

Dorota Ilczuk*

INSTYTUCJE SEKTORA NONPROFIT W KULTURZE (PRZYKŁAD AMERYKAŃSKI)

1. WPROWADZENIE

Kultura jest jednym z tych obszarów, w którym funkcjonują mechanizmy wszystkich trzech sektorów: publicznego, rynkowego i nonprofit¹.

Uznanie dóbr kultury za **dobra publiczne**, tzn. będące w posiadaniu wszystkich konsumentów niezależnie od tego czy płacili za nie czy nie oraz za **dobra merytoryczne** (*merits goods*), czyli posiadające akceptację rozwoju bez względu na wielkość istniejącego na nie popytu, pociąga za sobą określone konsekwencje.

Charakter dóbr kultury sprawia, że mechanizmy tradycyjne, tzn. regulacje – państwowa i rynkowa – zawodzą. Mechanizm rynkowy staje się zawodny, bo powoduje dopasowanie rozmiarów i charakteru podaży dóbr kultury z jednej strony do zapotrzebowań elit kulturalnych i dochodowych społeczeństwa, a z drugiej – do masowego odbiorcy kultury popularnej i rozrywki. Regulacja państwowa na obszarze kultury jest natomiast związana z ograniczeniem wolności artystycznej i dopasowaniem podaży dóbr kultury do celów wynikających z polityki kulturalnej państwa².

* Dr, Instytut Kultury w Warszawie.

¹ W odniesieniu do trzeciego sektora gospodarki będzie używany obcojęzyczny termin „sektor nonprofit”. Termin ten jest najpopularniejszym określeniem sektora trzeciego, stosowanym przez badaczy amerykańskich. Polski odpowiednik tego terminu nie został jeszcze określony.

² S. Golinowska, *Państwo a rynek w kulturze. Przesłanki natury teoretycznej. Komer-
cjalizacja w kulturze. Szanse i zagrożenia*, Instytut Kultury, Warszawa 1992.

Jedną z dróg rozwoju kultury staje się sektor nonprofit, w którym nabywca (*purchaser*) nie zawsze jest producentem dóbr, a raczej poprzez subwencje nabywa i dostarcza konsumentom dobra i usługi produkowane przez innych.

Mechanizm sektora nonprofit służy wytwarzaniu dóbr i usług kultury, nie zawężając ich podaży do oczekiwań przeciętnego konsumenta ani też wąskiej grupy koneserów. Wręcz przeciwnie, występuje wyraźna korelacja między stopniem zróżnicowania społeczeństwa a wielkością sfery nonprofit. Im bardziej zróżnicowane jest społeczeństwo, tym obszerniejsza jest sfera nonprofit. Zastosowanie regulacji sektora nonprofit w kulturze wydaje się odpowiednie w zestawieniu z zawodnością mechanizmów podstawowych sektorów gospodarki. Jednak mechanizm sektora nonprofit posiada również szereg braków, jak m. in.: nieefektywne gospodarowanie środkami finansowymi, tendencja do podporządkowania się warunkom (np. politycznym) stawianym przez głównych darczyńców, dostosowywanie charakteru produkcji do gustów członków zarządu organizacji nonprofit, a nie do potrzeb konsumentów itd.³

2. INSTYTUCJE NONPROFIT W WYBRANYCH OBSZARACH KULTURY

Paul DiMaggio, teoretyk zajmujący się problematyką sektora nonprofit w kulturze, ukazuje strukturę amerykańskiego sektora nonprofit opierając się na liczbie instytucji nonprofit w poszczególnych obszarach kultury⁴. Ogólna liczba instytucji nonprofit działających w kulturze szacowana jest na ok. 50 tys., co stanowi mniej niż 5% ogółu amerykańskich jednostek sektora nonprofit.

3. MUZYKA

Niektóre sektory tego obszaru kultury są przeważnie prywatne. Zaliczamy do nich: fonografię, gdzie istnieje zaledwie kilka firm nonprofit zajmujących się nagrywaniem muzyki klasycznej i ludowej. Zaledwie 1/4 orkiestr i zespołów muzycznych działa jako organizacje nonprofit. Jedyną dziedziną przemysłu muzycznego, gdzie zaznacza się dominująca obecność organizacji nonprofit są prezentacje muzyki klasycznej „na żywo”. Spośród 1550 istniejących

³ R. Kramer, *Nonprofit Social Agencies and The Welfare State: Some Research Considerations*, Hebrew University, Jeruzalem 1986/1988.

⁴ P. DiMaggio, *Nonprofit Organisations in the Production and Distribution of Culture. The Nonprofit Sector. A Research Handbook*, Yale University Press, New Hawen-London.

w Stanach Zjednoczonych orkiestr symfonicznych 2/3 działa jako instytucje nonprofit, 1/5 jako instytucje państwowe i ok. 3–5% jest własnością prywatną.

