

Dagmara Lis

Kultura jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego

Ekonomiczne Problemy Usług nr 103, 125-134

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Dagmara Lis

Uniwersytet Szczeciński

KULTURA JAKO CZYNNIK ROZWOJU SPOŁECZNO-GOSPODARCZEGO

Streszczenie

Artykuł przedstawia zakres informacji o finansowaniu instytucji kultury ze źródeł publicznych, jak i prywatnych, istotę i strukturę rynku kultury, a także funkcje, które spełniają dobra i usługi kultury. Pokazuje ich wpływ na rozwój psychospołeczny jednostki oraz na rozwój społeczno-gospodarczy państwa czy regionu. Bogata oferta kulturalna zwiększa atrakcyjność regionu dla jego mieszkańców oraz inwestorów, ułatwiając przy okazji tworzenie długofalowych relacji z inwestorami oraz wzmacniając rozwój turystyki kulturalnej.

Słowa kluczowe: kultura, finansowanie, rozwój.

Wprowadzenie

Słowo „kultura” nabrała swojego pełnego znaczenia, obejmującego cały sposób życia społeczeństwa, rozwój intelektualny ludności oraz uprawianie sztuki, już w XIX wieku. Dzięki temu zaczęto uwzględniać związek między kulturalnym rozkwitem jednostki a kontekstem społecznym, w którym ów rozkwit nastąpił¹.

¹ D. Throsby, *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s. 127.

Kultura przestała być zarezerwowana dla ludzi bogatych i wykształconych, a stała się dobrem powszechnym. Pozwoliła też na dość kontrowersyjny podział na kulturę wyższą i kulturę masową. Do tej pierwszej zalicza się taką, której odbiór wymaga pewnych kompetencji kulturalnych², wysublimowanych gustów estetycznych, specyficznych potrzeb. Włącza się w nią ambitną literaturę, poezję, teatr dramatyczny, operę, filharmonię, galerię sztuki itp. Do odbioru drugiej kompetencje nie są potrzebne, bo działa na zasadzie najmniejszego wspólnego mianownika, tzn. może trafiać jednocześnie do rolnika, niewykwalifikowanego robotnika i uczonego, bowiem jej odbiór nie wymaga żadnego przygotowania estetycznego i intelektualnego. W takiej kulturze – jak zauważa Kazimierz Krzysztofek³ – się nie uczestniczy, ale się ją konsumuje⁴.

Każde z miast ma dziś konkretny wizerunek, na który składa się jego historia i polityka kulturalna realizowana poprzez odpowiednie projekty artystyczne, jak festiwale, kongresy, manifestacje itd. Większość miast chciałaby dziś stanowić rodzaj „marki” w obrębie kultury narodowej. Jest rzeczą godną uwagi, że wiele miast, których potencjał ekonomiczny zmienia się, powiększą wydatki inwestycyjne w dziedzinie kultury, aby odzyskać możliwości okresu prosperity⁵.

1. Znaczenie środków finansowych przeznaczonych na kulturę

Nikt nie może mieć wątpliwości, że kultura w ten czy inny sposób związana jest ze środkami finansowymi. Świadomość tego wykazują również

² Przez kompetencje kulturowe rozumie się zdolność rozumienia kultury, zawartych w niej treści czy przesłania i w konsekwencji możliwość świadomego w niej uczestniczenia. Nabywane są w procesie kształcenia i poprzez wychowanie w określonym środowisku rodzinnym i społecznym. Zwykle różnią się w odniesieniu do poszczególnych działów kultury, np. literatury, plastyki, muzyki.

³ K. Krzysztofek, *Jaka polityka kulturalna w epoce globalizacji i mediów elektronicznych?*, „BISTRO” 2009, czasopismo elektroniczne, 02.12.2009, www.bistro.edu.pl/artukul,Jaka_polityka_kulturalna_e_epoce_globalizacji_i_mediow_elektroni.html

⁴ *Międzynarodowe Stosunki Kulturalne, Podręcznik akademicki*, A.W. Ziętek, Wyd. Poltext, Warszawa 2010, s. 52–53.

