

Jordan Klimek

ORCID: 0000-0002-9824-143X

Uniwersytet Szczeciński

Sztuka jako przestrzeń konfliktu. Istota, kreowanie i upowszechnianie jako obszary zmagających tożsamościowych

Abstract

Jordan Klimek, *Sztuka jako przestrzeń konfliktu. Istota, kreowanie i upowszechnianie jako obszary zmagających tożsamościowych* [Art as a space of conflict. Essence, creation, and dissemination as areas of identity struggles]. *Kultura – Społeczeństwo – Edukacja* nr 2(26) 2024, Poznań 2024, pp. 213–230, Adam Mickiewicz University Press. ISSN (Online) 2719-2717, ISSN (Print) 2300-0422. <https://doi.org/10.14746/kse.2024.26.2.12>

The text analyzes the reality of art as a space filled with contradictions. The critical literature analysis covers three perspectives: the essence, creation, and dissemination of art. The conclusions point to the necessity of openly defining art as a social construct, as well as to conflictual situations such as the quality of relations within the art community, competition for position in the environment and the art market, social expectations of the role of artists in the modern world, the rupture of continuity of meaning within language and cultural heritage, relations with the external environment, or the determinants of access to economic capital. At the same time, art demonstrates the potential for discourse leading to bold questions, the search for answers and the “clash” of different perspectives on the place and role of man in current reality.

Keywords

art; artists; artists' competition; commercialization of art; conflict

Wprowadzenie

Współczesny świat sztuki pełen jest różnego rodzaju sprzeczności i sytuacji konfliktowych (Stachura, 2020, s. 109). W polu produkcji kultury wyróżnia się przynajmniej trzy przestrzenie konfliktów, odnoszące się po pierwsze do istoty sztuki, po drugie do tworzenia sztuki i po trzecie do jej upowszechniania. Sprzeczności

w obrębie istoty sztuki dotyczą jej zakresu, sposobów definiowania czy też podejścia w postrzeganiu i analizie. Konflikty w przestrzeni tworzenia sztuki dotyczą z kolei kwestii walki o niezależność, rywalizacji w środowisku i na rynku sztuki czy też walki o wolność i jakość artystyczną w procesie twórczym. Przestrzeń upowszechniania efektów pracy artystycznej cechuje się wreszcie konfliktowością w obrębie dostępu do zasobów umożliwiających uczestnictwo w sztuce i jej percepcji, a także roli artysty jako nadawcy komunikatu symbolicznego i stosowania określonych form wyrazu artystycznego.

Istota sztuki

Pierwszą przestrzenią konfliktu w sztuce jest sama jej istota, w tym obszar definicyjny, czego najlepszym przykładem jest nieustający dyskurs i różnice w postrzeganiu samego pojęcia sztuki. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę, że jest ono trudne do uchwycenia w jakieś sztywne ramy czy też jednoznaczne granice. Dość wspomnieć za Hansem Abbingiem, że nikt nie jest w stanie dokładnie wykryć sztuki za pomocą jakiegoś obiektywnego urządzenia (Abbing, 2002, s. 20). Problem uchwycenia sztuki polega m.in. na jej izolowanym statusie społecznego doświadczenia, poznania i działania, co sprawia wrażenie, jakby stanowiła byt na pograniczu fikcji i rzeczywistości (Kroeber, 2002, s. 204). Trudno jest zatem nadążyć za dynamiką sztuki, co jednak nie oznacza, że nie należy czynić wysiłków w tym zakresie. W efekcie prowadzi to do sytuacji, w której konieczne jest dostosowanie aparatu pojęciowego i teoretycznego do nieustannych przemian w jej obrębie (Niziołek, 2015, s. 16). Jak bowiem zauważył Marek Krajewski, nowe zjawiska w obrębie kultury lub takie, które w opinii twórców lub użytkowników kultury są uznane za kulturowe, pojawiają się dość spontanicznie. Wskazał on, że współcześnie obserwuje się zarówno poszerzanie pola kultury (jako redefinicji kulturowych aspektów rzeczywistości, czyli dążenia do uznania za kulturowe tego, co do tej pory nie było w ten sposób traktowane), jak również zjawiska przeciwstawne, a więc zawężanie pola kultury, takie jak hybrydyzacja czy też degradowanie niektórych jej form, co w efekcie prowadzi do próby konstrukcji bardziej adekwatnych narzędzi rozumienia współczesnej kultury (Krajewski, 2017, s. 30–35). Okazuje się bowiem, że działania, wcześniej uważane za awangardowe i swoiste dla pewnych grup społecznych czy kulturowych, już teraz powinny być wpisane w szerokie spektrum aktywności twórczej w obszarze sztuki i brane pod uwagę przez instytucje upowszechniania kultury jako preferowane formy aktywności i twórczości artystycznej (Matyjewicz, 2009, s. 33).

Ponadto sztuka wciąż zмага się z kwestią muzealizacji, a więc wyrwaniem ze społecznego kontekstu czy też z brakiem społecznego wpływu (Niziołek, 2015, s. 17), choć w ostatnich latach badacze i analitycy kultury zaczynają dostrzegać jej użyteczny charakter i partycypacyjny wymiar (Kowalewski i in., 2011). Współczesne analizy środowiska artystycznego wskazują na odejście od typu samotnie egzystujących twórców w kierunku ich współuczestnictwa w projektach społecznych (Dziedzic i in., 2015). Coraz częściej bowiem na sztukę spogląda się jak na element szerszej rzeczywistości, a nie wyłącznie z perspektywy jej instrumentalnego wykorzystania. Jednym z przykładów istotności kontekstów sztuki i jej oddziaływania społecznego jest m.in. kwestia współpracy badaczy i artystów i ich dążenia do zwiększenia sprawiedliwości społecznej (Rancew-Sikora, 2020, s. 8) czy tworzenie się nowego gatunku, tj. sztuki środowiskowej (Tang, 2021). Odmienność sposobów postrzegania sztuki prowadzi więc do refleksji nad aktywnością artystyczną, a w szczególności sprzecznością pomiędzy nieograniczoną możliwością jej podejmowania a określeniem pewnych „warunków wstępnych” takiego działania.

