

Humanistyka i ekonomia na początku XXI wieku

Rozważania wokół książki Jamesa F. Englisha *Ekonomia prestiżu. Nagrody, wyróżnienia i wymiana wartości kulturowej oraz innych rozpraw humanistyczno-ekonomicznych*

Sławomir Iwasiów

Uniwersytet Szczeciński, Zachodniopomorskie Centrum Doskonalenia Nauczycieli

W drugiej dekadzie XXI wieku związki humanistyki i ekonomii wydają się nieuniknione. Ten nie zawsze bezkonfliktowy mariaż można zaobserwować na różnych – by posłużyć się terminologią Pierre’a Bourdieu – polach działalności społecznej: od finansowania lokalnych przedsięwzięć kulturalnych, poprzez edukację humanistyczną na wszystkich etapach kształcenia, zwłaszcza w perspektywie idei *long life learning*, aż po radykalne dla kultury przemiany mediów związane z rozwojem nowych technologii. Ekonomia wpływa na humanistykę, a humanistyka niejednokrotnie staje się przedmiotem zainteresowania ekonomii. Nie zawsze jednak między przedstawicielami tych dyscyplin zachodzi pełne porozumienie. Szukaniu tego porozumienia, jak też innych aspektów wymiany myśli między humanistami a ekonomistami jest poświęcony niniejszy artykuł.

Słowa kluczowe: ekonomia kultury, nowoczesność, humanistyka, klasa kreatywna, filologia–ekonomia.

Wprowadzenie

Humanisci i ekonomiści nie zawsze znajdują wspólny język. Problemy z komunikacją humanistów i ekonomistów, a właściwie ekonomistów postawionych w opozycji do reszty świata – żeby posłużyć się dość jaskrawym przykładem – dobrze oddaje film Michaela Moore’a pt. *Kapitalizm, moja miłość* z 2009 roku. Reżyser pyta w nim Marcusa Haupta, inżyniera i maklera giełdowego, byłego wiceprezydenta Lehman Brothers, o to, czym są derywaty. Makler posługuje się hermetycznym językiem, którego nie tylko Moore, ale i widzowie nie są w stanie

zrozumieć – właściwie to sam Haupt go nie rozumie i w pewnym momencie, oniesmielony i zrezygnowany zaszępną miną Moore'a, przerywa wypowiedź. Jeszcze gorzej jest w wypadku profesora ekonomii z Uniwersytetu Harvarda, Kennetha Rogoffa, który nie może, udzielając odpowiedzi na to samo pytanie o derywaty, skonstruować jednego sensownie brzmiącego zdania. Brak komunikacji – a właściwie brak zrozumiałego języka, dzięki któremu komunikacja mogłaby sprawnie przebiegać – to obecnie nasz problem i dlatego, jak sądzę, powinniśmy dążyć do negocjowania wspólnego słownika ekonomii i humanistyki.

Nie chcę oczywiście twierdzić, że w niniejszym artykule zaprezentuję gramatykę takiego języka – raczej będę się starał odnaleźć jego leksykę w rozproszonych tu i ówdzie pracach z zakresu ekonomii i humanistyki. Muszę przy tym zastrzec, że używam pojęć „ekonomia” i „humanistyka” w szerokim zakresie spektrum znaczeniowego, od użyc potocznych, aż po nieco bardziej substancjalne, naukowe ujęcia. Ekonomia to w moim przekonaniu wszelkie działania społeczne, które są związane z wytwarzaniem, dystrybucją i konsumowaniem dóbr zarówno materialnych, jak i niematerialnych. Natomiast humanistykę rozumiem jako aktywność poświęconą opisowi wszelkiej działalności człowieka, w tym ekonomicznej, dlatego ekonomię, w jakimś zakresie, uważam za część myśli humanistycznej. Jak twierdzi David Throsby, australijski ekonomista, badacze kultury interesują się ekonomią, a i ekonomistom nierzadko zdarza się wypowiadać na tematy związane z kulturą (Throsby, 2010, s. 11).

W Polsce, przede wszystkim w ostatnich latach, potrzebę poruszania tak zakrojonej tematyki dostrzegają różne środowiska. W roku 2010 Krytyka Polityczna wydała *Ekonomię kultury*, niewielki formatem, ale pokaźnej objętości przewodnik po zagadnieniach kulturowo-ekonomicznych. Narodowe Centrum Kultury w ramach projektu „Kultura się liczy!” opublikowało kilka wpływowych prac, m.in. w 2013 roku książkę pt. *Kultura a rozwój*, określaną mianem „pierwszego polskiego podręcznika ekonomii kultury”. Autorzy i wydawcy tego dzieła sugerują we wstępie, dla kogo jest on przeznaczony, wymieniając jednym tchem zarówno ekonomistów, adeptów i przedstawicieli nauk społecznych, jak i humanistów (Hausner, Karwińska, Purchla, 2013). Nierzadko też przedstawia się literaturę i kulturę w obliczu działań marketingowych, co w jakiś sposób świadczy o zmianie nastawienia do ekonomii i jej związków z kulturą (Antonik, 2014).

