pierwsze chodzi o **ekonomizację kultury** lub szerzej o jej – jak piszą Belfiore i Bennett [2008] – „governmentalizację”, podporządkowanie konkretnych instytucji szerszym projektom rozwojowym, w którym będą mogły one dowieść swojej „użyteczności”. Częścią tego procesu jest też ekonomizacja czy – bardziej ogólnie – racjonalizacja działań. Pożądane jest – jak formułują to zwolennicy zmian – „przenikanie do sektora kultury (w tym także to kultury wysokiej) aktywności przedsiębiorczej i menedżerskiego stylu kierowania instytucjami kulturalnymi” [Klasik 2010: 51]. Po drugie, chodzi o proces **„kulturyzacji” i „pseudo-estetyzacji” działalności gospodarczej**. Twórczość artystyczna i styl pracy wolnych zawodów staje się impulsem nowych idei (np. działania projektowego) oraz źródłem innowacji dla wielkich korporacji i małych start-upów. Jak pisze Andrzej Klasik: „twórczość artystyczna i produkcja kulturalna znajdują zastosowanie w przemyśle i usługach, będąc tam źródłem innowacji” [Klasik 2010: 62]. Kompetencje kulturowe przestają być zbędnym ornamentem w CV, a urastają do podstawowego składnika predyspozycji zawodowych. Mają gwarantować konkurencyjność i umiejętność przetrwania w brutalnych warunkach wolnego rynku. Brak tych kompetencji zmniejsza szansę na odniesienie sukcesu na rynku pracy, rodzi wręcz – jak ostrzega Jerzy Hausner – zagrożenie wykluczenia społecznego [Hausner 2010: 9].

Rosnąca tendencja do „ekonomizacji kultury” i „kulturyzacji ekonomii” wydaje się przeczyć tezie Niklasa Luhmanna [1997] o postępującym „wyróżnicowywaniu” systemów społecznych. Przeciwnie, opisywany tu dyskurs modernizacyjny ilustruje pełzający proces „zatarcia różnic między kodami właściwymi dla odmiennych dziedzin życia” [Czyżewski 2013a: 82]. Zbliżenie kultury z gospodarką rozpatrywać można w kategoriach Luhmannowskiego **„odróżnicowania” („de-dyferencjacji”)**, czyli procesu zacierania i zanikania granic między różnymi podsystemami (np. ekonomicznym i kulturowym) [tamże]. Między światami niegdyś odległymi – artystami i projektantami z jednej strony,

a menedżerami i przedsiębiorcami z drugiej – słabnie zarówno dystans fizyczny, jak i komunikacyjny. Preferowaną relacją staje się kooperacja i współdziałanie, a aktywność kulturalna zyskuje wymiar ekonomiczny.

Oba wskazane procesy można połączyć z szerszymi tendencjami: „**produkcją twórczości**”, czyli wzmożonym pobudzaniem kreatywności w ramach „odgórných” polityk publicznych oraz „**banalizacją kreatywności**”, będącą efektem demokratyzacji kompetencji kulturowych, rozwijanych i przyswajanych „oddolnie” przez środowiska spoza zawodów artystycznych.

„Produkcja twórczości” odniesiona do ekonomizacji kultury łączy się z formowaniem społecznych polityk kulturalnych, programów edukacyjnych, długoletnich strategii rozwojowych dla instytucji kultury czy budową centrów nauki i sztuki. „Produkcja twórczości” powiązana z kulturyzacją gospodarki dotyczy przyswajania i opanowywania kompetencji typowych dla ludzi wolnych zawodów, komercjalizacji działań kreatywnych, rozwijania przemysłów kultury i forsowania nowych form współpracy, np. działań projektowych czy współzrządzenia firmą przez pracowników.

„Banalizacja kreatywności” łączona z ekonomizacją kultury to pobudzanie oddolnej działalności artystycznej i stymulowanie mechanizmów pozwalających tę działalność skomercjalizować. Zinternalizowany przymus kreatywności prowokuje wypracowanie nowego typu „technik siebie”, które – jak pisał Foucault – „pozwalają jednostkom dokonywać [...] na własnych ciałach oraz duszach operacji, których celem jest przekształcenie siebie tak, by osiągnąć pewien stan szczęścia, czystości, mądrości, doskonałości czy nieśmiertelności” [Foucault 2000: 249]. Współczesny człowiek ma myśleć innowacyjnie oraz nieustająco edukować się do działań quasi-artystycznych i eksperymentalnych. „Banalizacja kreatywności” odniesiona do kulturyzacji gospodarki to stymulowanie samozatrudnienia i rozwijanie współczesnych fenomenów „oddolnej” ekonomii (*do-it-yourself economy*): networkingu, co-workingu, innowacyjnych start-upów oraz spontaniczna organizacja przestrzeni kreatywnych do celów komercyjnych. Słowem-kluczem jest „przyjemność z pracy” i prestiż społeczny – podstawowe źródła osobistej nagrody.

