

IZABELA FRANCKIEWICZ-OLCZAK

Uniwersytet Łódzki

ODBIÓR I SPOŁECZNY OBIEG SZTUKI WSPÓŁCZESNEJ A DEMOKRATYZACJA KULTURY

Charakter odbioru sztuki współczesnej w dużej mierze wynika z procesów demokratyzacyjnych w obrębie kultury i sztuki. Demokratyzacja kultury prowadzi do rozwoju kultury popularnej i znajduje wyraz między innymi we wzmożeniu tendencji partycypacyjnych jej uczestników. W wyniku demokratyzacji kultury zmienia się rola i miejsce sztuki w całości kształcie działań społecznych. Procesy te stanowią przedmiot analizy poniższego tekstu.

Artykuł w znacznej mierze bazuje na zrealizowanych w 2015 roku badaniach kondycji i społecznego odbioru sztuki współczesnej w Polsce, które realizowane były w ramach programu „Obserwatorium kultury” Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W ramach projektu zrealizowano 561 wywiadów kwestionariuszowych z odbiorcami sztuki współczesnej na terenie 32 placówek wystawiających tego rodzaju sztukę w kraju. Wykonano również 222 obserwacje odbioru sztuki współczesnej opierając się na standaryzowanej karcie obserwacji oraz 85 wywiadach swobodnych z dyrektorami placówek wystawienniczych lub wyznaczonymi przez nich przedstawicielami, a także artystami.

Sztuka współczesna nie jest wyizolowana z kultury popularnej. W znakomitej większości artefakty czy zdarzenia artystyczne prowadzą swego rodzaju dialog z bieżącą rzeczywistością, zanurzając w kulturze popularnej. Nawet współczesne działania z obszaru malarstwa, które zarówno tematyką, jak i stylem nie zakotwiczą się w czasie teraźniejszym, są interpretowane przez pryzmat bieżącej rzeczywistości. Kultura popularna wchłania je, określając jako radykalny głos sprzeciwu wobec siebie, eksperyment, albo nawet awangardę.

W socjologii polskiej, głównie za sprawą Antoniny Kłoskowskiej, dla opisanego zjawiska zegalitaryzowanej kultury stosowano określenie „masowa”. Kłoskowska zaproponowała definicję kultury masowej w 1964 roku. Według jej definicji, kultura masowa to „zjawisko przekazywania wielkim masom odbiorców identycznych lub analogicznych treści płynących z nielicznych źródeł” [Kłoskowska 2005: 95]. W drugiej połowie XX wieku pojęcie kultury masowej zostaje stopniowo zastąpione kategorią kultury popularnej, mającej jednocześnie stanowić prymarną w stosunku do masowej formę. Kultura obecna przezwyciężyła ostatnią barierę, która mogła, pomimo demokratyzujących tendencji kultury masowej, wynikających z obejmowania swym zakresem wielkich mas społecznych, działać na rzecz elitarystycznej czy nawet totalitaryzującej wizji kultury w postaci nielicznych źródeł, z których płyną treści przekazów. Krytyka kultury masowej, wyrażona w pierwszej połowie XX wieku między innymi przez José Ortegę Y Gassetę, Charlesa Wrighta Millsa czy przedstawicieli szkoły frankfurckiej, w dużej mierze sprowadzała się do dostrzegania zagrożenia w biernych jej odbiorcach i ich podatności na manipulację, a w skrajnej postaci postulowała konieczność obrony kultury przed mającymi na nią dewastacyjny wpływ masami. Te elitarystyczne koncepcje zdają się wciąż wywierać wpływ na sposób myślenia o sztuce części kuratorów i osób zarządzających placówkami wystawienniczymi i być im bliższe niż na przykład późniejsze koncepcje wplatające kulturę w sieć relacji ekonomiczno-gospodarczych. Kultura masowa postrzegana była bowiem między innymi przez Daniela Bella i Edwarda Shilsa jako przestrzeń rozwoju pluralizmu i demokracji. Jak zauważa brytyjski socjolog Alan Swingewood, zdaniem przytoczonych myślicieli, kapitalizm zamiast tworzyć homogeniczną i zbrutalizowaną kulturowo masę, generuje różny poziom smaku, różnorodność publiczności i konsumentów. Kultura poddaje się stratyfikacji, a jej konsumpcja zróżnicowana [Swingewood 1977: 20]. Rozwiązania technologiczne kultury współczesnej pozwoliły ponadto na multiplikację źródeł, w efekcie czego każdy może obecnie zostać nie tylko świadomym konsumentem, ale też nadawcą, twórcą kultury.

Abstrahując od oceniających koncepcji kultury, chciałabym skoncentrować się na procesie demokratyzacji kultury, opisanym przez Karla Mannheim’a w eseju z 1956 roku. Proces ten uważa on za nieuchronny tak w życiu politycznym, jak i intelektualnym i kulturowym. Demokratyzację kultury Mannheim opisuje przez wskazanie trzech podstawowych tendencji.