Mamy też w lokalnym, szczecińskim środowisku naukowym przykłady przedsięwzięć, które idą z duchem czasu i łączą dążenia ekonomistów i humanistów. W dniach 5–7 czerwca 2013 roku, za sprawą współpracy Uniwersytetu Szczecińskiego i Zachodniopomorskiego Centrum Doskonalenia Nauczycieli, odbyła się konferencja pt. *Literatura, pieniądze, kobieta*, w której wzięli udział zarówno badacze i badaczki literatury, jak i przedstawiciele i przedstawicielki

nauk ekonomicznych i społecznych. W dniu 10 grudnia 2014 roku Jerzy Madejski, szczeciński teoretyk literatury, zorganizował wspólnie z ekonomistami z Uniwersytetu Szczecińskiego, m.in. ze Sławomirem Frankiem z Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, symposium pt. *Ekonomia kulturowa*. W tymże roku (2015), w Instytucie Polonistyki i Kulturoznawstwa Uniwersytetu Szczecińskiego ogłoszono studia pn. *Marketing narracyjny w kulturze współczesnej*, które opracowała literaturoznawczyni Arleta Galant. Ekonomia i humanistyka idą zatem w parze, zarówno globalnie jak i lokalnie.

Trzeba jednak pytać dzisiaj o to, jaką myśl wnoszą do humanistyki ekonomiści i co humaniści mają do zaoferowania ekonomii. Inspirująca jest książka pt. *Narodziny klasy kreatywnej* Richarda Floridy, który do tej nowej „warstwy” społecznej zalicza przede wszystkim humanistów (Florida, 2010). To jest dla nas – piszę w liczbie mnogiej jako humanista, który według ustaleń Floridy mógłby być włączony właśnie w szeregi „klasy kreatywnej” – istotna praca, ponieważ wyposaża nas w przekonanie, że w jakiejś mierze od naszej aktywności zależy tworzenie współczesnej kultury. Poza tym, jak zauważyła w recenzji Magdalena Godowska, amerykański ekonomista postrzega kreatywność jako część szerszego projektu społecznego: „*Narodziny klasy kreatywnej* to jednak także książka, której autor zdecydowanie nadaje swego rodzaju «społeczną misję». W końcowym rozdziale zatytułowanym *Dorastanie klasy kreatywnej* krytykuje jej przedstawicieli skupionych na sobie, swoich ambicjach i celach, egocentrycznych (*cyberselfish*), niechętnych do angażowania się w życie obywatelskie” (Godowska, 2012, s. 134).

W związku z tą „społeczną misją” nie sposób bronić się przed rzekomo szkodliwą ingerencją myśli ekonomicznej w humanistykę; trzeba raczej myśleć o współpracy humanistów i ekonomistów – i właśnie ta problematyka, z punktu widzenia humanisty, który zajmuje się współczesną literaturą, kulturą i mediami, wydaje się interesująca i warta rozwinięcia. Główną inspiracją, oprócz książki Floridy – która w jakimś zakresie została skrytykowana i odrzucona przez polskich ekonomistów, o czym piszą autorzy podręcznika *Kultura a rozwój* – jest dla mnie praca Jamesa F. Englisha pt. *Ekonomia prestiżu. Nagrody, wyróżnienia i wymiana wartości kulturowej*, wpisująca się w nurt rozpraw pogranicznych, ekonomiczno-humanistycznych, z jednej strony opisujących mechanizmy działania współczesnej kultury, z drugiej zaś analizujących jej ekonomiczne uwarunkowania (English, 2013). Również inne prace są przedmiotem mojego zainteresowania. Należą do nich wspomniane wyżej: przewodnik pt. *Ekonomia kultury* (2010), podręcznik *Kultura a rozwój* (Hausner, Karwińska, Purchla, 2013), a także raport badawczy *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre’a Bourdieu* (2014).

Nie roszczę sobie przy tym prawa do szczegółowego opisu pola humanistyki i ekonomii – tego rodzaju rozprawy, m.in. literaturoznawcze, już powstają

i dotyczą przeważnie jakiegoś konkretnego wycinka ekonomii kultury (Iwasiońw, Zawiszewska, 2014). Moim celem jest raczej zwrócenie uwagi na konieczność wytworzenia wspólnego języka, którym ze zrozumieniem mogliby się posługiwać zarówno ekonomiści, jak i przedstawiciele nauk humanistycznych, w tym literaturoznawcy, kulturoznawcy czy też medioznawcy. Czasami używamy przecież podobnie brzmiących słów, choć nie zawsze mają one to samo znaczenie. Co innego będą znaczyły, pozostaną przy przykładzie z filmu Moore'a, „derywaty” dla ekonomisty, a co innego dla językoznawcy. Chociaż badacze czasami używają tych samych pojęć, z trudem przychodzi im ustalenie wspólnego sensu. Bez obustronnego porozumienia trudno będzie zatem nie tyle inicjować i rozwijać, ile przede wszystkim, w wielu wypadkach, wspierać ważne przedsięwzięcia kulturalne, jak również rozważać historię, kondycję i przyszłość humanistyki.

Od filologii do ekonomii

We wstępie do wspomnianej wcześniej *Ekonomii prestiżu* Przemysław Czapliński, tłumacz książki, przedstawia postać autora, Jamesa F. Englisha. Brytyjski literaturoznawca pracuje na University of Pennsylvania, zajmuje się m.in. współczesną prozą nowoczesną, jest dyrektorem Forum Humanistyki i Uniwersyteckiego Forum Humanistyki Cyfrowej, a jedna z jego nowszych rozpraw, *The Global Future of English Studies* (2012), dotyczy szans rozwoju studiów anglojęzycznych wobec tendencji globalizacyjnych na świecie (Czapliński, 2013, s. 7). English jest zatem filologiem, literaturoznawcą, wykładowcą uniwersyteckim, po prostu trzeba by rzec – humanistą ze znacznym dorobkiem, ale przecież o tyle interesującym popularyzatorem wiedzy, co podkreśla Czapliński, że to właśnie dzięki *Ekonomii prestiżu* zdobył uznanie oraz, *nomen omen*, „pozauniwersytecki prestiż” (Czapliński, 2013, s. 7).

