



Katarzyna Kopec

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Instytut Kultury
katarzyna.kopec@uj.edu.pl

BONY JAKO INSTRUMENT STYMULOWANIA UCZESTNICTWA W KULTURZE I TURYSTYCE KULTUROWEJ

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie założeń tzw. bonów kulturalnych jako rozwiązania stymulującego uczestnictwo w kulturze i turystyce kulturowej. System bonów finansowanych ze środków publicznych pozwala określonemu odbiorcy na zakup dobra czy usługi kultury (np. biletu dla zwiedzających daną instytucję kultury, biletu uczestnictwa w zajęciach edukacyjnych, książki itp.) bez opłaty lub za niższą kwotę. W artykule omówiono społeczno-ekonomiczne uwarunkowania wdrażania tego typu rozwiązań, jak również zwrócono uwagę na przykłady stosowania bonów kulturalnych pobudzających popyt na dane usługi czy dobra.

Słowa kluczowe: bony na kulturę, popyt w kulturze i turystyce kulturowej, uczestnictwo w kulturze i turystyce kulturowej, finansowanie publiczne.

JEL Classification: Z1, Z18.

Wprowadzenie

System bonów polega na dostarczaniu osobom indywidualnym świadczenia finansowego w postaci bonu, talonu, kuponu (ang. *cultural allowance*, *cultural bonus*, *cultural voucher*, *cultural coupon*), które mogą one wydać na określony towar czy usługę. Kluczowym atutem systemu bonów – w opozycji do programów bezpośredniego wsparcia publicznego – jest fakt, że świadczenia te pozwalają ich posiadaczom na wybór dobra czy usługi najlepiej odpowiadającej ich konkretnym potrzebom. Z perspektywy polityki publicznej są one narzędziem umożliwiającym ponadto częściowe urynkowanie zasad zarządzania i finansowania sfer, w których dominującą rolę odgrywają państwo i samorządy. W sek-

torach kultury oraz turystyki kulturowej podkreśla się znaczenie poszukiwania alternatywnych źródeł finansowania tych sfer i bardziej skutecznego wykorzystania istniejących środków finansowych. Są to istotne cele ze względu na potencjał dynamizowania rozwoju społeczno-ekonomicznego kraju. Jednak debata nad możliwymi rozwiązaniami skutecznie wspierającymi finansowanie kultury i turystyki kulturowej jest w zasadzie marginalizowana, co sprawia, że wprowadzanie innowacyjnych instrumentów finansujących zarówno podaż, jak i popyt w kulturze i turystyce kulturowej, nie jest działaniem systemowym.

Celem artykułu jest przedstawienie założeń tzw. bonów kulturalnych, czyli rozwiązania stymulującego uczestnictwo w kulturze i turystyce kulturowej. Ze względu na ograniczoną liczbę opracowań naukowych poświęconych tematyce bonów w kulturze w artykule dokonano analizy uwarunkowań tego typu rozwiązań stosowanych w innych obszarach, w tym w obszarze edukacji. Przykłady wdrożeń bonów kulturalnych pokazują, że jest to instrument niezwykle elastyczny i różnorodny, co zostanie zilustrowane przy pomocy włoskiego programu bonów „Il Bonus Cultura” oraz małopolskiego programu „Bon Kultury”. Dobór przykładów poglądowych nie jest w żaden sposób wyczerpujący, jednak stanowi zachętę do pogłębionych badań w tym obszarze. W trakcie postępowania badawczego zastosowano głównie metody niereaktywne – analizę literatury z elementami studium przypadku.

1. Istota pośredniego finansowania poprzez system bonów

Literatura zajmująca się problematyką bonów odwołuje się przede wszystkim do założeń teoretycznych oraz doświadczeń stosowania bonów w edukacji. „Pod pojęciem bonu (...) rozumieć będziemy talon (kupon, czek imienny), a więc quasi-papier wartościowy o określonej sile nabywczej, który można zrealizować w dowolnie wybranej instytucji (...). Bon jest formą alokacji zasobów finansowych państwa, którą można określić jako subwencję przedmiotowo-podmiotową” [Bielecki, 2005, s. 12]. Z ekonomicznego punktu widzenia bony są formą „pieniądz” na rynku usług, w tym usług kultury i turystyki kulturowej.