Pierwszą z nich jest potencjalna równość ontologiczna wszystkich członków społeczeństwa. Mannheim odnosi się bezpośrednio do świata sztuki. Stwierdza istnienie określonego, niedemokratycznego w swym charakterze rodzaju wiedzy, przywołując w tym miejscu, między innymi, wiedzę historyków i krytyków sztuki. Wiedzę tego rodzaju zdemokratyzowana kultura dewaluuje. W zdemokratyzowanej kulturze wszystko musi być bowiem w pełni komunikowalne i pozwalające się zademonstrować [Mannheim 1956: 186].

Drugą tendencją jest uznawanie istotności indywidualności w społeczeństwie. Autonomiczność coraz większej liczby jednostek zmienia samą koncepcję wiedzy w kierunku większej spontaniczności i kreatywności. Rekrutujące się z mas elity postrzegają kulturę jako efekt codziennego trudu jednostek, podczas gdy kultura dla elit przeddemokratycznych budowana jest przez incydentalne dzieła będące efektem geniuszu [Mannheim 1956: 204].

Trzecim wskaźnikiem demokratyzacji kultury są nowe zasady rekrutacji elit w zdemokratyzowanych kulturach. Demokratyzacja kultury, zdaniem Mannheim'a, polega na zmniejszaniu się dystansów społecznych - dedystancjacji. O ile jednak demokratyzacja kultury jest makrosocjalnym procesem o charakterze ciągłym, o tyle procesy dedystancjacyjne mogą występować naprzemiennie z dystancjacyjnymi, wzmagając lub osłabiając demokratyzację kultury. Dedystancjację Mannheim odnosi do relacji społecznych i do sfery kultury. Nasze doznania stają się homogeniczne: bez różnicowania na niskie i wysokie, należące do sacrum lub profanum [Mannheim 1956: 225].

Mannheim, jako socjolog wiedzy, przyjmuje pozycję analityczną. Odżegnuje się od prowadzenia wywodu na poziomie historycznym, co ograniczyłoby jego rozważania do jakiegoś konkretnego okresu [Mannheim 1956: 88]. Liczne opisy odnoszące się do procesów obecnych w różnych epokach mogą przemawiać za uniwersalnością jego studiów. Zaproponowana przez niego wizja demokratyzacji kultury, jako procesu ciągłego, którego charakter determinowany jest jednak przez naprzemienną procesów dedystancjacji i dystancjacji, stanowi niezwykle użyteczny model analityczny procesów zachodzących w obrębie produkcji, obiegu i odbioru sztuki współczesnej. Choć bowiem dostęp do sztuki współczesnej ulega zdemokratyzowaniu, a muzea podejmują działania na rzecz przyciągnięcia w swe mury nowych odbiorców, podnoszenia frekwencji, w odbiorze sztuki współczesnej wciąż obecne są bariery o charakterze dystancjacyjnym.

Dostrzeżone przez Mannheima zmiany materializują się obecnie między innymi w tak zwanej kulturze partycypacyjnej. Zjawisko to, poza obszarem nauk społecznych, w którym kojarzone jest głównie z demokracją partycypacyjną, analizowane jest również w obszarze medioznawstwa. Amerykański medioznawca Henry Jenkins, teoretyk i projektant gier komputerowych Eric Zimmerman i Ryszard W. Kluszczyński, w kontekście wpływu nowych technologii na kulturę, określają ją kulturą uczestnictwa lub kulturą partycypacji [por. Jenkins 2007, Kluszczyński 2010]. Konwergencja technologiczna i kulturalna sprawia, zdaniem przywołanych autorów, że potrzeba uczestnictwa, sprawczości i aktywnego odbioru, ukształtowana w dużej mierze za pośrednictwem praktyk sieciowych, przenosi się na tradycyjne praktyki kulturalne. Holenderski medioznawca Mirko Tobias Schäfer rozszerza zakres kultury partycypacji o partycypację pośrednią (*explicit/implicit participation*), dostrzegając jej znaczenie w funkcjonowaniu mediów społecznościowych (*social media*), [Schäfer 2011]. W kulturze partycypacji, parafrazując specjalizującego się w *human-centred computing* (HCC) profesora Gerharda Fischera, pracującego od lat na Uniwersytecie w Kolorado, bycie nadawcą lub odbiorcą nie jest przypisane do osób, ale zależne od kontekstu [Fischer 2002].

Już niebezpośrednio związanym ze stechnologizowaną partycypacją fenomenem jest tak zwane *do-it-yourself society*, czyli społeczeństwo, którego przedstawiciele nastawieni są na wykonywanie działań, jakie począwszy od społeczeństwa przemysłowego, w gospodarce bazującej na sektorze usługowym, scedowane były na innych. Ikoną *do-it yourself societies* stała się IKEA, a w wersji zaopatrzonej w wymiar twórczy, na przykład samodzielnie wykonywana biżuteria artystyczna.