Na czym polega nowatorski charakter *Ekonomii prestiżu*? Przede wszystkim autor przeanalizował i opisał zjawisko nagród w dziedzinie kultury; zjawisko o cechach społecznych, które jest powszechnie znane, natomiast do tej pory nie mające wnikliwszej charakterystyki. Ponadto to humanista – a dokładniej: anglista – wziął na warsztat zagadnienie *per se* ekonomiczne. Podczas lektury książki niejednokrotnie zadajemy sobie pytanie, na ile filolog ma prawo do rozprawiania o ekonomii i czy, być może, nie nazbyt arogancko wypowiada się na tematy ekonomiczne.

Tak czy inaczej, jak relacjonuje Czapliński, książka Englisha – po premierze w wersji angielskojęzycznej w 2005 roku – wywołała spory zamęt wśród naukowców i publicystów. Recenzje *The Economy of Prestige* ukazywały się w rozmaitych

czasopismach: od wysokonakładowej prasy codziennej, aż po wyspecjalizowane, naukowe pisma ekonomiczne (Czapliński, 2013, s. 8). Czapliński zauważa w związku z tą popularnością, że Englishowi udało się trudna sztuka – brytyjski filolog połączył bowiem literaturoznawstwo i ekonomię, nurty nauki tylko pozornie do siebie nieprzystające (Czapliński, 2013, s. 8). Literaturoznawstwo często łączy się z innymi, pokrewnymi dziedzinami humanistyki, jak filozofia, historia czy socjologia – co znamienne w pracach Umberta Eco, Haydena White’a lub Zygmunta Baumana, natomiast rozważania nad literaturą, aż do tej pory, nie były łączone z ekonomią, przynajmniej w tak szerokim, globalnym zarysie. Prace, m.in., samego Czaplińskiego, literaturoznawcy z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, noszą nierzadko symptomy myślenia humanistyczno-ekonomicznego, przede wszystkim za sprawą kategorii nowoczesności, która domaga się myślenia interdyscyplinarnego, dostrzegania powiązań odległych od siebie pól społecznej aktywności (Czapliński, 2009). Dlaczego nieczęsto łączono ekonomię i literaturę? Wspomniany autor tłumaczy ten fakt następująco: „Literatura rzekomo reprezentuje czyste wartości ducha, ekonomia – również rzekomo – nieczyste zyski” (Czapliński, 2013, s. 8). Sukces publikacji Englisha polegał zatem na tym, że udało się nakłonić do wypowiedzi na ten sam temat rzekomo niepasujących do siebie przedstawicieli ekonomii i humanistyki.

Relacja z recepcji *Gry w prestiż* i ocena, jaką wystawia książce poznański badacz, ma być może jeszcze dalej idący i ważniejszy aspekt – chodzi o wpływ rozważań Englisha na relację humanistyki i ekonomii. Czapliński zwraca bowiem uwagę, że zjawisk ekonomiczno-kulturowych nie da się opisać satysfakcjonująco jedynie przy użyciu języka ekonomii (używając takich pojęć, jak „zysk”, „strata”, „waluta”, „kapitał”, „obieg”); trzeba, jak sugeruje, znaleźć (stworzyć?) taki kod, który będzie wypadkową różnych dyscyplin – język łączący różne dyscypliny, rozmaite pola i sposoby myślenia o kulturze, ekonomii i humanistyce (Czapliński, 2013, s. 9).

Zajrzyjmy jednak na moment do samej *Ekonomii prestiżu*. Dlaczego nagrody literackie – a szerzej patrząc, wszelkie nagrody – są tak popularne i na czym polega ich ekonomiczno-kulturowy fenomen?

Era ogród

James F. English od początku narracji nie skąpi kąśliwego języka i krytycznych uwag pod adresem współczesnej kultury zdominowanej przez chęć nagradzania wszystkich i wszystkiego: od wybitnego pisarza, który dostaje Literacką Nagrodę Nobla, aż po najładniejszy ogród, na który mogą głosować okoliczni mieszkańcy danej dzielnicy miasta. Problem z nagrodami polega jednak na tym, że jest ich

zbyt wiele, co przyczynia się do dewaluacji wartości i prestiżu zarówno nagradzanych dzieł, jak i ich twórców: „Wzrost liczby nagród w ciągu minionego stulecia, a zwłaszcza ich szalone rozprzestrzenienie się w ostatnich dekadach, powszechnie uważa się za jeden z bardziej jaskrawych objawów szerzenia się społeczeństwa konsumpcyjnego, a więc takiego, które pojmuje osiągnięcia artystyczne jedynie w kategoriach gwiazdorstwa czy też sukcesu i które w szybkim tempie zastępuje bogaty i różnorodny świat kultury płytką i jednorodną McKulturą, opartą na modelu ogólnokrajowych programów telewizyjnych. Z tego punktu widzenia nagrody nie są uhonorowaniem, ale zanieczyszczeniem najcenniejszych przejawów sztuki” (English, 2013, s. 30).