Pierwsze propozycje tego rozwiązania można odnaleźć w pracach angielskiego filozofa politycznego Thomasa Paine’a z 1791 roku [Flew, 1995], zwolennika czeków oświatowych. Jego argumenty zostały w późniejszym czasie spopularyzowane przez angielskiego filozofa Johna Stuarta Millę, który w 1859 roku w swoim klasycznym eseju *On Liberty* odrzucał nie tylko monopol publicznych szkół, lecz również każdą ingerencję państwa w sferę edukacji. Największą po-

pularność koncepcja bonów osiągnęła jednak dzięki współczesnemu amerykańskiemu ekonomście Miltonowi Friedmanowi, który w pracy *The Role of Government in Education* z 1955 roku postulował ograniczenie kontroli państwa w sferze edukacji poprzez stworzenie mechanizmu bonów [McDonald, 2018].

Koncepcja powszechnych bonów w edukacji miała w swoim założeniu stymulować szkoły do osiągnięcia wyższej efektywności [Pawlak, 2008]. Wyrazem takiego myślenia miało być zastosowanie w oświacie mechanizmów rynkowych, m.in. wzmocnienie pozycji konsumentów (rodziców i uczniów) na tym rynku, umożliwiając im większą decyzyjność w kwestii wyboru szkoły. Takie rozwiązanie miało służyć uelastycznieniu systemu oświaty i denacjonalizacji edukacji oraz podniesieniu jakości kształcenia dzięki konkutowaniu szkół o każdego ucznia i dostosowywaniu oferty do rzeczywistych klientów – uczniów [Friedman, Friedman, 2006, s. 183].

Prowadzone obecnie rozważania na temat bonów w oświacie skupiają się wokół kilku kluczowych zagadnień. Warto w tym miejscu przywołać najważniejsze aspekty, które mogą również mieć odniesienie do stosowania bonów w kulturze. Stawia się pytania o to, czy rzeczywiście bony sprzyjają poprawie jakości nauczania oraz czy umożliwienie wyboru konsumentom (rodzicom, uczniom) prowadzi do poprawy wyników osiągniętych przez uczniów. Ważna jest ponadto kwestia dotycząca tego, czy bony oświatowe zagrażają spójności społecznej i sprzyjają rozwarstwieniu społecznemu [Pawlak, 2009]. Wyrazem tych dyskusji są dwie koncepcje bonu oświatowego. Pierwsza z nich przedstawia podejście liberalne, wzorowane na pracach Milтона Friedmana [Friedman, Friedman, 2006; Friedman, 2008], dopuszczające nieograniczony wybór szkoły przez rodziców z możliwością dopłacania przez nich do edukacji, gdy koszty kształcenia w konkretnej szkole przewyższają wartość bonu. Drugie podejście, którego zwolennikiem jest amerykański socjolog Christopher Jencks [1970, s. 19-21], zakłada pewien poziom wpływu państwa na regulowanie zasad systemu bonów (np. rekrutacja do szkół na podstawie losowania, wyższa wartość bonu dla niezamożnych, brak możliwości dopłacania do bonu) i oferowanie ich tylko dla niektórych grup uczniów (np. ubogich, pochodzących z mniejszości, uczęszczających do słabych szkół) w celu wyrównywania szans edukacyjnych i poprawy dostępu do szkół prywatnych.

Istnieje wiele zastrzeżeń wobec polityki dopuszczającej tworzenie systemów bonów, są to:

- paternalistyczny charakter bonów,
- wysokie koszty administrowania systemami bonów,

- niższa wartość bonów dla beneficjentów niż ich ekwiwalent gotówkowy (gotówkę można bowiem wykorzystać wszędzie),
- stygmatyzowanie odbiorców (nadanie im statusu i mentalności petentów),
- pokusa dostarczania towarów i usług niskiej jakości,
- zagrożenie praktykami korupcyjnymi (np. odsprzedaż bonów) [Standing, 2017].