Na gruncie problemu dostępności do podejmowania aktywności artystycznej można zaobserwować, że istnieją dwa sprzeczne wobec siebie podejścia w sposobie postrzegania aktywności artystycznej: ekskluzywne i inkluzyjne. Podejście ekskluzywne dość dobrze obrazuje funkcjonalne ujęcie aktywności artystycznej, w którym stanowi ona istotną wartość dodaną do rozwoju kulturowego, tj. rozwoju rzemiosł oraz wartości gospodarczych poprzez ustalanie wzorców i wartości w obrębie poszczególnych dziedzin twórczości artystycznej czy rękodzielniczej (Malinowski, 2000, s. 137). Oznacza to, iż twórcy, oprócz poczucia zadowolenia estetycznego zyskują w opinii odbiorców także wysoką pozycję społeczną oraz mniej lub bardziej precyzyjne określenie wartości ekonomicznej tychże wytworów. Innymi słowy, efekty pracy twórczej (np. w zakresie sztuki artystycznej), czyli rękodzieła, ze względu na swoją wartość mogą funkcjonować jako środki płatnicze w obrębie danej zbiorowości. Sposób ich wytworzenia jest bowiem osiągalny jedynie dla takich osób, które są wyposażone w umiejętności kreowania złożonych, doskonałych form, z wykorzystaniem nietłutego materiału, a także wysokiego poziomu zręczności i twórczego myślenia (Malinowski, 2000, s. 137). Wskazuje to na określone oczekiwania względem podejmowania przez kogoś aktywności artystycznej, związane z odpowiednim poziomem kompetencji i jakości efektów pracy twórczej, niedostępnymi powszechnie. Ekskluzywna perspektywa sztuki może obejmować nie tylko samych twórców, ale również odbiorców. Przykładem takiego podejścia są analizy m.in. Antoniny Kłoskowskiej, które podkreślają komunikowanie abstrakcyjne przy pomocy

form artystycznych, czyli coś wyjątkowego, co jest dostępne jedynie dla tych, którzy posiadają odpowiedni kapitał kulturowy (kompetencje), umożliwiającą ich odbiór, a następnie reinterpretację czy redystrybucję. Wspomniana badaczka wskazywała bowiem, że wyjątkowość sztuki przejawia się w symbolizowaniu rzeczywistości poprzez intencjonalną fikcyjność czy też dozę fikcyjności jej przedstawień (Kłoskowska, 2007, s. 216).

Z kolei przykładem dominującego dziś podejścia inkluzyjnego jest koncepcja żywej kultury Barbary Fatygi, wskazująca właśnie na wielowymiarowość środowiska, w jakim funkcjonuje współczesny człowiek, a co za tym idzie – na dynamiczne procesy rozwijania się praktyk kulturowych. Innymi słowy, kultura jest specyficznym środowiskiem człowieka, w którym funkcjonują różne federacje subkultur z wyraźną dominacją kultury popularnej, a nie kultury wysokiej (Fatyga, 2017, s. 36–37). Sztuka nie jest już elitarna, istnieje więc możliwość jej szerszego oddziaływania, a w szczególności spowodowanie zmiany poprzez działanie własne i podmiotowe w człowieku. Oznacza to, że sztuka jest sposobem wytworzenia takich warunków, aby zmiany chcieli dokonywać sami jej uczestnicy. Dotyczy to zarówno zakresu twórczego uczestnictwa, jak i dystrybucji uprawnień twórczych (Niziołek, 2015, s. 19–20). Aktualna formuła aktywności twórczej pozostaje otwarta, co oznacza praktycznie brak konieczności spełnienia jakichkolwiek wstępnych wymagań, a także dużą swobodę i wolność artystyczną w obszarze zarówno podejmowanej tematyki, jak również zastosowanych form ekspresji (Horgan, 2014, s. 757). Jest dziś dość oczywiste, że wszelkie ograniczenia w podejmowaniu aktywności artystycznej wydają się zawężać perspektywę analityczną zjawisk i procesów w obrębie sztuki, skazując badacza na brak możliwości poznania pełni rzeczywistości świata artystycznego.

Wobec tych dwóch odmiennych podejść w postrzeganiu sztuki pozostaje mi jedynie wskazać, że sztukę należałoby definiować w sposób niezwykle otwarty, a więc jako kategorię konstruowaną społecznie. Współczesne praktyki artystyczne często bowiem wychodzą poza pewne przyjęte czy też wyobrażone schematy sztuki, wciąż poszerzając jej zakres. Często sztuka powstaje nie tylko w obrębie tzw. świata sztuki, ale także poza nim (Niziołek, 2015, s. 53–54). W tym kontekście dość ciekawym i niezwykle prostym sposobem definiowania sztuki jest podejście Abbinga, który wskazuje, że to, co uważane jest za sztukę, jest względne, dlatego sztuka jest tym, co ludzie nazywają sztuką. Ścisłej rzecz ujmując, to ludzie określają, czym jest sztuka w określonym obszarze artystycznym (Abbing, 2002, s. 19–20). Taki sposób definiowania może zresztą generować sprzeczności w obrębie samej istoty sztuki, tj. jej zakresu, sposobu postrzegania i podejścia w analizie.

Tworzenie sztuki

Świat sztuki ewoluuje w kierunku systemu hybrydowego, w którym zarówno różnego rodzaju relacje, jak i projekty przeobrażają koncepcje i instytucje autonomicznego pola sztuki. W procesie tym niezwykle ważną rolę odgrywa przyspieszenie rytmów produkcji artystycznej, przewartościowanie dzieł sztuki i metody budowania artystycznej trajektorii (Szreder, 2016, s. 27). Najogólniej rzecz ujmując, można powiedzieć, że nic już nie jest takie samo jak wcześniej. Aktywność artystyczna jest w tym przypadku częścią osobowości twórców, realizowaną często „po godzinach” i wyraża nie tylko ich indywidualne refleksje, postawy, wizje itp., ale także zdaje się przedstawiać rzeczywistość postrzeganą z ich perspektywy, jednocześnie istotnie na nią wpływając. Przeobrażanie koncepcji i instytucji sztuki jest coraz bardziej widoczne w kontekście np. intensyfikacji produkcji artystycznej (zarówno pod względem większej liczby wytworów artystycznych, jak również zwiększenia poziomu dostępności do nich) czy też kreowania kariery artystycznej (jako projektu tożsamościowego otwartego na zaangażowanie innych osób, także z grona pozaartystycznego). Aktywność artystyczna staje się w tym przypadku niejako stylem życia, sposobem realizacji własnego rozwoju, ale także komunikowania się z innymi uczestnikami życia społecznego. Jest projektem tożsamościowym, w obrębie którego pojawia się wiele sprzeczności zarówno na etapie procesu twórczego, jak również podczas upowszechniania efektów pracy artystycznej.

Podjęmowanie aktywności artystycznej i realizacja procesu twórczego wiążą się także z konfliktem pomiędzy zorientowaniem na działania artystyczne (merytoryczne) a realizacją pozostałych wymaganych przez innych powinności (administracyjnych, marketingowych itd.). Coraz częściej zdarza się, że wskaźniki artystycznego sukcesu są zastępowane wskaźnikami pozaartystycznymi (z obszaru biznesu, finansów, zarządzania itd.), natomiast ocena wytworów pracy artystycznej jest dokonywana właśnie ze względu na kryterium sukcesu biznesowego (Szlendak, 2017, s. 66–67), co zdaje się potwierdzać centralną rolę pieniądza w życiu społecznym (Simmel, 1997, s. 203). Tym samym uwarunkowania współczesnej aktywności artystycznej wymuszają na twórcach sztuki cały szereg postaw niezwiązanych bezpośrednio z procesem twórczym, ale aktywnością dodatkową, pozamerytoryczną i często nie w pełni zrozumianą i akceptowaną przez środowisko artystyczne. Może to prowadzić do rywalizacji pomiędzy artystami na polach aktywności, które nie mają związku z ich rozwojem (w sensie warsztatowym, ekspresyjnym itp.), ale właśnie w przestrzeni współczesnego rynku konsumpcyjnego. Nie można oprzeć się wrażeniu, że aktywność artystyczna staje się częścią kultury

konsumowania i produkowania (Burszta, 2009, s. 177), ulegając procesowi komercjalizacji. Za przykład może posłużyć urządzenie marketów w galeriach i organizowanie strefy kultu w tego typu miejscach (Nadrowski, 2016, s. 168). Proces komercjalizacji sztuki dotyka także sfery zarządzania instytucjami kultury, które coraz częściej są postrzegane i oceniane na podstawie kryterium dochodowości. Kwestionuje się dotowanie i dalsze funkcjonowanie tych instytucji kultury, które nie przynoszą zysku albo odnotowują nieustanne straty. Współczesny dyrektor teatru to nie tylko osoba odpowiedzialna za warstwę artystyczną, ale także – albo przede wszystkim – sprawny menedżer, który ma za zadanie zadbać o dochodowość instytucji, którą zarządza (Lewandowski, 2010, s. 25).