ZAKOŃCZENIE

Zdobycie się na dystans wobec coraz bardziej natarczywego łączenia kultury i gospodarki oraz zakwestionowanie afirmacji dyskursów kreatywności wydaje się z pozoru zającą mało roztroptym. Nastawionych sceptycznie obserwatorów łatwo bowiem zaliczyć do modernizacyjnych malkontentów – przeciwników

postępu „z ludzką twarzą”, opartego przecież nie na dyscyplinie, dyrektywnym kierowaniu i eksploatacji, ale retoryce „upodmiotowienia”, „samorealizacji” i inicjatywie jednostki.

Kłopot w tym, że oparta na tych ideach wizja gospodarki z autonomią podmiotu ma niewiele wspólnego. Retoryka kreatywności ukrywa m.in. konflikt między zadowoleniem z prowadzenia życia nasyconego twórczymi bodźcami a potrzebą socjalnego bezpieczeństwa. W przemysłach kultury dominuje samozatrudnianie i inne elastyczne formy stosunku pracy, mitem jest więc wyobrażenie o niezależności. Nowy wzór pracy kreatywnej powoduje uzależnienie „wolnych strzelców” od zleceń dużych podmiotów (np. korporacji czy instytucji publicznych), gwarantujących ciągłości umów „śmieciowych” i pracy kontraktowej. W przywoływanych przez Keitha Negusa i Marka Pickeringa badaniach Angeli McRobbie [1998] dotyczących przemysłu związanego z modą widać – co podkreślają autorzy – „w jaki sposób epitety «kreatywny» lub «kulturalny» odnoszone do gałęzi przemysłu zakrywają mniej chwalebny świat ciężkiej pracy, nadgodzin, niepewności, czasowych umów, nierównego traktowania płci i wszelkiej dyskryminacji” [Negus, Pickering 2010: 18].

Forsowany przez dyskursy kreatywności projekt gospodarki opiera się na oczekiwaniu niemożliwego wręcz stopnia entuzjazmu wobec wyzwań zawodowych, gotowości do przepracowania i samoeksploatacji. Aktorzy społeczni promujący ten model zakładają ponadto ogromny poziom wiary w siebie „młodych kreatywnych”. Budowana presja skłania jednostkę do samoobwiniania (szczególnie za porażki) i zobowiązuje ją do nieustającego doskonalenia i rozwoju osobistego [McRobbie 2011a: 125]. Normą staje się permanentne egzaminowanie i ewaluacja, monitorowanie i testowanie własnego *ja* [zob. Jacyno 2007].

Nowy dyskurs połączony zostaje z ugruntowanym etosem turbokapitalizmu. O ile praca kreatywna wymaga wyciszenia, spokoju i warunków sprzyjających myśleniu, o tyle model pracownika kreatywnego lokowany jest w wartkim nurcie rutynowych działań biznesowych – w zgiełku korporacyjnego kieratu, *deadline’ów* i reguły *as soon as possible*. Trudno to uznać za idealne środowisko dla twórczego działania.

Klasa kreatywna skazana jest ponadto na niepewność „kreatywnego multitaskingu” – chwytania się wielu zadań w poszukiwaniu *one big hit* [McRobbie 2011a: 126], w którym widzi się szansę na przekształcenie dobrego pomysłu w dochodowe przedsięwzięcie. Towarzyszy temu nadzieja na zredukowanie niepewności i uporządkowanie chaotycznych działań rozproszonych między kilkoma projektami. Wymarzoną nagrodą za pracę w niestabilnych warunkach jest znalezienie niezagospodarowanej kulturowej niszy i powodzenie własnego

projektu: portalu internetowego, gry lub aplikacji komputerowej, sklepu online czy nowej restauracji w modnej „kreatywnej przestrzeni”. Za największy sukces uchodzi produkt o charakterze „zaburzającej innowacji” (*disruptive innovation*) – przełom na miarę tabletu, Facebooka, Twittera, portalu YouTube czy usługi Pay Pal. Tomasz Zarycki, powołując się na Romana Galara [2005] i Vaclava Smila [2005], ocenia jednak, że „od dłuższego czasu nie pojawiły się żadne naprawdę przełomowe odkrycia naukowe i innowacje” [Zarycki 2014: 26]. Postęp technologiczny bazuje raczej na optymalizowaniu przyswojonych wcześniej rozwiązań niż szukaniu nowych, pionierskich know-how. Zdaniem przywoływanego przez Zaryckiego Chrtophera Pike’a [2001], korporacje mają wręcz unikać nowych, prawdziwie rewolucyjnych pomysłów, stawiając na kontrolę rynków i stabilne zyski.