Na ile zasada *do-it-yourself* odnosi się do sztuki? Od początku XX wieku ruchy awangardowe, tak na poziomie manifestów, jak i działań twórczych, dążą do wejścia sztuki w życie. Artysta pop-artowy Claes Oldenburg postulował sztukę, która czerpie z życia. Andy Warhol uważał, że wszystko jest sztuką. Związany z Fluxusem niemiecki artysta i teoretyk sztuki Joseph Beuys ogłosił natomiast, że: „Każdy jest artystą”. Hasłem tym chciał zachęcać do bycia twórczym w każdym aspekcie działań ludzkich. Najbardziej współczesny przykład cedowania części kompetencji twórczych na odbiorcę stanowi nowomiedialna sztuka interaktywna.

Zmianie uległy również zapatrywania na możliwości odbioru sztuki. Dekonstrukcjonizm zanegował istnienie jednego, prawidłowego odczytania dzieła artystycznego. Jacques Derrida w duchu dekonstrukcjonizmu

podkreślał, że nie ma nic poza samym tekstem i każda próba jego interpretacji staje się kolejnym tekstem. Umberto Eco dostrzegł otwartość dzieła artystycznego, a Roland Barthes ogłosił śmierć autora.

Koncepcje te znalazły pozytywny odzew instytucji wystawiających sztukę współczesną. W zrealizowanych przeze mnie wywiadach swobodnych z osobami zarządzającymi tego rodzaju placówkami wyraźnie widać próbę odcięcia się od kategorii „rozumienia sztuki” czy „prawidłowego odczytania”. „Moim zdaniem dobre dzieło sztuki jest na tyle otwartym znakiem czy otwierającym wiele możliwości jego odczytania, że zarówno widz z tego środowiska profesjonalnego, jak zupełnie niezwiązany są w stanie się z tym dziełem skomunikować i odebrać” – zauważa jedna z rozmówczyń. Wskazany przykład obrazuje stosunek przeważającej liczby badanych.

W kontekście mających miejsce od kilkudziesięciu lat demokratyzujących przemian świata sztuki, chciałabym przyjrzeć się jak wpisują się w nie poszczególne elementy tworzące ten świat: sztuka rozumiana jako artefakty i działania artystyczne, artyści, przedstawiciele placówek wystawienniczych i odbiorcy. Poniższa analiza rzeczywistości prowadzona będzie w oparciu o materiały zastane, które poddane zostały analizie przed terenową częścią badania i uzupełnione na potrzeby artykułu, w postaci: dokumentów operacyjnych, takich jak strategie i statuty placówek, strategie rozwoju miast, strategie kulturalne miast, oraz w oparciu o wyniki badań terenowych.

Sztuka społecznie zaangażowana

Daleka jestem od przydawania sztuce epok minionych funkcji jedynie estetycznych, związanych tylko z przeżyciem duchowym. Posiadała ona, bez względu na okres historyczny, między innymi walor informacyjny i dokumentacyjny. Przed sztuką współczesną stawia się nowe wymagania, nadaje się jej inną niż dotychczas rolę. Dokonuje się postępująca instrumentalizacja sztuki. Wynika ona, z jednej strony, z dostrzeżenia jej potencjału ekonomicznego i społecznego. Sztuka staje się elementem polityk społecznych i kulturalnych. Powstają programy, zarówno o zasięgu międzynarodowym, krajowym, jak i lokalnym, których celem jest dotowanie działań artystycznych, budowanie kolekcji muzealnych, poprawa infrastruktury placówek kulturalnych i wspieranie artystów. Działania te okupione są jednak ingerencją polityki, rozgrywającej się na różnych szczeblach, w sztukę. Z drugiej strony, sztuka staje się przedmiotem instrumentalizacji samych artystów,

którzy poprzez swoje działania artystyczne chcą ingerować w porządek społeczny, zmieniać otaczającą ich rzeczywistość, interweniować w istotnych społecznie kwestiach. Interwencja stała się *idée fixe* znacznej części współczesnych realizacji artystycznych. Artyści nią owładnięci opuścili swoje pracownie, by wejść do szpitali, zakładów karnych, ośrodków paliatywnych, na blokowiska czy do domów dziecka, z nadzieją zainicjowania zmian zarówno w ich beneficjentach, jak i instytucjach.

Muzeum przedsiębiorcze

Zmianom sztuki, w sposób zupełnie niezależny, towarzyszą przekształcenia muzeów i galerii wystawiających sztukę. Zmodernizowane muzeum staje się przedsiębiorstwem z działami odpowiedzialnymi za edukację odbiorców, promocję czy pozyskiwanie grantów. W opierającym się w dużej mierze na dotacjach systemie funkcjonowania muzeów frekwencja stała się kwestią kluczową. Dla pozyskania publiczności, poza działaniami edukacyjnymi, instytucje niekiedy inwestują pokaźne nakłady w promocję. Muzeum Sztuki w Łodzi zrealizowało w 2012 roku kampanię promocyjną, której koszt wynosił ponad milion złotych. Na billboardach w dużych miastach w Polsce pojawiły się hasła przekonywujące, że: „Sztuka jest dla Was”, albo że: „Sztuka to forma relaksu”. Poza zasadami działania omawianych placówek, zmieniają się również ich funkcje. Muzea stają się placówkami multidyscyplinarnymi, włączającymi się w powszechne obecnie procesy rewitalizacyjne, otwartymi nie tylko na swoich klientów, ale też społeczność lokalną czy grupy dotknięte wykluczeniem. Infrastruktura instytucji wystawienniczych, poza salami ekspozycyjnymi, powinna być, zgodnie z obowiązującymi standardami, wyposażona obecnie w kawiarnię, restaurację i księgarnię połączoną z designerskimi bibelotami, a czasem także kino. Placówki wystawiennicze stają się komfortowymi, estetycznymi przestrzeniami, przyjaznymi odbiorcom. Dla przykładu na modernizację infrastrukturalną placówek wystawienniczych w Łodzi w latach 2014-2020 przeznaczono 114 milionów złotych, z czego 65 milionów stanowiło dofinansowanie ze środków unijnych.