Proces komercjalizacji sztuki prowadzi także do konfliktu pomiędzy autotelicznym a komercyjnym wymiarem aktywności artystycznej. Już John Dewey zauważył, że wszelkie formy sztuki stanowią rozwinięcie pierwotnych doświadczeń, które traktować należy w kategoriach wartości autotelicznych, tj. odczuwania przyjemności z twórczości artystycznej i percepcji produktów działalności artystycznej. Jako przekształcona forma doświadczenia pierwotnego determinują one wrażliwość i wyobraźnię ludzką, a w efekcie umożliwiają adaptację do środowiska poprzez tzw. próbę generalną, czyli szczegółowe roztrząsanie (w wyobraźni) różnorodnych, konkurujących ze sobą możliwych linii działania (Dewey, 1922, s. 190). Zadaniem sztuki jest więc przywrócenie ciągłości pomiędzy doświadczeniami o wyrafinowanej i zintensyfikowanej formie, jakimi są dzieła sztuki, a wydarzeniami codziennymi, tj. przeżyciami i cierpieniami (Dewey, 1932, s. 3). Nie dziwi zatem teza Stefana Czarnowskiego, który twierdził, że praca twórcza i twórczy czyn rewolucyjny stanowią źródło wszelkich wartości (Czarnowski, 2005, s. 90). Kreowanie sztuki samo w sobie może dostarczać artystom poczucie satysfakcji i spełnienia. Wskazuje to na potrzebę samorealizacji jako jednego z głównych, tj. dominujących motywów aktywności artystycznej. Jest to związane z mitem bezinteresowności, czyli postawą świadczącą o swoistym dystansie do wartości materialnych i korzyści praktycznych wynikających z aktywności twórczej (Krawczak, 2013, s. 71). Trzeba jednak pamiętać, że istnieją jeszcze inne motywacje do „uprawiania sztuki”, np. związane z wymiarem komercyjnym. Decyzja o rozwoju kariery artystycznej może być spowodowana np. chęcią osiągnięcia określonego poziomu popularności i wypracowania marki artystycznej na rynku sztuki, co ma bezpośrednie przełożenie na pozycję społeczną, prestiż czy dochody.

Współczesne uwarunkowania stwarzają możliwości traktowania twórczości artystycznej także w kategoriach instrumentalnych – jako środek do osiągnięcia określonego celu. W postmodernistycznej wizji konsumpcjonizmu Jean Baudrillard przedstawił sztukę, a w zasadzie jej użyteczność, jako wyznacznik przynależ-

ności do poszczególnych klas społecznych, zwracając w głównej mierze uwagę na aspekt kreowania pozycji społecznej. Aktywność artystyczną określił jako zbytkowy i uboczny efekt „piękna”, stanowiący raczej dowód luksusu niż wartość autoteliczną (Baudrillard, 2006, s. 119). Współczesne postrzeganie sztuki nie wyklucza wymiaru instrumentalnego i dotyczyć to może zarówno aspektu konsumowania dzieł artystycznych, jak również realizacji ścieżki kariery aktywności artystycznej jako pewnej wizji osiągnięcia sukcesu w postaci finansowej, prestiżu, pozycji społecznej itd. Współczesny styl życia narzuca ukierunkowanie wszelkich podejmowanych aktywności na sukces, który postrzegany jest przez społeczeństwo jako zasobność finansowa (Byłok, 2005, s. 89; Januszkiewicz, 2010, s. 294) oraz funkcjonowanie w środowisku rozmaitego rodzaju elit, a w zasadzie środowisk, które wyróżniają się pod jakimś względem na tle innych. Motywacja do podejmowania aktywności artystycznej może zatem być zorientowana instrumentalnie na osiągnięcie korzyści wyłącznie dla siebie, co pozostaje w sprzeczności do istoty sztuki jako pewnej przestrzeni otwartego dostępu i benefitów dla wszystkich (Heidegger, 1992; Kietlińska, 2012, s. 101; Sawicka, 2007, s. 47). Zorientowanie indywidualistyczne jest ukierunkowane na przynależność do środowiska artystycznego i wynikających z tego faktu możliwości kreowania własnej tożsamości czy też kształtowania własnego wizerunku jako członka elitarnej grupy społecznej, a w konsekwencji stwarza możliwość uzyskania uznania, prestiżu, pozycji, popularności itd. (Sobocińska, 2019). Zogniskowanie wyłącznie na własny sukces w produkcji kulturowej może wynikać z dążenia do zaspokojenia ambicji i potrzeb związanych z afirmacją, aczkolwiek klóci się nieco z istotą sztuki jako otwartej przestrzeni szerszego dyskursu, związanego z kulturalnym rozwojem danej społeczności (Niziołek, 2015, s. 271). Każda twórczość artystyczna ukierunkowana na sukces biznesowy podlega bowiem ocenie rynku sztuki, a więc z założenia jej efekty są upowszechniane, stanowiąc nie tylko przedmiot estetyzacji życia społecznego, ale także element dyskursu publicznego w obszarze tematyki, którą podejmuje.

Indywidualistyczne, instrumentalne podejście do twórczości artystycznej nieuchronnie prowadzi do konfliktu z innymi twórcami sztuki o uznanie, prestiż, pozycję, markę itd. (Krajewski i Schmidt, 2017, s. 77). W dobie powszechnego dostępu do nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych to zjawisko może być bardziej nasilone. Nietrudno bowiem wyobrazić sobie, że nawet mieszkając w niewielkiej, nieznaczącej na rynku sztuki miejscowości czy też w niemal odizolowanej od świata zewnętrznego osadzie, można jednocześnie być za pośrednictwem rzeczywistości wirtualnej w centrum „wielkiego świata”. Aktywne uczestnictwo na spotkaniu w Paryżu, a godzinę później w Tokio jest możliwe za pośrednictwem nowoczesnych technologii komunikacyjnych bez konieczności przemieszczania