Kultura zorientowana na twórczość rodzi ponadto nowe nierówności – między działaniami i jednostkami kreatywnymi a ludźmi, którzy temu wyzwaniu nie są w stanie sprostać. Kreatywne działanie nie jest dziś wolnym wyborem, ale współczesnym przymusem, elementem społecznego konformizmu [Reckwitz 2013b: 29]. Od „obdarzonych” twórczością obywateli wymagane są konkretne, efektywne działania. Sukces tych działań mierzony jest stopniem użyteczności i społecznej „przydatności”. W imię ideału indywidualnej wolności oraz w trosce o wysoki poziom zatrudnienia pozytywna odpowiedź „użytecznego” obywatela może brzmieć jedynie: „tak, jestem innowacyjny i nic, co twórcze, nie jest mi obce”.

Nowa, równościowa retoryka skrywa jednak dawne hierarchie, które zostają wyrażone w języku wolnego rynku, a zróżnicowania ekonomiczne i społeczne usankcjonowane w kategoriach moralnych [Zarycki 2014: 31]. W obietnicy egalitarnej wspólnoty zawartej w projekcie kreatywnej gospodarki tkwi istotny paradoks – intencja inkluzji społecznej wszystkich ludzi obdarzonych twórczym potencjałem kłóci się z rzeczywistością, a pozór egalitaryzmu skrywa faktyczne dysproporcje. Zasadne wydaje się pytanie, „czy kategorie zaczerpnięte z neo-liberalnego dyskursu da się zastosować do doświadczeń ludzi, którzy znaleźli się poza polem jego widzialności” [Zawadzka 2011: 236]. Na kreatywność „załapią się” bowiem tylko nieliczni, zdeterminowani i gotowi przyjąć niestabilne – „prekarne” – warunki, na których zbudowany jest pomysł przemysłów kultury. Alternatywą będzie obniżenie statusu, zubożenie i marginalizacja. Skoro „każdy jest kreatywny”, uchylanie się od twórczego wysiłku oznacza społeczną nieprzydatność i zaliczenie do grupy życiowo przegranych. Zaniechanie działania, niepowodzenie osobiste czy po prostu „niekreatywna” postawa sytuuje nas w roli społecznego outsidera i naraża na – jak to nazywa Reckwitz – „choroby nieudolności”: zawodowe wypalenie, depresję i uzależnienia [2013b: 29].

Co ciekawe, kreatywności oczekuje się nie tylko w obszarze zawodów definiowanych jako „twórcze”, ale także w działaniach ściśle rutynowych i konwencjonalnych – trudno aplikować nawet o najprostsze stanowisko bez wykazania w CV tej pożądanej dyspozycji. Jednocześnie nie dostrzega się kreatywności tam, gdzie nie generuje ona łatwo mierzalnego zysku finansowego: w pracy domowej kobiet, czynnościach opiekuńczych czy działaniach pielęgnacyjnych w szpitalach i ośrodkach pomocy [Zawadzka 2011: 233]. Solą w oku jest także kreatywność „niechciana” – na przykład nowe, inicjowane poza związkami zawodowymi, formy politycznej organizacji ludzi pracujących w ramach umów cywilno-prawnych (zwanymi często „śmieciovymi”), a także rozmaite twórcze działania, podejmowane z myślą o zapewnieniu sobie i bliskim bezpieczeństwa socjalnego.