Odbiorca zdedystansowany

Zmianie ulega również nastawienie osób przychodzących do placówek wystawienniczych. Przede wszystkim taka forma aktywności staje się

coraz bardziej popularna zarówno w Polsce, jak i na świecie. W 2008 roku 20,7 miliona Polaków odwiedziło instytucje muzealne, podczas gdy w roku 2015 liczba ta wzrosła do 33,3 milionów. Przestrzenie wystawiennicze nie onieśmiałają odbiorców, którzy nie czują się zobligowani do rozumienia prezentowanych dzieł, gdyż – jak deklarują badani przedstawiciele placówek wystawienniczych – wystarczy, jeśli odnajdą w nich własny sens. Poza tym łatwy dostęp do wiedzy, szczególnie o charakterze poradnikowym, działa na rzecz rozwoju kultury eksperckiej [Giddens 2010, Bauman 2007]. Kultura ta, która definiowana była przez zanik autorytetów na rzecz ekspertów, którzy w sposób skompresowany są w stanie przekazywać wiedzę z różnych dziedzin, w swej obecnej fazie staje się kulturą, w której każdy jest ekspertem. Każdy więc, bez najmniejszego przygotowania, może obcować ze sztuką współczesną, komentować ją i oceniać. Gdyby jednak poczuł potrzebę pozyskania wiedzy, muzea oferują bogaty program edukacyjny.

Placówki wystawiennicze próbują dostosować swoją działalność do dwóch skrajnie różnych grup odbiorców. Istnieje wyraźny podział na publiczność wernisażową i codzienną. Wernisażowa to środowisko profesjonalnie związane ze sztuką. W pozawernisażowej mieści się liczne grono laików. Pierwszy rodzaj publiczności ze sceptycyzmem odnosi się do demokratyzacji sztuki rozumianej jako jej upowszechnianie.

Artysta operatywny

Artysta współczesny, poza talentem, posiadać musi szereg atrybutów, wynikających z wcześniej opisanych przekształceń świata sztuki. Po fali entuzjazmu dla projektów dofinansowywanych ze źródeł unijnych, ministerialnych czy samorządowych, od jakiegoś czasu w Polsce szeroko dyskutowany jest problem „grantoty”, dotyczący środowisko artystyczne [por. Szreder 2016]. Przedmiotem krytyki staje się, z jednej strony, zmiana priorytetów, w wyniku której samo zdobycie środków w grantowym wyścigu staje się bardziej absorbujące niż realizacja dofinansowanego zadania. W przypadku sztuki istotnym argumentem jest również dostosowywanie twórczości artystycznej do wymogów projektów grantowych.

Artysta współczesny, jak wynika z wypowiedzi artystów biorących udział w badaniu, musi konsekwentnie wypracowywać swoją pozycję w środowisku i aktywnie budować karierą poprzez stałe odwiedzanie instytucji wystawienniczych, galerii oraz domów aukcyjnych, a także tworzyć swoje portfolio.

Sytuacja społeczno-ekonomiczna artysty, zdaniem badanych, w dużej mierze zależy od pracowitości, znajomości środowiska artystycznego, realiów rynku sztuki oraz indywidualnych predyspozycji, które potocznie można określić zaradnością, co obrazuje poniższy cytat: „Poznałem dużo osób przez aukcje, które dają radę [te osoby] się utrzymać tylko ze sztuki (...), ale wiele osób nie zdaje sobie sprawy, że można gdzieś iść, pokazać swoje prace w domu aukcyjnym i ktoś ich przyjmie”.

Badani uważają również, że twórcy, chcąc zarobić na swoje utrzymanie, muszą porzucić ambicje artystyczne na rzecz przeciętnego, niewyrafinowanego gustu odbiorcy: „Robią obrazy, które u nas na akademii powiedzieliby, że jest to słabe, albo niezbyt interesujące malarstwo czy grafiki, ale jest na to popyt, więc można się z tego utrzymywać (...); na akademii by ci powiedzieli, że to nie jest już sztuka tylko bardziej warsztat i rzemiosło”.

