

Otwarta kultura: jaka polityka kulturalna w Polsce w stosunku do nieformalnych obiegów kultury

Polityka kulturalna w Polsce była w ciągu trzech ostatnich dekad polem, na którym dokonały się dwie ważne rewolucje. Pierwsza była wynikiem zmiany systemu politycznego, druga – przewrotu informacyjno-komunikacyjnego. Obie te rewolucje dały początek istotnym zmianom w otoczeniu, zarówno gospodarczym, jak i społecznym, przy czym pierwsza z nich zakończyła się już jakiś czas temu, zaś druga wciąż jeszcze trwa.

Każda z tych rewolucji przyniosła ze sobą wyraźne zmiany, jeśli chodzi o rolę państwa w odniesieniu do kultury. W systemie komunistycznym było ono odpowiedzialne za ochronę i finansowanie szeroko rozumianej działalności kulturalnej, ponieważ prywatny sektor kultury jeszcze wówczas nie istniał. Państwo było wówczas również „odźwiernym” (*gatekeeperem*), co oznacza, że kultura podlegała cenzurze. Żadne dzieło czy projekt kulturalny, które nie otrzymały przyzwolenia władz, nie mogły być przedstawione publiczności.

W momencie, gdy nastąpił system demokratyczny oraz wolny rynek, państwo wycofało się z roli cenzora produkcji kulturalnej, zachowując rolę mecenasa oraz sponsora części działalności kulturalnej. Pozostała część przeszła pod zarządek nowych, prywatnych firm zajmujących się wytwarzaniem dóbr kultury, działających na zasadach komercyjnych i oferujących odbiorcom kulturę produkowaną w sposób masowy.

Celem artykułu jest przeanalizowanie zmiany roli państwa, jaka dokonała się w związku z pojawieniem się nowego, cyfrowego otoczenia. Podstawowe pytanie badawcze brzmi: czy zmiana otoczenia, tym razem pod wpływem nowych warunków technologicznych, co przełożyło się na zmianę warunków społeczno-gospodarczych, wymaga zrewidowania polityki kulturalnej, szczególnie w odniesieniu do otwartych zasobów?

W pierwszej części przedstawiona została polityka kulturalna – jej definicja, rola, instrumenty, szczególnie w odniesieniu do ewoluującego środowiska, a także

rola kultury i uczestnictwo w kulturze. Druga część traktuje o elementach rewolucji technologicznej, istotnych dla omawianego zagadnienia. Zmiana roli państwa i jego polityki kulturalnej w związku z pojawieniem się nowego, cyfrowego otoczenia, będzie przedmiotem części trzeciej.

Polityka kulturalna

Polityka kulturalna: definicja i ewolucja w Polsce

Polityka tłumaczona jest często za pomocą pojęć „władza” i „zarządzanie”, ale może również oznaczać „świadome oddziaływanie, które zmierza do osiągnięcia celów społecznie akceptowalnych”¹. Dlatego można zdefiniować politykę kulturalną jako „wpływ najwyższych władz (mających moc decyzyjną) na kulturę”² lub też jako świadome zarządzanie interesem publicznym w tym sektorze oraz podejmowanie decyzji we wszystkich kwestiach związanych z rozwojem kulturalnym danego społeczeństwa³. Według D. Ilczuk, polityka kulturalna jest intencyjnym i systematycznym angażowaniem się w dziedzinę kultury, realizowanym dla osiągnięcia czterech podstawowych celów: zachowania tożsamości kulturalnej narodu, zapewnienia jednakowego dostępu do kultury, promowania kreatywności oraz wysokiej jakości dóbr i usług kulturalnych, zapewnienia różnorodności kulturalnej, aby odpowiedzieć na potrzeby i gusta wszystkich grup społecznych⁴.

Polityka kulturalna państwa zależy od jego systemu politycznego, który jest uwarunkowany historycznie, co jest szczególnie widoczne w reżimach posttotalitarnych, a więc i w Polsce. Przed upadkiem reżimu komunistycznego termin „polityka kulturalna” był synonimem cenzury, centralizacji, czyli – krótko mówiąc – monopolu państwa, nie tylko w odniesieniu do zarządzania kulturą, ale do kultury jako takiej. Transformacja polityczna stała się zaczątkiem radykalnych zmian w polityce kulturalnej, co znalazło odzwierciedlenie przede wszystkim w niemal ślepej gloryfikacji wolnego rynku i demokracji. Po latach kontroli kultury przez państwo, demokratyczne władze optowały za minimalną ingerencją państwa w sektor kultury co – między innymi – spowodowało prywatyzację takich branż, jak wydawnicza, muzyczna oraz zamknięcie

¹ M. Dragičević-Šešić, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2010, s. 28.

² B. Gierat-Bieroń, *Ministrowie kultury doby transformacji 1989–2005: (wywiady)*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2009.

³ M. Dragičević-Šešić, *op.cit.*, s. 29.

⁴ D. Ilczuk, *Polityka kulturalna w społeczeństwie obywatelskim*, Narodowe Centrum Kultury, Wydaw. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002.

nierentownych instytucji, np. małych kin i prowincjonalnych bibliotek. Ponieważ w Polsce nie istniał wcześniej żaden model polityki kulturalnej, który mógłby znaleźć zastosowanie w zmienionej rzeczywistości politycznej oraz społeczno-gospodarczej, pierwsi ministrowie czerpali z modeli istniejących zarówno we Francji, jak i w Wielkiej Brytanii. W ten sposób przyjęli oni, z jednej strony, model państwa-mecenasa, które czuwa nad dziedzictwem narodowym i gwarantuje powszechny dostęp do kultury, przy jednoczesnej decentralizacji całego sektora. Spora część inicjatyw kulturalnych, podobnie jak odpowiedzialność finansowa za lokalną politykę kulturalną, przesunęły się wówczas ze szczebla centralnego na szczebel lokalny.

Z drugiej strony, w związku z chęcią stworzenia przejrzystego i niezależnego systemu finansowania kultury, ci sami ministrowie powołali swego rodzaju instytucje pośredniczące pomiędzy rządem a światem autorów twórców kultury (*arm's lenght principle*)⁵. W ten sposób stworzono, między innymi, Polski Instytut Sztuki Filmowej, Instytut Adama Mickiewicza, Narodowy Instytut Audiowizualny, Instytut Książki czy też Narodowe Centrum Kultury.

Ważnym elementem polityki kulturalnej było również przyjęcie kilku ustaw regulujących różne aspekty funkcjonowania sektora kultury w Polsce. Ustawa o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej została przyjęta już w 1991 r., ustawa o prawie autorskim – w 1994, obydwie od tego czasu były kilkakrotnie nowelizowane.

