

**Katarzyna Kopec**

Wyższa Szkoła Europejska im. ks. Józefa Tischnera w Krakowie

## Praca artystów w kulturze uczestnictwa

### Wprowadzenie

Artykuł wpisuje się w szeroki nurt rozważań nad społeczno-ekonomicznymi przekształceniami zachodzącymi w obrębie pracy w tzw. erze cyfrowej. Zmianom poddawane jest m.in. znaczenie pracy, mechanizmy rządzące jej procesami, formy pracy i płacy z niej wynikające (Sennett 2006, 2010). W niniejszym artykule dokonano jednak zawężenia tej problematyki do kwestii uwarunkowań pracy podejmowanej przez artystów w erze Internetu.

Rewolucja dokonująca się za sprawą technologii informacyjnych doprowadziła do powstania „realnej wirtualności” (Castells 2008), co oznacza, że współczesny Internet to całościowy światobraz, w którym to, co jest *online*, jest nierozłączne z tym, co *offline*. Ta wirtualność sprzężona z rzeczywistością staje się ważnym obszarem do obserwacji i analizy, tym bardziej że mija dekada od zapoczątkowania terminu Web 2.0 przez Tima O’Reilly’ego (2005). Wkroczenie Internetu jako narzędzia pracy (i płacy) artystów wpłynęło na kolejne niezwykle szerokie zmiany, których konsekwencje nierzadko pozostają niewyjaśnione. Chodzi tu m.in. o zjawisko projektyzacji, a tym samym prekaryzacji pracy artystów, nacisku na profesjonalizację i przedsiębiorczość tej grupy zawodowej, zacierania się różnic między profesjonalistami a amatorami działającymi w sieci internetowej czy rosnącej partycypacji internetowej. Te zjawiska nie ograniczają się tylko do pracy artystów, lecz mają znacznie szerszy zasięg – można powiedzieć, że są one typowe dla epoki tzw. elastycznego kapitalizmu. Termin ten stanowi tło niniejszej pracy, umieszczając ją w szerszym kontekście globalnych zmian społeczno-ekonomicznych.

W przypadku artystów wyżej zarysowane zmiany warunkują już sam kształt ścieżki kształcenia i kariery, powodują tarcia w zakresie postrzegania artysty i nie-artysty, jak również narastający konflikt dotyczący autorstwa czy też jakości dzieł artystycznych tworzonych w przestrzeni Internetu, zwłaszcza w przypadku wykorzystania mechanizmu partycypacji rozproszonej w procesie twórczym. Dlatego też głównym celem tekstu jest eksploracja zmieniającego się kontekstu pracy artystów w erze cyfrowej na przykładzie dwóch zagadnień: relacji między artystą a odbiorcą dzieła (kazus *crowdsourcing*) oraz zacierania się granicy między profesjonalistami

a amatorami na rynku pracy artystów. Powyższe zmiany towarzyszą rozwojowi sieci internetowej. Są również swoistą forpoczta zmian na innych rynkach pracy w obecnej gospodarce. Ponieważ artykuł jest pomyślany jako materiał opisujący pewne zjawiska, bazuje głównie na analizie literatury przedmiotu.

### Atrybuty rynku pracy artystów a elastyczny kapitalizm

Artyści są forpoczta elastycznego kapitalizmu (*flexible capitalism*) (Sennett 2006). Współczesna gospodarka kładzie nacisk właśnie na elastyczność, oczekując od pracowników gotowości do zmian i nieustannego podejmowania ryzyka. Odchodzi przy tym od przepisów i oficjalnych procedur, a rutynę i sztywne organizacje o charakterze biurokratycznym postrzega jako anachronizm. W tym sensie cały sektor kreatywny, a rynek artystów w szczególności, jest kwintesencją elastycznego kapitalizmu – nie ma w nim miejsca na rutynę, gdyż zastępuje ją, zgodnie z nazwą, kreatywność. Elastyczny kapitalizm cechuje tzw. plastyczna siła robocza (Sennett 2006) – nie ma tu miejsca dla posad czy etatów, praca organizowana jest wokół projektów czy zadań (tzw. projektyzacja). Jest to sposób działania typowy dla sektora kreatywnego. Okazuje się, że cechy charakterystyczne dla rynku pracy artystów stają się obecnie elementem opisującym tendencje typowe dla rynku pracy w ogóle.