Bony są rozwiązaniem stosowanym powszechnie w polityce publicznej, szczególnie jako instrument zwalczający ubóstwo i wyrównujący szanse. Przykłady wykorzystania bonów jako wsparcia publicznego obejmują następujące sfery:

1. Edukacja – np. lokalne programy bonów oświatowych w Stanach Zjednoczonych, bony oświatowe w Chile i Kolumbii [Jeżowski, 2010].
2. Mieszkalnictwo – np. amerykański program dystrybucji bonów mieszkaniowych Housing Choice Voucher Program, przeznaczony dla osób o niskich dochodach lub osób z niepełnosprawnościami, którego celem jest ułatwienie wynajmu nieruchomości na rynku prywatnym [www 1].
3. Żywność – np. amerykański program bonów żywnościowych Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP) [www 2], wspierający zakup żywności przez osoby spełniające określone kryterium dochodowe, indyjski program Public Distribution System [www 3] działający od połowy lat 40. XX wieku. W obu przypadkach mechanizm dystrybucji bonów wyrasta z założenia, że skoro ubogim brakuje podstawowych zasobów, państwo powinno dostarczyć im te zasoby lub środki na ich pozyskanie [Standing, 2017]. W Polsce bony żywnościowe mogą przywozić na myśl doświadczenia komunizmu, w trakcie którego w celach reglamentacji towarów wprowadzano tzw. kartki na poszczególne produkty pierwszej potrzeby, głównie żywnościowe (lecz również inne, jak: materiały budowlane, węgiel, samochody itd.) [Zawistowski, 2011]. Zaopatrzenie kartkowe stosowane było w chwilach znacznej przewagi popytu nad podażą jako część systemu kontroli dystrybucji towarów, umożliwiającej racjonowanie obywatelom określonych towarów, co było spowodowane m.in. klęskami nieurodzaju, wojnami (pierwsze kartki na ziemiach polskich wprowadzono już podczas pierwszej wojny światowej) itp. [Zawistowski, 2016].
4. Rynek pracy – np. bony wspierające mobilność geograficzną i zawodową, bony szkoleniowe, stażowe, na zasiedlenie, zatrudnieniowe [Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, 2016].

2. System bonów a stymulowanie uczestnictwa w kulturze

Bony to strumień funduszy publicznych umożliwiających ich posiadaczowi zakupienie biletu do instytucji kultury lub innego dobra czy usługi bez wnoszenia opłaty lub za niższą kwotę. Projektowane rozwiązania w tym zakresie wymuszają zazwyczaj na ich posiadaczach akceptację pewnych ograniczeń wymaganych do otrzymania bonów (np. kryterium dochodowe, przynależność do grupy defaworyzowanej itp.) [Demos, 2016, s. 6-7]. Stosowanie bonów w sferze publicznej (w tym w kulturze) łączy w sobie zalety systemów grantowych, m.in. stymulowanie aktywności biorców oraz kontrolowanie wydatkowania środków publicznych. Bony kulturalne umożliwiają dofinansowanie instytucji kultury nie przez system bezpośrednich grantów publicznych, lecz pośrednio, przekazując środki finansowe osobom indywidualnym, które decydują o zakupie usług czy dóbr kultury w wybranych instytucjach.

Rozwiązanie zakładające stosowanie instrumentów finansowania pośredniego w kulturze poprzez system bonów nie jest nowe. W 1969 roku ekonomista kultury, Alan Peacock, opowiadał się za wykorzystaniem bonów w sferze sztuki jako sposobu przezwyciężenia problemów dotyczących dostępu do kultury przez osoby mniej zamożne. Ekonomiści kultury uważają, że bony kulturalne są sposobem na zwiększenie partycypacji w kulturze [Peacock, 1993, 1994; Towse, 2011].

Zasadniczymi celami bonów w kulturze są:

- dywersyfikacja grup społecznych (publiczności) odwiedzających instytucje kultury dzięki pobudzeniu konsumpcji,
- zróżnicowanie oferty kulturalnej oferowanej przez instytucje kultury akceptujące bony [Bridge, Blackman, 1977].

Ze zjawiskiem bonów w kulturze związane są zasadniczo dwa zjawiska społeczno-ekonomiczne:

1. Podążanie wsparcia publicznego za konsumentem do danej instytucji kultury.
2. Stymulowanie konsumpcji – literatura przedmiotu podkreśla emancypacyjną funkcję bonów, dlatego też ekonomiści, szczególnie wywodzący się z klasycznej szkoły ekonomii, faworyzują ten sposób stymulowania partycypacji w kulturze. Bony umożliwiają konsumentom podejmowanie bardziej efektywnych decyzji dzięki zwiększeniu ich zdolności finansowych [Towse, 2011, s. 171]. Pozwala to konsumentom na sygnalizowanie, jaką formę sztuki oraz kultury preferują i które organizacje kultury chcą odwiedzić. System bonów ma zatem jednoznacznie wspierać suwerenność konsumentką, może też odgrywać dużą rolę w długoterminowym procesie kształtowania gustów i nawyków w zakresie partycypacji w kulturze [Stigler, Becker, 1977; Towse, 2011].

