

Bogusław Nierenberg

Instytut Kultur
Uniwersytet Jagielloński

O CHOROBIE BAUMOLA I JEJ NASTĘPSTWACH DLA SZTUKI I NAUKI

Wstęp

Cofnijmy się o pół wieku. Pewien amerykański ekonomista William Baumol słucha melancholijnego kwartetu smyczkowego Ludwiga van Beethovena. Piękna muzyka sprzyjała refleksjom. I oto nagle przyszła mu do głowy myśl zgola niemuzyczna, choć z muzyką związana. Mianowicie zdał sobie sprawę z tego, że kiedy w 1800 roku, powstał ten utwór Beethovena, do jego wykonania potrzeba było czterech muzyków: dwóch skrzypków, altowiolisty i wiolonczelisty. Jego zagranie zajmowało wykonawcom tyle samo czasu dwieście lat temu, co i teraz. Zatem – pomyślał Baumol – z ekonomicznego punktu widzenia, w ciągu dwóch wieków wydajność muzyków grających ten utwór w żaden sposób nie wzrosła¹.

Nie wiadomo, czy ta historia jest prawdziwa, czy nie, ale w tej opowieści kryje się początek odkrywania rozmaitych aspektów jednego z bardziej interesujących zjawisk, jakimi zajmują się zarządzanie kulturą i ekonomika kultury, a mianowicie *Baumol's cost disease*, czyli „choroby kosztowej Baumola”².

William Baumol, bohater wzmiankowanej anegdoty (wszystko jedno prawdziwej czy nie) wywiódł intrygujące twierdzenie, według którego twórczość artystyczna nie poddaje się postępowi technicznemu w takim stopniu, w jakim dokonuje się on w innych sektorach gospodarki. Ów rozwój technologiczny sprawia, że obniżce ulegają koszty produkcji, ergo rośnie wydajność. Wzrost wydajności przynosi dodatkowe zyski nie tylko właścicielom przedsiębiorstw, ale także umożliwia im zaspokojenie żądań płacowych ze strony pracowników. Tak się dzieje w „klasycznych” sektorach gospodarki, na przykład przemyśle motoryzacyjnym, usługach etc. Wyjątkiem jest obszar, w którym powstaje sztuka. Baumol zauważył, że w sektorze sztuki wydajność pozostaje od wieków niezmienna.

¹ J. Surowiecki, *What Ails Us*, „The New Yorker”, 7.07.2003, http://www.newyorker.com/archive/2003/07/07/030707ta_talk_surowiecki (data dostępu: 14.11. 2015).

² B. Nierenberg, *Economic Premises of Culture Management*, „Culture Management” 2009, no. 2, s. 22.

Inny amerykański uczony James Surowiecki, badając to zagadnienie, zwrócił uwagę na jeszcze inny aspekt tego zjawiska, mianowicie że z upływem czasu owe „nożyce” rozwierają się coraz bardziej. Dla zobrazowania odwołał się do postępu technicznego, jaki dokonał się w amerykańskim przemyśle motoryzacyjnym. O ile w 1979 roku pracownicy koncernu General Motors potrzebowali aż 41 godzin na zmontowanie samochodu, o tyle w 1999 roku do montażu jednego auta potrzebowali już tylko 24 godzin. Presja robotników na wzrost płac mogła być zaspokojona z dochodów, jakie przynosiła rosnąca wydajność pracy³. Wszystko jedno, czy ów wzrost dokonał się poprzez postępy techniczny czy lepszą organizację pracy.

Tymczasem w przypadku artystów wydajność właściwie nie rośnie. Współczesny rzeźbiarz, tak samo jak jego kolega dwa tysiące lat temu, bierze do ręki dłuto, młotek i pracuje przy dziele, które tworzy. Podobnie zespół aktorów, który dwa i pół tysiąca lat temu wystawiał *Antygonę* Sofoklesa, potrzebował mniej więcej tyle samo czasu na spektakl, ile i dziś. Jeżeli nie wzrasta wydajność, to i płace artystów też nie powinny rosnąć.