M. Dragičević-Šešić i B. Stojković⁶ podkreślają, że w systemach politycznych będących w okresie transformacji kultura jest obszarem szczególnie zagrożonym, ponieważ ustaniu kontroli ideologicznej sprawowanej przez państwo nad kulturą towarzyszy ustanie ochrony. Oznacza to, że wiele instytucji kulturalnych, świeżo sprywatyzowanych, zwraca się w kierunku rynku, a ponieważ rynek ten (rozumiany jako wolny rynek) jest jeszcze niedojrzały, bądź dopiero się tworzy, nowe firmy zajmujące się kulturą skupiają się wyłącznie na rozwijaniu strony handlowej, komercyjnej przedsięwzięcia, pozostawiając z boku dotychczasową „misję kulturalną”. W ten sposób, posługując się mechanizmami wolnego rynku, takimi jak ekonomia skali, faworyzują dzieła przeznaczone dla masowej publiczności, które najczęściej nie mają wysokiej wartości artystycznej. Działa w tym wypadku zasada najniższego wspólnego mianownika, co znaczy, że wspomniana wartość jest kształtowana w taki sposób, by odpowiadała jak najszerszej grupie masowych odbiorców⁷.

⁵ A. Wąsowska-Pawlik, *Polityka kulturalna Polski 1989–2012*, w: *Kultura a rozwój*, red. J. Hausner, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013.

⁶ M. Dragičević-Šešić, *op.cit.*

⁷ C. Anderson, *Długi ogon: ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, Harbor Point Media Rodzina, Poznań 2008.

Znaczenie kultury

Jest faktem niezaprzeczalnym, że kultura stanowi istotny obszar funkcjonowania państwa, co przyjmowane jest jako aksjomat w licznych pracach badawczych, a także w oficjalnych dokumentach traktujących o polityce kulturalnej, zarówno międzynarodowych, jak i narodowych, np. w Europejskiej Konwencji Kulturalnej Rady Europy z 1954 r., Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka oraz w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 roku. Artykuł 6 tej ostatniej stanowi, że „Rzeczpospolita Polska stwarza warunki upowszechniania i równego dostępu do dóbr kultury, będącej źródłem tożsamości narodu polskiego, jego trwania i rozwoju”⁸. Mówi ona również, że „każdemu zapewnia się wolność twórczości artystycznej, badań naukowych oraz ogłaszania ich wyników, wolność nauczania, a także wolność korzystania z dóbr kultury”⁹, co nawiązuje bezpośrednio do zapisów art. 27 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka stanowiącej, że: „każdy człowiek ma prawo do swobodnego uczestniczenia w życiu kulturalnym społeczeństwa, do korzystania ze sztuki, do uczestniczenia w postępie nauki i korzystania z jego dobrodziejstw”¹⁰.

D. Hesmondhalgh w swojej książce *The Cultural Industries* stwierdza, że sektor kultury jest ważny z następujących powodów: jego zdolności do tworzenia i rozpowszechniania produktów (dóbr kultury), które wpływają na naszą wiedzę, zrozumienie i doświadczenie, jego roli jako systemu zarządzania kreatywnością i wiedzą, jego funkcji jako czynnika stymulującego zmiany gospodarcze, społeczne i kulturalne¹¹. Należy wspomnieć, że w tym wypadku mowa jest nie tylko o przemysłach kultury, ale o całym sektorze kultury¹², do którego należą zarówno firmy prywatne produkujące dobra kultury, instytucje publiczne, a także organizacje pozarządowe zrzeszające artystów oraz organizujące wydarzenia i projekty kulturalne.

Dobra kultury, do których należy dziedzictwo kulturowe, mogą służyć za podstawowe narzędzie budowania wizerunku kraju za granicą¹³, co jest ważne tak z powodów

⁸ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>, dostęp 10.06.2014.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ Powszechna Deklaracja Praw Człowieka.

¹¹ D. Hesmondhalgh, *The Cultural Industries*, SAGE, London 2012.

¹² Hesmondhalgh posługuje się tutaj terminem „przemysł” w znaczeniu używanym w literaturze anglosaskiej, gdzie „przemysł” jest synonimem „sektora”. W języku polskim przemysł oznacza raczej część sektora, w której produkuje się dobra kultury dla celów komercyjnych. Ważne jest więc, aby doprecyzować, że sektor kultury obejmuje część prywatną, np. firmy nagraniowe, część publiczną, np. muzea i biblioteki oraz trzeci sektor, organizacji pozarządowych, zaangażowanych w działalność kulturalną. Rozdział na część „przemysłową” i „nieprzemysłową” proponuje KEA w swoim raporcie na temat ekonomiki kultury w Europie, zob. *The Economy of Culture in Europe*.

¹³ R. Towse, *Ekonomia kultury: kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.

społeczno-psychologicznych, jak i ekonomicznych. Pozytywny wizerunek kraju może się bowiem przyczynić do wzmocnienia dumy obywateli z przynależności do danego narodu, może on również przyciągać turystów i wpływać na zwiększenie sprzedaży dóbr kultury za granicą, co, w wypadku dwóch ostatnich, ma wymiar ekonomiczny.

Według Brytyjskiego DCMS¹⁴, dobra kultury – jako część sektora kreatywnego – są ważnym źródłem przychodów pochodzących z eksportu, a więc przyczyniają się istotnie do wzrostu gospodarczego¹⁵. Według raportu KEA, już w 2003 r. przychody w europejskim sektorze kultury były większe, niż przychody w sektorze samochodowym, a także IT. Jeśli zaś chodzi o udział w PKB, był on wyższy niż udział sektora nieruchomości, spożywczego i tytoniowego. Poza tym w latach 1999–2003, wzrost sektora kultury był średnio o 12% wyższy niż poziom ogólnego wzrostu gospodarczego¹⁶. Był to zresztą jedyny sektor, który – w ciągu ostatnich 10 lat – notował stały wzrost¹⁷. Nie może więc dziwić, że rządowi zależy na tym, aby jak najlepiej zarządzać polityką kulturalną i czuwać nad sektorem kultury, jest on bowiem źródłem rosnących przychodów.

Znaczenie polityki kulturalnej może mieć również inne źródło, którym jest niedoskonałość rynku. Wynika ona z pozytywnych efektów zewnętrznych związanych z konsumpcją kultury i z asymetrią informacji. Dla przykładu, konsumpcja książek, sztuk teatralnych czy filmów poruszających poważne problemy społeczne może nie tylko być przyjemnością dla tych, którzy w niej uczestniczą, ale także przyczynić się do lepszego rozumienia problemów przez członków danej społeczności. To z kolei może być dla tej społeczności korzystne i zwiększać jakość życia obywateli. Troska państwa odnośnie do jakości życia dotyczy również przyszłych pokoleń, co przekłada się na zainteresowanie polityki kulturalnej obszarem dziedzictwa narodowego. W obu wypadkach trudno jest jednak zmierzyć rzeczywiste zapotrzebowanie na kulturę. W pierwszym – wymiar społeczny umyka ścisłym miarom ekonomicznym, w drugim – przyszłe zyski nie mogą być właściwie ocenione, należą bowiem do sfery spekulacji i przypuszczeń.