W kraju funkcjonuje wielu twórców, którzy nie są w stanie przeżyć z działalności artystycznej: „Gdyby nie fakt, że dzięki uczelni mogę się utrzymywać, no jednak też z działalności artystycznej, to nie wiem, czy w ogóle byłbym w stanie się zająć dalej twórczością jakąkolwiek, bo po prostu rynek sztuki w Polsce nie istnieje” – przyznaje jeden z badanych.

Artysta, zdaniem rozmówców, nie jest pełnoprawnym członkiem społeczeństwa. Nie istnieją, ich zdaniem, regulacje prawne dotyczące warunków pracy artysty, nie jest on wspierany przez system państwowy: „Oceniam [sytuację – dop. I.F.-O.] raczej negatywnie, myślę, że to nie chodzi tylko o jakiś powszechną opinią czy pogląd, ale tak naprawdę również o to, że nie ma wsparcia finansowego ani przez państwo ani przez ministerstwa”.

Konieczność odnajdowania się artystów w otaczających realiach nie stanowi *novum*. Twórcy zawsze dbali o koneksje. W obecnej rzeczywistości szereg pozaartystycznych działań, które artyści podejmują posiada znacznie bardziej sformalizowany i zbiurokratyzowany charakter, stając się niejako częścią obowiązków przynależnych do zawodu.

Odbiór sztuki współczesnej

Skrótowo zarysowałam przekształcenia, które wynikają z demokratyzacji sztuki. Jak w kontekście tych przemian kształtuje się odbiór współczesnych realizacji artystycznych? Chciałabym zaproponować nieco odmienne rozumienie kategorii odbioru niż to wykorzystywane przez Kłoskowską. W jej rozważaniach na odbiór składa się strefa

emocjonalna, intelektualna, kształtowanie i modyfikacja postaw, które mają swe źródło w przekazie dzieła sztuki [Kłoskowska 2007]. Nie tylko interesuje mnie, w jaki sposób odbiorcy odczytują, dekodują dzieła sztuki i jakich wartości przy tym doświadczają. Ważniejsze są dla mnie kwestie znacznie bardziej podstawowe, właściwie uprzednie w stosunku do odbioru. Staram się dociec, w jakiej atmosferze odbywa się odbiór sztuki, z jakim nastawieniem odbiorcy wchodzi w kontakt ze sztuką. Jak odbiorcy czują się w przestrzeniach wystawienniczych, jak sami oceniają swoje kompetencje odbiorcze? Jak placówki wystawiennicze postrzegają swych odbiorców? Na ile faktycznie są otwarte? Co odwiedzający muzea i galerie sądzą o odwiedzanych miejscach? Jak się w nich odnajdują? Jak czują się w kontakcie ze sztuką współczesną? Jak kształtują się relacje pomiędzy odbiorcami sztuki a odpowiedzialnymi za jej eksponowanie? Na ile ich relacje w stosunku do odbiorców mają charakter dialogiczny, partnerski?

Jak wspominałam, w zmodernizowanym, zdemokratyzowanym muzeum zmienia się jego rola. Poza funkcją prezentującą sztukę, jego zadaniem jest edukowanie odbiorców. Jest to niezbędny element działania placówek wystawienniczych, bo jak wskazywałam, odwołując się do rozważań Mannheima, spontaniczność wiedzy jest jednym z trzech filarów demokratyzacji kultury.

Edukacji artystycznej w placówkach wystawienniczych towarzyszą jednak liczne kontrowersje. Traktowana bywa ona przez przedstawicieli instytucji muzealnych jako wykonywanie pracy za kogoś. W tej logice muzeum kreowane jest na placówkę, która pomimo, że nie jest to w zakresie jej obowiązków, próbuje naprawić zaniechania wynikające z systemu edukacji. Zarządzający placówkami wystawienniczymi mają poczucie braku wsparcia w zakresie kształtowania publiczności ze strony placówek edukacyjnych, swoje działania traktują jako pracę u podstaw. „Przede wszystkim edukacja w szkołach, plastyka, to chyba w ogóle już teraz nie istnieje. Podstawowy widz nie zna narzędzi, którymi mógłby się posłużyć w analizie, czy oglądaniu w ogóle, czy wejściu” – wskazuje dyrektor jednej z przebadanych placówek.

U podstaw takiego rodzaju myślenia kryje się również przeświadczenie, że odbiorca nie posiada kompetencji do obcowania ze sztuką współczesną i to placówki wystawiennicze mają go w nie wyposażać. Świadczą o tym również kolejne wypowiedzi badanych zarządzających muzeami wystawiającymi sztukę współczesną: „Ja zawsze widzę tak naszą rolę, że to my mamy

przygotować i dać narzędzia do poznania sztuki. Nie jest tak, że wrzucamy widza na głęboką wodę, że wieszamy obraz i tyle. Tylko naszą rolą, muzeum właśnie, jak galerii i innych instytucji tego typu, jest prowadzenie edukacji tego widza. Prowadzenie go krok po kroku za pomocą opisów, za pomocą aplikacji mobilnej, dodatkowych filmów, dodatkowych materiałów, katalogów, żeby on mógł mieć jak najpełniejszy obraz. To już jest jego kwestia, w jaki sposób on odbierze daną rzecz, jak będzie ją interpretował i z czym kojarzył. Natomiast my mamy dać jak najwięcej bodźców do tego, żeby on to rozumiał”, albo „to trzeba wytłumaczyć. Muszą być osoby, znawcy sztuki i wyłożyć cały nurt sztuki współczesnej. Bo zostawienie widza może mieć skutek odwrotny, bo zrazi się, bo nie rozumie tego i on przyszedł raz, poszedł i już nie wróci”.