Autorowi tych słów udało się w *Ekonomii prestiżu* połączyć dwa zagadnienia, które – jak zauważył Przemysław Czapliński – są pozornie odległe i nieprzystające do siebie. Nagrody literackie i – szerzej – kulturalne są wyrazem uznania dla wyróżnionych twórców, m.in. humanistów, natomiast ich niepojęty przyrost spowodował komercjalizację, widoczną na każdym kroku „makdonaldyzację”, by posłużyć się pojęciem Geорга Ritzera z pracy *The McDonaldization of Society* (oryg. wyd. 1993; pol. wyd. 1997). Nagrody koncentrują wokół siebie różne zjawiska, które są związane z obszarem szeroko rozumianej humanistyki, choć nie mniej mają wspólnego z ekonomią. Jak pisze English: „Z jednej strony myślimy o nagrodzie – nie wyłączając trofeum lub medalu, zaszczytu, jaki oznacza, a także ewentualnej nagrody pieniężnej będącej jej częścią – jako rodzaju daru. [...] Z drugiej strony jednak etymologiczne korzenie «nagrody» tkwią właśnie w pieniądzu i wymianie. Angielskie słowo *prize* wywodzi się z łacińskiego *pretium* (nagroda, pieniądze) i uznaje się je za pokrewne sanskryckiemu *prati* (przeciw, w zamian)” (English, 2013, s. 31–32).

Ta opozycja pokazuje jeszcze inny aspekt nagród, przyznawanych czy to w dziedzinie literatury, czy to w innych, niekoniecznie artystycznych dyscyplinach (nauce, sporcie, pracy zawodowej itp.). Nagrody mają, oprócz zalet czysto ekonomicznych (w postaci gratyfikacji finansowej), immanentny, nieekonomiczny czy też wręcz „humanistyczny” wymiar, ponieważ nagradza się człowieka – niekwestionowanego mistrza w danej dziedzinie – doceniając jego wkład w niewymienialny na pieniądze dorobek kulturalny. Dlatego też każda nagroda – jako fakt społeczny i nieodłączny element nowoczesnej, współczesnej kultury – stanowi wartość humanistyczną i ekonomiczną.

Humanistyczno-ekonomiczna „dwoistość” natury nagród, przyznawanych obecnie we wszystkich możliwych obszarach życia, nie oznacza mimo wszystko, że można je traktować albo zupełnie niepoważnie (to znaczy stwierdzić: „Skoro nagrody są tak popularne, to w sumie nic dla nas nie znaczą i nie będziemy zwracać na nie uwagi”), albo – co gorsza – przyjmować je z wręcz religijnym namaszczeniem,

myśląc o statuetkach i dyplomach jak o gwarancjach geniuszu i nieprzeniknionej inteligencji laureatów (English, 2013, s. 32). Żeby wyjaśnić dualizm nagród, a przy tym odczarować antagonizm humanistyki i ekonomii, English odwołuje się do pojęć ze słownika socjologii Pierre’a Bourdieu, który stworzył całościowy, aczkolwiek nie zawsze spójny model opisu nowoczesnej ekonomii kultury (Bourdieu, 2001).

Dwa terminy ukute przez francuskiego socjologa są przy tym kluczowe dla charakterystyki nagród i przedstawienia ich wpływu na kulturę. Po pierwsze „kapitał” – rozumiany jako wszelkie dobro przynoszące dochód ludzkości (to, przykładowo, nowa powieść albo praca doktorska). Po drugie „pole”, a więc obszar, na którym kapitał może być wykorzystany (zatem doktorat ma pewną wartość na takich polach, jak nauka czy edukacja) (English, 2013, s. 33–34). Przeto English uważa, iż należy – w odniesieniu do związków kultury i ekonomii – prowadzić badania o charakterze „socjologicznym”, kierujące naszą uwagę na te elementy modelu funkcjonowania kultury, które do tej pory były pomijane. Przykładem są stanowiska i zakres obowiązków dyrektorów artystycznych czy menedżerów kultury, którzy wykonują określone działania i mają wpływ na dane „pola” oraz ich przenikanie w obrębie ekonomii kultury (English, 2013, s. 34).

Oczywiście, co należy podkreślić, to niezupełnie prawda, że tego rodzaju badania, tj. inspirowane myślą Pierre’a Bourdieu analizy socjologiczne (które za pierwowzór mają dokonania przedstawicieli Szkoły Frankfurckiej z zakresu krytyki kultury), nie są obecnie prowadzone. Przykładem jest książka wymieniona na wstępie, pt. *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre’a Bourdieu*, będąca efektem projektu pod taką samą nazwą. Polscy badacze połączyli w niej, między innymi, elementy humanistyki i ekonomii.

Duża strata, czysty zysk

W książce wydanej przez Korporację Ha!art refleksja ekonomiczna odgrywa zasadniczą rolę – chociaż badania zostały przeprowadzone w kręgu humanistów (filologów, socjologów, kulturoznawców), a materiałem empirycznym były wypowiedzi współczesnych polskich pisarek i pisarzy. Ponadto terminologia ekonomiczna jest obecna w myśli Pierre’a Bourdieu, co nie pozostaje bez wpływu na analizy i wnioski autorów raportu badawczego o ostatnim dwudziestopięcioleciu w historii literatury polskiej. Pod tą warstwą analiz naukowych kryje się jeszcze jedno, być może najważniejsze przeświadczenie, że o współczesnym świecie, w całej jego złożoności (kultury, polityki, ekonomii, nauki, społeczeństwa itd.) da się opowiedzieć na podstawie analizy literatury i społeczności zebranych wokół tzw. życia literackiego. Można w efekcie takiego podejścia ustalić „wspólny

język” humanistyki i ekonomii. W pierwszej, teoretycznej części książki, Grzegorz Jankowicz wyjaśnia: „W teorii pól społecznych francuskiego socjologa pojęcie ekonomii odnosi się do dystrybucji dóbr zarówno materialnych, jak i niematerialnych. W różnych polach (a także w różnych obszarach tego samego pola) mamy do czynienia z akumulacją i rozdziałem odmiennych form kapitału: ekonomicznego (zyski finansowe), kulturowego (kompetencje jednostki) oraz symbolicznego (prestiż, uznanie)” (Jankowicz, 2014, s. 22).