Wyobrażenie o służebnej względem gospodarki roli kultury i unieważnienie myślenia o niej jako źródle niezgody zyskało sankcję nowej pozornej oczywistości. Śledząc proces włączenia kultury w ramy nowego dyskursu modernizacyjnego, trudno pozbyć się wrażenia, że nie może ona uniknąć procesu zawłaszczania przez tych, którzy mienia się dziś jej największymi rzecznikami. Ryzykują zarówno ci, którzy cynicznie reprodukcją „zachodnią” retorykę kreatywności, przekonani o słuszności idei przemysłów kultury, jak i ci, dla których program „kultura się liczy” jest częścią swego rodzaju strategii mimikry. Druga z tych filozofii w naśladowaniu głosu prawomocnych polityk publicznych szuka uzasadnienia dla zwiększenia nakładów na kulturę, przywrócenia jej społecznego znaczenia i wykorzystania jako impulsu do działań proobywatelskich i emancypacyjnych. W obu przypadkach ryzyko jest to samo – retoryka „kultury jako źródła zysku” może ustanowić to, co opisuje w programowych dokumentach, strategiach i raportach, ignorując zamiary swoich autorów i wywołując nieprzewidziane przez nich konsekwencje. Dobrym przykładem rozczarowania w obozie „entuzjastów” są ostatnie wypowiedzi Richarda Floridy, który w wywiadzie zatytułowanym „Do diabła z klasą kreatywną” samokrytycznie wyznaje:

Od czasów, kiedy napisałem pierwszą książkę o niej, przekonałem się, że gospodarka kreatywna pogłębia istniejące podziały społeczne. Struktura naszych społeczeństw sprawia, że wzmacnia ona segregację i separację ludzi. Podnosi jakość życia w mieście, w wybranej dzielnicy, ale tylko mieszkańców należących do klasy kreatywnej. To odkrycie to mój wielki zawód” [Florida 2015].

Także w drugim przypadku – środowiska „taktyków” – końcowe efekty włączenia kultury we współczesny język modernizacyjny mogą być rozczarowaniem. Obawy budzi proces, w którym dyskurs ekonomii kultury i retoryka kreatywności – obecnie ograniczone przede wszystkim do porządku uzasad-

nienia, czyli publicznie mobilizowanych zasobów interpretacji pożądanых przeobrażeń – stanie się z czasem porządkiem samej rzeczywistości, tworząc reguły jej społecznej organizacji. Choć dziś dyskurs ten uzasadnia i legitymizuje preferowany kierunek zmian i trendów rozwojowych, być może w przyszłości performatywnie ustanowi „empirycznie namacalne” warunki realiów życia. Koszt tego może być wysoki – uprawomocnienie nowych form wyzysku, neutralizacja oporu i metodyczne usuwanie z kultury jej krytycznych pierwiastków.

Co pozostaje w zamian? Pierwszy krok to konsekwentne stawianie oporu skrajnej instrumentalizacji kultury i łączonej z nią ekonomizacji, co uznać można za skromną szansę na wyrażenie choćby częściowego sprzeciwu wobec nacisków ze strony dominujących relacji społecznych [Czyżewski 2012b: 87] i zewnętrznych wobec kultury kodów charakterystycznych dla odmiennych dziedzin życia – w tym przede wszystkim gospodarki i polityki. Drugi krok – skierowany zdecydowanie w przyszłość – to odważne poszukiwanie nienaśladowczego wariantu nowoczesności [Czapliński 2015: 24], który z dużo większą ostrożnością patrzyłby na bezkrytyczne uprzedmiotowienie kultury. Zadanie o tyle trudne, że większość podjętych do tej pory impulsów modernizacyjnych miało charakter wtórny, w konsekwencji czego „polska droga do postępu” ślepo powtarzała błędy popełnione wcześniej w innych społeczeństwach. Trzeźwa ocena mody na „ekonomię kultury” zwiększa jednak szansę na ich uniknięcie.

BIBLIOGRAFIA

- Adorno Th.W.**, 1994, *Teoria estetyczna*, Warszawa: PWN.
- Arendt H.**, 1994, *O kryzysie w kulturze i jego społecznej oraz politycznej doniosłości*, (w:) tejsze, *Między czasem minionym a przyszłym. Osiem ćwiczeń z myśli politycznej*, Warszawa: Fundacja Alatheia, ss. 233–266.
- Beuys J.**, 1987, *Każdy artystą*, (w:) S. Morawski (red.), *Zmierzch estetyki – rzekomy czy autentyczny*, t. II, Warszawa: Czytelnik, ss. 268–273.
- Belfiore E., Bennett O.**, 2008, *The Social Impact of the Arts. An Intellectual History*, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Boltanski L., Chiapello È.**, 2005, *The New Spirit of Capitalism*, London – New York: Verso.
- Bühmann A., Schneider W.**, 2008, *Vom Diskurs zum Dispositiv. Eine Einführung in die Dispositivanalyse*, Bielefeld: transcript.
- Czapliński P.**, 2015, *Zbyt późna nowoczesność*, (w:) J. Żakowski (red.), *Reforma Kulturowa 2020 – 2030 – 2040*, Warszawa: Krajowa Izba Gospodarcza, ss. 20–34.
- Czyżewski M.**, 2012a, *Wiedza specjalistyczna i praktyka społeczna – przemiany i pułapki*, (w:) A. Jabłoński, J. Szymczyk, M. Zemło (red.), *Kontrowersje dyskursywne. Między wiedzą specjalistyczną i praktyką społeczną*, Lublin: Wydawnictwo KUL, ss. 71–93.