się. Ponadto współczesne urządzenia mobilne z dostępem do Internetu umożliwiają publikowanie osiągnięć artystycznych, ich dystrybucję w przestrzeni medialnej i wirtualnej w sposób niemal intuicyjny i niezwykle szybki. Jest to zresztą przestrzeń coraz częściej wykorzystywana do poszukiwania i ekspresji tożsamości (Doktorowicz, 2015, s. 14). Dziś niemal każdy (choćby hobbystycznie) może być „kreatorem” życia społecznego, publicznego czy też artystycznego, nie ograniczając się do bycia jedynie odbiorcą. Każdy może wchodzić w nową rolę – twórcy. Artyści dysponują zatem sprzyjającymi warunkami do rozwoju własnej kariery, marki artystycznej, osiągnięcia sukcesu artystycznego, biznesowego, zawodowego nie tylko na rynku lokalnym czy regionalnym, ale również międzynarodowym. Ponadto należy zauważyć, że podjęcie wyzwania realizacji ścieżki ekspresji artystycznej za pośrednictwem nowoczesnych technologii komunikacyjnych i ewentualne pozyskanie zainteresowania ze strony odbiorców umożliwia osiągnięcie pewnej popularności, a nawet uznania w środowisku artystycznym, co może powodować reakcje konfliktowe ze strony artystów już funkcjonujących na rynku sztuki. Stwarza to sytuację bezpośredniej rywalizacji pomiędzy artystami (Krajewski i Schmidt, 2018, s. 55), których reakcja w obliczu poczucia zagrożenia własnej pozycji w środowisku czy też na rynku sztuki może wpisywać się w mniej lub bardziej bezpośrednią konfrontację.

Przykładem rywalizacji artystów o uznanie, prestiż, pozycję, markę itd. w obrębie własnego środowiska, jak i na rynku sztuki jest zjawisko nadmiaru efektów pracy twórczej. Jego przyczynę stanowi m.in. dość wyraźnie widoczny postęp technologiczny, który oddziałuje także na sztukę (Gong, 2021), powodując w jej obrębie szereg zmian. Przede wszystkim powszechny dostęp do Internetu i nowoczesnych technologii komunikacyjnych sprawia, że produkty kulturowe przemieszczają się z prędkością nieosiągalną dla obiektów fizycznych i rozprzestrzeniają, nie zważając na granice terytorialne, przez co sztuka przyrasta w tak szybkim tempie, że trudno jest nadążyć za jej rozwojem i wszystkimi przeobrażeniami. Praktycznie nie istnieją żadne bariery wejścia na rynek sztuki, co oznacza dynamiczny wzrost liczby nowych twórców i dostępnych dzieł. Wzrost liczby efektów pracy artystycznej (dzieł, wydarzeń, marek itp.) wskazuje zatem na konieczność spojrzenia na sztukę przez pryzmat zjawiska nadmiaru (Szlendak, 2013). Marian Golka posłużył się tu metaforą śmieci i określił kulturę jako swoistą gospodarkę śmieci kulturowych. Autor tej koncepcji wskazuje, że przed ostatecznym wyrzuceniem śmieci kulturowych możliwe jest ich przechowanie w jakichś niszowych miejscach poza główną sceną, co może oznaczać brak intencji ich całkowitego zniszczenia lub wyrzucenia, a wręcz zachowania na inne czasy. Zdarza się bowiem, iż niektóre wytwory kulturowe kierowane do ostatecznego

zniszczenia są przywracane lub odtwarzane. Inną kwestią jest fakt, iż wiele wytworów kulturowych nie wchodzi do oficjalnego obiegu, jest pomijanych, tworząc swoiście utajony byt, nieznaną sferę, dostępną jedynie wyjątkowym szperaczom. Należy jednak pamiętać, że większość odrzuconych wytworów kulturowych staje się podłożem, na którym wyrastają nowe wytwory kulturowe (Golka, 2015, s. 31–38). Artyści stają wobec wyzwania walki o uznanie, prestiż zarówno we własnym środowisku, jak i na rynku sztuki, a więc zostają niejako zaproszeni przez nowych twórców do wejścia w nowe obszary (np. obieg mobilny) czy też bezpośrednią rywalizację rynkową (sprzedaż dzieł odbiorcom). W praktyce oznacza to sytuację z założenia konfliktową, a więc konieczność bezpośredniej rywalizacji z innymi artystami, np. prześciganie się w liczbie sprzedaży biletów na spektakl. Wyzwaniem pozostaje także kreowanie własnej marki artystycznej i brak anonimowości, zwłaszcza wobec coraz większej liczby wytworów artystycznych upublicznianych za pomocą nowoczesnych technologii. Sytuacja bezpośredniej rywalizacji z pewnością może być korzystna z punktu widzenia indywidualnego rozwoju artystów, ale stwarza także warunki do podziałów, antagonizmów, patologii, a w efekcie obniżenia poczucia afirmacji i identyfikacji.

W przestrzeni procesu twórczego coraz częściej obecne są osoby niezwiązane bezpośrednio ze sztuką, co może generować konflikt wewnętrzny wśród artystów. Współczesne uwarunkowania organizacji produkcji niemal wykluczają możliwość wytworzenia dzieła bez interwencji osób trzecich, pomocy, kierowania czy współpracy (Negus i Pickering, 2010, s. 22). Struktura tego typu organizacji sprawia, że już od początku aktywności twórczej dostęp do twórców mają osoby pełniące różne role społeczne, zarówno o charakterze formalnym, jak i nieformalnym. Ich bezpośrednia styczność z twórcami, interakcja podczas której następuje wymiana poglądów, uwag, reakcja na – często jeszcze nieukończony – efekt pracy twórczej, może prowadzić do redefiniowania ich pierwotnych zamysłów, wyobrażeń itp. Tym samym artyści nie są skupieni jedynie na źródle własnej ekspresji, ale rozważają także bodźce pochodzące od pośrednich uczestników procesu twórczego. Zatem nawet szczątkowe uwzględnienie sposobu rozumienia, interpretacji danego zjawiska przez twórców wskazuje na interakcję o społecznym wymiarze. Realizowany w ten sposób proces komunikacji poprzez sztukę nie ogranicza się zatem jedynie do momentu upowszechnienia dzieła artystycznego szerszej publiczności i oczekiwania na informację zwrotną, ale jest prowadzony niemal od samego początku aktu twórczego. Włączanie odbiorców do procesów twórczych w obszarze sztuki jest współcześnie zjawiskiem coraz bardziej powszechnym i wskazującym na otwarty sposób uprawiania sztuki. Jak wskazują Maria Flis i Wojciech Klimczyk, celem artystów jest tutaj ucieleśnienie specyficznej wrażliwości, która leży

u podstaw społecznie kształtowanej twórczości. Dzieło jest kreowane świadomie w celu nawiązania relacji emocjonalnej z odbiorcą (Flis i Klimczyk, 2017, s. 142).