Jeśli chodzi o asymetrię informacji, wynika ona przede wszystkim z samego charakteru dobra kultury. Jest ono dobrem doświadczeniowym¹⁸, co oznacza, że konsument

¹⁴ DCMS – Department for Culture, Media and Sport, Departament Kultury, Mediów i Sportu Wielkiej Brytanii.

¹⁵ R. Towse, *op.cit.*

¹⁶ *The Economy of Culture in Europe.*

¹⁷ H. Van Der Pol, *Key Role of Cultural and Creative Industries in the Economy*, w: *Statistics, Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies*, 2007.

¹⁸ T. Kowalski, *Między twórczością a biznesem: wprowadzenie do zarządzania w mediach i rozrywce*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

może ocenić jego użyteczność dopiero po jego skonsumowaniu. Poza marketingiem, realizowanym przez firmy produkujące dobra kultury, gdzie chwali się ich wartość (co, oczywiście, bywa dyskusyjne), jedynie państwo może zmniejszyć wspomnianą asymetrię. Środkiem służącym do realizacji tego celu jest, z jednej strony, inwestycja w edukację kulturalną i – z drugiej – w produkcję dóbr kultury o wysokiej wartości artystycznej i społecznej. W ten sposób państwo przyczynia się do zwiększania kapitału społecznego i kulturalnego obywateli, a to z kolei jest źródłem wskazanych wyżej korzyści społecznych i ekonomicznych.

Znaczenie sektora kultury (czy też kreatywnego) wydaje się jeszcze bardziej istotne w gospodarce cyfrowej, w której obecnie funkcjonujemy, gdyż produkowane dobra kultury mają często wymiar symboliczny, a nie materialny. Ponieważ zaś działalność gospodarcza skupia się coraz bardziej na produkcji informacji, symboli, kodów i wiedzy, udział w rynku dóbr niematerialnych będzie się w dalszym ciągu zwiększał. Wystarczy tutaj przywołać pojawienie się i gwałtowny rozkwit takich firm, jak Google, Amazon czy iTunes, by zdać sobie sprawę z tego, że bez zawartości (treści), na którą składają się w dużej części produkty kultury, rozwój gospodarki cyfrowej nie byłby aż tak spektakularny, jeśli w ogóle możliwy. Podobnie jest, jeśli chodzi o stronę popytową, z uwagi na fakt, że konsumpcja zwraca się stopniowo w stronę dóbr niematerialnych, a więc dóbr kultury¹⁹.

Uczestnictwo w kulturze

Biorąc pod uwagę fakt, że rola kultury i sektora kultury jest tak bardzo istotna, w interesie państwa leży, by zachęcać obywateli do uczestnictwa w kulturze obejmującego następujące działania: czytanie książek i prasy, chodzenie do kina, do teatru, na koncerty, do muzeów, na wystawy itd.

Uczestnictwo w kulturze jest inne w każdym kraju i zależy w dużym stopniu od historii, która – między innymi – determinuje zwyczaje kulturalne obywateli. Charakterystyczne dla okresu przejściowego (dla państw w okresie przejściowym) jest to, że zainteresowanie kulturą ze strony obywateli maleje²⁰. Można tutaj wyróżnić dwa rodzaje przyczyn zaistnienia takiego zjawiska, z jednej strony – są one natury emocjonalnej, z drugiej – ekonomicznej. W okresie reżimu kultura, nawet jeśli podlegała cenzurze, była filarem ważnych wartości, szczególnie wartości narodowych, co nie jest już w niej tak obecne ani potrzebne w systemie demokratycznym. Obywatele nie muszą już szukać ucieczki w symboliczny świat dzieł kultury. Poza tym nowe możli-

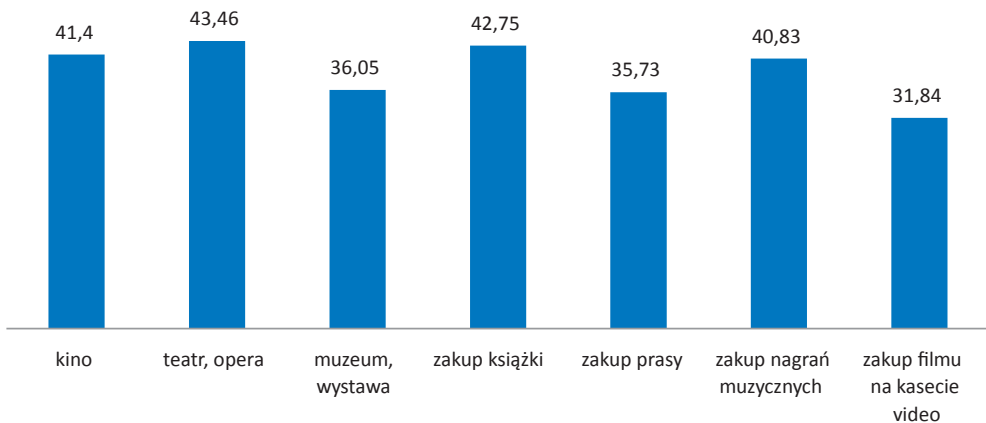
¹⁹ *Kultura a rozwój, op.cit.*

²⁰ M. Dragičević-Sešić, *op.cit.*

wości, które otwierają się przed potencjalnymi odbiorcami, związane z pojawieniem się wolnego rynku, skłaniają ich raczej do zwrócenia się w kierunku praktycznej strony rzeczywistości, co jest spowodowane chęcią poprawienia standardu życia. Dlatego właśnie wolą oni inwestować w nowy sprzęt, np. samochód lub telewizor, zamiast wychodzić z rodziną do teatru.

Innym elementem, który nie sprzyja wzrostowi uczestnictwa w kulturze, jest – po pierwsze – jego rosnący koszt. Według raportu *Diagnoza społeczna 2000. Warunki i jakość życia Polaków oraz ich doświadczenia z reformami systemowymi po 10 latach transformacji*²¹, liczba gospodarstw domowych zmuszonych do rezygnacji z uczestnictwa w kulturze z powodów finansowych była znacząca.

Rysunek 1. Odsetek gospodarstw, które musiały zrezygnować z dóbr kultury z powodów finansowych



Źródło: *Diagnoza społeczna 2000. Warunki i jakość życia Polaków oraz ich doświadczenia z reformami systemowymi po 10 latach transformacji*, red. J. Czapiński, T. Panek, Rada Monitoringu Społecznego i Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 2000

Po drugie, projekty kulturalne tracą na wartości i jakości nie tylko dlatego, że ich produkcja musi być rentowna (chodzi tutaj przede wszystkim o dobra produkowane w ramach przemysłów kultury działających na wolnym rynku), ale również dlatego, że ich finansowanie nie jest często wystarczające dla zapewnienia wysokiej jakości²².