Badacze zajmujący się analizą rynku pracy artystów podkreślają m.in. następujące jego właściwości (Towse 2011; Hesmondhalgh 2007; Ginsburgh, Throsby, 2006; Menger 2001; Ross 2009; Ilczuk 2013; Kozłowski, Sowa, Szreder 2014):

- artyści podejmują więcej niż jedną pracę (*multiple job holders*),
- artyści samozatrudnieni czy tzw. niezależni stanowią grupę dominującą,
- pracę artystyczną cechuje nieregularność (co wiąże się głównie z nagminną sytuacją zawierania kontraktów krótkookresowych na wykonanie konkretnego zadania – kontrakty są krótkookresowe, nie zapewniając przy tym żadnego systemu ochrony pracy),
- perspektywy kariery artystycznej są niepewne (występuje wysokie ryzyko kariery zakończonej niepowodzeniem) i nie kształtują się liniowo (ścieżka awansu nie jest w żaden sposób zdefiniowana),
- występuje duże rozwarstwienie w wysokości zarobków, a traktując tę kwestię szerzej, mamy do czynienia z przepaścią między artystami, którzy osiągnęli sukces, a tymi, którym się nie powiodło (sytuacja typowa dla tzw. społeczeństwa, w którym zwycięzca bierze wszystko (*The-Winner-Takes-All-Society*) (Frank i Cook 1996).

Wspomniane elastyczne normy pracy są w przypadku artystów nie do uniknięcia. Po pierwsze z powodu braku ciągłości podejmowanych działań artyści podejmują kilka prac w jednym czasie lub zmieniają jedną pracę na kolejną, ponieważ projekty, w których uczestniczą lub które realizują, są ograniczone w czasie (np. prace sezonowe w trakcie festiwalu, cykl koncertów, krótkoterminowe projekty fotograficzne). Wymóg elastyczności jest konsekwencją specyficznych kwalifikacji poświadczanych zarówno w środowisku pracy artystycznej, jak i coraz wyraźniej w pracy projektowej. Jedną z konsekwencji elastyczności pracowników jest wzrost liczby

kontraktów krótkoterminowych, które stwarzają iluzję przyrostu poziomu zatrudnienia (Benhamou 2011).

Upowszechnienie się pracy podejmowanej na umowy cywilnoprawne czy na podstawie kontraktów krótkoterminowych towarzyszy przekształcaniu współczesnych struktur organizacyjnych. Taka krótkoterminowa perspektywa implikuje odmienną logikę budowania kariery – nie w oparciu o linearność awansu, a zakotwiczoną w nieczytelności zasad kierujących karierą. R. Sennett określa to hasłem „nic na długo”, podkreślając, że „dziś w świecie pracy zanika tradycyjny model kariery wiodącej krok za krokiem przez korytarze jednej bądź dwóch instytucji, nie można już korzystać z jednego zestawu umiejętności przez cały okres aktywności zawodowej” (Sennett 2006: 22). W przypadku artystów oznacza to np. kształtowanie dobrej reputacji, która może gwarantować pozyskiwanie zleceń czasowych na rynku pracy. Co ciekawe, D. Throsby i B. Thompson (1995) zauważają korelację między liczbą zrealizowanych projektów czy zleceń a wzrostem reputacji – im bowiem więcej zleceń podjęto, tym reputacja oceniana jest jako wyższa.

To zjawisko osadzone jest w paradoksalnej sytuacji, że mimo wysokiego odsetka absolwentów kierunków artystycznych obserwuje się niskie znaczenie dyplomu w budowaniu kariery: doświadczenie i reputacja są tu znacznie bardziej kluczowe (zjawisko to jest coraz częściej zauważane w odniesieniu do absolwentów kierunków pozaartystycznych, zob. Sennett 2006, 2010). Ponieważ dyplomy nie mają decydującego znaczenia w procesie budowania kariery, niskie bariery wejścia zachęcają osoby o zróżnicowanym wykształceniu do spróbowania sił na tej ścieżce kariery. Throsby i Thompson (1995) dowiedli tej prawidłowości na przykładzie artystów z obszaru sztuk wizualnych. R. Towse (2011) w swojej pracy odnosiła powyższe wnioski w szczególności do obszaru kultury i sztuki finansowanej ze środków publicznych, jednak obecnie obserwuje się radykalną ekspansję powyższych cech do w dużej części prywatnych rynków pracy, którymi są głównie przemysły kultury i przemysły kreatywne. Tak uwarunkowana praca kreatywna w ogóle oznacza, że rynki pracy wypełnią się pracą nacechowaną nieregularnością, niepewnością i brakiem zabezpieczenia socjalnego (Hesmondhalgh 2007).

## Współczesna kultura uczestnictwa

Na przekształcenia rynku pracy artystów niebagatelny wpływ mają nowe technologie, a przede wszystkim zmiany społeczne będące skutkiem XXI-wiecznej rewolucji technologicznej. Ich zasadniczym przejawem jest powszechne wykorzystanie Internetu jako narzędzia komunikacyjnego. Nowe narzędzia technologiczne umożliwiają inny wymiar uczestnictwa, co wpływa na specyfikę pracy artystów w bliskiej relacji z odbiorcą. Ta zmiana polega tu na możliwości włączania zróżnicowanych grup internautów do uczestnictwa w projektach artystycznych *online*.

Potencjał komunikacyjny w przestrzeni wirtualnej został nazwany przez Henry’ego Jenkinsa kulturą partycypacji (Jenkins et al. 2009). Jej cechą charakterystyczną są niskie bariery uczestnictwa i zachęcające do działania egalitarne zasady kreowania wspólnej przestrzeni w wirtualnym świecie.