- Czyżewski M.**, 2012b, *Socjologia wobec kultury – uwagi na marginesie koncepcji Antonimy Kłoskowskiej*, „Przegląd Socjologiczny” LXI/3, ss. 67–89.
- Czyżewski M.**, 2013, *W kręgu społecznej pedagogii*, „Societas/Communitas” 2(16), ss. 45–75.
- Florida R.**, 2010, *Narodziny klasy kreatywnej*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Foucault M.**, 1994, *Le jeu de Michel Foucault. Ornicar? Bulletin périodique du champ freudien 10*, (w:) tegoż, *Dits et écrits*, t. III, Paris: Gallimard, ss. 298–329.
- Foucault M.**, 1997, *What is Critique?*, (w:) S. Lotringer, L. Hochroth (red.), *The Politics of Truth*, New York: Semiotext(e), ss. 23–82.
- Florida R.**, 2010, *Narodziny klasy kreatywnej*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Florida R.**, 2015, *Do diabła z klasą kreatywną*, <http://publica.pl/teksty/florida-do-diabla-z-klasa-kreatywna-53182.html> (dostęp 3.10.2015).
- Franczak K.**, 2013, „Uwiedzwowienie” sztuki: problem intelektualizacji współczesnych działań artystycznych, „Kultura i Społeczeństwo” 1, ss. 43–58.
- Furedi F.**, 2008, *Gdzie się podziiali wszyscy intelektualiści*, Warszawa: PIW.
- Galar R.**, 2005, *Adaptive versus managerial approach to S&T policy*, (w:) A. Kukliński, K. Pawłowski (red.), *Europe – The Strategic Choices*, Nowy Sącz: Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University.
- Harrison L.E.**, Huntington S.P., 2003, *Kultura ma znaczenie*, Warszawa: Zysk i S-ka.
- Hausner J.**, 2010, *Kultura w cywilizacji informacyjnej. Wprowadzenie*, (w:) A. Gwóźdź (red.), *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, ss. 7–13.
- Hausner J., Karwińska A., Purchla J.** (red.), 2013, *Kultura a rozwój*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Jacyno M.**, 2007, *Kultura indywidualizmu*, Warszawa: PWN.
- Klasik A.**, 2010, *Od sektora kultury do przemysłów kreatywnych*, (w:) A. Gwóźdź (red.), *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, ss. 47–63.
- Kłoskowska A.**, 1983, *Socjologia kultury*, Warszawa PWN.
- Kulczyk G., Kosiewski P.**, 2014, *Impuls zbierania*, „Tygodnik Powszechny” 23, ss. 62–65.
- Kumięga Ł., Nowicka M.**, 2012, *Dyskurs o badaniach nad dyskursem w Niemczech*, „Oblicza Komunikacji” 5, ss. 129–154.
- Leadbeater Ch.**, 1999, *Living on Thin Air. The New Economy*, London: Viking/Penguin.
- Luhmann N.**, 1997, *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, vol. 1–2, Frankfurt n Menem: Suhrkamp.
- McRobbie A.**, 1998, *British Fashion Design*, London: Routledge.
- McRobbie A.**, 2011a, *The Los Angelesation of London: Three Short Waves of Young People’s Micro-Economies of Culture and Creativity in the UK*, (in:) G. Raunig, G. Ray, U. Wuggenig (red.) *Critique of Creativity: Precarity, Subjectivity and Resistance in the ‘Creative Industries’*, London: MyFlyBooks, pp. 119–131.
- McRobbie A.**, 2011b, *Re-Thinking Creative Economy as Radical Social Enterprise*, „Variant” 41, pp. 32–33.
- Metz M., Seeßlen G.**, 2014, *Geld frisst Kunst, Kunst frisst Geld. Ein Pamphlet*, Berlin: Suhrkamp.
- Milchman A., Rosenberg A.**, 2009, *The Final Foucault: Government of Others and Government of the Self*, (in:) S. Binkley i J. Capetillo (eds.), *A Foucault for the 21st Century: Governmentality, Biopolitics and Discipline in the New Millenium*, Newcastle 2009, pp. 62–71.
- Negus K., Pickering M.**, 2010, *Przemysł*, (w:) A. Gwóźdź (red.), *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury, ss. 14–33.