⁵ M. Dragicevic-Sesic, B. Stojkovic, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s. 58.

państwa i instytucje międzynarodowe (np. Rada Europy czy Unia Europejska). Można przyjąć założenie, że „dobry produkt kulturalny” nie wymaga dla upowszechnionego uznania dotacji. Taka teza nie znajduje potwierdzenia w praktyce. Nawet najwspanialsze muzea świata mają swoich sponsorów państwowych lub prywatnych. Powiększenie kolekcji, przy obecnych cenach dzieł sztuki, niemal nigdy nie dokonuje się środkami własnymi tych instytucji. Teatry narodowe, opery czy filharmonie, prezentujące ambitny, klasyczny repertuar, nie są w stanie same się samofinansować. Poezja i debiuty literackie zwykle wymagają „na starcie” wsparcia, by później zyskać pozycje na rynku. Skala dofinansowania lub pełnego finansowania kultury zależy od możliwości ekonomicznych państwa i koncepcji finansowania kultury. Nie ma wątpliwości, że bogatsze państwa są w stanie przeznaczyć na kulturę więcej niż biedniejsze. Na przykład możliwość zaprezentowania na wystawie najwspanialszych dzieł sztuki, to nie tylko zdolności negocjacyjne stron, ale także finansowa zdolność ich ubezpieczenia, która w wielu wypadkach przerasta możliwości państwa⁶.

Obserwując współczesne finansowanie kultury w Europie widać wyraźną dominację finansowania publicznego nad prywatnym, pochodzącym głównie ze sponsoringu. W ostatnim czasie można zaobserwować tendencję wzrostową sponsoringu kultury ponieważ coraz więcej firm dostrzegło zalety z tego tytułu. Firmy mogą przez to w sposób łatwy komunikować się z otoczeniem, co służy budowie świadomości marki, podniesieniu poziomu jej rozpoznawalności, a także budowaniu lojalności klientów. Instytucje kultury natomiast mają dodatkowe środki na finansowanie wydarzeń kulturalnych, a co za tym idzie rozwój instytucji i łatwiejsze sprostanie oczekiwaniom swoich odbiorców.

W tabeli 1 zaprezentowano wydatki publiczne na kulturę w wybranych państwach europejskich dzięki czemu można zaobserwować bardzo duże ich zróżnicowanie. Polska ma niestety relatywnie niski poziom wydatków publicznych na kulturę *per capita* w stosunku do innych państw europejskich wynoszący zaledwie 55,42 EUR na osobę.

⁶ *Międzynarodowe Stosunki Kulturalne...*, *op.cit.*, s. 48–49.

Tabela 1

Wydatki publiczne na kulturę w wybranych państwach europejskich

Państwo	Rok	Wydatki publiczne na kulturę	
		EUR per capita	(% PKB)
Dania	2010	296,16	0,7
Estonia	2008	190,60	1,60
Finlandia	2009	177,00	0,56
Francja	2002	197,20	1,20
Niemcy	2007	99,00	0,34
Polska	2010	55,42	0,59
Słowenia	2007	134,60	0,81

Źródło: Rada Europy/EriCarts, Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe, 12 edycja 2011, www.culturalpolicies.net.

W 2011 roku wydatki publiczne na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego (po wyeliminowaniu transferów do jednostek samorządu terytorialnego oraz pomiędzy nimi) wyniosły 8 077,31 mln zł. Kwota ta zawiera wydatki z budżetu państwa o łącznej wartości 1 422,77 mln zł (17,61% ogółu wydatków publicznych) oraz wydatki jednostek samorządu terytorialnego wynoszące 6 654,54 mln zł (82,39% ogółu wydatków publicznych).

Tabela 2

Wydatki publiczne na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego według źródeł finansowania w Polsce

Wyszczególnienie	2010	2011	
	w tys. zł		2010=100
OGÓŁEM	8 292 861	8 077 308	97,4007402
Budżet państwa*	1 376 911	1 422 771	103,330644
Budżety samorządów terytorialnych** – razem	6 915 950	6 654 537	96,2201433
gminnych	3 081 790	2 888 410	93,7250754
miast na prawach powiatu	2 432 290	2 292 820	94,2658976
powiatów	119 326	107 959	90,4739956
województw	1 282 544	1 365 348	106,456231

* Po odjęciu transferów do jednostek samorządu terytorialnego.

** Po odjęciu transferów pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych *Rocznik Statystyczny Polski 2011 rok*.