Popularyzacja Internetu daje artystom możliwość nawiązywania współpracy w modelu opartym na uczestnictwie rozproszonym, co jest tu rozumiane dwojako: w sensie nieograniczonej geograficznej, jak również w sensie rozproszonych (różnych, nieprzypisanych żadnej ze stron, rozmytych) funkcji wypełnianych przez internautów, wynikających z zacierania się granicy pomiędzy konsumentem i producentem (czy w odniesieniu do sztuki: pomiędzy publicznością a artystą/twórcą). W literaturze przedmiotu terminem opisującym zjawisko rozmycia czy też zespolenia tradycyjnych form produkcji i konsumpcji jest prosumpcja (Toffler 1986). A. Toffler wskazywał na rosnącą rolę jednostek, które „tworzą dobra, usługi lub doświadczenia na swój własny użytek lub dla własnej satysfakcji, zamiast na sprzedaż czy w celu dokonania wymiany” (Toffler, Toffler 2006: 153). Koncepcja prosumpcji jest często wyjaśniana w uproszczeniu jako „zrób to sam” (*Do It Yourself, DIY*), a więc terminem odnoszącym się do popularnej czynności majsterkowania w czasie wolnym, np. drobne remonty w domu – malowanie, prace w zakresie elektryki, pielęgnowanie własnego ogrodu, naprawa samochodu (Webb, Suggitt 2000; Xie 2005; Blättel-Mink, Hellmann 2010).

Tofflerowska koncepcja prosumpcji została zaadaptowana w erze Internetu, by wyjaśnić fenomen wytwarzania treści przez użytkowników w sieci (Ritzer, Jurgenson 2010; Tapscott, Williams 2006). Współczesna prosumpcja nie dotyczy niezależnych jednostek, posiada wymiar społecznościowy. Zjawisko to jest rozumiane jako kolektywne przedsięwzięcie (Dunkel, Kleeman 2013), przeradzające się w globalny proces współtworzenia oraz dzielenia się informacjami, systematycznie zastępujący tradycyjny model działalności biznesu (Tapscott, Williams 2006).

Rozwój sieci internetowej przyniósł ogromne zainteresowanie prosumpcyjnymi modelami współtworzenia i komunikowania się wielu użytkowników za pośrednictwem tego medium w celu realizacji określonego zadania czy projektu. Przykładem zjawiska tworzenia w sieci opartego na prosumpcji jest z pewnością Wikipedia, czyli organizacja oparta na otwartym modelu współpracy (Jemieliński 2013). Polega on na mobilizowaniu internautów do bezpłatnej współpracy nad stosunkowo wysoko cenioną encyklopedią wirtualną z pominięciem tradycyjnych hierarchicznych form organizacyjnych czy bodźców finansowych. Wikipedia jest przykładem struktury pomijającej elementy dotychczas uznawane za niezbędne w organizacjach, takie jak hierarchiczna kontrola, umowy o pracę, wynagrodzenie, ścieżka kariery etc. Ten rodzaj otwartego modelu współpracy może przewyższyć swą popularnością tradycyjne modele biznesowe, czego przykładem jest TripAdvisor, który jest chętniej stosowanym „przewodnikiem turystycznym” niż Lonely Planet. Ten model organizacyjny jest diametralnie inny od dotychczasowych struktur – bazuje na zarządzaniu partycypacyjnym, decyzjach podejmowanych demokratycznie, na strukturach temporalnych budowanych zgodnie z logiką zarządzania projektami. Ten rodzaj otwartej współpracy wpływa na modyfikację tradycyjnego sposobu budowania wiedzy i kreowania wartości, co jest widoczne np. w uwarunkowaniach budowania relacji artystów z odbiorcami oraz w zacieraniu różnic między profesjonalistami i amatorami zgodnie z egalitarnym duchem tworzenia w sieci.

## Relacja artysty i odbiorcy na przykładzie crowdsourcingu

Kiedy Ridley Scott i Kevin Macdonald zwrócili się z prośbą do internautów o nadsyłanie krótkich nagrań wideo dokumentujących jeden dzień z ich życia, spotkali się z entuzjastyczną odpowiedzią – 80 000 nagrań wideo na YouTube trwających ponad 4500 godzin. Nagrania pochodziły od użytkowników ze 197 krajów w 45 językach i ich celem było przedstawienie jednego dnia z ich życia (24 lipca 2010 roku) (Felis 2011). Efektem tego międzynarodowego projektu był pełnometrażowy film dokumentalny *Dzień z życia (Life in a Day)*, którego kinową premierę można było oglądać podczas Sundance Film Festival w 2011 roku, a obecnie jest udostępniany bezpłatnie w serwisie YouTube (*Life in a Day, online*). Mechanizmem stojącym za koncepcją filmu był *crowdsourcing*, czyli rozproszony model produkcji wykorzystujący zbiorową kreatywność.