Model włączania odbiorców do procesów twórczych w obrębie sztuki przedstawił m.in. Samuel Weber w koncepcji komunikacyjnej aktywności artystycznej. Opisując teatralność jako medium, wskazał na siłę stawiającą innego w sytuacji, w której czuje się on nie na miejscu, tzn., że niezależnie od pełnionej roli – publiczności, widza, słuchacza czy też czytelnika – adresat zostaje wezwany do tego, by nieść świadectwo zwrotu zdarzeń, których nigdy nie można zobaczyć jako takich (Weber, 2009, s. 165). Tym samym umożliwia to odbiorcom wejście w interakcję z dziełem sztuki lub nadawcą pomimo braku określonych kompetencji, wypracowanego własnego zdania czy poglądu. Przybierają oni niejako postać nadawców – stosując narrację teatralną, można powiedzieć, że odgrywają rolę – głoszących komunikat, który nie jest ich własnym. W tej sytuacji odbiorcy sztuki są niejako „przedłużeniem” trwałości przekazu symbolicznego, stanowiąc kolejny nośnik dystrybuowania. Włączanie odbiorców do procesu twórczego w sztuce wiąże się zatem z konfliktem wewnętrznym artystów, którego istotą jest dylemat pomiędzy realizacją własnej wizji artystycznej a oczekiwaniami innych uczestników procesu twórczego. W szczególności zastanawiające jest, na ile proces twórczy ulega przeobrażeniom ze względu na wynik pewnej kalkulacji, a więc racjonalnego myślenia i wpływów innych, a nie jedynie własnej wizji i ekspresji artystycznej. Jak bowiem wskazał Jürgen Habermas w swojej koncepcji działania komunikacyjnego, społeczne komunikowanie się oparte jest na racjonalności jako podstawie rekonstrukcji porządku społecznego (Habermas, 1999, s. 188). W tym ujęciu racjonalność stanowi podstawę podejmowania wszelkich interakcji i procesów komunikowania się i może przypominać ekonomiczną analizę korzyści i kosztów. Wszelkie działania oparte na rozumowaniu można uznać za strategię dążenia do osiągnięcia założonych celów, spełnienia oczekiwań czy realizacji własnych interesów. Tym samym określony kształt dzieła artystycznego może być powiązany z chęcią odniesienia określonej korzyści, stanowiąc wyraz instrumentalnego traktowania sztuki, co jednocześnie może oznaczać wewnętrzną sprzeczność twórcy, wynikającą z niedochowania pewnych standardów jakości czy też własnej wizji.

Dbałość o jakość artystyczną stanowi zresztą kolejny wymiar konfliktu w przestrzeni procesu twórczego, którego przyczyną jest m.in. proces komercjalizacji sztuki. Już przedstawiciele szkoły frankfurckiej, Max Horkheimer i Theodor W. Adorno, uznawali, że sztuka jest towarem (Horkheimer i Adorno, 1994, s. 177). Od lat obserwuje się bowiem coraz mniejsze znaczenie integracji społecznej opartej na standardach moralnych i procesach komunikacji społecznej i jednocześnie wzrost znaczenia pieniędzy, rynku i racjonalnej kalkulacji (Lukács, 1988, s. 199–245).

Nie dziwi zatem fakt, iż sztuka podlega utowarowieniu, co oznacza, że aktywność artystyczna jest traktowana w kategoriach ekonomicznych, biznesowych. Ważne są nie jakiejkolwiek wartości, przywiązanie do książkowego produktu, ale sam jego obieg: im jest on większy, tym – paradoksalnie – wartość kulturowa produktu mniej istotna (Burszta, 2009, s. 175). Ciekawym przykładem komercjalizacji sztuki jest jej wykorzystanie do komunikowania marketingowego jako sposób nawiązania kontaktu z konsumentem. Odbywa się to poprzez włączenie pewnych nawiązań do sztuki w komunikowaniu marki produktu lub usługi. Współcześnie istnieją dość bliskie relacje pomiędzy reklamą a sztuką, a także artystycznym wymiarem reklamy. Obserwuje się wpływ sztuki wizualnej na korzystne postrzeganie produktów, których reklama zawiera odniesienia właśnie do sztuki, a także przyjmowanie tego typu strategii promocyjnej przez coraz większą liczbę podmiotów gospodarczych (Herdero i Chaves Martín, 2016, s. 109). W efekcie procesu komercjalizacji sztuki dochodzi do trywializacji efektów pracy artystycznej, co często jest postrzegane w kategoriach obniżenia poziomu ich jakości i sprowadzenia do stricte ekonomicznej wartości (Velthuis, 2003).

Komercjalizacja sztuki wiąże się także z konfliktem pomiędzy dbałością o jakość dzieł artystycznych a zaspokajaniem oczekiwań publiczności. Sztuka coraz częściej ma charakter masowy, a nie elitarny, co ma swoje bezpośrednie odzwierciedlenie w liczbie dostępnych wydarzeń artystycznych (Szlendak, 2017, s. 67–69). W przypadku oceny wytworów pracy artystycznej na podstawie kryterium sukcesu biznesowego twórczość artystyczna sprowadzona jest do wykreowania przekazu chwytliwego, zorientowanego na chwilowe zainteresowanie jak największej liczby odbiorców. Taka sytuacja nie sprzyja refleksyjności nad tematyką podejmowaną przez artystów, zwłaszcza wobec tempa współczesnego życia. Można wręcz odnieść wrażenie, że wysiłek skierowany jest raczej na utrzymanie odbiorców sztuki przez jak najdłuższy czas w nurcie wypracowanego i obowiązującego trendu, tzw. mody (np. zainteresowania zakupem płyty z listy przebojów), jednocześnie licząc na przyswojenie określonej interpretacji twórcy lub instytucji promującej wydarzenie jako własnej i jej dalsze upowszechnianie. Mechanizm ten opisał już zresztą m.in. Wojciech Burszta, wskazując, że postkultura to zwyczaj trawienia nieprzerwanego strumienia informacji z minimalnym ich wchłanianiem (Burszta, 2009, s. 194). Nie sposób więc nie zauważyć, że aktywność artystyczna wpisuje się w ogólne trendy o globalnym wymiarze, przekształca się dynamicznie w zmieniającej się rzeczywistości, starając się trafić z przekazem symbolicznym do współczesnych konsumentów sztuki (Jaszewska, 2011). Praktycznym wymiarem utowarowienia sztuki są czasowe trendy określające kierunek i formy artystycznej ekspresji. Niektóre kierunki w sztuce są bardziej modne czy też lepiej się „sprzedają” niż inne. Może to prowadzić do ry-

walizacji w środowisku artystycznym w obrębie stosowania nowatorskich, niepowtarzalnych form komunikowania przekazu symbolicznego. Dodatkowo presja skierowana na twórców wynikająca z powszechnego dążenia do zaspokojenia coraz bardziej wyszukanych potrzeb materialnych (chęć zyskania popularności, sukcesu biznesowego itp.) niejako wymusza zastosowanie różnorodnych form i środków wyrazu artystycznego, aby choć na moment, na krótką chwilę zaspokoić oczekiwania odbiorców w zakresie intensywnego przeżycia transcendentnego (Szlendak, 2010, s. 89). Taka sytuacja prowadzi do rozwoju sztuki w obrębie tzw. warsztatu artystycznego, ale skłania także do refleksji nad wyższością zastosowanej formy artystycznej nad treścią przekazu symbolicznego. Nie oznacza to wcale, że współczesna sztuka jest wyłącznie lekką, łatwą i przyjemną formą rozrywki (Iwasiński, 2015, s. 15). Bywa także głęboką inspiracją czy poważnym dyskursem (Dera, 2019). Rolą współczesnej sztuki jest zatem stawianie wyzwań kulturze masowej, tj. odnajdywanie granic kultury masowej i obnażanie ich celowym wyłamywaniem się spod kontroli zdrowego rozsądku i konwencji (Levine, 2013, s. 295), co prowadzi do nadania określonego znaczenia w kontekście innych wytworów artystycznych, a także uzyskania zrozumienia wśród odbiorców (Gołaszewska, 1986, s. 30).