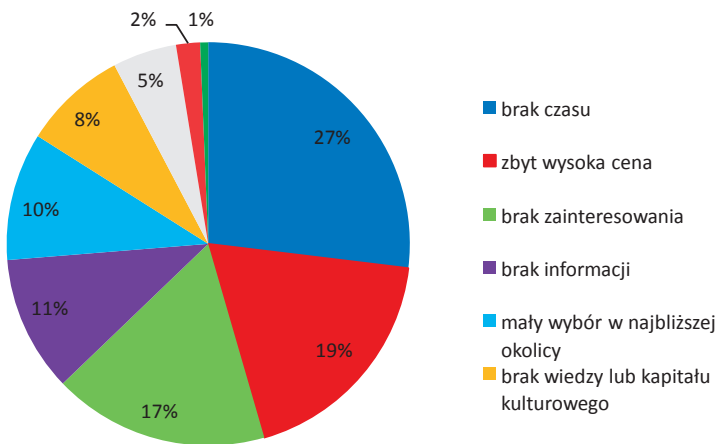
²¹ *Diagnoza społeczna 2000. Warunki i jakość życia Polaków oraz ich doświadczenia z reformami systemowymi po 10 latach transformacji*, red. J. Czapiński, T. Panek, Rada Monitoringu Społecznego i Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 2000.

²² Teza ta powinna zostać poddana oddzielnej dyskusji, na którą w niniejszym artykule nie ma miejsca. Warto jednak mieć na uwadze, że stwierdzenie to nie zawsze jest prawdziwe, często bowiem niszowe, tzw. „offowe” produkcje, szcycące się wysoką wartością artystyczną, są produkcjami niskobudżetowymi.

Po trzecie, oferta komercyjna, która jest tańsza (np. w postaci programów telewizyjnych), jest również łatwiej, szybciej dostępna. Z tych właśnie powodów uczestnictwo społeczeństwa w kulturze staje się coraz bardziej pasywne, konsumenci ograniczają się bowiem do rozrywki najprostszej i najtańszej, czyli do oglądania telewizji. Jeśli to tego obrazu dodamy jeszcze problemy na poziomie edukacji kulturalnej, nie może dziwić, że kapitał kulturowy społeczeństwa ulega coraz dalej posuniętej erozji. W ten sposób spirala spadku poziomu uczestnictwa w kulturze jeszcze bardziej się nakręca.

Badania Eurostatu potwierdzają niektóre wspomniane wyżej tendencje.

Rysunek 2. Powody nieuczestniczenia w kulturze



Źródło: Cultural Statistics, Eurostat European Commission, 2011

Poza brakiem czasu, co jest zjawiskiem zrozumiałym w rozwijającym się społeczeństwie, gdzie ludzie koncentrują się na pracy, aby polepszyć swój status materialny, inne odpowiedzi wydają się szczególnie symptomatyczne dla niniejszej analizy. Zostaną one prześledzone w dalszej części tekstu.

Instrumenty polityki kulturalnej

Polityka kulturalna realizowana jest za pomocą rozmaitych instrumentów. Dragičević-Šešić i Stojković dzielą je w zależności od ich natury oraz skutku, jaki powodują. Typologia instrumentów polityki kulturalnej przedstawiona jest w poniższej Tabeli 1.

Tabela 1. Instrumenty polityki kulturalnej

Instrumenty polityki kulturalnej		
natura \ efekt	Stymulujący	Hamujący
Ekonomiczna	Zakup, darowizny, stypendia, kredyty	Podatki, opłaty
Prawna i polityczna	Pozytywne regulacje (ochrona, stymulacja)	Negatywne regulacje (reperkusje, cenzura)
Organizacyjna	Programowanie rozwoju, tworzenie instytucji	Restrykcje, likwidacja instytucji
Związana z wartością i ideologią	Pluralizm koncepcji i idei	Narzucanie ideologii

Źródło: M. Dragičević-Šešić, *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010

Aspekty ekonomiczne występują często razem z prawnymi i politycznymi, ponieważ podjęcie pewnych decyzji ekonomicznych musi pociągać za sobą działania prawne (przepisy, ustawy). Jeśli chodzi o instrumenty organizacyjne, odnoszą się one do organizacji sektora jako takiej. Chodzi tu więc o liczbę instytucji i ich status (np. ogólnokrajowy lub regionalny, bądź też państwowy lub prywatny).

Rozróżnienie na efekty pozytywne i negatywne, które zachodzą w związku z polityką kulturalną, wydaje się, teoretycznie, oczywiste. Tymczasem w praktyce rezultaty decyzji lub działań mogą przynieść efekty całkiem nieoczekiwane. Tego rodzaju rozbieżności mogą się pojawiać w związku z niezrozumieniem bądź złym zrozumieniem sytuacji, mogą również wynikać z gwałtownej ewolucji otoczenia społeczno-ekonomicznego lub – jak możemy to obserwować od ponad dwóch dekad – technologicznego.

Rewolucja technologiczna i jej skutki

Rewolucja cyfrowa, nazywana inaczej przełomem technologicznym, jest zjawiskiem, z którym mamy do czynienia już od ponad 20 lat. To ona właśnie stała się zaczątkiem gwałtownych zmian, jakie dokonują się w sektorze kultury²³. Wymogła zmianę podejścia do uczestnictwa konsumentów w kulturze, a także do polityki kulturalnej. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że rewolucja nie wpłynęła w jednakowym stopniu na wszystkie obszary w tym sektorze. Najbardziej podatne na zmiany okazały się te dobra, które stały się dobrami informacyjnymi, to znaczy te, które – zgodnie

²³ P. Chantepie, A. Le Diberder, *Révolution numérique et industries culturelles*, La Découverte, Paris 2010.

z definicją N. Curiena i F. Moreau – mogły zostać scyfryzowane²⁴, a więc książki, muzyka nagrana, filmy, fotografia, programy radiowe i telewizyjne.

