

*Monika Murzyn-Kupisz\**

## **PODMIOTY NA RYNKU DZIEDZICTWA KULTUROWEGO<sup>1</sup>**

Dziedzictwo kulturowe jest obecnie często uwzględniane jako zasób rozwojowy w strategiach rozwoju, programach ochrony zabytków i rewitalizacji zarówno ze względów obligatoryjnych, jak i dzięki świadomym decyzjom ekspertów i władz publicznych różnego szczebla. Celem artykułu jest pokazanie, iż wiele różnych podmiotów jest interesariuszami zachowania i wykorzystania tego bardzo sfragmentaryzowanego zasobu. Innymi słowy, istnieją różnorodne segmenty rynku dziedzictwa i należy zauważyć wielość podmiotów sektora publicznego, prywatnego i pozarządowego na nim działających. Prawidłowe rozpoznanie oraz wzięcie pod uwagę ich oczekiwań i celów jest niezbędne, by uniknąć konfliktów, jakie rodzi współczesne wykorzystanie dziedzictwa (a przynajmniej osłabić ich siłę), a tym samym bardziej efektywnie nim zarządzać.

### **1. Dziedzictwo kulturowe jako zasób rozwojowy**

W ostatnich latach w Polsce obserwowane są znaczące przemiany w podejściu do dziedzictwa kulturowego. W miejsce postrzegania go jedynie w kategoriach kosztownych w utrzymaniu pamiątek przeszłości, sprzecznych z obecnymi wyzwaniem rozwoju, dziedzictwo zaczyna się uznawać za ważny współczesny zasób rozwojowy (Kozak 2008; Purchla 2009). Podobnie jak w innych krajach, odwołania do dziedzictwa kulturowego umieszczane są często nie tylko w dokumentach bezpośrednio z nim związanych, np. programach ochrony zabytków i opieki nad nimi, czy też w dokumentach związanych z planowaniem przestrzennym, lecz także w ogólnych strategiach rozwoju gmin i regionów (Kościelecki 2007; Murzyn-Kupisz 2010).

Współczesne funkcje, jakie może spełniać dziedzictwo w rozwoju, obejmują m.in. rolę rdzenia lub składnika różnorodnych produktów i usług, zarówno o charakterze komercyjnym, jak i niekomercyjnym, wykorzystywanie dziedzictwa jako tła dla świadczenia różnych usług oraz ważnego składnika wizerunku miejsc. Szeroko rozumiane dziedzictwo kulturowe może istotnie wpływać na jakość życia i przesądzać o atrakcyjności turystycznej, rekreacyjnej oraz inwestycyjnej danego obszaru. Potencjał dziedzictwa w tworzeniu korzyści zarówno ekonomicznych, jak i pozaekonomicznych w skali lokalnej i regionalnej został także dostrzeżony przez organizacje międzynarodowe i ich agendy, takie jak

---

\* Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.

<sup>1</sup> Tekst powstał w ramach pracy naukowej finansowanej ze środków na naukę w latach 2008–2010; grant Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego nr N N114 209634, projekt badawczy pt. „Rola dziedzictwa kulturowego w rozwoju społeczno-gospodarczym. Doświadczenia Polski doby transformacji systemowej”.

Bank Światowy. W programach wspierających rozwój i mających na celu walkę z ubóstwem zauważają one, iż zachowanie i wykorzystanie dziedzictwa kulturowego może mieć znaczący wpływ na poziom zatrudnienia oraz przychody w sektorze działalności związanych z kulturą oraz turystyką. Wskazuje się także na ważne korzyści pozaekonomiczne generowane przez dziedzictwo, takie jak: wpływ na poziom szkolnictwa i zachowanie tożsamości, a przez to oddziaływanie na spójność społeczną, rolę dziedzictwa w przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu, działaniach na rzecz rozwoju kapitału społecznego oraz stymulowaniu kreatywności (World Bank 2001). Wielowymiarowe oddziaływanie dziedzictwa kulturowego czyni je też możliwą bazą działalności gospodarczej w ramach tzw. ekonomii społecznej.

W ostatnim czasie Unia Europejska współfinansowała wiele międzynarodowych programów podejmujących zarówno z praktycznego, jak i teoretycznego punktu widzenia kwestie oddziaływania dziedzictwa kulturowego na rozwój lokalny i regionalny. Na przykład w ramach inicjatywy INTERREG IIIB CADSES realizowane były projekty HERMES – „Heritage and New Media for Sustainable Regional Development” oraz „Heritage Alive!”, a w ramach INTERREG IIIC program CULTURED – „Best Practice in the Presentation and Market Oriented Valorisation of Cultural Heritage as Instrument of Regional Development” (Allaert, Ludtke 2007). W ramach programu Komisji Europejskiej „EuropeAid” zrealizowano projekt ARCADE – „Awareness Raising on Culture and Development in Europe”. Niezwykle ciekawy pod względem naukowym był projekt ESPON 1.3.3 „Impacts of Cultural Heritage and Identity” realizowany w latach 2004–2006 w ramach Europejskiej Sieci Obserwacyjnej Rozwoju Terytorialnego i Spójności Terytorialnej, w którym starano się m.in. w sposób ilościowy przedstawić zasoby dziedzictwa i ich rozmieszczenie w przestrzeni Europy oraz stworzyć wskaźniki podaży dziedzictwa i popytu na dziedzictwo, pokazując zróżnicowanie w tym zakresie pomiędzy różnymi regionami kontynentu (Dynamo Trans-national Group 2006).

Dziedzictwo kulturowe jest potencjalnie istotnym, lecz bardzo sfragmentaryzowanym zasobem, zarówno pod względem zawartości pojęcia, jak i wielości podmiotów, które je tworzą, wykorzystują oraz konsumują (Ashworth, Graham, Tunbridge 2000; Graham, Howard 2008). Podejmując decyzje w zakresie projektów związanych z odnową, udostępnieniem oraz interpretacją dziedzictwa kulturowego na potrzeby społeczności lokalnej, usług kulturalnych, turystycznych czy rekreacyjnych oraz formułując zawierające odwołania do dziedzictwa strategie, władze publiczne wszystkich szczebli winny brać pod uwagę wiele uwag i uwag.

Po pierwsze, by dobrze określić potencjał zasobu, konieczne jest uwzględnienie rozmaitych wartości, które można uznać za dziedzictwo. Podejście do spuścizny przeszłości ewoluowało znacząco w ciągu ostatnich dwustu lat. Początkowo za istotne uważano jedynie wybrane materialne zabytki kultury narodowej. Stopniowo spektrum wartości uznanych za godne zainteresowania poszerzało się o zespoły urbanistyczne i ruralistyczne, krajobrazy kulturowe, obiekty mniejszo-

ści etnicznych, religijnych oraz dzieła z mniej odległych czasowo epok, nie tylko dzieła artystyczne, lecz także z dziedziny sztuki użytkowej oraz obiekty przemysłu i techniki. Obecnie za dziedzictwo uznaje się też wartości niematerialne takie jak: tradycje, zwyczaje i rytuały, tradycyjną działalność produkcyjną, rolniczą czy artystyczną, historyczne funkcje miejsc, ich symbolikę oraz *genius loci* (Smith 2006). W dzisiejszym rozumieniu pojęcia dziedzictwo jest więc wszechobecne, dotyczy każdej jednostki terytorialnej i stanowi pokłosie wszelkiego rodzaju działalności ludzkiej, nie tylko artystycznej. Posługując się pojęciem dziedzictwa kulturowego, w niniejszym artykule przyjęto powyższe, bardzo szerokie jego rozumienie. Jeszcze bardziej radykalne spojrzenie na dziedzictwo to zdefiniowanie go jako oparte na wytworach przeszłości dobra i usługi, które są tworzone w odpowiedzi na popyt sygnalizowany przez potencjalnych użytkowników i konsumentów. Dziedzictwem nie są w tym ujęciu wszystkie wartości z przeszłości, ale jedynie ta część spuścizny kulturowej, która spełnia dzisiejsze funkcje, jest współcześnie „dziedziczona” w sposób rzeczywisty lub symboliczny (Ashworth 1991; Smith 2006).

Po drugie, istotną kwestią jest rozpoznanie wielości podmiotów, które wpływają na dziedzictwo kulturowe, i różnorodności ich oczekiwań wobec tego, czy, w jakim celu i w jaki sposób może ono być przekształcane, wykorzystywane i interpretowane dla rozmaitych współczesnych potrzeb – komercyjnych, społecznych, politycznych czy kulturalnych (Ashworth, Graham, Tunbridge 2000). Wiedza taka może być przydatna zarówno na etapie tworzenia strategii i programów związanych z dziedzictwem kulturowym, jak i podczas ich wdrażania.