Upowszechnianie sztuki

Trzecią przestrzenią konfliktów w polu sztuki jest jej upowszechnianie, czyli moment wejścia w interakcję z odbiorcami. Jednym z wymiarów sprzeczności w obrębie dystrybucji sztuki jest spłylenie przekazu na skutek rozwoju i upowszechnienia nowoczesnych technologii komunikacyjnych, za pośrednictwem których efekty pracy artystycznej są coraz częściej rozpowszechniane. Jakkolwiek dominującą formą styczności ze sztuką jest nadal bezpośrednia, osobowa forma, coraz częściej możliwe jest wejście w interakcję z efektami działalności twórczej poprzez technologię (np. Internet). Takie uwarunkowania stwarzają przestrzeń dla konfliktu pomiędzy zwiększeniem poziomu dostępności dla odbiorców a zmianą w podejściu do kreowania przekazu przez nadawcę. Uczestnictwo w sztuce w formie innej niż osobowa (np. wirtualnej) powoduje, że nie wszystkie bodźce przekazu zostają pobudzone ze względu na brak bezpośredniej styczności fizycznej (w sensie współdzielenia przestrzeni) pomiędzy nadawcą i odbiorcami, a więc jest on niejako spłycony. Efekty aktywności artystycznej są w tym przypadku strywializowane, a ponadto twórcy nie mają możliwości zaobserwowania żywej, bezpośredniej reakcji odbiorców. Sztuka staje się – analogicznie do wszystkich pozostałych elementów świata widzianego oczami konsumentów – magazynem towarów kon-

sumpcyjnych, które walczą o przelotne, przejściowe i nietrwałe zainteresowanie potencjalnych klientów w nadziei, że uda im się przyciągnąć i utrzymać czyjąś uwagę nieco dłużej niż przez krótką chwilę (Bauman, 2011, s. 119). W takim przypadku technologia nie pozwala na pełne „zasmakowanie” sztuki wszystkimi zmysłami, ograniczając relacje interpersonalne pomiędzy nadawcami i odbiorcami, a także ograniczając proces komunikowania lub w najlepszym razie opóźniając informację zwrotną dla twórców. Paradoksalność tej sytuacji polega na tym, że z jednej strony rozwój i powszechność technologii umożliwia umasowienie sztuki, jej popularyzację, dotarcie do większej liczby odbiorców („pod strzechy”), a z drugiej strony nie pozwala na uczestnictwo w sztuce w pełnym wymiarze, ograniczając odbiorców w sposobie percepcji jedynie do dwóch zmysłów, tj. wzroku i słuchu, a także praktycznie pozbawiając ich możliwości wejścia w żywą relację z twórcą.

Rolą współczesnej sztuki staje się dostarczanie informacji na temat społeczeństwa w postaci symptomu. Podejście to należy rozumieć jako swoisty wyraz sprzeczności, z których złożona jest rzeczywistość społeczna, a nie jej modelowanie sensu stricto (Jameson, 2011, s. 152). Istotą aktywności artystycznej jest zatem dostarczanie informacji na temat otaczającej rzeczywistości, które są wynikiem pewnego specyficznego spojrzenia, tj. wrażliwości artystycznej połączonej z pogłębianą refleksją, ukazujące wszelkie jej sprzeczności, niedociągnięcia, błędy, wypaczenia, absurdy itp. Innymi słowy, sztuka poprzez uwydatnienie określonych cech rzeczywistości społeczno-kulturowej (często nazbyt je podkreślając) zwraca uwagę na jej istotne aspekty. Charakterystyczne dla aktywności artystycznej jest właśnie to, że w swoim przekazie posługuje się niezwykle ostrymi środkami wyrazu (Szymańska, 2013), zmuszającymi odbiorcę do wysiłku intelektualnego i myślenia abstrakcyjnego, a czasami wywołując nawet pewien wstrząs (Tatarkiewicz, 1982, s. 40–45). Artyści wcielają się w rolę krytyków rzeczywistości, ukazując ją w sposób karykaturalny, co wiąże się z koniecznością styczności z trudnym doświadczeniem konfrontacji. Taka sytuacja może prowadzić do postawy niechęci czy wręcz ucieczki od trudnego zderzenia się z rzeczywistością przedstawianą przez artystów. Odbiorcy sztuki mogą mieć odmienne od twórców sztuki sposoby postrzegania i oceniania określonych procesów czy zjawisk, czego efektem jest postawa antagonistyczna wobec artystów, którzy podjęli daną tematykę.

Kolejnym wymiarem konfliktu w przestrzeni upowszechniania sztuki jest dylemat zorientowany na to, kto jest rzeczywistym nadawcą komunikatu symbolicznego. Zazwyczaj to artysta usiłuje przekazać określone wartości drugiej osobie (Krawczak, 2013, s. 103), jednak już Andrzej Tyszka w swoich badaniach nad uczestnictwem w kulturze podkreślał znaczenie indywidualnego udziału w zjawiskach kulturowych. Wskazywał, że udział ten nie pozostaje bez znaczenia dla przy-

swajania treści kultury, sposobu postępowania wobec dóbr kultury, przyswajania norm i wzorców kulturowych czy chociażby tworzenia nowych lub przetwarzania albo też odtwarzania istniejących treści kultury (Tyszka, 1971, s. 54). Jednocześnie podkreślał, że konieczne jest włączenie do socjologicznej analizy kultury niematerialnych i nieinstytucjonalnych zjawisk (Tyszka, 1971, s. 50), gdyż uczestnictwo kulturalne jest treściowo, aksjologicznie i informacyjnie bogatsze i daleko wykracza poza te formy, które organizują radio, gazeta, książka, film czy spektakl teatralny, program telewizyjny czy wycieczka do muzeum (Tyszka, 1971, s. 49). Dzisiaj można więc zaobserwować wielozmysłowość współczesnej aktywności kulturalnej. Postawa publiczności nie jest skupiona w pełni na percepcji pojedynczego przekazu, ale wskazuje na zainteresowanie absorpcją wielu bodźców kulturalnych jednocześnie. Analizując to zjawisko, Tomasz Szlendak posługuje się pewnym przykładem kumulacji bodźców oddziałujących na wiele zmysłów, w tym także zmysłu smaku, co nazywa wręcz konsumowaniem kultury w sposób całkowicie dosłowny. W swojej koncepcji zauważa, że ludzie są zainteresowani nie tylko samym odbiorem kultury, ale także jej tworzeniem, co odbywa się z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Podejmowanie aktywności kulturalnej zdaje się być warunkowane możliwością styczności z wieloma „atrakcjami” w jednym miejscu, w możliwie jak najkrótszym czasie. Istotne jest stworzenie takiej przestrzeni dla uczestnictwa w kulturze, która pozwala niemal każdemu na wejście w rolę twórcy kultury. Nie istnieją bowiem żadne ograniczenia dla tworzenia kultury wynikające z konieczności odpowiedniego przygotowania merytorycznego (kompetencji, doświadczenia itd.) (Szlendak, 2010, s. 81). Odbiorcy sztuki coraz częściej są obecni w procesie twórczym, choć jest to obecność chwilowa, przelotna, zorientowana na zaspokojenie własnych potrzeb. W efekcie rola społeczna artystów jako twórców sztuki traci swą istotę i wyrazistość, przeradzając się w „dostarczycieli wrażeń”, czyli komercyjnych usługodawców sektora kultury. Wielozmysłowość współczesnej aktywności kulturalnej może prowadzić artystów do refleksji nad własną rolą, pozycją, miejscem w świecie sztuki. Jest to pytanie egzystencjalne, fundamentalne z punktu widzenia własnej tożsamości, podkreślające bowiem odmiennność postrzegania sztuki przez jej twórców i odbiorców.