Powyższy przykład przybliża założenia jednej z form prosumpcji w sieci, tj. *crowdsourcing* (Howe 2006). *Crowdsourcing* to model produkcji treści *online*, w którym dany podmiot deleguje zadania do rozproszonej grupy internautów w celu realizacji określonego zadania dzięki wykorzystaniu ich zróżnicowanej wiedzy (Brabham 2011). Użytkownicy (*crowdworkers*), włączający się w rozwiązywanie zleconych zadań, mogą otrzymać za swoją pracę wynagrodzenie finansowe lub pozafinansowe (m.in. rozpoznawalność w środowisku, poczucie własnej wartości) (zob. Brabham 2008, 2010, 2013; Lakhani 2007; Acar, Ende 2011; Reichwald, Piller 2006). Kluczową kwestią jest tu środowisko Internetu, w którym można wykonywać daną pracę i interaktywnie współpracować z organizacją oraz wzajemna korzyść internauty i organizacji (Brabham 2013).

Ponieważ artysta funkcjonuje tylko w połączeniu ze swymi odbiorcami, trudno rozpatrywać jego twórczość bez kontekstu odbiorcy. Nowe kanały komunikacyjne na nowo definiują tę relację. Po pierwsze, przestaje ona być jednokierunkowa. Odbiorcy mają możliwość np. komentowania i „lajkowania” efektów twórczości artystycznej zamieszczanej w różnych formach internetowych repozytoriów. Dzięki Internetowi oraz nowym formom kultury uczestnictwa pojawiła się perspektywa uczynienia następnego kroku w kształtowaniu relacji między artystą a odbiorcą – uczestniczenia w projektach wspólnie z artystą. W przypadku projektów artystycznych opartych na tej zasadzie mamy do czynienia z połączeniem ról producenta i konsumenta (używając bardziej tradycyjnej terminologii: twórcy i odbiorcy dzieła artystycznego) przez generowanie treści na poziomie wspólnoty za pośrednictwem Internetu jako medium wymiany.

*Crowdsourcing* tworzy ramy globalnej partycypacji w projektach artystycznych, włączając w ich realizację niejednorodnie zdefiniowane grupy internautów. Tego typu szerokie zaangażowanie może być szczególnie interesującym i zamierzonym zabiegiem w projektach artystycznych, w których element konsternacji, niepewności co do oczekiwanego rezultatu odgrywa rolę szczególną. Tak szerokie uczestnictwo anonimowej publiczności w projekcie artystycznym ma również znaczący wpływ na zakres postrzegania autorstwa dzieła będącego efektem projektu, rozumienia kreatywności (kolektywna kreatywność?) oraz indywidualnej ekspresji (Literat 2012).

Publiczność, będąc czytelnikiem, słuchaczem czy widzem danego dzieła sztuki (produkcji artystycznej), staje się ważnym elementem projektów artystycznych, w których dopełnia ich interpretację. Zamysł włączania odbiorców dzieła sztuki do realizacji procesu twórczego (czy projektu artystycznego) nie jest eksperymentem nowym. Współczesny *crowdsourcing* wsparty na uczestnictwie internautów odwołuje się do masowego współuczestnictwa (np. masowe improwizacje w futuryzmie na początku XX wieku) czy sztuki zaangażowanej (np. happeningi) z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku, które zachęcały zewnętrznych uczestników do udziału w procesie kreacji (Bishop 2012). Warto tu ponadto wspomnieć o projektowaniu partycypacyjnym (*participatory design, cooperative design*) zapoczątkowanym w tym samym okresie w krajach skandynawskich. W ramach tego procesu użytkownicy pełnili funkcję współprojektantów pracujących nad wykorzystaniem danej technologii w środowisku zawodowym (Buur, Matthews 2008).

Powszechność Web 2.0 umożliwiła rozszerzenie tej opcji uczestnictwa o potencjalnych użytkowników Internetu. Komponentem różnicującym partycypację tradycyjną od internetowej jest możliwość stosowania narzędzi kreacji i dystrybucji podczas włączania się publiczności w proces tworzenia (Bruns 2010).

### Profesjonalista a amator

Aaron Koblin, artysta wizualny zajmujący się głównie sztuką multimedialną, w pracy nad projektem *The Sheep Market* zastosował model rozproszonego uczestnictwa internautów w procesie twórczym. Na platformie crowdsourcingowej Amazon's Mechanical Turk ([www.mturk.com](http://www.mturk.com)) zamieścił zadanie polegające na narysowaniu przez użytkowników (pracowników) tego serwisu wizerunku owcy patrzącej w lewo. Osobom, które przesyłały taki rysunek, płacił 0,02 USD za wykonanie jednego wizerunku owcy. W rezultacie zgromadził 10 000 wizerunków owiec narysowanych przez użytkowników (*TheSheepMarket, online*). Nowatorskim rozwiązaniem było w tym przypadku zamieszczenie zadania na budzącej wiele kontrowersji platformie AMT, która jest rodzajem internetowego pośrednictwa pracy (Scholz 2013).