Pomimo aktualności tematu problematyka dziedzictwa kulturowego jako współczesnego zasobu rozwojowego nie znalazła dotychczas wystarczającego odzwierciedlenia w prowadzonych w Polsce pracach naukowych z dziedziny polityki i gospodarki regionalnej oraz lokalnej (Kozak 2008; Murzyn-Kupisz 2009). Brak zatem niemal zupełnie opracowań dotyczących ekonomicznych aspektów dziedzictwa, jego wartości, podmiotów działających w tej sferze i kompleksowości relacji pomiędzy nimi. W niewielu istniejących publikacjach autorzy nie wychodzą poza ogólne stwierdzenia (Purchla 2005; Kościelecki 2007; Kozak 2008), koncentrują się na kwestiach komercjalizacji dziedzictwa (Murzyn 2006), aspektach prawnych lub artystycznych i konserwatorskich. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż dziedzictwo nadal jest najczęściej postrzegane jako domena nauk humanistycznych. Jakielkolwiek rozważania pod kątem ekonomicznym prowadzono jedynie z punktu widzenia rynku turystyki lub dzieł sztuki (Białynicka-Birula 2005). Celem artykułu jest zatem przedstawienie uwarunkowań rynku dziedzictwa z punktu widzenia poszczególnych grup funkcjonujących na nim podmiotów, pokazanie powiązań pomiędzy nimi, a także wybranych wyzwań, jakie niesie współczesne wykorzystanie dziedzictwa. Rozważania te uzupełnione są w przypadku wybranych kwestii o szczegółowe przykłady dotyczące polskiego kontekstu omawianych zagadnień.

Artykuł składa się z czterech części. Po wstępie autorka przedstawia wielość podmiotów na rynku dziedzictwa oraz jego specyfikę. W kolejnej części opraco-

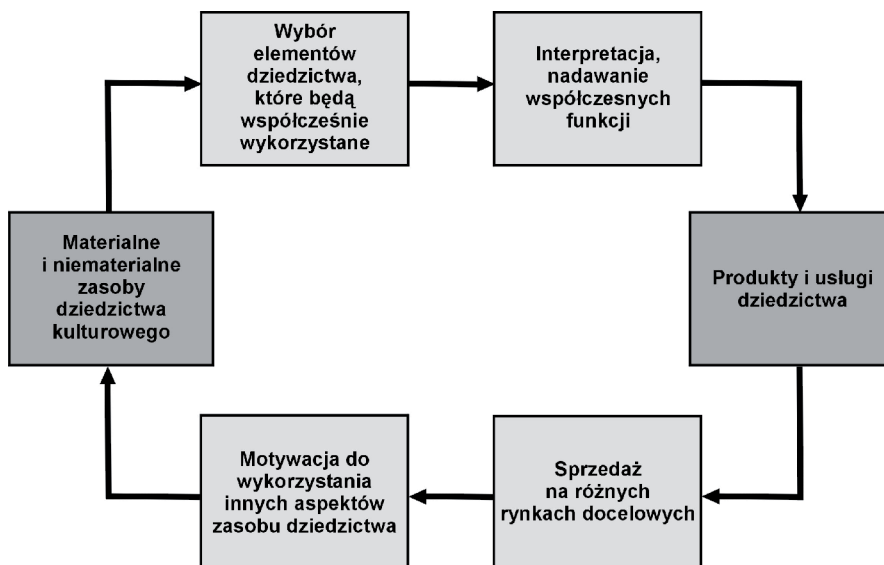
wania scharakteryzowano najważniejsze grupy tychże podmiotów, analizie poddano ich stosunek do dziedzictwa oraz warunki jego wykorzystywania. Ostatni fragment artykułu zawiera wynikające z przedstawionych rozważań wnioski przydatne dla formułowania i wdrażania publicznych strategii i programów związanych z dziedzictwem kulturowym.

## 2. Rynek dziedzictwa kulturowego

Specyfiką dziedzictwa kulturowego jako dobra na rynku jest to, iż wiele jego składników nie było wytworzonych specjalnie po to, by stać się dziedzictwem (np. przedmioty użytkowe), lecz z czasem nabrało znaczenia kulturowego (Towse 2002; Peacock, Rizzo 2008). Jest to więc stale poszerzający się, heterogeniczny zbiór dóbr wytworzonych w różnych epokach i w różnym celu. Jakkolwiek nowe składniki dziedzictwa mogą być celowo tworzone, najczęściej dziedzictwo powstaje przez odkrywanie spuścizny przeszłości i wybór z niej tego, co zostanie uznane za dziedzictwo. W transformacji jego zasobów w produkty i usługi dziedzictwa można wyróżnić kilka stadiów. Pierwszym jest rozpoznanie zasobów dziedzictwa (np. danej jednostki terytorialnej). Kolejnym – wybór godnych uwagi „obiecujących” pod względem komercyjnym, społecznym czy politycznym składników dziedzictwa, a następnie nadawanie owym wybranym składnikom spuścizny kulturowej współczesnych funkcji i ich interpretacja. W ten sposób powstają różnorodne produkty i usługi dziedzictwa, sprzedawane na różnych rynkach docelowych (ryc. 1). Jest to proces ciągły, gdyż powodzenie danego produktu czy usługi może motywować producentów dziedzictwa do ponownej analizy zasobów kulturowych, by stworzyć nowe czy też uzupełniające dotychczasową ofertę produkty i usługi.

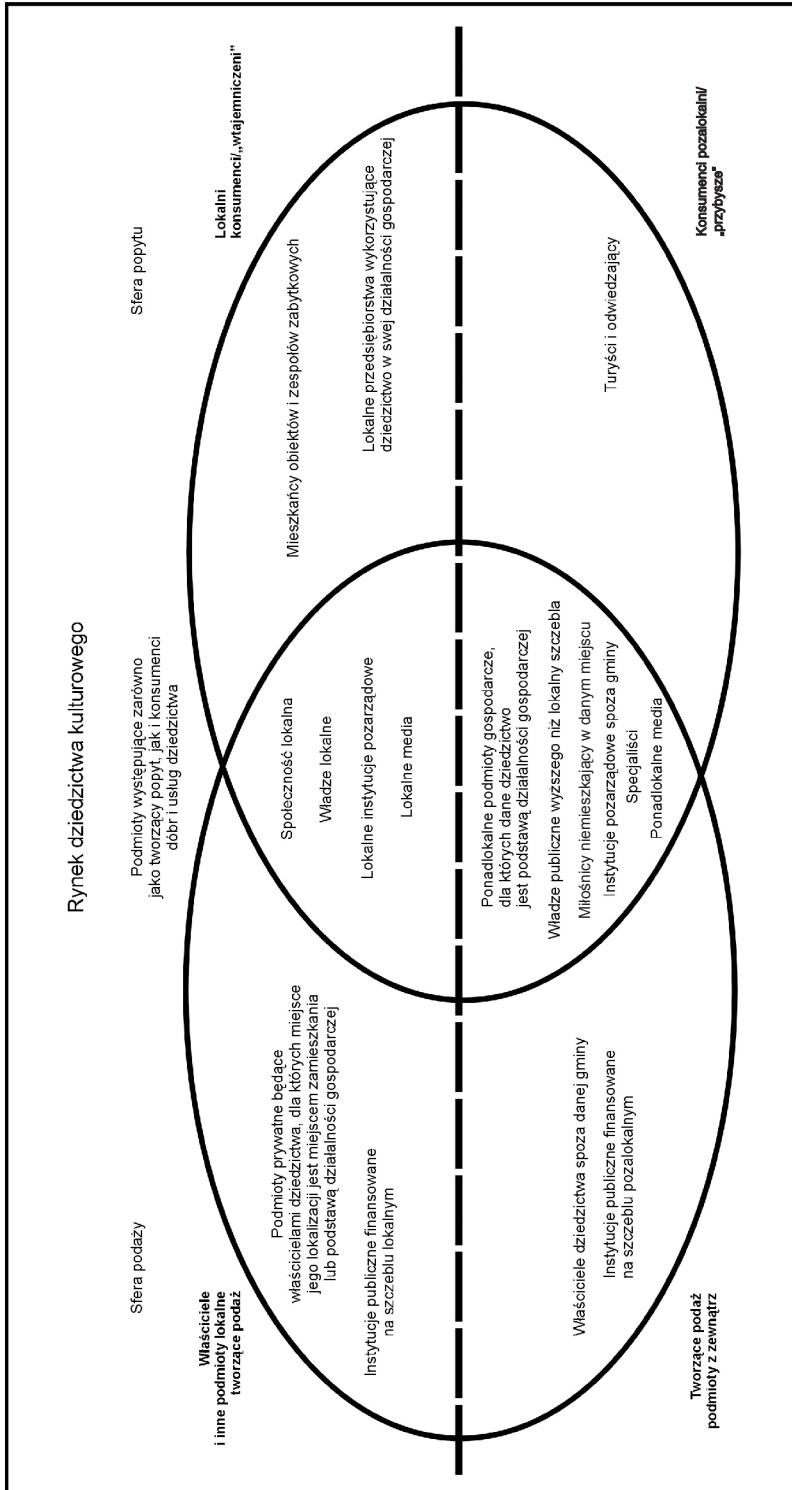
Rynek dziedzictwa kulturowego można analizować, posługując się różnymi kategoriami charakteryzującymi podaż i popyt. Podaż można m.in. opisywać, biorąc pod uwagę rozmiary istniejącej oraz potencjalnej oferty, charakterystykę oferowanych dóbr i usług dziedzictwa, główne typy podmiotów tworzących podaż i konkurencję między nimi, liczbę, strukturę własnościową i rozmieszczenie owych podmiotów w obrębie danej jednostki terytorialnej. Określając popyt, można natomiast wziąć pod uwagę obroty wybranych firm związanych z działaniami na rzecz zachowania dziedzictwa i wykorzystujących je branż, liczbę osób korzystających z ich usług, charakterystykę konsumentów czy zróżnicowanie popytu na danego typu dobra i usługi dziedzictwa na terenie różnych jednostek terytorialnych (Dynamo Trans-national Group 2006).