Jeśli jednak wszyscy wokół lepiej zarabiają, to zwiększa się też presja, by także artystom powodziło się lepiej. Niemniej z ekonomicznego punktu widzenia w tym momencie pojawia się kolejny problem. Jeżeli rosną pensje artystów, to siłą rzeczy wzrastają koszty ich pracy, a w ostatecznym rachunku prowadzi to do powiększania się deficytu na rynku dóbr artystycznych. Wbrew obiegowym opiniom (w każdej kampanii wyborczej kandydaci do rządu coś obiecują społeczeństwu; ostatnio 500 zł na każde dziecko i zwiększenie kwoty wolnej od podatków) rządzący nie mają żadnych pieniędzy. Dysponują przede wszystkim środkami z podatków. Zatem na sfinansowanie deficytu na rynku sztuki trzeba znaleźć jakiegoś donatora. I o dziwo, te poszukiwania – na ogół – kończyły się sukcesem, twórczość artystyczna bowiem w zasadzie od zawsze była sponsorowana i tylko w ciągu wieków zmieniały się czynniki przesądzające o jej deficytowości, a także zmieniali się donatorzy.

Kilka pojęć podstawowych

W tym miejscu jestem zobowiązany – dla jasności niniejszego wywodu – przywołać kilka podstawowych pojęć ekonomicznych. Winien jestem też wyjaśnienie, że mówiąc o rynku kultury, mam na myśli tę jego część, którą uznajemy za sztukę, oraz tę, którą określamy jako pożądaną ze społecznego punktu widzenia.

A zatem dzieło sztuki staje się towarem, jeśli posiada wartość użytkową, czyli zdolność do zaspokajania pewnych potrzeb, oraz wartość wymienną (rynkową). Jednakże doświadczenie w tym zakresie poucza nas, że co najmniej niektóre z dóbr kultury nie uzyskują w procesie wymiany takiej ceny, która uzasadniałaby poświęcanie dla ich wytworzenia i dostarczenia do konsumentów takiej ilości zasobów, jaką fak-

³ J. Surowiecki, *op. cit.*

tycznie pochłaniają. A zatem do ich wytworzenia trzeba dopłacać. Ale czy na pewno trzeba dopłacać?

Odpowiedź na to pytanie wcale nie jest tak prosta ani jednoznaczna, jakby się mogło wydawać. Badaniem ekonomicznych aspektów kultury, w tym także sztuki, uczeni zaczęli się zajmować dopiero w ostatnich dziesięcioleciach. Wyniki ich prac były często zaskakujące, ale jednocześnie przyniosły wyjaśnienie natury niektórych badanych procesów. Choć, trzeba uczciwie przyznać, stawianie – w sensie ekonomicznym – obok obrazu Picassa czy symfonii Beethovena worka kartofli lub pary butów budzi u wielu osób słabo orientujących się w zawiłościach ekonomii spore emocje, a głównie sprzeciw. No cóż, zastosowanie miar ekonomicznych w odniesieniu do sztuki może być dla wielu, zwłaszcza osób obdarzonych naturą artystyczną, cokolwiek szokujące. Nie może to jednak stanowić przeszkody dla badaczy, którzy – najogólniej rzecz ujmując – szukali w tym obszarze odpowiedzi na kluczowe pytanie: dlaczego działalność kulturalna, a przede wszystkim artystyczna wymaga, by do niej dopłacać? To pytanie należałoby sformułować nieco inaczej: dlaczego właściwie kultura, a w zasadzie sztuka nie mogą się utrzymać same?

Wspomniałem już, że z ekonomicznego punktu widzenia oznacza to, że dobra wytwarzane w sferze kultury nie mogą uzyskać na rynku takiej ceny, która pokryłaby wszystkie koszty ich wyprodukowania. Są oczywiście tacy artyści, których dzieła osiągają taką cenę, że ich działalność nie wymaga dotowania, ale stanowią oni zdecydowaną mniejszość.

W wypadku kultury (tak samo jak każdej innej działalności człowieka) koszty są dwojakiego rodzaju:

1. osobowe (w tym przypadku wynagrodzenie artystów);
2. materiałowe (wartość zużytych w procesie tworzenia narzędzi i materiałów).