Jednym z kluczowych czynników, które wywołały rewolucję, była demokratyzacja TIK²⁵. Oznacza ona, po pierwsze, duży spadek cen sprzętu komputerowego, co pozwala zdecydowanie większej grupie konsumentów mieć dostęp do takiego wyposażenia. Według badań Gartnera, już w 2008 r. liczba komputerów działających na świecie wynosiła ok. 1 mld²⁶. Od tego czasu wzrosła ona ponaddwukrotnie, zaś ostatnie badania pokazują, że liczba różnego rodzaju sprzętów elektronicznych, takich jak komputery osobiste (w tym laptopy), tablety oraz telefony komórkowe sięgnęła ok. 2,5 mld sztuk²⁷. Nie należy przy tym zapominać, że wspomnianemu spadkowi cen towarzyszył wzrost pojemności pamięci w tych urządzeniach, wydajność obliczeniowa, a także rozkwit w dziedzinie oprogramowania. Po drugie, demokratyzacja polega również na nieustającym wzroście liczby osób korzystających z Internetu, które w 2013 roku stanowiły 39% światowej populacji. Trzeba przy tym zauważyć, że w krajach rozwiniętych liczba użytkowników Internetu sięga około 77%²⁸.

Obydwie wspomniane wyżej tendencje, rozwijając się zupełnie odrębnie, nie mogłyby z pewnością wpłynąć na sektor kultury w aż takim stopniu, jak możemy to obecnie obserwować. Jednak, jak podkreślają P. Chantepie i A. Le Diberder, „ostatnia rewolucja nie jest właściwie efektem pojawienia się oryginalnych wynalazków (...), ale ich wzajemnego oddziaływania na siebie”²⁹. To właśnie owa synergia pozwoliła na to, by w użytkownikach nowych technologii rozwinął się instynkt twórczy, podsuwając im skuteczne narzędzia do tworzenia treści. Y. Benkler ocenia, że w krajach rozwiniętych około miliard ludzi może każdego dnia mieć do dyspozycji od dwóch do sześciu miliardów godzin czasu wolnego. Owa grupa „ochotników” może więc w owym czasie produkować to, co inni chcieliby czytać, oglądać, słuchać lub przeżywać³⁰.

Wspomniana synergia była impulsem do zaistnienia dwóch kolejnych zjawisk, jakimi są dezintermediacja i nieformalny obieg dóbr kultury. Obydwa wywodzą się z tego samego źródła, przy czym to drugie wyrasta z pierwszego i obydwa wzmocniły przekształcanie się sektora kultury.

²⁴ N. Curien, F. Moreau, *L'industrie du disque*, La Découverte, Paris 2010.

²⁵ TIK – Technologie informacji i komunikacji, czasami zapisywane jako IKT lub ICT.

²⁶ Gartner, *Gartner Says More than 1 Billion PCs in Use Worldwide and Headed to 2 Billion Units by 2014*, <http://www.gartner.com/newsroom/id/703807>, dostęp 11.06.2014.

²⁷ Gartner, *Gartner Says Worldwide Traditional PC, Tablet, Ultramobile and Mobile Phone Shipments are on Pace to Grow 6.9 Percent in 2014*, <http://www.gartner.com/newsroom/id/2692318>, dostęp 11.06.2014.

²⁸ ITU, *Statistics*, <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>, dostęp 11.06.2014.

²⁹ P. Chantepie, A. Le Diberder, *op.cit.*

³⁰ Y. Benkler, *Bogactwo sieci: jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

Według definicji, dezintermediacja oznacza stopniowe eliminowanie różnych pośredników z łańcucha tworzenia wartości, możliwe zwłaszcza dzięki rozwojowi elektronicznych połączeń między uczestnikami rynku³¹. F. Jallat idzie krok dalej, mówiąc, że termin ten oznacza nie tylko eliminację pośredników, ale także utworzenie lepszego otoczenia handlowego, co sprzyja bezpośrednim relacjom pomiędzy producentami i konsumentami³². P. Evans i T.S. Wurster podkreślają dodatkową cechę dezintermediacji, a mianowicie pojawienie się nowych pośredników, wykorzystujących nowe – i tańsze – metody dystrybucji, co pozwala im na bycie bardziej konkurencyjnymi w stosunku do pośredników już istniejących na rynku³³.

Dezintermediacja znacząco wpłynęła na tradycyjną strukturę sektora kultury. Przed nastaniem rewolucji cyfrowej, a szczególnie etapu nazywanego web 2.0.³⁴, rola pośredników była kluczowa dla zapewnienia rozpowszechniania dóbr kultury. Instytucje pośredniczące, tak publiczne (muzea, radio, telewizja), jak i prywatne (wydawnictwa, firmy fonograficzne, studia filmowe) zajmowały się dystrybucją czy też rozpowszechnianiem dzieł, stanowiły więc etap pośredni pomiędzy twórcami artystami a konsumentami kultury. W ich gestii znajdowały się systemy służące ekspozycji tych dóbr, np. platformy nadawcze służące emitowaniu audycji radiowych i telewizyjnych czy też firmy dystrybucyjne, wysyłające towar do hurtowni i, dalej, do sklepów detalicznych, zaś dystrybucji towarzyszyła promocja tych dzieł. Pośrednicy, poza wspomnianą wyżej funkcją dystrybutorów oraz promotorów, odgrywali jednocześnie rolę *gatekeeperów* (bramkarzy)³⁵, odpowiedzialnych za selekcję dóbr kultury, które miały być proponowane konsumentom, a więc tych, które były „godne”, aby wejść do systemu dystrybucji i promocji. Dezintermediacja pozwoliła wyeliminować również i tę funkcję, stawiając właściwie pod znakiem zapytania rację bytu pośredników jako takich.

Drugie z wymienionych wyżej zjawisk, czyli nieformalny obieg kultury, znany również pod nazwą, mało precyzyjną i wyraźnie negatywnie nacechowaną, „piractwa”, zostało nazwane „niszczącą siłą” sektora kultury³⁶. Sam termin „nieformalny obieg

³¹ T.W. Malone, J. Yates, I. Benjamin, *Electronic Markets and Electronic Hierarchies*, „Communications of the ACM” 1987, t. 30, nr 6.

³² F. Jallat, *Désintermédiation et stratégie sur Internet: recomposition des filières, nouveaux acteurs et réintermédiation*, „Revue Française du Marketing” 2000, nr 177–178.

³³ P. Evans, T.S. Wurster, *Net Stratégies*, Organisation, Paris 2000.

³⁴ Web 2.0. to zjawisko, które nie doczekało się jeszcze definicji naukowych. Jest to etap rozwoju Internetu, gdzie najbardziej istotnym elementem jest fakt, że „stał się (on) interaktywnym medium do zapisu, a nie tak jak w jego pierwszej fazie tylko do odczytu. Odwołując się do języka mediów elektronicznych i ich nośników, Internet zmienił się z medium Read-only na Read & Write”, B. Jung, *Web 2.0 i media społecznościowe: skala zjawiska i implikacje ekonomiczne*, „Prace i Materiały ISM” 2010, nr 38.

³⁵ A. Tarkowski, M. Filiciak, *Alfabet nowej kultury: G jak gatekeeper (albo gatekeepera brak)*, <http://www.dwutygodnik.com/artukul/279-alfabet-nowej-kultury-g-jak-gatekeeper-albo-gatekeepera-brak.html>, dostęp 11.06.2014.