I jeszcze jeden cytat: „Uważam, że ludzie mają taki duży kredyt zaufania, kompetencje rzeczywiście nie są duże w postrzeganiu sztuki, ale też rolą takiej instytucji jest, żeby tych ludzi wprowadzać w sztukę”.

Kolejne założenie widoczne u podstaw cytowanych wypowiedzi ma charakter wyraźnie dystancyjny. Przedstawiciele instytucji wystawienniczych dystansują się względem swych odbiorców, prezentując ich jako niekompetentnych, siebie zaś jako tych, którzy próbują ten stan zmienić. Przy okazji, zadaniem przytoczonych wypowiedzi jest uprawomocnienie podejmowanej działalności.

Zadanie, które stoi przed działami edukacji nie jest proste. Warto odnotować, że niekiedy sami pracownicy instytucji wystawienniczych mają problem ze zrozumieniem sztuki współczesnej: „[O]dbiorcy często nie wiedzą co mają zrobić. Czasami my nawet nie wiemy, musimy zapytać artystę, czy tę pracę można dotykać. Jeśli my jako wdrożeni w ten system nie mamy pewności, no to taki zwykły widz też nie wie”.

Jakie bariery, zdaniem zajmujących się upowszechnianiem sztuki, tkwią w odbiorze sztuki współczesnej? Badani wskazują na:

1. Małą otwartość społeczną („Uważam, że ludzie mają taki duży kredyt zaufania, kompetencje rzeczywiście nie są duże w postrzeganiu sztuki, ale też rolą takiej instytucji jest, żeby tych ludzi wprowadzać w sztukę”);
2. Stereotypowe myślenie o sztuce współczesnej w kategoriach „sam bym to zrobił” czy „ja nie rozumiem” („Nie wynika to w przeważającej części przypadków ze strachu przed autokompromitacją, czy ze strachu przed wstydem tylko raczej z lekceważenia”);
3. Lęk przed niewiedzą, kompromitacją („Bariera jest taka, że my jej [sztuki – dop. I.F.-O.] nie rozumiemy i to jest normalne, ale my nie wiemy,

że to jest normalne. Sztuka jest trudna też dlatego, powinna być trudna i poruszać nasze trudne obszary, które człowiek ma w sobie”).

Przytoczone czynniki dystansujące odbiorców wobec sztuki leżą po ich stronie. Stanowią zatem formę dystancjacji u Mannheim'a w zasadzie nieobecną. Często przytaczaną barierą, zarówno w analizowanych wywiadach ze środowiskiem artystycznym, jak i z odbiorcami był brak edukacji artystycznej, a także brak styczności ze sztuką w codziennym życiu i potrzeby kontaktu ze sztuką („Największą barierą i najczęstszą jest brak chęci, żeby zobaczyć, że warto spróbować. Z kulturą, ze sztuką najważniejsze jest to, że nie mamy kontaktu, to w ogóle nie czujemy braku. Bo jeżeli odczuwamy brak, to staramy się go zaspokoić. Natomiast tutaj największym problemem jest to, że jeżeli człowiek nie ma kontaktu ze sztuką, to nie będzie tego szukał”; „Bez edukacji się tego nie zmieni. A edukacja to też jest na przykład nasza przestrzeń miejska i tu mamy totalny rozpiżdziel estetyczny. Reklama zewnętrzna, która jest totalnie nieuporządkowana, to jest edukacja też, jak dla mnie. My nie dbamy o to, jak wygląda nasza przestrzeń. Politycy totalnie to odpuścili”; „Przed wszystkim edukacja w szkołach, plastyka, to chyba w ogóle już teraz nie istnieje. Podstawowy widz nie zna narzędzi, którymi mógłby się posłużyć w analizie czy oglądaniu w ogóle czy wejściu w interakcję, bo sztuka współczesna nie jest obrazkiem, który ładnie wisi na ścianie, tylko często trzeba całym sobą wejść w daną pracę”). Braki edukacyjne wynikają z braku dostępu do wiedzy. W tym przypadku jeden z podstawowych determinantów Mannheimowskiej demokratyzacji kultury zostaje niewypełniony.