Jeżeli koszty przewyższają przychody, to mamy do czynienia z deficytem. W takiej sytuacji, z ekonomicznego punktu widzenia, możliwe są dwa rozwiązania: albo należy zaprzestać takiej deficytowej działalności, albo trzeba znaleźć źródło sfinansowania deficytu, czyli sponsora.

Przepraszam Czytelników za kolokwializmy, których użyję, ale chyba nikt przy zdrowych zmysłach nie zamierza skasować działalności artystycznej jako takiej. Pozostaje nam zatem rozważyć drugą kwestię, czyli deficyt. Na ogół wymienia się cztery przyczyny deficytowości w obszarze kultury, a właściwie twórczości⁴:

1. zjawisko *Baumol's cost disease* (choroba kosztowa Baumola);
2. megagwiazdorstwo;
3. działalność oportunistów i rentierów;
4. nadmierna podaż na rynku sztuki.

⁴ B. Nierenberg, *op. cit.*, s. 22.

Baumol's cost disease

Zjawisko opisane przez Baumola dotyczy nie tylko artystów. Wykład profesora uniwersytetu dwa wieki temu trwał tyle samo, ile trwa dziś. Kelner na podanie posiłku potrzebuje tyle samo czasu dziś, co i przed laty. Przypomnijmy, że zjawisko zwane chorobą kosztową Baumola się nasila. Przy braku wzrostu wydajności pracy w obrębie sztuki i przy rosnącej presji na wyższe wynagrodzenia luka między przychodami a kosztami stale się powiększa⁵.

Rozważając zjawisko opisane przez Baumola, należy też zauważyć, że o ile ze społecznego punktu widzenia sensowne jest dopłacanie do sztuki, o tyle pozbawione takiego sensu jest dopłacanie do przemysłów kultury. Nikt przy zdrowych zmysłach nie żąda, by dotować firmy budowlane, a jednak są tacy, którym wydaje się zasadny postulat dotowania wydawnictw. Tymczasem z ekonomicznego punktu widzenia i jedne, i drugie powielają jedynie dzieła twórców.

Megagwiazdorstwo

Kolejną przyczyną konieczności dotowania kultury, określaną jako megagwiazdorstwo, wiąże się z globalizmem procesów komunikacyjnych. A globalny świat przynosi zapotrzebowanie na międzynarodowe gwiazdy, zwłaszcza w sporcie i muzyce rozrywkowej, ale nie tylko. Gdyby nie wsparcie sponsorów, niewielu z nas byłoby stać na spotkanie z takimi gwiazdami.

W maju 2014 roku byłem na koncercie José Carrerasa w Łąncucie. Przed występem odczytywano listę sponsorów. Trwało to dobrych kilkanaście minut. Publiczność była znudzona, ale miała świadomość, że bez tych dobrodziejów przyjazd Carrerasa do Łąncuta byłby niemożliwy.

Paradoksalnie, podobny problem występuje przy ochronie dziedzictwa kulturowego. Żadna placówka muzealna nie mogłaby kupić (ani nawet ubezpieczyć) obrazu wielkiego mistrza jedynie z opłat od zwiedzających. W tym przypadku rolę megagwiazd odgrywają na ogół wielcy malarze czy rzeźbiarze. Ci nieżyjący również, a może przede wszystkim.

Działalność oportunistów i rentierów

Zjawisko opisane przez Baumola dotyczy nie tylko pojedynczych twórców, ale także instytucji działających w obrębie sztuki, takich jak: teatry, opery, galerie, muzea. Podmiot kultury, który decyzyjną administracyjną jest subsydiowany (właśnie ze względu na lukę między kosztem wytworzenia produktów a popytem na nie), traci zainteresowanie ograniczeniem rozmiarów tej luki (brak bodźców dla efektywnej

⁵ *Ibidem.*

alokacji środków). Chodzi generalnie o to, że można wydawać pieniądze mniej lub bardziej sensownie. A zatem arbitralna decyzja administracyjna o wielkości przyznanej dotacji rodzi swoisty oportunizm po stronie podażowej. „Podażowej”, czyli tych, którzy oferują określone dzieła, koncerty, wystawy etc.