Powyższy przykład również prezentuje mechanizm zastosowania crowdsourcingu w sztuce, jednak odślania inny problem odnoszący się do rynku pracy artystów. Następuje bowiem nie tylko zatarcie ról twórcy i odbiorcy, ale również odróżnienia profesjonalisty od amatora.

W przypadku działalności artystycznej role profesjonalisty i amatora zawsze były do pewnego stopnia zamazane. Występują co prawda gałęzie przemysłów kultury tradycyjnie opierające się na osobach, których umiejętności potwierdzone są formalnymi kwalifikacjami, np. wykształceniem kierunkowym (dotyczy to całej branży muzyki poważnej, np. filharmoników). W Polsce w okresie PRL-u silne było dążenie do sformalizowania statusu artysty i oparcia go na oficjalnie potwierdzonych kwalifikacjach (zob. Rozporządzenie Ministra Kultury i Sztuki z dnia 14 listopada 1985 r. w sprawie wymagań kwalifikacyjnych, zasad i trybu stwierdzania kwalifikacji oraz dokonywania ocen kwalifikacyjnych, uprawniających do zajmowania określonych stanowisk w instytucjach i placówkach upowszechniania

kultury). Generalnie jednak działalność artystyczna charakteryzuje się na tyle dużą dozą ulotności i nieprzewidywalności, że trudno ująć ją w sformalizowane, proceduralne ramy. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że jedną z podstawowych składowych działalności artystycznej jest talent.

Drugim kluczowym elementem jest jednak sztuka, będący zasadniczym składnikiem szeroko rozumianego profesjonalizmu. Według szerokiej definicji Sennetta sztuka to „wykonywanie swojej pracy dla samego dobrego jej wykonywania. Każdemu rodzajowi sztuki towarzyszą samodyscyplina i samokrytyka; liczą się standardy i najlepiej by było, gdyby dążenie do wysokiej jakości stało się celem samym w sobie” (Sennett 2010: 84). Sztuka jest więc w znacznej mierze tożsamy z profesjonalizmem i często, choć nie zawsze, jego osiągnięcie potwierdzane jest uzyskaniem formalnych kwalifikacji. Obecny elastyczny kapitalizm nie sprzyja rozwojowi sztuki wśród pracowników, którzy muszą potrafić stawiać czoło nieustannie zmieniającym się warunkom pracy. Nie sprzyja mu również rozwijająca się kultura uczestnictwa. Jednym z jej rezultatów jest znaczące obniżenie barier wejścia w danych rodzajach działalności. W szczególności nie są już do tego potrzebne formalnie potwierdzone kwalifikacje. Tak jak w przypadku Wikipedii nie trzeba mieć formalnie potwierzonego statusu eksperta (np. być członkiem oficjalnego środowiska akademickiego), by być twórcą haseł, tak w ramach działalności artystycznej, gdzie i tak bariery te nigdy nie były tak rygorystyczne, następuje ich dalsze obniżanie. Jakże bowiem kwalifikacje trzeba posiadać, by narysować owcę patrzącą w lewo?

Zatarcie granic między profesjonalistą a amatorem jest odwróceniem trendu, który swoje apogeum osiągnął w ramach zbiurokratyzowanego i zinstytucjonalizowanego społeczeństwa XX wieku. Autorzy raportu „The Pro-Am Revolution” (Rewolucja profesjonalnych amatorów) (Leadbeater, Miller 2004) zauważają, że wiek XX przyniósł wzrost znaczenia profesjonalistów w większości obszarów życia, czego przykładem są rozbudowane hierarchiczne organizacje z profesjonalistami na czele. Wcześniejsze amatorskie podejście do wielu dziedzin zostało poddane kodyfikacji i regulacji. „Amatorstwo stało się terminem niepoważnym. Profesjonalizm stał się z kolei synonimem powagi i wysokich standardów” (Leadbeater, Miller 2004: 12). Zmienia się nawet definicja sukcesu – w przypadku projektów crowdsourcingowych przejawia się on po prostu w zaangażowaniu internautów, którzy są *de facto* współtwórcami danego przedsięwzięcia artystycznego. Porażką tymczasem jest brak zainteresowania partycypacją w projekcie, rezygnacja z uczestnictwa w nim, a w skrajnym przypadku protest przeciw realizacji danego projektu (*crowdslapping*) (Howe 2008). Praktykom *crowdslappingu* organizacje mogą przeciwdziałać poprzez odpowiednie wybory w zakresie architektury strony www (np. brak forum dyskusyjnego). Takie wycofanie się internautów może wpłynąć na drastyczne załamanie się projektu crowdsourcingowego lub jego niedokończenie z powodu braku uczestników (np. *What’s the score at the Bodleian?* projekt realizowany przez Uniwersytecką Bibliotekę Bodlejańską w Oksfordzie, jednak nieoficjalnie zawieszony z braku zainteresowania internautów<sup>1</sup>).