Bariery, w opinii badanych, stwarza również sztuka z racji swojej:

1. Nowatorskości („Niektórzy mówią postępowanie w sztuce, niektórzy ewolucja. Ten odbiór jest zawsze trudny”);
2. Hermetyczności języka sztuki („Wydaje mi się, że to jest też głównym problemem tej formy sztuki i że nie tyle ona sama w sobie jest problemem, ile sposób, w jaki o niej mówimy, komunikujemy. I warunki, że tak powiem, jakie jej stwarzamy powodują, że musi ona być elitarną sztuką, czy bardziej elitarną niż w rzeczywistości jest”);
3. Aranżacji muzeów powodującej wyobcowanie w przestrzeniach wystawienniczych („Jak wchodzimy do sali muzealnej, zazwyczaj spotyka nas tam cisza i pani siedząca w kąciku, pilnująca, która wstanie jak się tam pojawimy, i czujemy się w jakiś sposób intruzem, i to wszystko wpływa na odbiór, na to czy czujemy się w tym środowisku dobrze, czy niedobrze. Jesteśmy jednak w miejscu, gdzie

nie wszystko jest dozwolone i nie pozwala to na swobodne czucie się wszystkich gości tutaj, w tym miejscu. Naszym zadaniem jest na pewno stworzenie takiego klimatu i takiej atmosfery, która nie będzie zawstydzac odbiorców, będzie im otwierać ramiona. Takie łamanie tej hermetyczności”).

Przytoczone powyżej bariery można uznać za formę budowania dystansu pomiędzy artefaktami artystycznymi, światem artystycznym a przeciętnym odbiorcą. Badani uczestnicy wskazywali również na niechęć mediów do sztuki oraz antyartystyczne postawy władz różnego szczebla.

Pomimo barier w odbiorze sztuki współczesnej, wzrost zainteresowania nią daje się zauważyć zarówno przez statystyki frekwencji, jak i, co deklarują pracownicy instytucji wystawienniczych, wzrastająca otwartość publiczności.

W ostatnim kroku chciałabym się przyjrzeć temu, jak sami odbiorcy oceniają swoje możliwości odbiorcze. 12,5% odwiedzających muzea i galerie uważa, że nie ma problemu z odbiorem sztuki współczesnej. Przeważająca większość wykazuje się zdecydowanie mniejszym stopniem pewności, jednocześnie problematyzując kwestię odbioru. 72,2% badanych zadeklarowało zrozumienie sztuki współczesnej, choć przyznało się do braku umiejętności odczytania poszczególnych dzieł. 8,7% respondentów deklaruje, że często nie wie, o co chodzi w sztuce współczesnej, a 2,7% zazwyczaj nie rozumie dzieł współczesnych.

Samoocenę badanych chcieliśmy potwierdzić innymi wskaźnikami. Uznaliśmy, że może to być umiejętność rozmawiania o sztuce. Wskaźnik ten wydaje się o tyle istotny, o ile panuje ogólne przeświadczenie o hermetyczności języka sztuki. Czy zatem jej odbiorcy chcą i potrafią o niej rozmawiać? Jedynie 6,9% odwiedzających badane instytucje nie rozmawia o sztuce z innymi. Dla reszty jest ona przedmiotem dyskusji, w tym dla ponad 60% – częstych. Badanie ankietowe odbiorców sztuki zakładało również część mniej standaryzowaną, w której przeprowadzono z respondentami luźną rozmowę o wystawie, podczas której realizowane było badanie. Blisko 60% rozmówców chętnie wchodziło w konwersację, nie miało problemów z wypowiedzianiem się na temat wystawy, poszczególnych prac i sztuki.

Podsumowanie

Demokratyzacja sztuki, w zaproponowanym przeze mnie rozumieniu, sprowadza się do jej szeroko rozumianego upowszechniania. Dokonuje się ono na najbardziej podstawowym poziomie, przez zwiększanie grona osób bywających w galeriach i muzeach, a także ułatwianie odbiorcom kontaktu ze sztuką. Demokratyzacja oznacza również budowanie stałej publiczności. Rozumie się przez nią również znoszenie dystansów pomiędzy odbiorcami i sztuką, pomiędzy bywalcami muzeów a odwiedzanymi placówkami.

Całkowita redukcja dystansu pomiędzy sztuką a odbiorcami i życiem społecznym jest niemożliwa. Uniemożliwiłaby ona oddzielenie działań artystycznych od czynności codziennych. Już teraz odseparowanie to dokonuje się często jedynie na mocy instytucjonalnej teorii sztuki, zgodnie z którą specyfika dzieł sztuki nie musi leżeć w samych pracach, ale w kontekście ich wystawiania, to znaczy w kontekście instytucjonalnym [Dickie 1980]. Zdaniem George'a Dickiego dziełem sztuki jest artefakt, któremu ktoś, działający w imieniu pewnej instytucji, nadał status kandydata do powszechnej oceny [Dickie 1980].

Demokratyzacja jest procesem ciągłym, jej tempo i charakter zależy jednak od nasilenia procesów dedystancjacyjnych i budujących dystans. Odbiór sztuki staje się czynnością w coraz większym stopniu zdemokratyzowaną. Przemawia za tym jego dekonstrukcyjny, otwarty charakter. Świadczą o tym przeobrażenia muzeów w instytucje przyjazne i otwarte.