Większość instytucji artystycznych działa na podstawie mechanizmu, który powoduje, że podmiot obniżający koszty swojego działania automatycznie otrzymuje mniejszą dotację. Urzędnicy rozdzielający pieniądze działają według zasady: „mniej wydałeś w tym roku, mniej ci się należy w przyszłym”. W praktyce oznacza to, że zarządzający, który oszczędnie wydaje publiczne pieniądze, wychodzi na głupca, niedbającego o dochody instytucji, którą kieruje. Zabawne, ale wiele lat temu, jeszcze w czasach niesławnej komuny, ten mechanizm doskonale pokazał Stanisław Bareja w komedii *Miś*. Postawa oportunistyczna okazuje się zatem dość powszechna wśród menedżerów działających w sferze kultury. Dodatkowo na ten oportunizm nakłada się działalność tzw. poszukiwaczy renty, funkcjonujących w obszarze kultury (*rent seeking activity*). To działalność w Polsce stosunkowo młoda, którą nasi menedżerowie przejęli od swoich zachodnich kolegów. Przykładem takiego „rentierstwa” są działania rozmaitych (często niepotrzebnych) organizacji czy komisji eksperckich w rozmaitych dziedzinach kultury. Ich funkcjonowanie wydatnie powiększa lukę podażową.

Nadmierna podaż na rynku sztuki

Teza o nadmiernej podaży na rynku kultury czy sztuki jest co najmniej kontrowersyjna. Ma ona zarówno zwolenników, jak i przeciwników. Jako przyczynę nadmiernej podaży wymienia się na ogół dwa zjawiska⁶:

1. pracę za płacę niższą od kosztów alternatywnych;
2. nadmiar artystów.

Dla wielu twórców ich praca to nie tylko sposób na utrzymanie się, ale także źródło satysfakcji. Stąd skłonność do pracy za płacę niższą od kosztów alternatywnych. Tę satysfakcję artyści traktują jako rekompensatę za utracone zarobki, które mogliby uzyskać, gdyby zatrudniali się w innych działach gospodarki. Można zatem uznać, że dla wielu artystów wysokość uzyskiwanego przez nich dochodu nie stanowi bariery wyznaczającej granicę ich zaangażowania w obszarze sztuki.

W innych sektorach gospodarki płaca jest naturalną barierą ekonomiczną dla podaży. W odniesieniu do sztuki jest to teza tak samo kontrowersyjna, jak twierdzenie, że nadmierna podaż dóbr kultury jest rezultatem nadmiernej zbyt dużej liczby kształconych na koszt społeczeństwa artystów (muzyków, aktorów, malarzy, grafików itp.).

Taki sposób rozumowania, związany z „dopłacaniem do niepotrzebnych artystów”, mógłby doprowadzić nas do granicy, poza którą kończy się wolność. Współczesny świat uznaje za jedną z podstawowych norm cywilizacyjnych wybór

⁶ *Ibidem*, s. 23.

dowolnego zawodu, który człowiek chce wykonywać. Można oczywiście zachęcać, by poszczególne jednostki wybierały zawody pożądane ze społecznego punktu widzenia, ale nie można nikogo do tego zmuszać. To fundament, podstawa każdego ustroju demokratycznego. Państwo demokratyczne przez rozmaite zachęty, ułatwienia, preferencje może oddziaływać na rozmaite dziedziny życia, w tym kulturalnego. Taki rodzaj oddziaływania stanowi istotę polityki kulturalnej danego kraju. Na przykład za pomocą instrumentów politycznych Szwajcarzy starają się ugruntować swoją wielokulturowość⁷, a Francuzi wręcz odwrotnie⁸.

Podsumowanie

„Wzajemne oddziaływanie pomiędzy kulturą i gospodarką stanowi dziedzinę zarządzania kulturą” – powiada Peter Bendixen⁹. W mojej opinii jednak mierzenie wszystkich zjawisk, a zwłaszcza tych dotyczących sztuki czy szerzej twórczości (do tej zaliczam na przykład naukę), za pomocą instrumentów ekonomicznych jest błędem.