---

<sup>1</sup> Na podstawie wywiadu z Davidem Tomkinsem, menedżerem projektów w Bibliotece Bodlejańskiej, 4 marca 2015 (*What’s the score at the Bodleian?*).

Warto zwrócić uwagę, że delegowanie zadań internautom może w pewien sposób symbolizować fikcyjne przekazywanie im za coś odpowiedzialności. Pozwala to na unikanie odpowiedzialności za dostarczoną treść (*crowdsourced content*) o niskiej jakości, z wykorzystaniem argumentu o zaangażowaniu konsumentów i wyjściu naprzeciw ich oczekiwaniom. Debata na temat wartości dzieł artystycznych, jakkolwiek ważna i fascynująca, zapewne jednak nigdy nie znajdzie jednoznacznego rozstrzygnięcia.

## Podsumowanie

Rynek pracy artystów ze względu na pewne specyficzne cechy (elastyczność, nieregularność, projektyzacja, niezdefiniowane ścieżki kariery) stanowi syntezę epoki elastycznego kapitalizmu. Trendy od dawna charakteryzujące pracę artystów obecnie „rozlewają się” na rynki pracy w innych branżach. Artyści są forpocztą elastycznego kapitalizmu, który podkreśla istotę gotowości do zmian, pracy osadzonej w projektach, kreatywności. W tym sensie cały sektor kreatywny jest kwintesencją elastycznego kapitalizmu, w którym tzw. plastyczna siła robocza realizuje wiele nierutynowych projektów według elastycznego schematu działania. Tym bardziej zasadna jest analiza tendencji w ramach rynku pracy artystów, zwłaszcza tendencji związanych z wykorzystaniem Internetu (nie tylko jako narzędzia komunikacji, ale również jako narzędzia kreacji), gdyż mechanizmy te mogą, oczywiście po pewnych przekształceniach, stać się typowe dla innych sektorów. Zmiany w podejściu do wykorzystania Internetu jako narzędzia pracy artysty z odbiorcami polegają na zwiększeniu roli współtworzenia i podkreśleniu roli uczestnika jako równoprawnego współtwórcy. Internet staje się niekontrolowanym środowiskiem zarówno czasu wolnego, jak i pracy, co sprzyja rozwojowi nowych kreatywnych działań w sieci o wymiarze indywidualnym i kolektywnym (np. pisanie blogów, kreowanie haseł encyklopedycznych w Wikipedii, współtworzenie dzieł sztuki czy instalacji multimedialnych, tworzenie programów komputerowych) (Benkler, Nissenbaum 2006).

Nowe kanały komunikacyjne na nowo definiują relacje pomiędzy artystą a odbiorcą, na co została zwrócona uwaga w opisie zorganizowanego uczestnictwa rozproszonego. W przypadku projektów artystycznych opartych na tej zasadzie mamy często do czynienia z połączeniem ról artysty i odbiorcy przez wspólne generowanie treści. *Crowdsourcing* jest narzędziem zachęcającym do partycypacji w projektach artystycznych, jednak w tym miejscu pojawia się pytanie o granice między profesjonalistami a amatorami. Czy jeśli uczestników crowdsourcingu traktować jako anonimową masę amatorów, nie oznacza to ignorowania umiejętności tych osób jako wartościowych, pełnoprawnych uczestników życia publicznego czy sfery kreacji? Howe (2008) zwraca uwagę, że „tłum” nie jest złożony w większości z samych amatorów, w tej grupie bowiem obecni są profesjonalści szukający możliwości dodatkowego zarobku, wyrażenia siebie czy kształtowania profesjonalnego portfolio pod kątem przyszłego pracodawcy.

Internet zdemokratyzował sferę komunikacji, co spowodowało rozszerzenie zasięgu partycypacji w bezmiarze przedsięwzięć odbywających się w świecie wirtualnym (Anderson 2010). Zmiana ta warunkuje również kształt i znaczenie rynku pracy artystów.



