

# FESTIWAL

## wszystkich festiwali.

Uwagi o utowarowieniu  
kultury

Mikołaj Iwański

Ethnoport Festiwal (Poznań, 2013)  
fot. Waldemar Kuligowski



Festiwale mają fantastyczne zalety: nie generują stałych kosztów w budżetach miejskich, pozwalają na zdobycie czasu antenowego i publikacji w mediach ogólnopolskich oraz doskonale wpisują się w strategię kształtowania personalnego pjaru urzędujących prezydentów.



Kryzys jest okresem, kiedy zmienia się struktura finansowania wielu przedsięwzięć publicznych. Dotyczy to szczególnie kultury, która w budżetowych debatach ma nielicznych obrońców. To truizm. Zdecydowanie rzadziej dostrzeganym problemem jest swoiste uelastycznianie wydatków na kulturę, kiedy w miejsce środków na instytucje przeznaczają się je na zdarzenia, nazwijmy je, eventowe.

Wiele dużych polskich miast ma poważne problemy budżetowe wynikające z absorpcji środków unijnych oraz wydatków związanych z organizacją Euro 2012. Nie to jest jednak rozstrzygającym parametrem w planowaniu budżetów przeznaczonych na kulturę, ale raczej jej użyteczność dla miejskiej polityki promocyjnej. Dlatego o wiele łatwiej jest znaleźć dodatkowe środki na organizację imprez festiwalowych niż na rozszerzenie oferty istniejących instytucji.

Żeby zrozumieć zakres i genezę tego zjawiska, należy sięgnąć do doskonale znanej kategorii outsourcingu, czyli zlecenia pracy, wykonywanej dotąd przez własne zaplecze instytucjonalne, zewnętrznym podmiotom. Możemy to obserwować w wypadku zamawiania cateringu +

do szkolnych stołówek czy zlecenia prywatnym firmom sprawdzania biletów w publicznej komunikacji. Zalet z tego płynących jest wiele: odpada wysiłek finansowy i organizacyjny związany z utrzymywaniem stałej jednostki, wyłonione w przetargu podmioty są bardziej nastawione na wynik, a dzięki obniżeniu kosztów pracy są również tańsze.

Ten proces sięga również instytucji kultury podległych samorządom. Nawet pobieżna lektura gazet pozwala dostrzec, jak wiele dużych imprez festiwalowych krąży po kraju. Najbardziej widowiskowym przykładem tego stanu rzeczy był festiwal Camerimage, który wdał się w konflikt z łódzkim urzędem miasta w związku z niespełnieniem dość wygórowanych warunków inwestycyjnych postawionych przez szefa festiwalu, Marka Żydowicza. Nie ulega wątpliwości, że powstał swoisty rynek głośnych imprez festiwalowych. Samorządy miast zabiegają o nie z dużym zapałem, którego nie wykazują jednak wobec konwencjonalnych instytucji kultury. Niektóre z tych dużych imprez nie mają de facto żadnego innego kapitału, poza nazwiskiem twórcy oraz topornym pomysłem, jednak często nie przeszkadza im to w pozyskaniu samorządowych dotacji. Ewa Wójcicką z poznańskiego Teatru Ósmego Dnia określiła to zjawisko mianem „festiwali z walizki”. W ten kontekst wpisuje się w Poznaniu festiwal Transatlantyk – impreza, którą z miastem łączy tylko nazwisko oscarowego kompozytora Jana A.P. Kaczmarka, mieszkającego na co dzień po drugiej stronie oceanu.

Festiwale mają fantastyczne zalety: nie generują stałych kosztów w budżetach miejskich, pozwalają na zdobycie czasu antenowego i publikacji w mediach ogólnopolskich oraz doskonale się wpisują w strategię kształtowania personalnego pijaru urzędujących prezydentów. Działają też dobrze w ramach promocji turystycznej. Jako imprezy, które co roku uza-

leżnione są od miejskich decyzji, zwykle nie posiadają też ambicji krytycznych i politycznie starają się prezentować raczej neutralnie. To dla ambitnych przedsięwzięć bardzo ograniczające ramy, dlatego wygrywają najlepiej dostosowani. Kontekst gentryfikacyjny również jest oczywiście nie bez znaczenia<sup>1</sup>.

Kolejnym etapem festiwalizacji są biura festiwalowe (to krakowskie jest przez złośliwych zwane partią prezydenta Majchrowskiego), powoływane do koordynacji i pomocy organizacyjnej dla odbywających się w danym mieście imprez. Niestety, ta pozornie neutralna rola nie do końca się sprawdza w rzeczywistości, gdyż biuro, jako reprezentant miasta, często stawia imprezom kompromitujące warunki.