W literaturze podkreśla się następujące atuty systemu bonów pośrednio finansujących kulturę względem tradycyjnych subsydiów dla instytucji:

1. Społeczno-psychologiczne konsekwencje systemu bonów, polegające na emancypacji konsumentów i ich wyraźnej aktywizacji. Występuje prymat decyzji konsumentów, których preferencje mogą bezpośrednio wpływać na ofertę programową instytucji (w sytuacji tradycyjnego, bezpośredniego subsydiowania instytucji kultury to ona posiada pełnię decyzyjności w zakresie kształtowania oferty kulturalnej dla publiczności). Takie rozwiązanie niesie za sobą konieczność rzetelnego poszukiwania informacji o danym produkcie czy usłudze, racjonalne podejmowanie decyzji oraz branie odpowiedzialności za konsekwencje podjętych decyzji.
2. Korelacja poziomu wynagrodzenia dla instytucji kultury z rodzajem i jakością oferowanych usług. Zasadniczo czysty system bonów wymuszałby na instytucjach kultury dostosowanie oferty do preferencji publiczności, aby uzyskanie wsparcia finansowego było możliwe. Instytucja, w której bon został wydany, otrzymywałaby wsparcie finansowe w wartości bonu. Oznacza to, że instytucje kultury otrzymywałyby fundusze tylko wówczas, kiedy ich oferta jest atrakcyjna dla konsumenta (publiczności). Jest to interesujące zagadnienie, zwłaszcza ze względu na sytuację, w której instytucje kultury nie musiałyby ubiegać się o wsparcie finansowe u grantodawcy publicznego, dyktującego określone warunki udzielanego wsparcia, i monitorować właściwe wydatkowanie tych środków. W teorii publiczne fundusze są wtedy wydane racjonalnie, w najlepszy możliwy sposób, bowiem zgodnie z ujęciem liberalnym to konsumenci dokonują wyboru najlepszej oferty spośród dostępnych dostawców.

3. Przykłady bonów w kulturze

3.1. Włoski program „Il Bonus Cultura”

Ogólnokrajowy program „Il Bonus Cultura” (18app) [www 4], stymulujący partycypację w kulturze, został zainicjowany przez włoski rząd w 2016 roku (1. edycja trwała rok, obecnie trwa 2. edycja programu – 2018-2019). Młodzi Włosi, którzy w danym roku kończą 18 lat, otrzymują bon kulturalny w wysokości 500 euro. Uprawnione osoby muszą pobrać aplikację 18app i dokonać rejestracji. Poprzez aplikację tworzony jest rodzaj bonu, który może zostać wydany na dowolny cel związany z rozwojem kulturalnym. Bon jest następnie przekaza-

zywany do agencji rządowej, spieniężającej otrzymany bon po weryfikacji, czy dany zakup może świadczyć o rozwoju kulturalnym danej osoby. Pieniądze te mają zostać wydane do końca rocznego okresu trwania każdej z edycji programu (2017, 2019) na dobra i usługi kultury, w tym bilety: na koncerty, do kina, teatru, muzeum, na zakup książek czy biletów do parków narodowych czy archeologicznych we Włoszech. Wraz z nową edycją w 2018 roku poszerzono katalog dopuszczalnych dóbr i usług, na które bon może zostać wydany. Nowością są tu kursy muzyczne, teatralne lub językowe [www 5]. System bonów ogłoszony w 2016 roku kosztował włoski rząd prawie 300 mln euro i był dystrybuowany do prawie 600 tys. młodych osób [Pulitano, 2017]. Druga edycja programu jest skierowana do osób urodzonych w 1999 roku, którzy zarejestrowali się na platformie 18app (www.18app.italia.it) do końca czerwca 2018 roku celem otrzymania bonu w formie e-karty o wartości 500 euro. Włoski rząd przeznaczył na kontynuację programu budżet w wysokości 290 mln euro [www 4].