## Bibliografia

- Acar Oguz, Jan Ende. 2011. *Motivation, Reward Size and Contribution in Idea Crowdsourcing*. Referat zaprezentowany podczas Dime-Druid Academy Winter Conference 2011, Comwell Rebild Bakker, Aalborg, Denmark.
- Anderson Chris. 2010. "In the Next Industrial Revolution, Atoms are the New Bits". *Wired*. Dostęp 26 stycznia 2016. [http://www.wired.com/2010/01/ff\\_newrevolution/](http://www.wired.com/2010/01/ff_newrevolution/)
- Benhamou Françoise. 2011. Artists Labour Markets. W *A Handbook of Cultural Economics*, Ruth Towse (red.). Cheltenham / Northampton: Edward Elgar.
- Benkler Yochai, Helen Nissenbaum. 2006. „Commons-based Peer Production and Virtue”. *The Journal of Political Philosophy* 14 (4) : 394-419. Dostęp 26 stycznia 2016. [http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/papers/jopp\\_235.pdf](http://www.nyu.edu/projects/nissenbaum/papers/jopp_235.pdf)
- Bishop Claire. 2012. *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. London/New York: Verso.
- Blätzel-Mink Birgit, Kai-Uwe Hellmann (red.). 2010. *Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brabham Daren. 2008. „Crowdsourcing as a Model for Problem Solving. An Introduction and Cases”. *The International Journal of Research into New Media Technologies* 14 (1) : 75–90.
- Brabham Daren. 2010. „Moving the Crowd at Threadless. Motivations For Participation in a Crowdsourcing Application”. *Information, Communication & Society* 13 (8) : 1122–1145.
- Brabham Daren. 2011. „Myth of Amateur Crowds”. *Information, Communication and Society* 15 (3) : 394–410.
- Brabham Daren. 2013. *Crowdsourcing*. Cambridge: MIT Press Essential Knowledge.
- Bruns Alex. 2010. *News Producers in a Pro-Am Mediasphere: Why Citizen Journalism Matters*. Dostęp 26 stycznia 2016. <http://snurb.info/files/2010/News%20Producers%20in%20a%20Pro-Am%20Mediasphere.pdf>
- Buur Jacob, Ben Matthews. 2008. „Participatory innovation”. *International Journal of Innovation Management* 12 (3) : 255–273.
- Castells Manuel. 2008. *Społeczeństwo sieci*, Kamila Pawluś, Morosława Marody, Janusz Stawiński, Sebastian Szymański. Warszawa: PWN.
- Dunkel Wolfgang, Frank Kleeman (red.). (2013). *Customers at Work. New Perspectives on Interactive Service Work*. Londyn: Palgrave Macmillan.
- Felis Paweł. 2011. *Dzień z życia świata według YouTube*. Dostęp 26 stycznia 2016. [http://wyborcza.pl/1,75475,9008715,Dzien\\_z\\_zycia\\_swiatek\\_wedlug\\_YouTube.html](http://wyborcza.pl/1,75475,9008715,Dzien_z_zycia_swiatek_wedlug_YouTube.html)
- Frank Robert, Philip Cook. 1996. *The Winner-Takes-All Society: Why the Few at the Top Get So Much More Than the Rest of Us*. Nowy Jork: Penguin Books.
- Ginsburgh Victor, David Throsby (red.). 2006. *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Amsterdam, North: Holland.
- Hesmondhalgh David. 2007. Creative Labour as a Basis for a Critique of Creative Industries Policy. W *My Creativity Reader. A Critique of Creative Industries* Geert Lovink, Ned Rossiter (red.). Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Howe Jeff. 2008. *Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business?* Nowy Jork: Crown Publishing Group.
- Howe Jeff. 2006. „The Rise of Crowdsourcing”. *Wired*. Dostęp 26 stycznia 2016. [www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html](http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html)

- Ilczuk Dorota. 2013. *Rynek pracy artystów i twórców w Polsce. Raport z badań*. Bydgoszcz – Warszawa. Dostęp 13 maja 2016. [http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is\\_www/Rynek\\_pracy\\_artystow\\_i\\_tworcow\\_w\\_Polsce.pdf](http://kultura.gminick.megiteam.pl/download/is_www/Rynek_pracy_artystow_i_tworcow_w_Polsce.pdf)
- Jemielniak Dariusz. 2013. *Życie wirtualnych dzikich. Netnografia Wikipedii, największego projektu współtworzonego przez ludzi*. Warszawa: Poltext.
- Jenkins Henry, et al. 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture*. Media Education for the 21st Century: MIT Press.
- Kozłowski Michał, Jan Sowa, Kuba Szreder. 2014. *Fabryka sztuki. Podział pracy oraz dystrybucja kapitałów społecznych w polu sztuk wizualnych we współczesnej Polsce, Wolny Uniwersytet Warszawa*. Warszawa. Dostęp 13 maja 2016. <http://nck.pl/media/attachments/317188/Fabryka%20Sztuki.pdf>
- Lakhani Karim, Lars Bo Jeppesen, Peter A. Lohse, Jill A. Panetta. 2007. „The Value of Openness in Scientific Problem Solving”. *Harvard Business School Working Paper*. Dostęp 4 lutego 2016. <http://www.hbs.edu/research/pdf/07-050.pdf>
- Leadbeater Charles, Paul Miller. 2004. *The Pro-Am Revolution. How Enthusiasts Are Changing Our Economy and Society*. Demos. Dostęp 26 stycznia 2016. <http://www.demos.co.uk/files/proamrevolutionfinal.pdf>
- Life in a Day*. Dostęp 26 stycznia 2016. <https://www.youtube.com/user/lifeinaday>.
- Literat Iona. 2012. „The Work of Art in the Age of Mediated Participation: Crowdsourced Art and Collective Creativity”. *International Journal of Communication* 6 : 2962–2984.
- Menger Pierre-Michel. 2001. „Artists as Workers. Theoretical and Methodological Challenges”. *Poetics* 28 : 241–254.
- O’Reilly Tom. 2005. *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Dostępny 7 lutego 2016. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Reichwald Ralf, Frank Piller. 2006. *Interaktive Wertschöpfung: Open Innovation, Individualisierung und neue Formen der Arbeitsteilung*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Ritzer George J., Nathan Jurgenson. 2010. „Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital ‘Prosumer’”. *Journal of Consumer Culture* 10 (1) : 13–36.
- Ross Andrew. 2009. *Nice Work If You Can Get It. Life and Labour in Precarious Times*. Nowy Jork/Londyn: New York University Press.
- Rozporządzenie Ministra Kultury i Sztuki z dnia 14 listopada 1985 r. w sprawie wymagań kwalifikacyjnych, zasad i trybu stwierdzania kwalifikacji oraz dokonywania ocen kwalifikacyjnych, uprawniających do zajmowania określonych stanowisk w instytucjach i placówkach upowszechniania kultury. *Dziennik Ustaw* z 1985 r. nr 56 poz. 291.
- Scholz Trebor (red.). 2013. *Digital Labor. The Internet as Playground and Factory*. Nowy Jork: Routledge.
- Sennett Richard. 2006. *Korożja charakteru. Osobiste konsekwencje pracy w nowym kapitalizmie*. Warszawa: Muza.
- Sennett Richard. 2010. *Kultura nowego kapitalizmu*, Grzegorz Brzozowski, Karol Osłowski (przeł.). Warszawa: Muza.
- Tapscott Don, Anthony D. Williams. 2006. *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything*, Jan Dzirzgowski, Łukasz Mikołajewski (przeł.). Nowy Jork: Penguin.
- The Sheep Market*. Dostęp 26 stycznia 2016. [www.thesheepmarket.com](http://www.thesheepmarket.com).
- Throsby David, Bob Thompson. 1995. *Artists at Work*. Sydney: Australia Council.