³⁶ F. Latrive, *Du bon usage de la piraterie: Culture libre, sciences ouvertes*, Exils Editeur, Paris 2004.

kultury”, użyty w niniejszym tekście, został zapożyczony z badania zrealizowanego w 2012 r. pt. *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści*³⁷.

Zjawisko to również zostało zapoczątkowane dzięki demokratyzacji TIK, dostarczając tym samym, zarówno twórcom, jak i konsumentom kultury, silnego i skutecznego narzędzia dystrybucji. Twórcy otrzymali w ten sposób możliwość zwrócenia się ze swoją ofertą artystyczną, bez konieczności korzystania z pomocy tradycyjnych pośredników, bezpośrednio do odbiorców, a więc miłośników sztuki, fanów muzyki, filmów czy książek. Z kolei konsumenci, działając wbrew przepisom prawa autorskiego pochodzącego jeszcze z czasów przedcyfrowych, do granic możliwości wykorzystali zwyczaj dzielenia się swoimi zasobami kultury i ich wymiany z innymi użytkownikami sieci, co jest zjawiskiem bezprecedensowym. Mamy więc do czynienia z dezindustrializacją gospodarki, czemu sektor kultury nie będzie się mógł oprzeć. Dobra i usługi kulturalne są bowiem coraz częściej produkowane czy też współprodukowane oraz dystrybuowane nie przez instytucje (wydawnictwa i firmy oraz państwowe instytucje kultury), a przez pojedynczych użytkowników, którzy wykorzystują dostępne im narzędzia, aby wyrazić swoją potrzebę kreatywności i ochotę dzielenia się swoją twórczością.

Nowa rola państwa w sektorze kultury

Według jednego z pionierów cyberprzestrzeni, Stewarda Branda, w świecie cyfrowym „informacja chce być droga, bo ma niesamowitą wartość. Dobra informacja przekazana we właściwym momencie może zmienić czyjeś życie. Z drugiej strony, informacja chce być wolna, darmowa, bo koszt jej pozyskania sukcesywnie się zmniejsza. Te dwie tendencje pozostają ze sobą w konflikcie”³⁸. Podobną zależność można odnaleźć w sektorze kultury, w odniesieniu do niektórych jej dóbr. Z jednej strony, jest ona ważna z punktu widzenia gospodarczego, z tego więc powodu chce być droga. Z drugiej, jest ona często wolna, darmowa, krąży bowiem swobodnie w sieci.

W sytuacji opisanego wyżej konfliktu rola państwa jest szczególnie delikatna. Musi ono bowiem zarówno chronić sektor kultury, który ma istotny wkład w gospodarkę kraju, jak i zapewnić obywatelom wolny dostęp do kultury, co jest gwarantowane prawem. Kultura jest również jednym z czynników, które biorą udział w rozwoju społecznym.

Kultura wolna bądź otwarta³⁹ to termin ściśle powiązany z opisanymi zjawiskami: z dezintermediacją i nieformalnym obiegiem dóbr kultury. Przymiotnik „otwarta”

³⁷ M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski, *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań*.

³⁸ L. Lessig, *Wolna kultura*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005.

³⁹ Termin „wolna kultura” został zaproponowany przez amerykańskiego prawnika, Lawrence’a Lessiga, który jest uznanym obrońcą wolności w Internecie, w książce pod tytułem *Free Culture* (Wolna, otwarta kultura), *Ibidem*.

oznacza, że kultura ta istnieje w pewnym stopniu poza rynkiem. W wypadku dezintermediacji, dobra kultury są przekazywane przez twórców bezpośrednio konsumentom, w ramach „wolnego modelu”, w którym mamy do czynienia z wymianą wartości niematerialnych: dzieło wymieniane za podziw czy też reputację⁴⁰. Jeśli zaś chodzi o nieformalny obieg kultury, w grę wchodzi tutaj wymiana dóbr pomiędzy konsumentami, którzy, dzieląc się między sobą zasobami, nie płacą za to należnych kwot właścicielom praw autorskich (twórcom bądź producentom).

W prowadzonym oficjalnie dyskursie ta druga działalność nazywana jest nielegalną i to właśnie ona wydaje się najbardziej problematyczna z punktu widzenia polityki kulturalnej. Takie jest zresztą podejście polskiego rządu, który respektuje oczywiście obowiązujące obecnie prawo. Ów status nielegalności wynikający z zapisów prawa, które wciąż nie uwzględnia nowej, cyfrowej rzeczywistości, wspierany jest szczególnie przez przemysł kultury, przyzwyczajony do otrzymywania wysokich przychodów ze sprzedaży produktów kultury masowej.

Należy wspomnieć, że globalny sektor kultury jest zdominowany przez koncerny amerykańskie lub amerykańskiego pochodzenia. Stany Zjednoczone są drugim na świecie eksporterem produktów kreatywnych, ale pierwszym, jeśli chodzi o sektor audiowizualny. Pokazuje to poniższe zestawienie 20 największych światowych firm należących do sektora AV:

Tabela 2. Największe koncerny sektora kultury na świecie

Miejsce	Firma	Kraj	Miejsce	Firma	Kraj
1	Walt Disney	USA	11	BBC group	Wielka Brytania
2	Viacom	USA	12	ARD	Niemcy
3	Time Warner	USA	13	NHK	Japonia
4	Sony	Japonia	14	Blockbuster Inc	USA
5	Vivendi Universal	Francja	15	Nintendo	Japonia
6	News Corporation	USA	16	Mediaset	Włochy
7	NBC Universal	USA	17	RAI	Włochy
8	The DirecTV Group Inc	USA	18	ITV PLC	Wielka Brytania
9	Bertelsmann	Niemcy	19	TFI	Francja
10	Liberty Media Corp	USA	20	France Televisions	Francja

Źródło: Creative Economy, United Nations UNCTAD, 2010

⁴⁰ Należy tutaj podkreślić, że ta wymiana może później pociągać za sobą jakąś transakcję rynkową, np. konsument zakupi bilet na koncert po wysłuchaniu piosenek danego artysty w sieci, gdy nie płacił za to.