A. Peacock i I. Rizzo (2008, s. 7) stwierdzają, iż w przypadku dziedzictwa kulturowego: „koncepcję «rynku» można poszerzyć, by objęła wszystkie formy wymiany, w ramach których toczą się negocjacje i zawierane są umowy”. Z tej perspektywy rywalizacja pomiędzy różnymi celami, na które przeznaczane są środki publiczne, jest także grą rynkową o to, która instytucja czy projekt uzyska największe wsparcie finansowe.



Ryc. 1. Proces transformacji zasobów dziedzictwa kulturowego w dobra rynkowe  
 Źródło: Murzyn 2006, zmodyfikowane.

Kluczową kwestią jest to, jakie podmioty są interesariuszami procesu wykorzystywania dziedzictwa. P. Howard (2003, s. 104) wyróżnia sześć zasadniczych grup podmiotów wpływających na dziedzictwo zarówno jako producenci, jak i konsumenci. Są to: właściciele dziedzictwa, tzw. tutejsi lub wtajemniczeni (*insiders*) blisko związani emocjonalnie i geograficznie z miejscem, „obcy” (*outsiders*) czasowo doświadczający danego dziedzictwa, naukowcy, władze publiczne oraz publikatory. K. Pawłowska i M. Swaryczewska (2002, s. 72), patrząc z podobnej perspektywy, wymieniają dwie podstawowe grupy, tj. społeczność lokalną oraz przybyszów. W pierwszej grupie znajdują się mieszkańcy, właściciele i gospodarze, lokalni patrioci oraz przedsiębiorcy, w drugiej natomiast miłośnicy, turyści oraz specjaliści. Łącznikiem pomiędzy nimi mogą być lokalni przywódcy i władze lokalne. Opisując popyt na dziedzictwo, G. Piccinato (1999, s. 19) także wyróżnia dwie główne grupy jego konsumentów, tj. stałych mieszkańców oraz ludność napływową – użytkowników czerpiących korzyści z miejsca historycznego – usługodawców, turystów, miłośników i specjalistów. G.J. Ashworth (1991, s. 70) dzieli natomiast użytkowników dziedzictwa na celowych i przypadkowych, np. z dziedzictwa historycznego miasta może korzystać przypadkowy odwiedzający spoza regionu, przybyły do miasta w celu poznania jego zabytków turysta, mieszkaniec doświadczający dziedzictwa „mimochodem” w codziennym życiu lub też lokalny przedsiębiorca traktujący je jako źródło zarobkowania. Wreszcie to samo dziedzictwo może być jednocześnie wykorzystywane do produkcji różnych dóbr i świadczenia różnorodnych usług oraz konsumowane jednocześnie przez różne segmenty rynku.



Ryc. 2. Podmioty na rynku dziedzictwa kulturowego  
Źródło: opracowanie własne.

Inny jeszcze sposób patrzenia na podstawowe grupy podmiotów na rynku dziedzictwa to ich podział na sektor publiczny, prywatny oraz pozarządowy. Każdy z nich kieruje się odmiennymi motywacjami oraz celami. Trzeba również wziąć pod uwagę fakt, iż podmioty te funkcjonują w różnych skalach przestrzennych: lokalnej, regionalnej, krajowej i międzynarodowej w zależności od rodzaju dziedzictwa, jego renomy, statusu prawnego oraz spełnianych funkcji (Howard 2003; van der Aa 2005).

Usytuowanie poszczególnych grup podmiotów na rynku dziedzictwa podsumowuje rycina 2. Pomiędzy nimi mogą zachodzić cztery podstawowe grupy relacji rynkowych:

- 1) produkty i usługi dziedzictwa tworzone są i konsumowane lokalnie;
- 2) produkty i usługi dziedzictwa tworzone lokalnie są konsumowane przez klientów pozalokalnych;
- 3) podmioty pozalocalne produkują dobra i świadczą usługi dziedzictwa dla konsumentów lokalnych;
- 4) dziedzictwo jest zasobem wykorzystywanym przez pozalocalnych producentów, a konsumowanym przez pozalocalnych konsumentów.

Niniejsze rozważania prowadzone są przede wszystkim z punktu widzenia bezpośrednich konsumentów dziedzictwa. Warto jednak wspomnieć, iż może ono mieć wartość również dla podmiotów, które nie konsumują go bezpośrednio, lecz cenią sobie np. sam fakt jego istnienia czy też możliwości konsumpcji w przyszłości. Z tej perspektywy można zdaniem R. Towse (2002, s. 12) wyróżnić dwa podstawowe rodzaje popytu na dobra i usługi dziedzictwa:

- 1) popyt rzeczywistych konsumentów dziedzictwa, który można wyrazić w cenach. Popyt ten zmienia się w zależności od pory roku, dnia czy charakteru konsumentów, a także mody na dane miejsce czy rodzaj dziedzictwa. Może on więc być bardzo skoncentrowany przestrzennie i czasowo. Obejmuje m.in.:
  - popyt na dostęp do dziedzictwa (np. dostęp do kolekcji dzieł sztuki, konkretnych obiektów i miejsc);
  - popyt na usługi bezpośrednio związane z dziedzictwem (np. wystawiennicze, edukacyjne, przewodnickie, konserwatorskie);
  - popyt na usługi dodatkowe powiązane z dziedzictwem (np. gastronomia, transport);
- 2) popyt związany z wartościami pozaużytkowymi dziedzictwa, który nie jest wyrażony w cenach, a jego rozmiary mogą być oszacowane jedynie za pomocą metod pośrednich, np. wyceny warunkowej. Tego typu źródła popytu mogą także odzwierciedlać podatki i inne zbiorowe formy finansowania dziedzictwa. Obejmuje on:
  - popyt na zachowanie możliwości konsumpcji dziedzictwa w przyszłości;
  - popyt osób nieużytkujących bezpośrednio dziedzictwa na samo jego istnienie;
  - przewidywany współcześnie popyt przyszłych pokoleń.

Wreszcie generalna prawidłowość polega na tym, iż im bardziej dynamiczne są zmiany w otoczeniu (społecznym, gospodarczym, technologicznym), tym szyb-

ciej rośnie popyt na dziedzictwo, stąd obserwowany w ostatnich dziesięcioleciach rozwój rynku dziedzictwa na całym świecie (Lowenthal 1985), w tym w Polsce. Po stronie popytu rynek ten zmienił się znacząco w ciągu ubiegłych dwóch stuleci z rynku elitarnego, w ramach którego wąska grupa świadomych konsumentów dysponowała odpowiednimi środkami finansowymi na konsumpcję, w rynek masowy, którego konsumenci są bardzo zróżnicowani. Zróżnicowana jest ich zdolność i chęć ponoszenia kosztów konsumpcji dziedzictwa. Nie zawsze dysponują oni wystarczającym kapitałem kulturowym, by dziedzictwo „odczytywać”, a jednocześnie uważają, iż dostęp do niego jest prawem i jeśli sami nie mogą go sobie zapewnić, zadanie to winno być realizowane przez władze publiczne (Peacock, Rizzo 2008, s. 9). Po stronie podaży widoczna jest natomiast rosnąca liczba podmiotów zaangażowanych w produkcję dóbr i świadczenie usług wykorzystujących dziedzictwo, jakkolwiek ze względu na to, iż wiele z nich ma cechy dóbr publicznych, podmioty prywatne nie są skłonne zaspokoić całości wyrażanego przez konsumentów popytu.