Analiza wysokości kwot pieniędzy wydatkowanych na kulturę w czasie pokazuje, że obserwujemy w Polsce systematyczny proces zwiększenia wydatków publicznych przeznaczonych na ten cel. Ma to duże znaczenie, ponieważ większa ilość pieniędzy wydatkowanych na kulturę przyczynia się do rozszerzenia i zarazem uatrakcyjnienia oferty instytucji kultury, te z kolei biorą udział w kształtowaniu kapitału kulturowego państwa, a przede wszystkim danego województwa. To między innymi za ich sprawą dochodzi do rozprzestrzenienia się idei, wiedzy i umiejętności o znaczeniu kulturowym niezbędnym w funkcjonowaniu nowoczesnego społeczeństwa.

2. Oddziaływanie kultury w tworzeniu marki regionu

Sektor kultury jest jednym z czynników rozwoju społeczno-gospodarczego państwa. Obecnie w wielu krajach kultura staje się coraz bardziej liczącym się sektorem zatrudnienia i źródłem zysków. Kultura jest podstawowym czynnikiem rozwoju społecznego ponieważ⁷:

- kreuje potencjał intelektualny regionów,
- przeciwdziała patologiom społecznym,
- jest spoiwem integracji społecznej,
- jest elementem tożsamości narodowej,
- pielęgnuje więzi lokalne,
- jest bazą nawiązywania współpracy i komunikacji międzyludzkiej,
- realizuje założenia polityki równouprawnienia płci, równości rasowej i solidarności społecznej,
- pomaga przywracać osoby niepełnosprawne fizycznie i umysłowo do życia społecznego i zawodowego (np. terapie poprzez kulturę),
- zmniejsza dysproporcje rozwoju osobowego obywateli,
- stanowi drogę awansu społecznego.

Rola kultury w rozwoju społeczno-gospodarczym państwa, regionu czy miasta wyraża się również w jej wpływie na zwiększenie kreatywności mieszkańców, ich kwalifikacji i zdolności do współpracy. Uczestnictwo w kulturze odbywa się na poziomie jednostki, ale korzyści z niego wynikające

⁷ *Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce*, red. R. Borowiecki, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004, s. 14–15.

przyczyniają się do budowania kapitału ludzkiego, a także zaufania i kapitału społecznego⁸.

Kultura należy również do podstawowych punktów odniesienia w określeniu funkcji metropolitalnych i znaczenia miast w układach przestrzennych, ekonomicznych i społecznych. Mówiąc o znaczeniu kultury w rozwoju cywilizacji, wskazuje się dwa główne obszary oddziaływania kultury – pierwszy to jednostka i społeczeństwo oraz zachodzące między nimi interakcje, drugi to procesy ekonomiczne zachodzące w społeczeństwie⁹.

Rozwój sektora kultury w danym regionie przyczynia się do podnoszenia poziomu jakości życia mieszkańców oraz wpływa szczególnie na zwiększenie atrakcyjności regionu dla jego mieszkańców, inwestorów i turystów. Istnieje także możliwość wykorzystania dziedzictwa kulturowego oraz planowanych wydarzeń kulturalnych w komunikacji marketingowej i kreowaniu wizerunku danego miejsca (miasta, regionu, państwa).

Narodowe osiągnięcia, w tym także w dziedzinie kultury, mogą być zatem flagowymi symbolami, a wizerunek oparty na nich ma o wiele większą siłę oddziaływania niż wizerunek oparty na kilku wąskich kategoriach produktów. Wykorzystanie w komunikacji marketingowej miasta, państwa czy regionu wybitnych artystów, sztuki, muzyki, filmu, architektury przyczynia się do wykreowania atrakcyjnego wizerunku miejsca.

Bogata oferta kulturalna sprzyja także rozwojowi turystyki kulturalnej. Ponadto ułatwia tworzenie długotrwałych relacji z inwestorami, ponieważ wśród branych przez nich kryteriów są kwalifikacje i umiejętności kadru oraz jakość życia, a także oferta kulturalna miasta, tworząca jego niepowtarzalny klimat.

Rynek kultury przyczynia się nie tylko do rozwoju miast o ukształtowanym w długim okresie kapitale kulturalnym, lecz także tych miast, w których przeważały tradycyjne przemysły. Inwestycje w bazę kulturalną i wspierania przemysłów kultury ułatwia przejście do etapu postindustrialnego i rewitalizację przestrzeni miejskiej¹⁰.