Uwagi końcowe

Współczesna sztuka generuje konflikt na poziomie tożsamościowym, kreując różne abstrakcyjne formy rzeczywistości, do których dążą nie tylko odbiorcy, ale i sami artyści. Już Florian Znaniecki zauważył, że twórca, tworząc świat, tworzy

siebie w tym świecie; czym jest poza swym dziełem, nie wiemy, wiemy tylko, że jest twórcą (Znaniecki, 1987, s. 208). Nie ulega bowiem wątpliwości, że sztuka jest związana z procesami tworzenia tożsamości indywidualnej oraz zbiorowej (Bell, 1998, s. 68–70), choćby stwarzając możliwość „wejścia w abstrakcyjny świat i określoną w nim rolę społeczną”, co może prowadzić do odwiecznego konfliktu, czyli dysonansu pomiędzy rzeczywistością fikcyjną a realną. Różne projekcje i przekonania w obrębie własnego Ja bywają bardzo skonfliktowane z identyfikacją, jaka wyłania się z rzeczywistego sposobu postrzegania jednostki przez innych uczestników życia społecznego. Ponadto trzeba pamiętać, że jednostka, funkcjonując i będąc „uwikłaną” w wielość relacji z innymi ludźmi, grupami społecznymi, instytucjami, strukturami itd., pełni różne role społeczne, a w konsekwencji buduje poczucie identyfikacji i tożsamości z wieloma środowiskami, które często są ze sobą sprzeczne w jakimś wymiarze. Współtworzy różne kultury – czy też posługując się językiem Fatygi – różne subkultury, składające się na bogactwo pejzażu kulturowego (Fatyga, 2017, s. 36–37), różnorodnego i czasami skonfliktowanego ze sobą. W takich warunkach, przy braku niepodważalnych reguł, norm, wartości, o wiele bardziej naturalnie przychodzi postawa niekonsekwencji i zmiany decyzji, a więc tymczasowości, płynności indywidualnych identyfikacji (Leszniewski, 2007). Wypada jednak podkreślić, że to właśnie sztuka, stanowiąc przestrzeń różnego rodzaju sprzeczności, konfliktów itp., wykazuje jednocześnie możliwości prowadzenia dyskursu służącego stawianiu odważnych pytań, poszukiwaniu odpowiedzi i „zderzaniu się” odmiennych perspektyw na miejsce i rolę człowieka w aktualnej rzeczywistości. Kwestia tożsamości artystów oraz związane z nimi konflikty i sprzeczności jest więc na tyle złożona wewnętrznie, że implikuje potrzebę kolejnych analiz i badań empirycznych (Sobocińska, 2019, s. 153), a przynajmniej odrębnego tekstu.

Bibliografia

- Abbing, H. (2002). *Why are artists poor? The exceptional economy of the arts*. Amsterdam University Press.
- Baudrillard, J. (2006). *Spółczesność konsumpcyjna. Jego mity i struktury* (tłum. S. Królak). Wydawnictwo Sic!
- Bauman, Z. (2011). *44 listy ze świata płynnej nowoczesności* (tłum. T. Kunz). Wydawnictwo Literackie.
- Bell, D. (1998). *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu* (tłum. S. Amsterdamski). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Burszta, W.J. (2009). *Od mowy magicznej do szumów popkultury*. Academica Wydawnictwo SWPS.
- Byłok, F. (2005). Wzór sukcesu w społeczeństwie polskim w okresie transformacji społeczno-ustrojowej. *Annales. Etyka w życiu gospodarczym*, 8(1), 87–96.

- Czarnowski, S. (2005). *Kultura*. Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Dera, J. (2019). *Artystyczny obraz dzieła muzycznego i duchowy aspekt sztuki z perspektywy muzyka XX wieku*. http://kwakwa.man.lodz.pl/dmdocuments/notes_muzyczny/NM_4_7_J_Dera.pdf
- Dewey, J. (1922). *Human nature and human conduct*. Henry Holt and Company.
- Dewey, J. (1932). *Art as experience*. Penguin Group.
- Doktorowicz, K. (2015). Tożsamość w epoce Internetu i globalnych sieci. W: K. Doktorowicz (red.), *Tożsamość w wieku informacji: media, internet, kino* (s. 13–29). Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Dziadzia, B., Głyda-Żydek, B., Piskorek-Oczko, S. (2015). *Sztuka w przestrzeni publicznej. Artystyczne wymiary wytwarzania kapitału społecznego i kulturowego*. Fundacja Animacji Społeczno-Kulturalnej.
- Fatyga, B. (2017). Teoria żywej kultury. Źródła i powody jej powstania. *Kultura i Rozwój*, 3(4), 30–39.
- Flis, M., Klimczyk, W. (2017). Brzmienia kultury. Wyobrażenia muzyczna w naukach o kulturze. *Kultura Współczesna*, 96(3), 130–143.
- Golka, M. (2015). *Aparycje współczesności*. Oficyna Naukowa.
- Gołaszewska, M. (1986). *Kim jest artysta?* WSiP.
- Gong, Y. (2021). Application of virtual reality teaching method and artificial intelligence technology in digital media art creation. *Ecological Informatics*, 63, 101304. <https://doi.org/10.1016/j.ecoinf.2021.101304>
- Habermas, J. (1999). *Teoria działania komunikacyjnego. Racjonalność działania a racjonalność społeczna* (tłum. A.M. Kaniowski). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Heidegger, M. (1992). O źródle dzieła sztuki (tłum. L. Falkiewicz). *Sztuka i Filozofia*, (5), 9–67.
- Heredero, O.D., Chaves Martín, M.Á. (2016). Art in advertising: Types of visual art usage in commercial communication. *Comunicación y Medios*, 25(34), 96–113.
- Horgan, M. (2014). Durkheim, development and the devil: a cultural sociology of community conflict. *Canadian Journal of Sociology / Cahiers canadiens de sociologie*, 39(4), 741–763.
- Horkheimer, M., Adorno, T.W. (1994). *Dialektyka oświecenia. Fragmenty filozoficzne* (tłum. M. Łukasiewicz). Wydawnictwo IFiS PAN.
- Iwasiński, Ł. (2015). Konsumpcja kulturowa jako manifestacja statusu. Od determinizmu klasowego do wszytkożerności. *Przegląd Socjologiczny*, 64(3), 9–25.
- Jameson, F. (2011). *Postmodernizm, czyli logika kulturowa późnego kapitalizmu* (tłum. M. Płaza). Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Januszkiewicz, K. (2010). Dylematy charakterystyki sukcesu. *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Oeconomica*, (234), 289–297.
- Jaszewska, D. (2011). Kultura – rzecz gustu? O kilku granicach supermarketyzacji kultury. *Kultura – Media – Teologia*, 4(1), 19–33.
- Kietlińska, B. (2012). Znaczenie kompetencji kulturowych i artystycznych w odbiorze sztuki. W: M. Kędziora, W. Nowak, J. Ryzek (red.), *Co z tym odbiorcą? Wokół zagadnienia odbioru sztuki* (s. 93–101). Wydawnictwo Naukowe Wydziału Nauk Społecznych UAM.
- Kłoskowska, A. (2007). *Socjologia kultury*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kowalewski, M., Nowak, A., Thurow, R. (2011). *Czy kultura może wzmacniać spójność społeczną? Studium przypadku: szczecińskie podmioty kultury wobec problemów społecznych*. ZAPOL Dmochowski, Sobczyk.
- Krajewski, M. (2017). „Ja poszerzam”, „Ty poszerzasz”... Poszerzanie pola kultury i wynikające stąd nieporozumienia. W: C. Obracht-Prondzyński, P. Zbieranek (red.), *Pomorskie poszerzenie pola kultury. Dylematy – konteksty – działania* (s. 27–42). Nadbałtyckie Centrum Kultury, Instytu-