Rozwój społeczny wymaga harmonii nie tylko ciała, ale i ducha. To wręcz banalne stwierdzenie, ale nie zawsze i nie wszędzie dostatecznie uświadamiane. Zwłaszcza wśród polityków-decydentów. Warto zauważyć, że wydatki na kulturę to nie tyle koszty, co inwestycje. A to oznacza, że środki wydatkowane w tych obszarach przynoszą wymierne zyski. Dla przykładu Francuzi uznają kulturę za czynnik wzrostu gospodarczego¹⁰. Szeroko rozumiana kultura ma fundamentalne znaczenie dla gospodarki, nie tylko w sensie materialnym, ale przede wszystkim intelektualnym.

Podstawą każdej gospodarki jest proces wymiany. Św. Tomasz uważał, że wymiana sprawiedliwa opiera się na wymianie ekwiwalentów, równości tego, co się daje, z tym, co się otrzymuje (*do ut des* – „daję, abyś dawał”). Ów ekwiwalent wcale nie musi mieć wymiaru materialnego.

Wielu publicystów, a także uczonych ma pretensje do rynku, że wpływa destrukcyjnie na kulturę, że obniża wartość dzieł sztuki, że sprzyja chałturze, kiczowi, mierocie. I trudno się z tym nie zgodzić. Należy jednak pamiętać, że rynek to jedynie odzwierciedlenie ludzkich potrzeb i pragnień. Jeżeli chcemy, by ludzie mieli inne, bardziej wyrafinowane potrzeby, to konieczna jest edukacja. Postulat uczenia wrażliwości na piękno, na sztukę nie jest tylko postulatem rozmaitych pięknoduchów. Ma

⁷ B. Gierat-Bieroń (red.), *Europejskie modele polityki kulturalnej*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Instytut Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 87–88.

⁸ B. Gierat-Bieroń (red.), *Europejskie modele polityki kulturalnej (2)*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Instytut Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 137–142.

⁹ P. Bendixen, *Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2001, s. 12.

¹⁰ B. Gierat-Bieroń (red.), *Europejskie modele polityki kulturalnej...*, s. 93.

on jak najbardziej ekonomiczne uzasadnienie. Istota zagadnienia sprowadza się bowiem do tego, by wysokiej klasy dzieła artystyczne znajdowało na rynku odpowiedni popyt¹¹. W tym wypadku mówimy o popycie efektywnym, czyli takim, w którym „chcenie” ma odzwierciedlenie w kieszeniach „chcących”.

I na koniec jeszcze jedna kwestia. Kultura – podobnie jak służba zdrowia, opieka społeczna, ochrona środowiska – to dziedzina, w której aspekty ekonomiczne odgrywają istotną rolę. Jednakże tam, gdzie mamy do czynienia z misją czy służbą społeczną, trudno się kierować jedynie rachunkiem zysków i strat. Wydaje się, że znacznie lepszym miernikiem procesów zarządczych w obrębie kultury powinna być nie tyle efektywność (co się nam opłaca), ile jakość podejmowanych działań. Nie mogę się oprzeć wrażeniu, że nauka, której wyrobnikiem jest także niżej podpisany, do tego obszaru również należy.

Bibliografia

- Bendixen P., *Wprowadzenie do ekonomiki kultury i sztuki*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2001.
- Gierat-Bieroń B. (red.), *Europejskie modele polityki kulturalnej*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Instytut Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- Gierat-Bieroń B. (red.), *Europejskie modele polityki kulturalnej (2)*, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Instytut Europeistyki Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.
- Nierenberg B., *Economic Premises of Culture Management*, „Culture Management” 2009, no. 2.
- Surowiecki J., *What Ails Us*, „The New Yorker”, 7.07.2003, http://www.newyorker.com/archive/2003/07/07/030707ta_talk_surowiecki (data dostępu: 14.11.2015).

¹¹ *Ibidem*, s. 18.