⁸ M. Sobocińska, *Zachowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 16–18.

⁹ *Perspektywy rozwoju sektora kultury...*, *op.cit.*, s. 14.

¹⁰ M. Sobocińska, *Zachowania nabywców...*, *op.cit.*, s. 16–18.

Tabela 3

Wydatki jednostek samorządu terytorialnego na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego na 1 mieszkańca według województw w latach 2008–2011 (w zł)¹¹

Województwo	Rok			
	2008	2009	2010	2011
Polska	141,90	166,60	183,47	176,84
dolnośląskie	188,23	206,40	225,46	213,07
kujawsko-pomorskie	118,28	129,40	167,95	162,28
lubelskie	102,95	128,50	148,20	165,18
lubuskie	122,34	225,20	240,46	200,05
łódzkie	139,54	145,40	156,05	171,50
małopolskie	150,11	198,90	187,57	164,55
mazowieckie	201,19	228,70	230,33	194,66
opolskie	135,68	158,00	210,58	171,89
podkarpackie	118,90	123,70	148,03	143,04
podlaskie	106,80	161,00	201,36	217,65
pomorskie	152,06	175,4	191,38	215,25
śląskie	128,44	150,6	153,88	154,42
świętokrzyskie	96,73	130,2	165,06	155,86
warmińsko-mazurskie	116,13	126,9	173,5	160,94
wielkopolskie	121,85	131,3	157,69	169,24
zachodniopomorskie	135,33	161,5	190,04	182,03

Źródło: opracowanie własne na podstawie *raportu Kultura 2008–2011, Główny Urząd Statystyczny*.

W 2011 roku wydatki budżetów jednostek samorządu terytorialnego na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego (łącznie z transferami pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego) były mniejsze w porównaniu do roku 2010 i stanowiły zaledwie 3,7% wszystkich wydatków z budżetów jednostek samorządu terytorialnego. W roku 2011 podobnie jak w latach wcześniejszych najwięcej pieniędzy na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego wydały jednostki samorządu terytorialnego w województwach: mazowieckim (1022,0 mln zł), śląskim (715,1 mln zł), dolnośląskim (612,9 mln zł) i wielkopolskim (579,3mln zł). Najmniej środków na finansowanie kultury i ochrony dziedzictwa narodowego przekazały województwa: lubuskie (202.2 mln zł), świętokrzyskie (196,9 mln zł) i opolskie (176,5 mln zł). Wielkość wydatków poniesionych na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego przez województwa jest związana m.in. z liczbą instytucji kultury danego typu.

¹¹ Łącznie z transferami pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego.

Z tabeli 3 ponadto można odczytać informację, iż w roku 2008 i 2009 województwo zachodniopomorskie wydatki na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego w przeliczeniu na jednego mieszkańca miała mniejsze niż średnia krajowa. Natomiast w roku 2010 i 2011 wydatki te wzrosły i kształtowały się powyżej średniej krajowej.

Wysokość kwot wydatkowanych przez państwo i jednostki samorządu terytorialnego (na 1 mieszkańca) przeznaczonych dla instytucji kultury stanowi stosunkowo niewielki odsetek ogółu wydatków publicznych, co wydaje się wskazywać na drugorzędną rolę przypisywaną sektorowi kultury. W perspektywie czasu zaobserwować jednak można, że udział kwot przeznaczonych na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego w ogólnej sumie wydatków powoli, lecz systematycznie się zwiększa. Prawdopodobnie ta znajduje jednak znacznie lepsze odzwierciedlenie w przypadku jednostek samorządu terytorialnego, a niżeli w przypadku państwa.

W ostatnich latach można zaobserwować, iż instytucje kultury stają się w coraz większym stopniu obciążeniem dla budżetu miast, w związku z czym następuje rozwój specyficznych form partnerstwa publiczno-prywatnego, a wspomniane instytucje dążą, w coraz większym stopniu do samofinansowania.