### **3. Charakterystyka poszczególnych typów podmiotów na rynku dziedzictwa**

#### **3.1. Właściciele i posiadacze dziedzictwa**

Podmioty posiadające tytuł prawny, szczególnie do nieruchomości oraz zabytków ruchomych, są bardzo ważnymi interesariuszami na rynku dziedzictwa (Howard 2003). Mogą to być zarówno właściciele prywatni (osoby fizyczne oraz prawne), kościoły i związki wyznaniowe, jak i podmioty wywodzące się z sektora publicznego oraz pozarządowego. Szczególnie w przypadku tych pierwszych bardzo różne są powody posiadania obiektów zabytkowych. Dla jednych dziedzictwo jest rodzinną pamiątką, którą darzą sentymentem, dla innych, takich jak kolekcjonerzy i znawcy, środkiem realizacji własnych zainteresowań. Niekiedy motywacją do nabycia np. zabytkowej nieruchomości czy obiektu ruchomego jest prestiż i chęć podkreślenia pozycji społecznej. Posiadanie tego typu obiektów stymulują również często motywacje rynkowe. Nabycie historycznego budynku może być rozpatrywane w kategoriach inwestycji, czy to jako długoterminowa lokata kapitału, czy też jako nabycie dobra, dzięki któremu właściciel będzie mógł prowadzić działalność gospodarczą. Dla właścicieli wartość dziedzictwa może być więc związana zarówno z wartościami materialnymi, np. finansowa wartość dzieła sztuki, nieruchomości, wartość produktów i usług powstających dzięki dziedzictwu, jak i niematerialnymi: symbolicznymi, nostalgicznymi czy patriotycznymi. Co za tym idzie, ich stosunek do dziedzictwa może być zarówno emocjonalny, jak i racjonalny. Często motywacje te nakładają się na siebie. Przykładowo miłośnik sztuki bywa jednocześnie kolekcjonerem gromadzącym wartościową pod względem finansowym kolekcję oraz zawodowym pośrednikiem na rynku dzieł sztuki. Podobnie nabywca zabytkowego zespołu pałacowo-parkowego może traktować taki zakup jako sposób wzmocnienia pozycji spo-



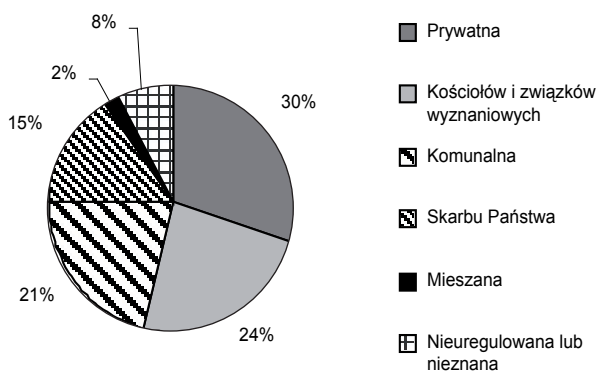
łecznej, zapewnienia sobie mieszkania oraz jako wejście w posiadanie nieruchomości w celu podjęcia komercyjnej działalności gospodarczej czy długoterminową inwestycję kapitału.

W zależności od motywacji poszczególnych właścicieli różny może być także ich stosunek do ochrony dziedzictwa. Ich celem może być zachowanie jego wyjątkowych wartości artystycznych czy historycznych albo – wręcz przeciwnie – będą nieczuli na kwestie utrzymania go w dobrym stanie, np. jeśli nabyli obiekt zabytkowy w celach spekulacyjnych, a nie w celu odnowienia go i zagospodarowania. W zależności od planowanej w obiekcie nieruchomym funkcji celem będzie odpłatne lub nieodpłatne udostępnienie go albo zapewnienie sobie prywatności i uniemożliwienie innym kontaktu z obiektem, jeśli obiekt zabytkowy funkcjonuje jako prywatna rezydencja. Natomiast instytucje publiczne lub pozarządowe będące właścicielami dziedzictwa z reguły dążą do udostępniania obiektów zabytkowych szerokiej publiczności, mogą traktować ich odnowę jako cel sam w sobie, inwestycję szczególnego typu wspomagającą rozwój danego obszaru lub też umożliwiającą realizację innych celów, np. społecznych czy edukacyjnych. W zależności od rodzaju właściciela i zamierzonej funkcji różny będzie także stopień zamierzonej ingerencji w obiekt.

Oznacza to, iż może powstawać istotna sprzeczność między postrzeganiem dziedzictwa kulturowego w kategoriach dobra publicznego, społecznie pożądanego, i dobra prywatnego. Przykładowo z punktu widzenia interesu społecznego najcenniejsze pod względem artystycznym i historycznym obiekty nieruchome winny być chronione z mocy prawa, a ich użytkowanie i przekształcanie kontrolowane przez organy administracji publicznej, m.in. przez wpis do rejestru zabytków. Tego typu restrykcje w dysponowaniu nieruchomościami mogą być jednak postrzegane przez właścicieli jako ograniczające prawo własności, a także zaburzające działanie mechanizmów rynkowych, m.in. wydłużające proces inwestycji w obiekt zabytkowy i czyniące go bardziej kosztownym. Podobnie umożliwianie dostępu do obiektu może być społecznie pożądanym, lecz niechcianym lub z ekonomicznego punktu widzenia nieopłacalnym dla właściciela.

By pokazać, jak istotne są kwestie własnościowe w przypadku dziedzictwa kulturowego i tworzenia publicznych strategii z nim związanych, wystarczy spojrzeć na dane statystyczne dotyczące własności obiektów zabytkowych w Polsce<sup>2</sup>. W 2004 r. spośród ogółu obiektów nieruchomych wpisanych do rejestru zabytków najwięcej (30%) było własnością prywatną, a prawie 1/4 własnością Kościołów i związków wyznaniowych. 21% obiektów stanowiło własność komunalną, a 15% należało do Skarbu Państwa, jakkolwiek ze względu na postępujący proces prywatyzacji udział własności publicznej stale się zmniejsza (ryc. 3).

<sup>2</sup> Cytowane dane pochodzą z 2004 r., gdyż brak jest bardziej aktualnych. Opiera się na nich większość ostatnich opracowań, m.in.: Purchla 2009.



Ryc. 3. Własność zabytkowych obiektów nieruchomości wpisanych do rejestru zabytków w Polsce, stan na 31 grudnia 2004 r.\*

\* z wyłączeniem obiektów wielkoobszarowych, archeologicznych, przeniesionych do skansenu oraz nieistniejących

Źródło: KOBIDZ 2005.

### 3.2. Społeczność lokalna

Drugą istotną i równie niejednorodną grupę stanowią tzw. wtajemniczeni, osoby mające bliskie związki z danym dziedzictwem, „odczytujące” i znające je dzięki częstemu lub długoterminowemu bezpośredniemu doświadczeniu. Jest to szeroko rozumiana społeczność lokalna, w tym „zasiedziali” mieszkańcy obiektów i dzielnic zabytkowych, członkowie lokalnych stowarzyszeń, lokalni patrioci, miłośnicy i użytkownicy dziedzictwa, którzy uznają je za własne, a także za ważny aspekt swej tożsamości. Kładą oni najczęściej duży nacisk na niematerialne aspekty dziedzictwa – zwyczaje, tradycje, funkcje zabytków. Nazwy, symbolika, przeznaczenie czy tradycje z nim związane są dla nich oczywiste. Dostęp do dziedzictwa jest bardzo istotny, ale często chcieliby również uniemożliwić dostęp osobom spoza społeczności lokalnej. Nierzadko nieistotna (a wręcz niepotrzebna) jest też dla tej grupy jakakolwiek formalna interpretacja dziedzictwa (np. w postaci tablic informacyjnych). To „ich” miejsce, a więc sami odczytują swoje dziedzictwo, najczęściej dysponując wiedzą o nim przekazywaną ustnie z pokolenia na pokolenie lub pasjonując się nim, pozyskują taką wiedzę na własną rękę. Ich stosunek do dziedzictwa jest bardzo często emocjonalny i sentymentalny, uważają, iż owa wiedza daje im prawo do dysponowania nim i użytkowania go, nawet jeśli nie są jego prawnymi właścicielami (Howard 2003, s. 113–122).