W 2017 roku, tj. po roku od wprowadzenia programu, duża część bonów została wydana na zakup książek – ok. 80% z ponad 163 mln euro wydanych przez ok. 600 tys. 18-latków między listopadem 2016 roku a listopadem 2017 roku. Co ciekawe, według danych włoskiego Ministerstwa ds. Wydarzeń Kulturalnych, Dziedzictwa i Turystyki (Ministero per i Beni e le Attività Culturali – MiBAC) 98% wydatków na książki dotyczyło książek papierowych, a 2% – e-booków. Wybór związany z zakupem biletów na koncerty (8,9% całkowitych wydatków na program bonów) czy do kina (7,2%) był drugim i trzecim wskazaniem [www 5]. Należy dodać, że to rozwiązanie współgra z przeznaczeniem 3 mln euro na utworzenie specjalnego funduszu na książki i promocję czytelnictwa koordynowanego przez Włoskie Centrum Książki i Czytelnictwa (*Centro per il Libro e la Lettura*) [www 5].

Wprowadzenie tego rodzaju bodźca stymulującego stronę popytową, a nie podaźową w kulturze, jest w opinii włoskich polityków (np. Piccoli Nardelli) dużym sukcesem [www 5], ponieważ dotychczas skupiano się wyłącznie na wspieraniu podaży w kulturze. Ważnym atrybutem programu bonów jest ponadto uniwersalność, bowiem wspiera on wszystkich 18-latków, bez względu na ich dochody, co ma pokazywać ideę, że kultura jest dla wszystkich.

Warto w tym miejscu przyjrzeć się bliżej pierwotnym założeniom programu. Celem pierwszej edycji programu były edukacja oraz wsparcie rosnącej liczby młodych imigrantów w procesie asymilacji i zwalczania przejawów radykalizacji młodych [Livesay, 2016]. Były premier Włoch, Matteo Renzi, ogłosił program bonów kulturalnych w odpowiedzi na ataki terrorystyczne w Paryżu

w 2015 roku. Argumentował wówczas, że terroryzm powinien być zwalczany nie tylko militarnie, ale też ideologicznie, poprzez wyraźną afirmację europejskich wartości kulturowych. “We will not give in to terror (...) we have centuries of history that proclaim the fact that culture will beat ignorance, that beauty is more tenacious than barbarism” [Squires, 2016] (“Nie ulegniemy terrorowi (...) posiadamy wielowiekową historię pokazującą, że kultura zwycięży ignorancję, że piękno jest trwalsze niż barbarzyństwo” – tłum. autorki). Nie ma wątpliwości, że ten szczególny cel programu koresponduje z ogólnym celem bonów, tzn. dywersyfikacją publiczności korzystającej z oferty instytucji kultury oraz różnicowaniem oferty programowej kształtowanej przez te instytucje.

Włoski program bonów nie precyzuje rozumienia kultury. Włoska młodzież może wydać te środki na cele związane z kulturą według własnego uznania. Rząd co prawda weryfikuje, czy dokonany zakup może mieć potencjał rozwojowy w sferze kultury, jednak nie rozróżnia kultury pop od kultury wysokiej. Takie rozwiązanie może zastanawiać, zwłaszcza z perspektywy oczekiwanych rezultatów programu i próby oceny jego jakości. Podejście to jednoznacznie wskazuje, że pierwotną intencją programu było pobudzenie konsumpcji w kulturze. “It also reminds them how important cultural consumption is, both for enriching yourself as a person and strengthening the fabric of our society” [Hooton, 2016] („Program przypomina również, jak ważna jest konsumpcja w kulturze, zarówno z punktu widzenia rozwoju osobistego, jak i wzmocnienia struktury naszego społeczeństwa” – tłum. autorki).

Włoski program jest eksperymentalnym podejściem do finansowania kultury. Rząd postrzega ten program jako sposób na inwestowanie w przyszłość kultury. Inicjatywa daje 18-latkom możliwość decydowania o indywidualnych preferencjach konsumenckich. Rząd włoski był jednak również oskarżany o cyniczny populizm, pojawiały się zarzuty na tle ekonomicznym mówiące, że bon kulturalny został opracowany nie w celu ograniczenia wysokiego bezrobocia wśród młodych we Włoszech (ok. 40%), ale żeby młodzi absolwenci szkoły doświadczyli nieco kultury w swoim „bezbarwnym” życiu. Program cieszy się dużym powodzeniem wśród głównych odbiorców, tj. 18-latków, z kolei reakcja reszty społeczeństwa jest nieco chłodniejsza.