Nie oznacza to jednak, że w świecie sztuki i relacjach z odbiorcami nie występują procesy dystansujące sztukę wobec jej odbiorców. W świecie sztuki nie brakuje postaw budowanych na podstawie elitarystycznej wizji kultury. Głównym czynnikiem dystansującym jest język, którym o sztuce się opowiada. Zauważalna jest tu pewna sprzeczność, ponieważ o sztuce, często zanurzonej w popkulturze, czerpiącej z jej języka, mówi i pisze się w sposób niezwykle skomplikowany, hermetyczny. Niejednoznaczny jest również stosunek przedstawicieli instytucji upowszechniających sztukę do jej odbiorców. Z jednej strony, odwiedzający muzea traktowani są jak klienci, o których placówki muszą zabiegać. Z drugiej, wyraźne są tendencje dystancjacyjne wynikające z nierówności występujących pomiędzy środowiskiem okoł artystycznym a przeciętnymi odbiorcami. Ci pierwsi postrzegają tych drugich jako niekompetentnych, nieznających się, o dość przeciętnym guście, często zamkniętych na eksperyment i nowość. Jak

deklarowali przedstawiciele placówek wystawienniczych, które posiadają takie możliwości przestrzenne, często równocześnie organizowane są dwie lub trzy wystawy o różnym poziomie trudności, tak by te łatwiejsze i bardziej przyjemne ściągały publiczność, która ewentualnie obejrzy również ekspozycje trudniejsze.

Działalność edukacyjna również jest osadzona na przeświadczeniu o pewnej nierówności i stanowi, chcąc nie chcąc, narzędzie budowania struktury zhierarchizowanej, w której elementem strukturyzującym jest wiedza, kompetencje, obycie. Narracja towarzysząca programom edukacyjnym wzmacnia takie poczucie. Bazuje ona bowiem na poczuciu pewnej misyjności, próbie osvajania z muzeum, nie zaś jedynie na merytorycznym przedstawianiu informacji na temat kierunków, trendów, artystów, czy konkretnych dzieł. Edukatorzy, korzystając z terminologii szkolnictwa, to raczej wychowawcy niż nauczyciele. Można odnieść wrażenie, że jednocześnie stawiają sobie za cel upowszechnianie i elitaryzowanie sztuki.

Muzeum sztuki jawi się natomiast jako instytucja rozdarta: negująca hermetyczność języka sztuki i posługująca się tym językiem, tworząca go; negująca w duchu dekonstrukcyjnym możliwość zrozumienia dzieła sztuki, jednocześnie opatrująca swe ekspozyty dokładnymi opisami, niepozwalającymi na dowolność interpretacji; mająca przeświadczenie, że sztuka nie jest dla każdego, pobrzmiwająca elitaryzmem i walcząca o wysokie wskaźniki frekwencji. Współczesne muzeum sztuki to instytucja prowadząca zonglerkę pomiędzy dedystansowaniem a dystansowaniem sztuki.

Bibliografia

- Bauman Z. (2007), *Płynna nowoczesność*, Kraków.
- Dickie G. (1985), *Czym jest sztuka? Analiza instytucjonalna*, tłum. M. Gołaszewska, [w:] M. Gołaszewska (red.), *Estetyka w świecie*, t. 1, Kraków, s. 9-30.
- Fischer G. (2002), *Beyond „Couch Potatoes”: From Consumers to Designers and Active Contributors*, „First Monday”, t. 7, nr 1, http://firstmonday.org/issues/issue7_12/fischer, [15.05.2017].
- Giddens A. (2010), *Nowoczesność i tożsamość*, tłum. A. Szulżycka, Warszawa.
- Jenkins H. (2007), *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa.
- Kluszczyński R.W. (2010), *Sztuka interaktywna. Od dzieła-instrumentu do interaktywnego spektaklu*, Warszawa.
- Kłoskowska A. (2005), *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa.

- Kłoskowska A. (2007), *Socjologia kultury*, Warszawa.
- Mannheim K. (1956), *Essays on the Sociology of Culture*, Nowy Jork.
- Ponad 65 mln zł dofinansowania UE na inwestycje kulturalne w Łodzi (2016), „Portal Funduszy Europejskich”, <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/wiadomosci/ponad-65-mln-zl-dofinansowania-ue-na-inwestycje-kulturalne-w-lodzi>, [10.02.2018].
- „Rocznik Kultury Polskiej” (2016), Warszawa.
- Schaefer T.M. (2011), *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*, Amsterdam.
- Swingewood A. (1977), *The Myth of Mass Culture*, Londyn.
- Szreder K. (2016), *ABC Projektariatu*, Warszawa.

SUMMARY

Reception and Social Circulation of Contemporary Art and Democratisation of Culture

The article focuses on the changes of the art world in the context of democratisation of culture. Democratisation is connected with the development of popular culture, and the increase in social participation. There are different aspect of art taken into consideration in the article: artists, arts recipients, museums, artworks. In the centre of the reflection, the museum is placed, as an institution which takes part in the process of communication between the artist and arts recipients. The article is an attempt to answer the question about the role of the museum in the dedistanciation of art.

KEYWORDS: democratisation of culture, modern art, modern museum, reception of art