- Toffler Alvin. 1986. *Trzecia fala*, Ewa Woydyłło (przeł.). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Toffler Alvin, Heidi Toffler. 2006. *Revolutionary Wealth*. Nowy Jork: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Towse Ruth. 2011. *A Handbook of Cultural Economics, Second Edition*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar.
- Webb Pauline, Mark Suggitt. 2000. *Gadgets and Necessities: An Encyclopedia of Household Innovations*. Kalifornia. Dostęp 26 stycznia 2016. <http://www.markboulder.com/CONTENT/media/ebooks/page04/Encyclopedia.of.Household.Innovations.pdf#page=191>
- What's the score at the Bodleian?* Dostęp 26 stycznia 2016. <http://www.bodleian.ox.ac.uk/bodley/finding-resources/special/projects/whats-the-score>
- Xie Chunyan. 2005. *Trying to Prosume: Toward a Perspective on Prosumption, dysertacja, Department of Strategy and Management, Norwegian School of Economics and Business Administration*. Dostęp 26 stycznia 2016. [http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/164410/Xie\\_2005.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/11250/164410/Xie_2005.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

### Praca artystów w kulturze uczestnictwa

Celem tekstu jest eksploracja zmieniającego się kontekstu pracy artystów w erze Internetu na przykładzie dwóch zagadnień: relacji między artystą a odbiorcą dzieła na przykładzie crowdsourcingu oraz zacierania się granicy między profesjonalistami a amatorami na rynku pracy artystów. Powyższe zmiany towarzyszą rozwojowi sieci internetowej. Są również swoistą forpocztą zmian na innych rynkach pracy w obecnej gospodarce.

### The Labor of Artists in the Participatory Culture

The paper's aim is to explore the evolving context of the labor of artists in the digital age based on two aspects, that is, the relationships between artists and their audience on the example of crowdsourcing as well as blurring boundaries between professionals and amateurs on the artists' labor market. These changes accompany the development of the Internet. In addition, they outpace the changes on the other labor markets in the economy of today.

**Słowa kluczowe:** *crowdsourcing*, amator, profesjonalista, artysta, kultura uczestnictwa, elastyczna ekonomia

**Key words:** *crowdsourcing*, an amateur, a professional, an artist, participatory culture, flexible economy

**Katarzyna Kopeć** – dr nauk humanistycznych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu (UJ, 2013). Absolwentka zarządzania kulturą Uniwersytetu Jagiellońskiego i Wyższej Szkoły Zittau/Görlitz (Niemcy). Stypendystka programu Departamentu Stanu USA „International Visitor Leadership Program” (2007) i uczestniczka stażu badawczego w Oxford Internet Institute (2015). Obecnie adiunkt w Wyższej Szkole Europejskiej im. ks. J. Tischnera (Kraków). Autorka monografii *Finansowanie kultury w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu* (2014). Zainteresowania badawcze: zarządzanie humanistyczne, sektor kreatywny, prosumpcja w kulturze.