Pojawiły się całkowicie nowe tendencje kulturalne, społeczne powody kształtowania programów rozwojowych miast schodzą na drugi plan wobec kryterium ekonomicznej opłacalności. Decydujący głos wobec rozwoju miast zyskują inwestorzy, banki, izby gospodarcze, towarzystwa ubezpieczeniowe lub te z władz miasta, którym zależy przede wszystkim na przyciągnięciu wszystkich wspomnianych wcześniej podmiotów, zwiększeniu konkurencyjności miasta w odniesieniu do innych ośrodków. I tak z czasem, polityka kulturalna staje się jedną z funkcji rozwoju ekonomicznego i kształtowania miejskiego marketingu¹².

Aby mit miasta powstał lub zakorzenił się, musi być nieustannie podtrzymywany za pomocą systematycznych działań w obszarze polityki kulturalnej, jako integralnej części ogólnego planu rozwoju metropolii. Nie wystarczy jednak realizować określony plan, trzeba ponadto zainteresować nim lokalne środki masowego przekazu, zyskać akceptację mieszkańców, firm komercyjnych, systemu edukacji itd. Nawet miasto może „wyjść z mody”,

¹² M. Dragicevic-Sesic, B. Stojkovic, *Kultura...*, *op.cit.*, s. 57.

wypaść z obowiązującego trendu, zwłaszcza, jeśli przyczyny tej mody lub trendu są nieodległe w czasie i stosunkowo płytkie, a także niezakorzenione w historii i tradycji¹³.

Rozbudowa instytucji kultury sprawia, że są one bardziej dostępne dla osób poszukujących doznań estetycznych. Odnosi się to nie tylko do pełnego już w niektórych krajach nasycenia odbiornikami radiowymi i telewizyjnymi czy siecią kin, ale także otwierania się na mniej zamożnego konsumenta instytucji stworzonych dla świadczenia usług związanych z tzw. kulturą wyższą¹⁴. Tu można wskazać m.in. coroczną organizowaną akcję o nazwie „Noc Muzeów” umożliwiającą bezpłatne wstępy do teatrów, oper, muzeum czy też galerii promocyjny udział w różnych wydarzeniach kulturalnych.

3. Zakończenie

Niezwykle ważną funkcją państwa jest prowadzenie mecenatu nad kulturą. Dzięki temu umożliwia utrzymanie ciągłości dziedzictwa kulturowego i stara się nie dopuścić do jego utraty. Niemniej jednak coraz większe znaczenie w finansowaniu kultury odgrywa sektor prywatny, który nie jest w stanie odegrać tak znaczącej roli głównie za sprawą częstych wahań koniunkturalnych i zmiennej polityki marketingowej firmy. Dlatego do zrównoważonego rozwoju kultury konieczne jest ustanowienie przejrzystego systemu jej finansowania i mecenatu państwa nad nią. Kultura ma do odegrania znaczącą rolę w procesach rozwojowych, w tym stymulowania innowacyjności i rozwoju wiedzy. Jakość tej wiedzy i kultury świadczyć będzie o przyszłym rozwoju społeczeństwa.

Większe środki na finansowanie kultury w regionie pozwoli organizować międzynarodowe imprezy czy też promować kulturę za granicą dzięki czemu stanie się doskonałym narzędziem i bazą dla wypracowania spójnej dalekosiężnej strategii rozwoju województwa.

¹³ *Ibidem.*

¹⁴ *Międzynarodowe Stosunki Kulturalne..., op.cit., s. 52.*

Literatura

- Dragicevic-Sesic M., Stojkovic B., *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- Krzysztofek K., *Jaka polityka kulturalna w epoce globalizacji i mediów elektronicznych?*, „BISTRO” 2009, czasopismo elektroniczne, 02.12.2009.
- Międzynarodowe Stosunki Kulturalne*, Podręcznik akademicki, red. A.W. Ziętek, Wyd. Poltext, Warszawa 2010.
- Perspektywy rozwoju sektora kultury w Polsce*, red. R. Borowiecki, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2004.
- Sobocińska M., *Zachowania nabywców na rynku dóbr i usług kultury*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
- Throsby D., *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
www.culturalpolicies.net.

**CULTURE AS A FACTOR FOR SOCIO-ECONOMIC
DEVELOPMENT OF THE REGION****Summary**

The article presents selected issues concerning the financing of cultural institutions in Poland. The author discussing:

- The concept of culture as a factor of social development,
- Influence of culture on the socio-economic development of the region,
- The functions that meet the goods and services of culture.

In the end, presented function of the in the financing of cultural institutions.

Translated by Dagmara Lis