Sens rozróżnienia pól, którymi interesuje się Bourdieu, na pierwszy rzut oka pokrywa się z obiegową opinią o nieprzystawalności czy też odrębności humanistyki i ekonomii – właśnie dlatego, że ta pierwsza jest u swych podstaw „niematerialna” (symboliczna), a ta druga „materialna” (rynkowa). Owa dychotomia ma jednak inne wcielenie, które wynika ze sposobu oglądu kultury zaproponowanego w filozofii Bourdieu. Otóż sama ekonomia pozwala wyróżnić w polu kultury zarówno to, co posiada wartość symboliczną, jak i to, co ma określoną wartość rynkową. Jest to w gruncie rzeczy ważne rozgraniczenie, ponieważ, po pierwsze, wskazuje, że wartościowe są nie tylko te rodzaje aktywności w polu kultury, które można przeliczyć na pieniądze, a po drugie, że aktywność humanistyczna (artystyczna, naukowa, kreatywna) jest tak samo ważna dla danego obszaru w polu kultury jak kalkulacja ekonomiczna (Jankowicz, 2014, s. 22–23).

Zatem, obserwując pola i ich obszary, na których rozgrywają się problemy współczesnej kultury, humanistyki czy edukacji, można na podstawie przytoczonego stwierdzenia wyciągnąć kilka wniosków. Bourdieu twierdzi na przykład, że najlepszą inwestycją w kulturę jest poświęcenie czasu, zainwestowanie własnych pomysłów w sztukę, organizację kultury czy działalność artystyczną. Takie podejście stawia w zupełnie innym świetle ekonomię kultury, która opiera się nie tylko analizie zysków i strat w sensie materialnym (finansowym), lecz również każe pytać o to, ile kosztował kreatywny, intelektualny, po prostu humanistyczny wkład w stworzenie takiego czy innego przedsięwzięcia kulturalnego.

Zatem wymyślenie jakiegoś typu aktywności w obrębie kultury – np. konferencji naukowej – może być w długoterminowej perspektywie ważniejsze niż zainwestowane w nią środki pochodzące od sponsorów. Dlatego nie tylko zarabianie na, dajmy na to, festiwalu literackim, studiach podyplomowych czy szkole językowej jest istotne, równie ważne ogniwo powodzenia tych przedsięwzięć będzie bowiem zawsze stanowić „zysk symboliczny” (prestiż). Przy czym inwestowanie pieniędzy oraz inwestowanie wartości symbolicznych (pomysłów, idei) ma nieco odmienny charakter: „Działania krótkoterminowe nastawione są na natychmiastowy zysk ekonomiczny, jako że ich efektem jest produkt odpowiednio skrojony na potrzeby rynku, dostosowany do założonych potrzeb konsumentów (przykładowo literatura popularna, powieści wpisujące się w aktualnie obowiązujące trendy). Praktyki

długoterminowe natomiast obarczone są dużym ryzykiem: stanowią źródło zysku symbolicznego, ale zysk ekonomiczny przynoszą, o ile w ogóle tak się dzieje, po odpowiednio długim czasie (można tu wymienić choćby inwestycje wydawców w promowanie debiutantów i autorów eksperymentalnych)” (Jankowicz, 2014, s. 24).

A więc aktywność o cechach konsumpcjonistycznych może przynieść duży dochód finansowy, ale niewielki zysk symboliczny; z kolei zaplanowanie zysku symbolicznego niekoniecznie przełoży się na sukces finansowy, ale będzie stanowiło, co w sumie też nie jest bezdyskusyjne, wkład w rozwój kultury. Pytanie zatem, czy opłaca się zainwestować w przedsięwzięcie kulturalne dużo kapitału finansowego i symbolicznego, ale zrobić je bez komercyjnego nastawienia, czy też pójść po linii najmniejszego oporu i traktować kulturę jedynie w perspektywie komercyjnej, spełniając zachcianki i wymagania nastawionego na konsumpcję społeczeństwa?

Wracając do rozprawy Jamesa F. Englisha, można stwierdzić, że podobne wątpliwości dotyczą obszaru pola kultury, jaki tworzą niewątpliwie nagrody literackie.

Kłopot ze współczesnymi nagrodami jest m.in. taki – co sygnalizowałem wcześniej, powołując się na *Ekonomię prestiżu* – że jest ich zbyt wiele. Trochę jak z produkcją literacką, o której krytycy często mówią: wszyscy chcą dzisiaj pisać, ale nie ma komu czytać tych wszystkich książek i czasopism (co jest wyrazem ogólnej w nauce tendencji do narzekania i szukania wszędzie i we wszystkim bolączek współczesności). Czy obszar nagród może się przepełnić?