Opisywane zjawisko może rodzić rozmaite konflikty w odniesieniu do dziedzictwa. Przykładowo komercjalizacja obiektu zabytkowego przez jego prawowitego właściciela, powiązana z uniemożliwieniem nieodpłatnego dostępu do niego, może się spotkać z niezrozumieniem i dużymi protestami społeczności lokalnej, która np. uważa, iż skoro od dziesięcioleci park przypałacowy był dla niej dostępny, to tak winno pozostać. Społeczność lokalna może nie być zainte-

resowana pokazywaniem swego dziedzictwa turystom i traktować ich jako intruzów wbrew strategiom rozwoju turystyki realizowanym przez władze publiczne. Lokalna społeczność i inni „wtajemniczeni” mogą także uważać, iż długotrwały kontakt i emocjonalny stosunek do obiektu dają im prawo do samodzielnego decydowania o jego losach. Zewnętrzni eksperci czy władze publiczne nie powinni im zatem niczego narzucać. Niekiedy to, co społeczność lokalna traktuje jako istotny aspekt swego dziedzictwa, nie jest uznane za dziedzictwo przez władze publiczne czy specjalistów. I odwrotnie, obiekty, które są rozpoznane jako dziedzictwo przez ekspertów, dla społeczności lokalnej mogą nie mieć żadnej wartości, a wręcz nie być akceptowane. Będzie ona raczej skłonna wymazać je z krajobrazu i z pamięci<sup>3</sup>. Przykładowo to, co dla turysty i eksperta może być malowniczym dziedzictwem prowincji (np. drewniane chałupy pokryte strzechą), w oczach mieszkańca może stanowić niechciane świadectwo zacofania, którego należy się pozbyć. Stosunek społeczności lokalnej do dziedzictwa może także ewoluować i zmieniać się w czasie. Na przykład reakcją na zaprzestanie działalności przemysłowej w wielu miejscach tradycyjnego przemysłu w Polsce, podobnie jak w innych krajach, była początkowo chęć zupełnego wymazania przemysłowej przeszłości z krajobrazu, gdyż nawiązywała ona do negatywnego wizerunku tych miast (Short et al. 1993). Obecnie obserwuje się jednak rosnącą akceptację takiej tradycji jako ważnego elementu tożsamości wielu miejsc, czego pokłosiem są zarówno publiczne, jak i społeczne inicjatywy gromadzenia pamiątek i zachowania materialnych śladów owej przeszłości. Podobnie rośnie zainteresowanie dziedzictwem kultury żydowskiej, a wiele gmin odkrywa ten zapomniany aspekt swojego dziedzictwa zarówno z przyczyn kulturowych, jak i ekonomicznych (Murzyn-Kupisz, Purchla 2008).

W obrębie społeczności lokalnej także mogą powstawać rozliczne konflikty związane ze stosunkiem do zachowania i wykorzystania dziedzictwa. Niektórzy jej członkowie będą preferowali pozostawienie statusu *sacrum* i tradycyjnych funkcji, inni będą liczyć na zyski, np. z komercjalizacji danego typu dziedzictwa, nadania mu nowych funkcji lub nowej interpretacji. Dotyczy to zarówno dziedzictwa materialnego, np. udostępniania wnętrz sakralnych na potrzeby turystów, jak i niematerialnego, np. tradycji rzemieślniczych. Przykładem może być konflikt pomiędzy koronczarkami w Koniakowie dotyczący tego, jakie zastosowanie mogą mieć produkowane przez nie koronki: czy służyć jedynie jako tradycyjne elementy dekoracji wnętrz, czy też przybierać również formę luksusowej bielizny.

### 3.3. Władze i administracja publiczna

Istotna rola władz publicznych różnego szczebla jako grupy podmiotów na rynku dziedzictwa wynika z faktu, iż są one właścicielami wielu obiektów, miejsc

<sup>3</sup> Dotyczy to np. obiektów i miejsc upamiętniających inne niż dzisiaj zamieszkujące dane terytorium grupy etniczne czy religijne lub przypominających o niechlubnych wydarzeniach historycznych. Zob. Traba 2006.

zabytkowych i instytucji dziedzictwa, zapewniają ich utrzymanie oraz dofinansowują odnowę obiektów prywatnych, ponadto wpływają na rynek poprzez regulacje prawne i mają czuwać nad zagospodarowaniem przestrzennym podległych im obszarów. Władze publiczne mogą również sięgać do motywacji fiskalnych, np. ulg podatkowych, wpływając w ten sposób na działania podejmowane przez podmioty prywatne (Schuster, de Monchaux 1997; Throsby 2001, s. 88–89). Podmioty sektora publicznego często podejmują działania na rzecz promocji dziedzictwa jako składnika tożsamości, produktu turystycznego czy rozrywkowego, są też aktywne w sferze edukacji. Warto także wspomnieć, iż w przypadku tej grupy podmiotów dbałość o dziedzictwo jest w dużej mierze obligatoryjna, np. w Polsce wynika z zadań nałożonych na poszczególne szczeble władzy przez konstytucję i ustawy.

W odniesieniu do tej grupy interesariuszy istotnych jest kilka spraw. Po pierwsze, tradycyjnie dla podmiotów publicznych ważne są kwestie prestiżu i legitymizacji władzy poprzez dziedzictwo kulturowe, np. pokazania, iż istnieją wyraźne historyczne przesłanki, by dany obszar przynależał do danej grupy etnicznej czy narodowej, a dzisiejsze władze mają prawo moralne do władztwa nad nim. Po drugie, w ostatnich latach władze publiczne coraz bardziej dostrzegają ekonomiczny wymiar dziedzictwa jako czynnika rozwoju społeczno-gospodarczego, w tym promocji jednostek terytorialnych, przyciągania inwestorów, turystów, a także nowych mieszkańców (Kościelecki 2007; Murzyn-Kupisz 2010). Wreszcie różne poziomy władzy mogą konkurować ze sobą, promując różne aspekty dziedzictwa. Władze poziomu centralnego mogą, choć nie muszą, być ukierunkowane raczej na tworzenie jednorodnego wizerunku kraju, władze regionalne czy lokalne – poszukiwać tych elementów dziedzictwa, które świadczą o regionalnej czy lokalnej odrębności.

Najczęściej władze publiczne chciałyby udostępniać obiekty dziedzictwa szerokiemu gronu podmiotów, zarówno społeczności lokalnej, jak i przybyszom. Z przyczyn politycznych i ze względu na ograniczone środki finansowe zmuszone są jednak robić to selektywnie, wybierając te elementy dziedzictwa, które zostaną uznane za priorytetowe pod względem promocji, finansowania i udostępniania. W zależności od tego, jaka partia polityczna znajdzie się u władzy, oraz od osobowości liderów danego szczebla, dziedzictwo może być bardziej lub mniej istotnym aspektem polityki kulturalnej danej jednostki terytorialnej. Z kolei zależnie od modelu przyjętej polityki publicznej władze lokalne mogą kłaść większy nacisk na udostępnianie dziedzictwa społeczności lokalnej lub też na tworzenie na jego bazie oferty dla przybyszów. Z przyczyn praktycznych wszystkie szczeble władzy często kładą większy nacisk na dziedzictwo materialne, jakkolwiek może też zachodzić proces odwrotny, tj. negocjowania istniejącego dziedzictwa materialnego i chęci tworzenia nowych obiektów lub rekonstruowania zapomnianych tradycji. Jak wcześniej wspomniano, kierunki polityki wobec dziedzictwa proponowanej przez władze publiczne mogą być akceptowane, ale także odrzucone przez społeczność lokalną i prywatnych właścicieli. Niejednokrotnie władze publiczne biorą także bezpośredni udział w komercyjnej wymianie handlo-

wej związanej z dziedzictwem, np. nabywając obiekty do kolekcji muzealnych, dzięki inwestycjom infrastrukturalnym mogą natomiast umożliwiać i ułatwiać dostęp do dziedzictwa.

### 3.4. Podmioty pozalokalne

Użytkownikami dziedzictwa jest wiele podmiotów pozalokalnych; wśród nich można wyróżnić m.in. turystów i wycieczkowiczów różnego typu (np. grupowych i indywidualnych, masowych i kulturowych, znawców oraz szkolne grupy edukacyjne), a także obsługujące ich pozalokalne przedsiębiorstwa. Wspólna jest dla nich potrzeba czasowego dostępu do dziedzictwa oraz jego interpretacji. Każda z tych podgrup oczekuje jednak innych doznań i innej prezentacji dziedzictwa. Różnorodne potrzeby „przybyszów” związane z dziedzictwem mogą nie tylko być sprzeczne z potrzebami społeczności lokalnej czy właścicieli (np. potrzeba prywatności i spokoju a potrzeba rozrywki i zwiedzania), lecz także różnią się znacząco w zależności od danej grupy przybyszów. Innego typu prezentacja wymagana jest dla szkolnych grup edukacyjnych, które trzeba zachęcić do poznawania dziedzictwa w sposób łączący zabawę z edukacją (*edutainment*), inna zaś dla wycieczkowiczów, którzy z własnej woli odwiedzają dane miejsce, odmienne w zależności od uwarunkowań demograficznych, np. rodziny z dziećmi, osoby starsze.