Teatr operowy znajduje się w podobnej sytuacji i właściwie wszystkie wielkie teatry operowe, jeśli nie są organizacjami publicznymi, to działają na podstawie zasad właściwych dla sektora nonprofit.

4. TEATR

Zarówno telewizyjna, jak i filmowa produkcja teatralna zdominowana jest przez prywatnych producentów. Natomiast produkcja teatralna „na żywo” podzielona jest między trzy sektory gospodarki. Teatry posiadające stały zespół teatralny są z reguły nonprofit. Jest ich w Stanach Zjednoczonych ok. 900. Małe grupy teatralne funkcjonują jako jednostki nie zarejestrowane, a w niedużej części jako firmy nonprofit, prywatne lub publiczne.

Dla kontrastu zupełnie inaczej funkcjonują teatry Broadwayu. Działa tam 30 w pełni prywatnych teatrów, nastawionych na wystawianie produkcji teatralnych, głównie o charakterze rozrywkowym.

5. PLASTYKA

Większość prac z tego obszaru kultury ma charakter produkcji indywidualnej. Dopiero na etapie dystrybucji prac plastycznych można zaobserwować istnienie form zinstytucjonalizowanych. Są to przede wszystkim galerie. Galerie w Stanach Zjednoczonych są w przeważającej części prywatne, niewiele jest publicznych i nonprofit. Znaczenie sektora nonprofit uwidacznia się głównie w przypadku muzeów. Prawie połowa amerykańskich muzeów działa jako nonprofit, a muzea sztuki aż w 90% oparte są na zasadach nonprofit. W Stanach Zjednoczonych obowiązuje oficjalna definicja muzeum jako instytucji nonprofit.

6. RADIO I TELEWIZJA

Radio i telewizja w przeważającym stopniu znajdują się w rękach prywatnych. Sektor nonprofit dociera do radia i telewizji jedynie za pośrednictwem stacji publicznych. Według obliczeń z roku 1984 w Stanach Zjednoczonych działało 23% publicznych stacji w ogólnej liczbie stacji

telewizyjnych i radiowych. Stacje telewizyjne nonprofit stanowiły ok. 39% stacji należących do telewizji publicznej.

7. WYDAWNICTWA

Liczba producentów książek, magazynów i gazet w Stanach Zjednoczonych jest bardzo duża i trudna do oszacowania. Spośród 8800 tytułów gazet prawie wszystkie są prywatne. Wśród tytułów magazynów można znaleźć wielkie periodyki, typu „National Geographic” wydawane przez instytucje nonprofit. W większości jako nonprofit wydawane są magazyny usytuowane przy kościołach, muzeach, stowarzyszeniach. Większość dużych wydawnictw książkowych funkcjonuje jako firmy prywatne, natomiast małe wydawnictwa są z reguły nonprofit. Jeśli wydawnictwa są z reguły prywatne, to sfera dystrybucji książek jest bardzo zróżnicowana. Księgarnie usytuowane przy uczelniach i muzeach są właściwie zawsze nonprofit. Jest ich ok. 3 tys. Dla kontrastu 2/3 spośród ogółu bibliotek stanowią biblioteki publiczne, a pozostałą część w większości biblioteki nonprofit.

* * *

Instytucje nonprofit skupiają się w obszarach tzw. wysokiej kultury (muzyka poważna, wystawiennictwo, itd.), której produkcja wymaga wysokiego udziału kosztów osobowych w kosztach ogółem. Natomiast instytucje prywatne zajmują się produkcją tzw. kultury popularnej, wymagającej stosowania technologii kapitałochłonnej. Sektor publiczny występuje zdecydowanie rzadziej w obszarach zdominowanych przez produkcję prywatną niż w tych, które są niedochodowe.

Tak można ogólnie scharakteryzować strukturę produkcji i dystrybucji dóbr i usług amerykańskiej kultury.

Występuje jednak szereg odstępstw od tych zasad. W ramach instytucji nonprofit nie wytwarza się całej „wysokiej” kultury. Pewne jej segmenty zdominowane są przez producentów prywatnych. Są to np. nagrania muzyki klasycznej i prywatne galerie komercyjne. Niedochodowe w swej naturze obszary kultury posiadają oazy zajęte przez sektor prywatny; przykładem są teatry broadwayowskie i prywatne muzea sztuki. Takie same oazy dla instytucji nonprofit posiadają prywatne przemysły kulturalne; przykładem są centra i agencje artystyczne nonprofit pracujące dla potrzeb filmu czy telewizji. Nie każda produkcja kulturalna odznaczająca się wysokimi kosztami osobowymi jest niedochodowa. Przykładem jest produkcja grup muzyki rockowej czy jazzowej.