- Nesbitt R.G.**, 2009, *Nie oglądaj się za siebie w gniewie*, (w:) M. Lind, R. Minichbauer (red.), *Europejskie polityki kulturalne 2015*, Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana, ss. 49–63.
- Oakley K.**, 2010, *Brytania wcale nie taka cool. Rola przemysłów kreatywnych w rozwoju gospodarczym*, (w:) Zespół Krytyki Politycznej (red.), *Ekonomia Kultury. Przewodnik Krytyki Politycznej*, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, ss. 124–139.
- Pike C.G.**, 2001, *Virtual Monopolies: Building an Intellectual Property Strategy for Creative Advantage: From Patents to Trademarks, from Copyrights to Design Rights*, Londyn: Nicholas Brealey Pub.
- Raport, 1998, *Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development. Final report*, Stockholm, Sweden, 30 March–2 April 1998.
- Raport, 2000, *Culture Counts. Financing, Resources, and the Economics of Culture in Sustainable Development. Proceedings of the Conference*, Florence, Italy, 4–7 October, 1999.
- Raport, 2015, *Reforma Kulturowa 2020 – 2030 – 2040*, red. J. Żakowski, Warszawa: Krajowa Izba Gospodarcza.
- Reckwitz A.**, 2013a, *Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*, Berlin: Suhrkamp.
- Reckwitz A.**, 2013b, *Die Erfindung der Kreativität*, „Kulturpolitische Mitteilungen“ II (141), ss. 23–34.
- Sokołowska J.**, 2010, *Warunki mojej pracy nie są w moich rękach, ale na szczęście nie są też w twoich*, (w:) J. Sokołowska (red.), *Robotnicy opuszczają miejsca pracy*, Łódź: Muzeum Sztuki w Łodzi, ss. 8–43.
- Scruton R.**, 2010, *Kultura jest ważna. Wiara i uczucie w osaczonym świecie*, Warszawa: Zysk i S-ka.
- Smil V.**, 2005, *Creating the Twentieth Century Technical Innovations of 1867–1914 and Their Lasting Impact*, Oxford: Oxford University Press.
- Thorsby D.**, 2010, *Ekonomia i kultura*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Zarycki T.**, 2014, *Innowacjonizm jako legitymizacja. Dyskursy innowacji, gospodarki opartej na wiedzy, społeczeństwa informacyjnego i pokrewne w perspektywie krytycznej*, „Zarządzanie Publiczne” 1(27), ss. 20–34.
- Zmyślony M.**, 2014, *Twórcza inżynieria rzeczywistości*, „Respublica” 3/27, ss. 13–15.
- Zawadzka A.**, 2011, *Przymus kreatywności*, (w:) J. Sowa (red. prowadzący), *Wieczna radość. Ekonomia polityczna społecznej kreatywności*, Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana, ss. 227–237.

Karol Franczak

CULTURE AS A SOURCE OF PROFIT? THE ETHOS OF CREATIVITY AND THE CONTEMPORARY DISCOURSE OF MODERNIZATION

Abstract

This paper addresses the socially relevant problem of inscribing culture into the new valid development discourse, in which the idea of culture taking a subservient role in relation to the economy and the abandonment of thinking about it as a source of social criticism became sanctioned as a new apparent obvious. As part of this discourse, various societal actors argue that “culture

matters”, that culture is a driver of change and economic growth, a chance to modify the structure of employment and a source of personal reward for all those who help build the modern economy. This stance stems from the belief that social studies and humanities have to date shown little interest in culture as an important component of the modernization discourse and its elements, as well as the fact that implicit and ambiguous ideological references are rarely subjected to critical analysis. This applies to both the overall transformation of that discourse as well as the process of its placement within the social reality. The author argues that the instrumentalization present in the contemporary discourse concerning the modernization of culture may be viewed as an element of a relatively new and subtle form of domination, and an important research task is to recognize and attempt to describe these less obvious forms of power.

Keywords: instrumentalization of culture, economy of culture, discourse of modernization, creativity, creative industries, discourse analysis, dispositif analysis.