Produkty i usługi związane z tym samym dziedzictwem mogą być jednocześnie sprzedawane różnym segmentom rynku turystycznego, dla różnych segmentów ważne będą inne aspekty owych produktów. Jakkolwiek z jednej strony w dobie globalizacji widoczna jest pewna homogenizacja konsumpcji dziedzictwa, wśród turystów nadal wyraźne jest też zróżnicowanie potrzeb w zależności od tego, czy są to turyści krajowi, czy zagraniczni. Turyści krajowi często poszukują potwierdzenia wyjątkowości swego narodu bądź kontaktu z dziedzictwem stanowiącym istotny składnik tożsamości narodowej, a więc najczęściej możliwości obcowania z dziedzictwem, o którym już wiedzą i z którym przynajmniej częściowo się utożsamiają. Turyści zagraniczni mogą tropić ślady wpływu ich kultury na kulturę danego kraju, poszukiwać własnych korzeni czy też „egzotycznego” dziedzictwa, jakiego nie mają w swoim kraju. Przykładowo inne aspekty dziedzictwa kulturowego Krakowa mogą być istotne dla grup krajowych, inne dla grup polonijnych, inne dla przybyszów z krajów, których kultura wywarła duży wpływ na krajobraz kulturowy stolicy Małopolski (np. Włoch, Austrii czy Izraela), inne jeszcze dla nacji nieposiadających silniejszych związków kulturowych z miejscem, lecz poszukujących możliwości rozrywki czy też doświadczenia egzotycznego dziedzictwa (np. popularność wycieczek po socjalistycznej Nowej Hucie wśród turystów brytyjskich).

P. Howard (2003, s. 127–128) zwraca uwagę na specyficzny typ przybysza, jakim są pielgrzymi. Niektóre z ich potrzeb związanych z dziedzictwem są zbieżne z potrzebami turystów kulturowych czy rekreacyjnych (np. infrastruktura towarzysząca, dostępność obiektów dziedzictwa), inne natomiast zupełnie odmienne. Pielgrzymi nie oczekują bowiem interpretacji dziedzictwa, a jeśli tak – to specy-

ficznej, z religijnego punktu widzenia. Ich celem nie są z reguły doznania estetyczne czy rozrywkowe, lecz duchowe. Ważna jest dla nich atmosfera miejsca, która ma sprzyjać religijnej kontemplacji, typowi turyści zaś często ją zakłócają.

Odrębną grupą są koneserzy, którzy często oczekują preferencyjnego traktowania w miejscach dziedzictwa, chcieliby dłużej obcować z obiektami zabytkowymi niż standardowa wycieczka i albo nie życzą sobie standardowej interpretacji w ogóle, albo wymagają interpretacji pogłębionej, specjalistycznej, przez co wyższe mogą być koszty ich obsługi, choć możliwe jest także tworzenie dla nich oferty z wyższej półki (np. zwiedzanie galerii sztuki nocą przy lampce wina). Oczywiście możliwe jest płynne przejście pomiędzy różnymi grupami przybyszów. Młody turysta podróżujący w szkolnej grupie edukacyjnej może być równie dociekliwy jak koneser, pielgrzym przeistacza się często w turystę, a turysta, doznając wrażeń duchowych, w pielgrzymia. Czasem przybysz ma także poczucie bycia „wtajemniczonym”, odczuwa bliskie emocjonalne związki z miejscem z racji rodzinnych korzeni (np. dziedzictwo dawnych Kresów dla potomków osób stamtąd pochodzących).

Polem konfliktów między społecznością lokalną a przybyszami może także być fakt, iż często podmioty komercyjne z zewnątrz, np. organizatorzy turystyki, sprzedają usługi wykorzystujące lokalne dziedzictwo, nie ponosząc kosztów jego utrzymania, a więc duża część przychodów generowanych przez lokalne dziedzictwo jest osiągana pozalokalnie, podczas gdy koszty – ponoszone głównie lokalnie. Z kolei podmioty zewnętrzne działające na rynku ponadlokalnym mogą być bardziej skuteczne w wypromowaniu dziedzictwa danego miejsca, przyciągając do niego odwiedzających, co może przynosić znaczące korzyści w skali lokalnej. Innym problemem jest traktowanie przez przybyszów społeczności lokalnej jedynie jako „żywej” części dziedzictwa miejsca, która winna być oglądana jako swoista atrakcja turystyczna, a więc także zachowywać się w sposób potwierdzający „historyczny charakter” miejsca zamieszkania. Jedne grupy przybyszów będą oczekiwały zapoznania z podstawowymi aspektami dziedzictwa w sposób uproszczony i poprzez stereotypy (co może wzbudzić niechęć społeczności lokalnej), inne przekazania dogłębnej wiedzy, co może z kolei zaskarbić im życzliwość społeczności lokalnej, ale także być uznane za zachowanie natrętne.

### 3.5. Naukowcy i specjaliści

Ta grupa podmiotów, najczęściej pozalokalnych, odgrywa bardzo ważną rolę w tworzeniu podaży dziedzictwa, a także stymulowaniu popytu na nie. To właśnie badacze i specjaliści często „odkrywają” nowe aspekty dziedzictwa, uzasadniają, dlaczego są one godne poznania i ochrony. Pośrednio to dzięki nim stale poszerza się więc podaż dóbr i usług dziedzictwa (Peacock, Rizzo 2008, s. 9). Zainteresowanie nowym typem dziedzictwa zazwyczaj rozpoczyna niewielka garstka miłośników i specjalistów, dopiero potem zdobywa ono ogólne uznanie. Przykładem może być odkrycie wartości architektury XIX w. w latach 70. ubiegłego wieku czy obserwowane dzisiaj odkrywanie architektury modernistycznej,

a także wyjątkowości dziedzictwa przemysłowego. Jak wspomniano, niekoniecznie społeczność lokalna, lokalni decydenci czy właściciele dziedzictwa muszą zgadzać się z opinią ekspertów, co powoduje istotne konflikty dotyczące chęci jego zachowania i stopnia ingerencji w dane obiekty. Specyfiką specjalistów jako grupy, podobnie jak „wtajemniczonych”, jest także to, iż jakkolwiek najczęściej nie są prawnymi właścicielami dziedzictwa, uważają, że są najbardziej uprawnieni do decydowania o nim. Sądzą, iż z racji pierwszeństwa w dostrzeżeniu wartości dziedzictwa i wiedzy o nim to do nich ono „przynależy”.

Z kolei ze względu na wspomniany brak tytułu prawnego do dziedzictwa oraz brak środków finansowych grupa ta odgrywa raczej rolę doradczą i opinio-twórczą. Dla specjalistów podstawowe będą sprawy często nieistotne dla innych grup konsumentów i producentów dziedzictwa, takie jak kwestie autentyczności obiektów i artefaktów, prawidłowego procesu konserwacji, prymat wartości artystycznej i historycznej nad użytkową. Jeśli chodzi o interpretację dziedzictwa, to właśnie specjaliści są często jej głównymi twórcami. Dla nich samych taka interpretacja jest niepotrzebna, odczytują bowiem dziedzictwo sami. Podobnie nieistotna jest dla nich często kwestia udostępnienia dziedzictwa szerszej publiczności. Będą usatysfakcjonowani, jeśli będzie ono dostępne do badań naukowych, a nierzadko powiedzą się za zakazem dostępu do niego dla innych grup.

### 3.6. Publikatory

Szeroko rozumiane media, w tym prasa, radio, telewizja, film oraz portale internetowe, w coraz większym stopniu stają się ważną grupą podmiotów na rynku dziedzictwa. Mogą przyczyniać się do znaczącego wzrostu popularności danego dziedzictwa, mają możliwość interpretacji dziedzictwa dla bardzo szerokiej widowni zarówno specjalistycznej, jak i przypadkowej, często inspirują nowe produkty i usługi w tym zakresie. Celem mediów może być prezentacja dziedzictwa jako takiego, jednak nie wolno zapominać, iż równie istotna jest dla nich „medialność”, a więc możliwość odpowiedniego pokazania dziedzictwa widowni. Media będą więc miały predylekcję do poszukiwania miejsc wyjątkowych, malowniczych, które ładnie wyglądają na zdjęciu lub w kadrze filmowym, lub wręcz przeciwnie – „szokujących” brzydota. Mogą natomiast w swym przekazie pomijać te aspekty dziedzictwa, które nie pasują do ich wizji danego miejsca czy społeczności. Autentyczność formy czy prawda historyczna nie zawsze będą najważniejszym czynnikiem wpływającym na sposób pokazania dziedzictwa przez media. Czasem, podobnie jak firmy turystyczne, media będą poszukiwały łatwego do przekazania stereotypu i posługiwały się uproszczeniami. Internet jest natomiast medium odkrywania i interpretacji dziedzictwa dostępnym dla wszystkich grup podmiotów na rynku dziedzictwa. To samo dziedzictwo może być i chętnie jest odczytywane i prezentowane w Internecie w bardzo rozmaity, niekoniecznie spójny sposób, przez różnych interesariuszy.