English twierdzi, iż niekoniecznie, ponieważ każda nowa nagroda powoduje przyrost nie tylko kolejnych wyróżnień, lecz także osób, które chciałyby takowe wyróżnienia otrzymywać. Hipotetycznie, jeśli ktoś zorganizuje nagrodę dla, powiedzmy, najlepszego wiersza o szczecińskiej dzielnicy Pogodno, to zaraz ktoś inny, bo czemu właściwie nie, zaproponuje nagrodę dla najlepszej poezji z Niebuszewa. Więcej nawet: obie te nagrody spowodują, że rozmnożą się poeci chwalcący zalety miejsc, w których mieszkają. Oczywiście wymyślam te przykłady na podstawie katalogu nagród, jakie podaje English, ale robię to także dlatego, żeby wykazać, że nagrody właściwie można rozdawać bez ograniczeń, w każdej dziedzinie i wszystkim potencjalnym „nagrodobiorcom”.

English, dostrzegając tę prawidłowość, cytuje jedno z obiegowych powiedzonek: „Tak wiele nagród, a tak mało jakości” (English, 2013, s. 40). Wystarczy zerknąć na CV kandydata do jakiegokolwiek pracy – na pewno pojawi się w nim rubryka zarezerwowana na „nagrody i wyróżnienia”, gdzie są umieszczane tytuły i trofea zdobyte w szkole, w miejscu pracy czy w regionalnych konkursach (wiedzy, sportu, sztuki itp.). Nagrody pomniejszają zatem swoją rangę wraz z rozpowszechnieniem się zwyczaju ich nadawania.

Pierwszą Literacką Nagrodę Nobla przyznano w 1901 roku; dokładnie sto lat później, w 2001 roku, ustanowiono m.in. za sprawą profesora Andrzeja Wolszczana – piszę to bez ironii – pierwszego Zachodniopomorskiego Nobla, nagrodę w dziedzinie nauki dla wybitnych badaczy z regionu Pomorza Zachodniego. Czy ma ona taką samą siłę oddziaływania jak ta najbardziej znana nagroda, czy raczej wpływa na „rozcieńczenie” wartości danego trofeum? Jaki jest sens istnienia samych nagród (English, 2014, s. 46)?

Nagroda to nie tylko lustro współczesnego świata, w którym prestiż bywa mierzony w kategoriach środowiskowego, medialnego czy społecznego sukcesu, to także sposób na określenie tożsamości „aktorów” tego widowiska, którzy napędzają jego koniunkturę. English widzi jednocześnie kilka ważnych funkcji społecznych, jakie pełnią nagrody (English, 2013, s. 59–60):

- funkcja społeczna – nagrody skupiają wokół siebie ludzi, którzy chcą organizować ambitne wydarzenia kulturalne i festiwale;
- funkcja instytucjonalna – nagrody są wyrazem pretendowania do określonego stanowiska i stanowią dowód na posiadanie władzy w obrębie wytarzania kultury;
- funkcja ideologiczna – nagrody są okazją do sprawdzania idei bezinteresowności i pozaekonomiczności zawartej w aktywności artystycznej.

Dlatego przyznajemy i chcemy otrzymywać nagrody, ponieważ są one wyrazem i spełnieniem naszych dążeń do osiągnięcia społecznego prestiżu. Ta prawidłowość prowadzi nierzadko do aberracji. Jednym z przykładów może być „kapitalistyczny pokaz władzy” – ci, którzy finansują nagrody, oczekują całkowitego podporządkowania narzuconym celom ekonomicznym przy całkowitym pominięciu zysków symbolicznych (English, 2013, s. 107). Takie konstatacje prowadzą nierzadko do krytyki neoliberalnego modelu ekonomii i obowiązujących, na wzór zachodni, sposobów finansowania kultury, edukacji czy nauk humanistycznych. Jak twierdzi Maciej Nowak, dziennikarz, publicysta i krytyk teatralny, trzeba odrzucić neoliberalny sposób myślenia; neoliberalny język, którym opisujemy zarówno ekonomię, jak i kulturę, ponieważ nie ma on nic wspólnego z rzeczywistością społeczną w Europie: „Mówienie o sztuce w kategoriach neoliberalnych ma jednak wielu zwolenników uznających, że należy się podporządkować językowi narzucanemu przez system, skoro tylko on umożliwi dyskusję. Argumentów dostarcza tutaj późno odkryty w Polsce Richard Florida. Jego teorie kreatywnego miasta i przemysłów kreatywnych rozbudzają nadzieję na to, że neoliberalne państwo dostrzeże w środowisku ludzi kultury pełnoprawnych partnerów do rozmowy. Trudno w to uwierzyć, bo obserwacje Floridy niewiele mają wspólnego z warunkami europejskimi” (Nowak, 2010, s. 334–335).

Andrzej Szahaj, filozof z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, prezentuje w swoich rozważaniach przeciwny, radykalniejszy pogląd, ponieważ krytykuje

wprost przejawy neoliberalnego myślenia i nazywa je „kapitalizmem drobnego druku”: „Nie ma dnia, aby nasze media nie donosiły o przypadkach gwałcących prawo zmów cenowych, prób budowania monopolu, posługiwania się narzędziami korupcji w celu uzyskania przewagi nad innymi podmiotami gospodarczymi, nieuczciwych umów, w których to co najważniejsze zapisane jest drobnym drukiem w nadziei, że klient okaże się frajerem, który tego nie przeczyta [...]” (A. Szahaj, 2014, s. 175).