Model polityki kulturalnej USA jest inny od modelu funkcjonującego w Europie. Podstawą działania sektora kultury są tam bowiem indywidualizm i filantropia. Niemal wszystkie instytucje kultury, które należą do strefy niekomercyjnej (czyli nie są to firmy produkujące dobra kultury masowej) mają status organizacji pozarządowych i organizacji nienastawionych na zysk. W sferze komercyjnej sektora kultury działają wielkie transnarodowe przedsiębiorstwa, których wkład do gospodarki USA jest niezwykle istotny. Z tego względu obecność państwa w sektorze kultury objawia się w sposób pośredni, po pierwsze, poprzez gwarantowanie odpisów podatkowych darczyńcom i, po drugie, wspieranie przemysłów kultury na poziomie polityki międzynarodowej⁴¹. To właśnie dlatego Stany Zjednoczone są tak wielkim orędownikiem ochrony praw autorskich, co na niwie międzynarodowej uwidoczniło się w szczególności w wielu porozumieniach zawieranych w ramach WIPO, w trakcie Rundy Urugwajskiej GATT, kiedy to opracowano porozumienie TRIPS⁴², a także w trakcie negocjacji ACTA⁴³ i, obecnie, porozumienia TTIP⁴⁴.

Sektor kultury w Polsce jest mocno związany z amerykańskimi przemysłami kultury, co ma niewątpliwie znaczący wpływ na politykę państwa w odniesieniu do otwartej kultury. Można uznać, że te właśnie związki są źródłem dyskursu publicznego, w którym wspierana jest „tradycyjna” wizja sektora kultury, a więc sytuacja sprzed rewolucji technologicznej. Nie bierze się natomiast pod uwagę zmiany społecznej dotyczącej nowego modelu konsumpcji kultury (uczestnictwa w kulturze). Jednym z przykładów takiego podejścia jest kampania społeczna *Legalna Kultura*, wspierana przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, w której promowane są dzieła i projekty kulturalne udostępnione w sieci w sposób legalny bądź przez samych twórców, bądź też przez producentów. W kampanii podkreśla się, że twórcy mają prawo do wynagrodzenia i że dzieła dystrybuowane wyłącznie w taki sposób są „legalne”. W kampanii brak jest jednak informacji o tym, że ściąganie utworów z sieci jest w Polsce działaniem legalnym, bez względu na to, w jaki sposób zostały one udostępnione⁴⁵. W tej sytuacji państwo staje po stronie nie tylko niektórych twórców, ale przede wszystkim przemysłów kultury.

Tymczasem, jak pokazują cytowane już badania Eurostatu, część respondentów uważa, że wolny dostęp do kultury mógłby być rozwiązaniem niektórych problemów, takich jak zbyt wysoki koszt uczestnictwa w kulturze, brak informacji bądź

⁴¹ A. Wąsowska-Pawlik, *op.cit.*

⁴² TRIPS – Porozumienie w sprawie Handlowych Aspektów Praw Własności Intelektualnej.

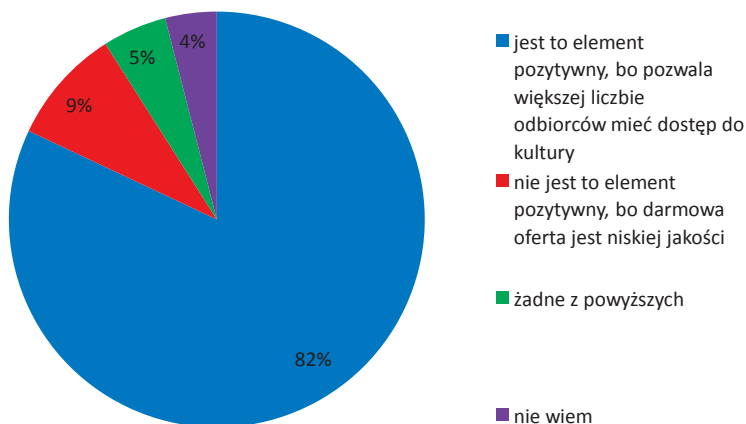
⁴³ ACTA – umowa handlowa dotycząca zwalczania obrotu towarami podrabianymi.

⁴⁴ TTIP – Transatlantyckie partnerstwo dotyczące handlu i inwestycji, do którego tajne negocjacje rozpoczęły się w 2013 r.

⁴⁵ Większość autorytetów prawnych jest zgodnych co do takiej interpretacji ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

też ograniczony wybór oferty kulturalnej. Wolny dostęp jest uważany przez część pytaných osób za zjawisko pozytywne dlatego, że oferuje większej liczbie odbiorców dostęp do kultury:

Rysunek 3. Pytanie o wolny dostęp do kultury



Źródło: Cultural statistics, Eurostat European Commission 2011, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-32-10-374/EN/KS-32-10-374-EN.PDF

J. Karaganis zauważa w swoim raporcie⁴⁶, że w wielu badaniach potwierdzono destrukcyjny wpływ nieformalnego obiegu kultury na sytuację ekonomiczną sektora. Tymczasem badania te nie brały pod uwagę innej strony transakcji, a mianowicie nadwyżki konsumenta. Nawet jeśli tzw. piractwo może powodować pewne straty w różnych gałęziach przemysłu kultury, nie można mówić o stratach w gospodarce rozumianej jako kompletny system. Nadwyżka konsumenta może być bowiem pozytywna, może tworzyć wartość społeczną, zwiększać przychody z podatków, oferować nowe miejsca pracy, a także wspierać inwestycje w infrastrukturę.

Korzystny wpływ konsumentów, którzy wymieniają się treścią w sieci, na sektor kultury, został również wskazany w wielu analizach, np. przez L. Lessiga⁴⁷, Y. Benklera⁴⁸, D. Tapscotta i A.D. Williama⁴⁹ czy też H. Jenkinsa⁵⁰. Konsumenci ci, po pierwsze, spełniają funkcję dystrybutorów dóbr kultury, biorąc na siebie koszty dystrybucji (koszt zmierza do zera). Po drugie, promują oni kulturę, wyrównując w ten sposób

⁴⁶ J. Karaganis, *Media Piracy in Emerging Economies*.

⁴⁷ L. Lessig, *op.cit.*

⁴⁸ Y. Benkler, *op.cit.*

⁴⁹ D. Tapscott, A.D. Williams, *Wikinomia: o globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.

⁵⁰ H. Jenkins, *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

asymetrię informacyjną, również i tutaj pokrywając koszty tej, jakże istotnej dla funkcjonowania dóbr kultury na rynku, działalności. W ten sposób przyczyniają się, choć niebezpośrednio, do wzrostu uczestnictwa w kulturze innych obywateli, uczestniczą w nieformalnej edukacji kulturalnej, mają więc swój wkład w budowanie kapitału kulturalnego społeczeństwa.

Raport *Obiegi kultury* pokazuje, że około 30% Polaków uczestniczy w nieformalnej cyrkulacji treści kulturalnych w Internecie. To, co jest istotne, to fakt, że te nieformalne obiegi nie zastępują obiegu formalnych. Osoby, które najbardziej intensywnie wymieniają się treściami są również tymi, które kupują najwięcej produktów kultury. Ich liczba wśród tych, którzy kupują książki wynosi 32%, filmy – 31% i muzykę nagrałą – ponad 50%⁵¹.