Przykładów dużego i często znacznie bardziej skutecznego od jakichkolwiek wysiłków władz publicznych czy specjalistów wpływu mediów na rynek dzie-

dzictwa jest wiele. W kontekście polskim wystarczy wspomnieć o wpływie przekazu filmowego i telewizyjnego na popularność wybranych obiektów i miejsc historycznych, np. rozwój turystyki śladami Holocaustu oraz żydowskiego dziedzictwa kulturowego na krakowskim Kazimierzu po wejściu na ekrany filmu *Lista Schindlera* czy utożsamianie zamku Czocho na Dolnym Śląsku z filmami takimi jak *Twierdza szyfrów* bądź *Wiedźmin*. Obserwowany w ostatnim czasie wzrost popularności Starego Miasta w Sandomierzu może ono zawdzięczać głównie temu, iż jest tłem popularnego serialu telewizyjnego *Ojciec Mateusz*, oglądanego przez liczącą średnio 6 milionów widzów. Prasa także kreuje zainteresowanie dziedzictwem. Wystarczy wspomnieć o działalności *Gazety Wyborczej*: inicjującej dyskusje nad zachowaniem przestrzeni kulturowej poszczególnych miast, popularyzującej i odkrywającej mniej znane aspekty dziedzictwa przez organizowanie wycieczek i wydawanie tzw. *Spacerowników* czy druk serii dodatków prasowych na temat bardzo różnorodnych aspektów dziedzictwa kulturowego miast i regionów, np. serie „Zachwyty Małopolską” czy „Śląskie skarby”.

### 3.7. Organizacje pozarządowe

Jakkolwiek organizacje pozarządowe mogą pełnić funkcję zarówno właściciela, „wtajemniczonego”, jak i przybysza, zarówno producenta, jak i konsumenta dziedzictwa, ich wyodrębnienie jako osobnej grupy podmiotów na rynku dziedzictwa wydaje się celowe (Towse 2002, s. 15–16). W wielu krajach to właśnie organizacje pozarządowe znalazły się w awangardzie działań na rzecz zachowania obiektów zabytkowych i do dzisiaj odgrywają w tej dziedzinie kluczową rolę (np. National Trust w Anglii). Również w Polsce, zanim po odzyskaniu niepodległości w 1918 r. powstały zręby państwowej administracji konserwatorskiej, o zabytki, ich zachowanie i dokumentowanie z powodzeniem dbały instytucje pozarządowe (Frycz 1975). Po 1989 r. w Polsce rośnie rola organizacji pozarządowych w działaniach na rzecz zachowania, promocji, a także współczesnego wykorzystania dziedzictwa.

W styczniu 2010 r. prawie 1/3 organizacji pozarządowych działających w Polsce odnotowanych przez stowarzyszenie Klon-Jawor (tj. 48 633 instytucje) wskazywała na pole „Nauka, kultura, edukacja i wychowanie” jako obszar działania, w tym 2,6% organizacji (3843) deklarowało chęć „podtrzymywania tradycji narodowej, rozwój świadomości narodowej, obywatelskiej i kulturowej”, natomiast 9,1% – działania w sferze „kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i tradycji” (13 462)<sup>4</sup>. Spośród 7357 organizacji pożytku publicznego uprawnionych w 2010 r. do otrzymania 1% podatku dochodowego za 2009 r. prawie 2/3 wskazuje na szeroko rozumianą kulturę jako pole swej działalności, w tym 42% deklaruje działalność na rzecz „podtrzymywania tradycji narodowej, rozwoju świadomości narodowej, obywatelskiej i kulturowej” lub w sferze „kultura, sztuka, ochrona dóbr kultury i tradycji”. Często ochrona tradycji czy działania na rzecz

<sup>4</sup> <http://bazy.ngo.pl/search/info.asp?id=78874&p=polaDzialan>.



zachowania materialnego dziedzictwa kulturowego są jedną z wielu sfer działalności organizacji realizujących inne podstawowe cele statutowe, np. ochrony zdrowia, resocjalizacji, promocji rozwoju lokalnego, integracji społecznej, edukacji czy działalności naukowej.

Równocześnie stosunkowo wiele organizacji pożytku publicznego wyraźnie wskazuje na dziedzictwo jako główny cel działalności. W styczniu 2010 r. w Polsce działało ponad 150 takich organizacji. Mogą to być organizacje pozarządowe zajmujące się konkretną nieruchomością (np. świątynią, pałacem, cmentarzem), elementem ich wyposażenia (np. organami), obiektem małej architektury (np. fontanną), działające na rzecz danej instytucji kultury (np. muzeum), za swój cel stawiające ogólne działania na rzecz dziedzictwa danej dzielnicy lub miejscowości lub też koncentrujące się na danym typie dziedzictwa (np. przemysłowe, kolejowe, kultury żydowskiej). Mogą także kłaść nacisk na walory konkretnego obszaru, np. Fundacja „Doliny Pałaców i Ogrodów Kotliny Jeleniogórskiej”, wrocławska Fundacja „Dzielnica wzajemnego szacunku czterech wyznań”, promować pamięć konkretnego wydarzenia historycznego, np. Powstania Warszawskiego 1944, lub koncentrować się na odkrywaniu wielokulturowości dziedzictwa regionu, np. „Wspólnota Kulturowa Borussia”, Fundacja „Pogranicze”.

#### 4. Spostrzeżenia końcowe

Spuścizna przeszłości jest obecnie chętnie przekształcana i użytkowana przez różne podmioty kierujące się motywacjami o charakterze ekonomicznym, społecznym, politycznym, kulturowym czy estetycznym. Ta sama grupa podmiotów może tworzyć podaż pewnych dóbr i usług dziedzictwa, a jednocześnie konsumować inne (ryc. 2). To samo dziedzictwo może być wykorzystywane i konsumowane przez różne grupy podmiotów jednocześnie do różnych, potencjalnie sprzecznych ze sobą celów. Może ono stać się tym samym w równym stopniu polem współpracy, jak konfliktów. Poszczególne podmioty na rynku dziedzictwa charakteryzują się bowiem odmiennym stosunkiem do ważnych aspektów debaty o dziedzictwie, tj. sposobów, możliwości i granic jego wykorzystania oraz interpretacji, m.in. kwestii autentyczności tkanki, spełnianych funkcji, potrzeby interpretacji dziedzictwa lub też pozostawienia go do samodzielnego odczytywania, uznania za symbol i *sacrum* lub za *profanum* wykorzystywane w codziennym życiu bądź dla celów komercyjnych czy edukacyjnych, uznania dziedzictwa za prywatne, lokalne lub publiczne. Co za tym idzie, różnią się także spojrzeniem na kwestie udostępniania dziedzictwa, wysokości kosztów owego dostępu i tego, kto winien je ponosić, wreszcie podejściem do kluczowej kwestii: uznania czy dany obiekt lub wartość niematerialna są dziedzictwem, czy też nie, oraz stopniem jego akceptacji. Wykorzystując dziedzictwo, dążą one do realizacji różnych celów, np. zachowania tożsamości, legitymizacji władzy, budowania postaw patriotycznych, osiągnięcia zysku dzięki sprzedaży komercyjnych dóbr i usług, stworzenia wygodnej przestrzeni prywatnej, podniesienia prestiżu, promocji obszaru, rozrywki czy naukowego poznania.

Powodzenie wielu przedsięwzięć związanych z dziedzictwem kulturowym zależy od podjęcia dialogu i współpracy z innymi niż instytucje publiczne uczestnikami procesu zarządzania dziedzictwem. Niezbędne jest także wzięcie pod uwagę wielości kontekstów funkcjonowania dziedzictwa, oprócz czysto artystycznych i konserwatorskich oraz ekonomicznych uwarunkowań uwzględniające kontekst polityczny, własnościowy, etniczny, religijny. Formułując na różnych szczeblach strategię oraz wdrażając konkretne projekty, władze publiczne winny zatem przede wszystkim starać się prawidłowo rozpoznać wielość podmiotów funkcjonujących na rynku dziedzictwa w ramach gospodarki rynkowej, jego potencjalnych i rzeczywistych konsumentów i producentów, ich motywacje, cele, potrzeby. Analiza taka jest zresztą niezbędna także w przypadku organizacji pozarządowych oraz prywatnych przedsiębiorców podejmujących działania komercyjne, jeśli realizowane przez nie przedsięwzięcia związane z dziedzictwem kulturowym mają przynieść sukces<sup>5</sup>.