Rysuje się zatem pośredni kierunek, w jakim mogą się rozwijać związki ekonomii i humanistyki – chodzi o ustalenie wspólnych pojęć, takich jak wspomniane wcześniej: „zysk symboliczny”, „wartości symboliczne” czy „obieg kultury”, które będą mogły funkcjonować, a w wielu wypadkach już funkcjonują, na styku ekonomii, kultury, edukacji, a inaczej rzecz ujmując, pomiędzy wartościami ekonomicznym i humanistycznymi. Zresztą sama książka *Ekonomia kultury*, którą wydała Krytyka Polityczna, zasługuje na uwagę, ponieważ zawiera nie tylko teksty *stricte* naukowe, lecz także wywiady czy szkice, którym bliżej do publicystyki niż do „twardej” nauki (*Ekonomia kultury*, 2010). Podobnie rzecz ma się z *Ekonomią prestiżu* – język tej książki jest raczej swobodny, nie razi hermetycznością, nie odrzuci nawet niewyrobionego odbiorcy. O to też chodzi w szukaniu porozumienia między ekonomistami a humanistami: o pewną „kulturę języka” i dostosowanie wypowiedzi do potrzeb dyskursu.

Podsumowanie

Książkę Jamesa F. Englisha warto czytać mniej więcej z takim właśnie humanistyczno-ekonomicznym nastawieniem. Z różnych powodów łączenie zwyczajowo przeciwstawnych dyscyplin może być uznane za celowe, a nawet pożyteczne.

W ostatnim czasie nierzadko mamy bowiem do czynienia z tezami o rychłym upadku humanistyki. Tylko w Polsce, w ciągu kilku lat, doszło do takich wydarzeń, jak podjęcie decyzji w listopadzie 2013 roku o likwidacji studiów filozoficznych na Uniwersytecie w Białymstoku (na marginesie trzeba dodać, że mimo to kierunek funkcjonuje) czy powołanie Komitetu Obrony Humanistyki w obliczu coraz słabszego zainteresowania studiami humanistycznymi. Ewa Domańska mówi nawet o „końcu humanistyki”, „posthumanistyce” czy też, co daje pewną nadzieję, „nowej humanistyce”, która m.in. polega na zanegowaniu centralnej pozycji człowieka we wszechświecie, „przeniesieniu” problematyki humanistycznej poza typowe dla tej dziedziny wiedzy zagadnienia (*O nowej humanistyce*, 2011). Praca Englisha jest także, w jakimś sensie, wyrazem tego rodzaju niepokojów.

Zaproponowałbym wszelako jeszcze inny termin, a mianowicie „kreatywną humanistykę”, łączącą niektóre cechy myślenia humanistycznego z nastawieniem

ekonomicznym. Może się wydawać, iż „kreatywna humanistyka” to pleonazm, ponieważ kreatywność jest na stałe wpisana w postawę każdego humanisty, ale w połowie drugiej dekady XXI wieku można odnieść wrażenie, że niewiele z tego „twórczego” myślenia pozostało w humanistycznym etosie. Z jednej strony mamy do czynienia z odpryskami kryzysu intelektualnego (akademickiego), a co za tym idzie – kryzysu ekonomicznego i kryzysu demokracji, przed którymi to symptomami choroby współczesności przestrzegał blisko trzy dekady temu konserwatywa Allan Bloom (Bloom, 1997). Z drugiej strony – na uczelniach dominuje biurokratyczny rygor, który skutecznie odstrasza przed podejmowaniem jakichkolwiek nazbyt rewolucyjnych i właśnie kreatywnych kroków. A przecież przydałaby się, nie tylko w odniesieniu do literaturoznawstwa, lecz także do innych dziedzin nauki i oświaty, większa swoboda w tworzeniu i wprowadzaniu w życie nowatorskich programów nauczania czy projektów badawczych, które w mniejszym stopniu byłyby podporządkowane sztywnemu systemowi edukacji i finansowania nauki. Bez takiego nastawienia trudno wyobrazić sobie przyszłość uniwersytetu.

To przecież kreatywność w nauce, którą proklamował choćby Erazm Kuźma (1926–2014), twórca szczecińskiej polonistyki, jest podstawą postępu badawczego, jeśli uznamy, że wciąż żyjemy według habermasowskiego paradygmatu „niedokończonego projektu nowoczesności”. Kuźma pytał retorycznie, w odniesieniu do kategorii interpretacji dzieła literackiego: „Rzetelna interpretacja jest więc sferą wolności?” (Kuźma, 1994, s. 103). Oto i humanistyczny, chciałoby się rzec „ludzki” wymiar badań nad literaturą – wolność, twórcza swoboda, ustalanie reguł gry. Te kategorie nie dotyczą oczywiście tylko refleksji nad dziełem literackim i można je rozciągnąć na całą naukę oraz wszelkie działania edukacyjne w obrębie uniwersytetu, szkoły czy innych instytucji kultury angażujących się w wychowanie i nauczanie zarówno młodzieży, jak i dorosłych (przede wszystkim w świetle idei *long life learning*). Inna rzecz, że Kuźma rozumiał nader dobrze, by tak sprawę postawić, ekonomiczny wymiar ludzkiej aktywności, czy to naukowca, czy nauczyciela akademickiego, czy edukatora: „Bronię tezy, że interpretacja nigdy nie jest bezinteresownym dociekaniem sensu, że jest zinstrumentalizowana, że ktoś podejmuje ją w imię jakichś celów i interesów [...]” (Kuźma, 1994, s. 105). Pomiędzy tymi kategoriami – wolnością twórczą a interesowną kalkulacją – rozpościera się dzisiaj szerokie pole „kreatywnej humanistyki”, a także w ogóle nauki, która powinna stanowić centrum nowoczesnego myślenia o świecie.