* * *

Analiza przeprowadzona w niniejszym artykule miała na celu wskazanie, że rola państwa w odniesieniu do sektora kultury powinna ewoluować pod wpływem zmieniających się warunków, w tym wypadku technologicznych. Rewolucja cyfrowa spowodowała ujawnienie się „otwartej kultury”, inaczej mówiąc „nieformalnych obiegu kultury” w sieci. Państwo, którego polityka zależy w dużym stopniu od stosunków międzynarodowych, zdominowanych w tym wypadku przez Stany Zjednoczone, staje po stronie modelu komercyjnego produkcji dóbr kultury, zapominając o sferze niekomercyjnej, która jest równie ważna, a może nawet ważniejsza z punktu widzenia pozytywnych efektów zewnętrznych, takich jak zwiększenie kapitału kulturalnego i społecznego obywateli, a także ich jakości życia.

Rola państwa polskiego, którego zadaniem, w czasach reżimu komunistycznego, była ochrona i kontrola kultury, musiała się zmienić po raz pierwszy w momencie upadku starego systemu. Państwo stało się wówczas mecenasem kultury. Z jednej strony zaczęło więc finansować produkcję kultury, z drugiej zaś – stymulować jej rozwój, stwarzając korzystne otoczenie, tak na poziomie gospodarczym, jak i prawnym.

Rewolucja cyfrowa zmusiła państwo do zrewidowania polityki kulturalnej i swojej roli w odniesieniu do sektora kultury, ponieważ spowodowała kryzys w niektórych jego obszarach. Tymczasem zmianę podejścia państwa do tej kwestii można uznać za krok wstecz, w kierunku systemu działającego przed upadkiem komunizmu, kiedy to państwo chroniło sektor kultury, jednocześnie go kontrolując. Obecnie kontrola ta ma inny charakter i dotyczy dystrybucji dóbr kultury, a więc – pośrednio – uczestnictwa

⁵¹ M. Filiciak, J. Hofmokl, A. Tarkowski, *op.cit.*

w kulturze. Jeśli zaś chodzi o ochronę, dotyczy ona wyłącznie interesu przemysłów kultury, które opierają się zmianie społeczno-ekonomicznej.

Tymczasem w konflikcie, który istnieje pomiędzy różnymi uczestnikami sektora kultury, państwo powinno odgrywać rolę nie tylko mediatora, ale również nowego pośrednika, pozwalając, z jednej strony, na swobodną cyrkulację dóbr kultury i, z drugiej, stosując narzędzia polityki kulturalnej, szczególnie na poziomie ekonomicznym, aby stymulować ewolucję przemysłów kultury w kierunku nowych modeli biznesowych. Na poziomie prawnym państwo powinno więc podjąć prace nad zmianą ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, by było lepiej dopasowane do cyfrowej rzeczywistości. Powinno również sprzyjać stosowaniu wolnych, otwartych licencji, np. Creative Commons, które mogłyby umożliwić twórcom lepsze zarządzanie swoimi prawami, zaś publiczności – szersze korzystanie z dóbr kultury, bez ryzyka łamania prawa. Nie powinno ono również karać za swobodne wykorzystywanie dóbr kultury do celów niekomercyjnych, biorąc pod uwagę pozytywne aspekty nieformalnych obiegów kultury.

Bibliografia

- Anderson C., *Długi ogon: ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, Harbor Point Media Rodzina, Poznań 2008.
- Benkler Y., *Bogactwo sieci: jak produkcja społeczna zmienia rynki i wolność*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Chantepie P., Diberder le A., *Révolution numérique et industries culturelles*, La Découverte, Paris 2010.
- Curien N., Moreau F., *L'industrie du disque*, La Découverte, Paris 2010.
- Diagnoza społeczna 2000. Warunki i jakość życia Polaków oraz ich doświadczenia z reformami systemowymi po 10 latach transformacji*, red. Czapiński J., Panek T., Rada Monitoringu Społecznego i Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa 2000.
- Dragičević-Šešić M., *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa, 2010.
- Filiciak M., Hofmokl J., Tarkowski A., *Obiegi kultury. Społeczna cyrkulacja treści. Raport z badań*.
- Gartner, *Gartner Says More than 1 Billion PCs in Use Worldwide and Headed to 2 Billion Units by 2014*, <http://www.gartner.com/newsroom/id/703807>, dostęp 11.06.2014.
- Gartner, *Gartner Says Worldwide Traditional PC, Tablet, Ultramobile and Mobile Phone Shipments are on Pace to Grow 6.9 Percent in 2014*, <http://www.gartner.com/newsroom/id/2692318>, dostęp 11.06.2014.
- Gierat-Bieroń B., *Ministrowie kultury doby transformacji 1989–2005: (wywiady)*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2009.

- Hesmondhalgh D., *The Cultural Industries*, SAGE, London 2012.
- Ilczuk D., *Polityka kulturalna w społeczeństwie obywatelskim*, Narodowe Centrum Kultury, Wydaw. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2002.
- ITU, *Statistics*, <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>, dostęp 11.06.2014.
- Jallat F., *Désintermédiation et stratégie sur Internet: recomposition des filières, nouveaux acteurs et réintermédiation*, „Revue Française du Marketing” 2000, nr 177–178.
- Jenkins H., *Kultura konwergencji: zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.
- Jung B., *Web 2.0 i media społecznościowe: skala zjawiska i implikacje ekonomiczne*, „Prace i Materiały ISM” 2010, nr 38.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, <http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm>, dostęp 10.06.2014.
- Kowalski T., *Między twórczością a biznesem: wprowadzenie do zarządzania w mediach i rozrywce*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Latrive F., *Du bon usage de la piraterie: Culture libre, sciences ouvertes*, Exils Editeur, Paris 2004.
- Lessig L., *Wolna kultura*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2005.
- Malone T.W., Yates J., Benjamin I., *Electronic Markets and Electronic Hierarchies*, „Communications of the ACM” 1987, t. 30, nr 6.
- Pol van der H., *Key Role of Cultural and Creative Industries in the Economy*, w: *Statistics, Knowledge and Policy 2007: Measuring and Fostering the Progress of Societies*, 2007.
- Tapscott D., Williams A.D., *Wikinomia: o globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008.
- Tarkowski A., Filiciak M., *Alfabet nowej kultury: G jak gatekeeper (albo gatekeepera brak)*, <http://www.dwutygodnik.com/arttykul/279-alfabet-nowej-kultury-g-jak-gatekeeper-albo-gatekeepera-brak.html>, dostep 11.06.2014.
- Towse R., *Ekonomia kultury: kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.
- Wąsowska-Pawlik A., *Polityka kulturalna Polski 1989–2012*, w: *Kultura a rozwój*, red. Hausner J., Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2013.