- cja Kultury Samorządu Województwa Pomorskiego, Uniwersytet Gdański, Pomorskie Centrum Badań nad Kulturą.
- Krajewski M., Schmidt, F. (2017). Co to znaczy być artystą/artystką? *Kultura i Społeczeństwo*, 61(1), 71–99. <https://doi.org/10.35757/KiS.2017.61.1.4>
- Krajewski, M., Schmidt, F. (2018). *Wizualne niewidzialne. Sztuki wizualne w Polsce – stan, rola i znaczenie*. Akademia Sztuk Pięknych w Warszawie.
- Krawczak, E. (2013). *Konteksty polskiej socjologii sztuki*. Wydawnictwo UMCS.
- Kroeber, A.L. (2002). *Istota kultury* (tłum. P. Sztompka). Naukowe PWN.
- Leszniewski, T. (2007). Moda i tożsamość – dylematy współczesnego człowieka w świecie konsumpcji. W: T. Szlendak, K. Pietrowicz (red.), *Rozkoszna zaraza. O rządach mody i kulturze konsumpcji* (s. 49–61). Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Levine, C. (2013). *Od prowokacji do demokracji. Czyli o tym, dlaczego potrzebna nam sztuka* (tłum. A. Górny). Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA.
- Lewandowski, M. (2010). W poszukiwaniu znaczenia zarządzania kulturą. *Zarządzanie w Kulturze*, 11, 19–30.
- Lukács, G. (1988). *Historia i świadomość klasowa. Studia o marksistowskiej dialektyce* (tłum. M.J. Siemek). Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Malinowski, B. (2000). *Jednostka, społeczność, kultura* (tłum. S. Kaprański). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Matyjewicz, M. (2009). Potrzeby kulturalne współczesnego społeczeństwa. W: B. Jedlewska, B. Skrzypczak (red.), *Dom kultury w XXI wieku – wizje, niepokoje, rozwiązania* (s. 28–34). Centrum Edukacji i Inicjatyw Kulturalnych.
- Nadrowski, H. (2016). Artysta między godnością a zawstydzeniem. „Impresje” nie tylko o dokonaniach artystycznych. *Studia Theologica Varsaviensia*, 54(1), 159–176. <https://doi.org/10.21697/stv.2016.54.1.08>
- Negus, K., Pickering, M. (2010). Przemysł. W: A. Gwóźdź (red.), *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki* (s. 14–33). Narodowe Centrum Kultury.
- Niziołek, K. (2015). *Sztuka społeczna. Koncepcje – dyskursy – praktyki* (t. 1). Wydział Historyczno-Socjologiczny Uniwersytetu w Białymstoku, Fundacja Uniwersytetu w Białymstoku Universitas Bialostocensis.
- Rancew-Sikora, D. (2020). Od redaktorek. Sztuka w socjologii jakościowej bez rewolucji. Krótkie wprowadzenie. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 16(2), 6–14. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.16.2.01>
- Sawicka, A. (2007). O ambiwalentnej funkcji świata sztuki. *Sztuka i Filozofia*, (31), 46–66.
- Simmel, G. (1997). *Filozofia pieniądza* (tłum. A. Przyłębski). Wydawnictwo Fundacji Humaniora.
- Sobocińska, M. (2019). Tożsamość, rola i mit artysty jako uwarunkowania jego wizerunku. *Zarządzanie w Kulturze*, 20(2), 143–155. <https://doi.org/10.4467/20843976ZK.19.010.10527>
- Stachura, K. (2020) Bieg z przeszkodami. Ambiwalencje sukcesu artystycznego w poszerzonym polu kultury. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 16(2), 102–127. <http://dx.doi.org/10.18778/1733-8069.16.2.07>
- Szlendak, T. (2010). Wielozmysłowa kultura iwentu. Skąd się wzięła, czym się objawia i jak w jej ramach ocenić dobra kultury? *Kultura Współczesna*, (4), 80–97.
- Szlendak, T. (2013). Kultura nadmiaru w czasach niedomiaru. *Kultura Współczesna*, (1), 7–26.
- Szlendak, T. (2017). Sześć zjawisk w polskiej kulturze wartych przemyślenia. Dobrych i takich sobie. W: C. Obracht-Prondzyński, P. Zbieranek (red.), *Pomorskie poszerzenie pola kultury. Dylematy –*

- konteksty – działania* (s. 61–74). Nadbałtyckie Centrum Kultury, Instytucja Kultury Samorządu Województwa Pomorskiego, Uniwersytet Gdański, Pomorskie Centrum Badań nad Kulturą.
- Szreder, K. (2016). In circulation. Structural opportunism as a method of organizing work and life of the participants of artistic circulation. *Czas Kultury*, (3), 24–44.
- Szymańska, A. (2013). Współczesna forma skandalu artystycznego. Czy warto być artystą-skandalistą? *Kultura i Społeczeństwo*, 57(1), 117–130. <https://doi.org/10.2478/kultura-2013-0007>
- Tang, C. (2021). Application of internet thinking in the teaching of environmental art design. *Micro-processors and Microsystems*, 81(3), 103712.
- Tatarkiewicz, W. (1982). *Dzieje sześciu pojęć*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Tyszką, A. (1971). *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*. Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Velthuis, O. (2003). Symbolic meanings of prices: constructing the value of contemporary art in Amsterdam and New York galleries. *Theory and Society*, 32(2), 181–215.
- Weber, S. (2009). *Teatralność jako medium* (tłum. J. Burzyński). Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Znaniński, F. (1987). Znaczenie rozwoju świata i człowieka. W: F. Znaniński, „*Mysł i rzeczywistość i inne pisma filozoficzne* (s. 120–214). Państwowe Wydawnictwo Naukowe.