Wykorzystanie dziedzictwa jest powiązane z wieloma ważnymi dylematami natury etycznej. Jednym z nich, z którym w dobie decentralizacji podejmowania decyzji nieuchronnie stykają się władze publiczne, jest pytanie o to, do kogo należy dziedzictwo, kto ma prawo je wykorzystywać i decydować o nim. Czy prawo takie mają jedynie właściciele, dokonujący „namaszczenia” dziedzictwa eksperci, czy także społeczność lokalna, a nawet wybrani „przybysze”? Czy w działaniach na rzecz dziedzictwa podejmowanych przez instytucje publiczne uwzględniane są wszystkie grupy społeczne i etniczne z danego obszaru, dawne i dzisiejsze, czy też pewne grupy pozostają wyłączone z konsumpcji albo też ich dziedzictwo jest pomijane? Tworzenie jakich dóbr i usług dziedzictwa winno być wspierane ze środków publicznych? Pytanie to oznacza dylemat między uznaniem za priorytetowe dziedzictwa lokalnego lub narodowego, dziedzictwa większości lub mniejszości, dziedzictwa kultury wysokiej lub popularnej i ludowej, dziedzictwa grup silniejszych pod względem politycznym i ekonomicznym, dóbr i usług dziedzictwa związanych z edukacją lub z rozrywką. Inną trudną, lecz w praktyce niezbędną do rozstrzygnięcia kwestią jest to, czy w przedsięwzięciach związanych z dziedzictwem większy nacisk winien być kładziony na ich wymiar społeczny, czy też ekonomiczny (Smith 2004). Kwestie te są równie istotne w małych miejscowościach, jak i w dużych ośrodkach miejskich, tych o wielowiekowej historii i powstałych relatywnie niedawno. Rosnąca moda i zapotrzebowanie na dziedzictwo przyczyniają się do wzrostu znaczenia tych problemów, a więc i przekonania o konieczności ich rozwiązywania.

Dziedzictwo generuje wiele trudnych do zmierzenia, zarówno pod względem ilościowym, jak i jakościowym, pozytywnych efektów zewnętrznych (*beneficial externalities*), gdyż wiele jego składników ma charakter dóbr publicznych,

<sup>5</sup> Osobnymi kwestiami stanowiącymi przedmiot dociekań naukowych autorki są metody szacowania wartości dziedzictwa i mierzenia popytu na nie wyrażanego przez dane grupy konsumentów, czy też możliwości zmierzenia wpływu dziedzictwa kulturowego na rozwój lokalny i regionalny. Szersza prezentacja tych bardzo istotnych problemów wykracza jednak poza ramy niniejszego artykułu.

w tym dóbr społecznie pożądanym, co uzasadnia zaangażowanie władz publicznych w regulowanie zachowań innych podmiotów wykorzystujących dziedzictwo, podejmowanie i finansowanie ze środków publicznych działań na rzecz dziedzictwa kulturowego (Throsby 2001, s. 79–80; Towse 2002, s. 3, 6). Ograniczone środki finansowe, jakimi dysponują władze publiczne, i konieczność racjonalizacji działań, tak by najbardziej efektywnie dysponować posiadanymi zasobami, tym bardziej przemawiają za zaangażowaniem nauk ekonomicznych w analizę dziedzictwa kulturowego. Uzupełniając dotychczasowe badania, realizowane głównie z perspektywy nauk humanistycznych, analiza rynku dziedzictwa z ekonomicznego punktu widzenia może znacząco wspomóc proces decyzyjny, zarówno podmiotów prywatnych, jak i sektora publicznego.

## Literatura

- Allaert G., Ludtke S. (red.), 2007, *Cultured. Cultural Heritage and Regional Development. Final Report*, Llangynidr: Mediadesign.
- Ashworth G.J., 1991, *Heritage Planning, Conservation as the Management of Urban Change*, Groningen: Geo Pers.
- Ashworth G.J., Graham B., Tunbridge J.E., 2000, *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*, London: Arnold.
- Białynicka-Birula J., 2005, „Rynek dzieł sztuki w kontekście mikroekonomicznej teorii rynku”, *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, nr 680, s. 29–42.
- Dynamo Trans-national Group, 2006, *ESPON project 1.3.3 The Role and Spatial Effects of Cultural Heritage and Identity (2004–2006). Executive summary*, pobr. 23.04.2010 r., [http://www.espon.eu/export/sites/default/Documents/Projects/ESPON2006Projects/ThematicProjects/CulturalHeritage/fr-1.3.3\\_revised-full\\_August2006.pdf](http://www.espon.eu/export/sites/default/Documents/Projects/ESPON2006Projects/ThematicProjects/CulturalHeritage/fr-1.3.3_revised-full_August2006.pdf).
- Frycz J., 1975, *Restauracja i konserwacja zabytków architektury w Polsce 1795–1918*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Graham B., Howard P. (red.), 2008, *The Ashgate Research Companion to Heritage and Identity*, Aldershot: Ashgate.
- Howard P., 2003, *Heritage: Management, Interpretation, Identity*, London: Continuum.
- KOBIDZ, 2005, *Raport o stanie zachowania zabytków nieruchomości – grudzień 2004 r.*, Warszawa, maszynopis.
- Kościelecki P., 2007, „Kultura w regionach – analiza dokumentów strategicznych polskich województw oraz piśmiennictwa przedmiotu”, *Studia Regionalne i Lokalne*, nr 3, s. 32–52.
- Kozak M.W., 2008, „Dwory, pałace i zamki – kosztowne pamiątki czy zasób w rozwoju?”, *Studia Regionalne i Lokalne*, nr 1, s. 92–111.
- Lowenthal D., 1985, *The Past is a Foreign Country*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Murzyn M., 2006, „New interpretations and commercialization of heritage in Krakow after 1989”, w: S. Schröder-Esch (red.), *Practical Aspects of Cultural Heritage – Presentation, Revaluation, Development*, Weimar: Bauhaus-Universität, s. 167–188.
- Murzyn-Kupisz M., 2009, „Using heritage as a vehicle for local development. The perspective of Niepołomice – a little town in Southern Poland”, w: *Culture as a Tool for Development. Challenges for Analysis and Action*, Paris: ACTED, s. 110–127.

- Murzyn-Kupisz M., 2010, „Cultural policy at the regional level: a decade of experiences of new regions in Poland”, *Cultural Trends*, t. 19, 1–2, s. 65–80.
- Murzyn-Kupisz M., Purchla J. (red.), 2008, *Przywracanie pamięci. Rewitalizacja dzielnic żydowskich w miastach Europy Środkowej*, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Pawłowska K., Swaryczewska M., 2002, *Ochrona dziedzictwa kulturowego. Zarządzanie i partycypacja społeczna*, Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- Peacock A., Rizzo I., 2008, *The Heritage Game. Economics, Policy and Practice*, Oxford: Oxford University Press.
- Piccinato G., 1999, „Specjaliści, mieszkańcy, użytkownicy. Ćwiczenia w zgodnym budowaniu”, w: J. Purchla (red.), *Dziedzictwo a turystyka*, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury, s. 17–22.
- Purchla J., 2005, *Dziedzictwo a transformacja*, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.
- Purchla J. (red.), 2009, *Raport o systemie ochrony dziedzictwa kulturowego w Polsce po roku 1989*, Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Schuster M.J., de Monchaux J., 1997, w: M.J. Schuster, J. de Monchaux, Ch.A. Riley (red.), *Preserving the Built Heritage. Tools for Implementation*, Hannover–London: University Press of New England, s. 3–12.
- Short J.R., Benton L.M. et al., 1993, „Reconstructing the image of an industrial city”, *Annals of the Association of American Geographers*, nr 2 (83), s. 207–224.
- Smith D.M., 2004, „The morality of place”, *Przegląd Geograficzny*, nr 4, s. 415–432.
- Smith L., 2006, *Uses of Heritage*, London: Routledge.
- Throsby D., 2001, *Economics and Culture*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Towse R., 2002, „The cultural economy of heritage”, w: R. Towse, I. Rizzo (red.), *The Economics of Heritage. A Study in the Political Economy of Culture in Sicily*, Cheltenham: E. Elgar, s. 3–19.
- Traba R., 2006, *Historia – przestrzeń dialogu*, Warszawa: Polska Akademia Nauk.
- van der Aa B.J.M., 2005, *Preserving the Heritage of Humanity? Obtaining World Heritage Status and the Impacts of Listing*, Enschede: Febodruk.
- World Bank, 2001, *Cultural Heritage and Development: A Framework for Action in the Middle East and North Africa*, Washington: World Bank.

## THE CULTURAL HERITAGE MARKET, ITS PRODUCERS AND CONSUMERS

Currently, cultural heritage is often thought of as a development resource in development strategies, monument protection and regeneration programmes. It is considered as an obligation and its potential is recognized by specialists and public administration of all levels. The aim of the article is to show that since heritage is a multi-faceted resource, its protection and usage is important for many stakeholders. Many individuals and organisations representing the public, the private and the third sector operate in various segments of the heritage market. Taking into account their expectations and goals is necessary to avoid or at least weaken potential conflicts brought about by using heritage for present day purposes.