Najbardziej uderzającym przykładem jest krakowski Art Boom Festiwal, który w tym roku odbył się pod nazwą Grolsch Art Boom Festiwal. Imprezie towarzyszył konkurs dla młodych dizajnerów pod wszystko mówiącą nazwą Grolsch Bottle Art<sup>2</sup>, podczas którego projektowano wyposażenie barowe z użyciem pustych butelek piwa wyprodukowanych przez sponsora. Nie ukrywam, że kiedy śledziłem te doniesienia, towarzyszył mi pewien niesmak. Festiwal był finansowany przez MKiDN oraz Miasto Kraków, jednak obecność sponsora tytularnego mocno zdominowała wydarzenie, które zdążyło się już pozytywnie wpisać w krajobraz Krakowa.

Kolejnym zgrzytem była sytuacja związana z realizacją Transeuro Piotra Wysockiego (ku-

<sup>1</sup> M. Iwański, **KontenerART 2010. Rewitalizacja czy gentryfikacja poznańskiego Chwaliszewa?**, Rozbrat.org, <http://www.rozbrat.org/publicystyka/analizy/1407-kontenerart-2010-rewitalizacja-czy-gentryfikacja-poznanskiego-chwaliszewa> (1.08.2013).

<sup>2</sup> **JR, Konkurs Grolsch Bottle Art – wyniki**, DesignAttack, <http://designattack.pl/?p=11892> (1.08.2013).

ratorem był Stach Ruksza<sup>3</sup>), kiedy się okazało, że mimo wcześniejszych deklaracji projekt nie może dojść do skutku w zaplanowanej przez artystę formie z powodu obaw związanych z zamierzonym wykorzystaniem kontekstu Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej. Przeszkoda ze strony przedstawicieli miasta tak naprawdę przesądziła o wykluczeniu projektu z festiwalu. Mam etatystyczne przecucie, że ten sam projekt realizowany w ramach działań instytucjonalnych napotkałby zdecydowanie mniej przeszkód. Jak widać, festiwale jako forma outsourcingu pozwalają się zdecydowanie lepiej kontrolować. Wysocki mógł dużym nakładem determinacji zrealizować swoje działania dopiero dzień po zakończeniu Euro w myśl kuriozalnych ustaleń, wynikających z przygotowanej przez miasto umowy.

Ostatnim aspektem problemu jest konieczność odpowiedzi na pytanie, kiedy działania kulturalne mają sens. Dla pragmatycznych samorządowców sprawa jest jasna: kiedy da się je sprowadzić do poziomu bezpiecznej rozrywki, przelewającej na nich – jako na „mecenasy” – niezbędny splendor. Dzieje się to jednak kosztem instytucji, które mimo że często niedoskonałe i źle zarządzane, mają w sobie potencjał i realne możliwości prowadzenia długofalowej pracy z mieszkańcami (a nie turystami), realizując działania, które przyczyniają się również do kształtowania postaw obywatelskich.

Wielkie imprezy plenerowe z lat 90., takie jak poznański Festiwal Malta, mogły odnieść sukces między innymi dlatego, że istniała stała publiczność, którą wychowało wtedy prężne

środowisko teatrów niezależnych. Wówczas festiwal z czegoś wynikał i był bardzo mocno osadzony w lokalnym kontekście. Ten okres już jednak minął. Teraz mamy do czynienia z formą wypracowaną dla potrzeb tworzącego się rynku tego typu wydarzeń. Ukoronowaniem tej sytuacji był zeszłoroczny skandal związany z urządzeniem bankietu otwierającego festiwal – odbywający się pod hasłem „Idiom – wykluczeni” – w lokalu, gdzie chwilę wcześniej odmówiono obsłużenia wybitego skrzypka z powodu jego romskiej narodowości<sup>4</sup>.

Mimo kryzysu budżety miejskie z roku na rok są coraz większe, dlatego warto zwracać uwagę na jakość finansowania kultury i związany z tym bagaż zobowiązań. Domaganie się wzmocnienia instytucji pracujących w warunkach niezależności programowej umożliwi zachowanie proporcji, które zatrzymają zauważalny proces utowarowienia kultury oraz pozwolą na utrzymanie akceptowalnego standardu pracy samych artystów. ●

(tekst ukazał się w witrynie Obieg.pl)

<sup>3</sup> K. Malanowska, **Czy Euro ma płęć?**, Dziennik Opinii Krytyka Polityczna, 22.06.2012, <http://www.krytykapolityczna.pl/KajaMalanowska/CzyEuromaplec/menuid-296.html> (27.06.2013).

<sup>4</sup> S. Salwacka, Joanna Żarnoch-Chudzińska, **Menu tylko dla Polaków**, „Gazeta Wyborcza”, 27.01.2011, [http://wyborcza.pl/1,76842,9009505,Menu\\_tylko\\_dla\\_Polakow.html](http://wyborcza.pl/1,76842,9009505,Menu_tylko_dla_Polakow.html) (1.08.2013).