Bibliografia

- Antonik, D. (2014). *Autor jako marka. Literatura w kulturze audiowizualnej społeczeństwa informacyjnego*. Kraków: Universitas.
- Bloom, A. (1997). *Umysł zamknięty. O tym, jak amerykańskie szkolnictwo wyższe zawiodło demokrację i zubożyło dusze dzisiejszych studentów*. Warszawa: Zysk i S-ka.
- Bourdieu, P. (2001). *Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego*. Kraków: Universitas.
- Czapliński, P. (2009). *Polska do wymiany. Późna nowoczesność i nasze wielkie narracje*. Warszawa: WAB.
- Czapliński, P. (2013). Gry w prestiż. Wstęp do: J.F. English, *Ekonomia prestiżu. Nagrody, wyróżnienia i wymiana wartości kulturowej*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Ekonomia kultury. Przewodnik Krytyki Politycznej* (2010). Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- English, J.F. (2013). *Ekonomia prestiżu. Nagrody, wyróżnienia i wymiana wartości kulturowej*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Florida, R. (2010). *Narodziny klasy kreatywnej: oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Godowska, M. (2012). Richard Florida. Narodziny klasy kreatywnej. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3(49), 130–135.
- Hausner, J., Karwińska A., Purchla J. (2013). *Kultura a rozwój*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Iwasioń, I., Zawiszewska, A. (red.) (2014). *Księgowanie. Literatura, kobiety, pieniądze*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Jankowicz, G. (2014). Formy heteronomii. Polskie pole literackie po 1989 roku i jego relacje z innymi polami społecznymi. W: G. Jankowicz, P. Marecki, A. Pałęcka, J. Sowa, T. Warczok (red.), *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Raport z badań*. Kraków: korporacja Ha!art, 15–90.
- Jankowicz, G., Marecki, P., Pałęcka, A., Sowa, J., Warczok, T. (red.) (2014). *Literatura polska po 1989 roku w świetle teorii Pierre'a Bourdieu. Raport z badań*. Kraków: korporacja Ha!art.
- Kuźma, E. (1994). Spór o wartość i zasadność interpretacji literackiej. W: E. Kuźma, *Między konstrukcją a destrukcją. Szkice z teorii i historii literatury*. Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 88–109.
- Nowak, M. (2010). Kultura w kryzysie. W: *Ekonomia kultury. Przewodnik Krytyki Politycznej*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej, 332–337.
- O nowej humanistyce*. Z Ewą Domańską rozmawia Katarzyna Więckowska (2011). *Litteraria Copernicana*, 1(7), 220–226.

Szahaj, A. (2014). *Kapitalizm drobnego druku*. Warszawa: Instytut Wydawniczy Książka i Prasa.

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

Summary

Humanities and Economics at the Beginning of the XXI Century

Thoughts About the Book by James F. English *The Economics of the Prestige* and Selected Humanities-Economics Publications

In the second decade of the Twenty-First Century, the humanities and economics compounds seem inevitable. This not always conflict-free tie can be seen in different – in terms of Pierre Bourdieu – ‘fields’ of social activities, from financing local cultural events, through humanistic education at all levels of education, especially in view of the idea of life long learning, to the radical culture media changes associated with the development of new technologies. Economics affects the arts and humanities, and very often humanities becomes a subject of interest in economics. Not always, however, between the representatives of these disciplines can full agreement be found. Searching for this agreement, as well as other aspects of the exchange of ideas between humanists and economists, are main topics of this article.

Keywords: economy of culture, modernity, humanities, literature, creative class, economics-philology.

Резюме

Гуманитарные науки и экономика в начале XXI века

Дискуссия вокруг книги Jamesa F. Englisha *Экономия престижа. Награды, отличия и обмен культурными ценностями и других гуманитарно-экономических сочинений*

Во второй декаде XXI века связи гуманитарных наук и экономики кажутся неизбежными. Этот не всегда бесконфликтный брак можно заметить в разных –

чтобы воспользоваться терминологией Pierre a Bourdieu – сферах общественной деятельности: начиная от финансирования культурных мероприятий через гуманитарное образование на всех уровнях и этапах обучения, особенно в перспективе идеи *long life learning* до радикальных для культуры изменений СМИ, связанных с развитием новых технологий. Экономика влияет на гуманитарные науки, а гуманитарные науки неоднократно становятся объектом познания для экономики. Не всегда между представителями этих научных дисциплин имеет место полное взаимопонимание. Поисков найти это взаимопонимание между представителями гуманитарных наук и экономистами, как раз и касается эта статья.

Слова-ключи: экономика культуры, современность, гуманитарные науки, филология - экономика.

Dr Sławomir Iwasiońw

Doktor nauk humanistycznych, literaturoznawca, krytyk literacki. Adiunkt w Zakładzie Mediów i Komunikowania Instytutu Polonistyki i Kulturoznawstwa Uniwersytetu Szczecińskiego. Kierownik Szkoły Języka i Kultury Polskiej dla Cudzoziemców na Wydziale Filologicznym tegoż Uniwersytetu. Autor książki pt. *Reprezentacje Europy w prozie polskiej XXI wieku* (Szczecin, Zielona Góra 2013), a także artykułów naukowych z zakresu najnowszej literatury i wybranych zagadnień medioznawczych. Wspólnie z Jerzym Madejskim zredagował *Interpretatywny słownik terminów kulturowych* (Szczecin 2014). Współpracuje z działem literatury dwutygodnika „artPAPIER”. Od roku 2008 jest redaktorem prowadzącym w Zachodniopomorskim Dwumiesięczniku Oświatowym „Refleksje”.