3.2. Małopolski program „Bon Kultury”

Małopolska inicjatywa „Bon Kultury” realizowana jest od 2012 roku i uchodzi za innowacyjne i unikatowe w skali Polski narzędzie stymulowania uczestnictwa w kulturze. Polega ona na stworzeniu przez wybrane regionalne instytu-

cje kultury programów edukacyjnych i wydarzeń kulturalnych, które poszerzają ich podstawową ofertę [Knaś, Piątkowska, Hoinkis, 2017] (np. w 2016 roku zorganizowano aż 2320 zajęć [www 6]). Oferta kierowana jest do dzieci, młodzieży i dorosłych, rodzin, uczestników indywidualnych oraz grup zorganizowanych. Uczestnicy mogą skorzystać z dofinansowania działań edukacyjnych poprzez podanie hasła „Bon Kultury” przy zapisywaniu się na określone zajęcia (do 75% zniżki, tj. koszt udziału w zajęciach wynosi, w zależności od ceny podstawowej, od 1 zł do maksymalnie 6,25 zł). Średnio jeden bon ma wartość 25 zł, a rokrocznie finansowanych jest średnio 40 tys. bonów [www 6; www 7]. Od 2012 roku rokrocznie ok. 1 mln zł przeznaczony jest na realizację programu (w 2017 roku – 720 tys. zł [www 6]). Z refundacji można korzystać aż do wyczerpania puli środków przeznaczonych na dofinansowanie oferty „Bonu Kultury” w danym roku. Głównymi organizatorami programu są Zarząd Województwa Małopolskiego (określenie podstawy prawnej realizacji działań, zabezpieczenie środków finansowych w budżecie), Departament Kultury i Dziedzictwa Narodowego UMWM (merytoryczna ocena programów) oraz instytucje kultury, dla których organizatorem jest województwo małopolskie (17 instytucji od 2017 roku).

„Bon Kultury” wskazywany jest jako działanie realizujące cele Strategii Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2011-2020. Uprawnia on do uczestnictwa w programie oferowanym przez daną instytucję kultury w ramach pakietu „Bon Kultury”. Pula bonów zgromadzonych przez daną instytucję przekłada się na środki finansowe otrzymane od województwa, co jest sposobem na uatrakcyjnienie oferty kulturalnej. Im bowiem więcej uczestników zajęć w danej instytucji, tym więcej środków finansowych zasilających ich budżet po spieniężeniu bonów. W założeniu twórców systemu pieniądze trafiają zatem do tych instytucji, które przyciągają największą liczbę uczestników. W uproszczeniu, wartość finansowa bonów, tj. 1 mln zł, w podziale na 10 muzeów (liczba instytucji biorąca udział w fazie pilotażowej projektu), wynosi 100 tys. zł dla jednego muzeum [www 7].

Zgodnie z założeniami efektem realizacji programu „Bon Kultury” mają być uatrakcyjnienie oferty publicznych instytucji kultury, monitorowanie przez instytucje zakresu i jakości prowadzonej działalności edukacyjnej, zwiększenie dostępności do wysokiej jakości oferty kulturalnej, a także kształtowanie postawy aktywnego, świadomego odbiorcy dóbr kultury [www 7].

Podsumowanie

Ujęte w artykule przykłady bonów kulturalnych nie są jedynymi rozwiązaniami o takim charakterze. Można wymienić w tym miejscu kanadyjski program „The Cultural Access Pass” [www 8], będący rodzajem bonu dla każdego nowego obywatela Kanady w ciągu pierwszego roku od uzyskania obywatelstwa. W swoim założeniu system ten umożliwi Kanadyjczykom bezpłatne zwiedzanie ponad 1300 ważnych obiektów turystycznych i innych atrakcji kultury, dodatkowo gwarantując zniżki przy zakupie biletów na podróż. Z perspektywy turystyki kulturowej jest to istotny czynnik stymulujący ruch turystyczny wewnątrz kraju. Odmiennym, lecz również ciekawym przykładem systemu bonów jest brazylijski „Vale de Cultura” („The Programa Cultura do Trabalhador”) [www 9] utworzony i finansowany przez rząd federalny, a realizowany we współpracy z pracodawcami. Celem programu jest umożliwianie pracownikom dostępu do produktów i przemysłów kultury oraz pobudzanie konsumpcji produktów kulturalnych. Pracownicy otrzymują po 50 realów (ok. 15 dolarów) miesięcznie od swojego pracodawcy (dla osób zarabiających do 5 wynagrodzeń minimalnych).

Na początku 2019 roku Francja wdroży program bonów „Pass Culture”, przypominający w swoim kształcie przykład włoski. Również tutaj młodzież otrzyma po 500 euro na cele związane z kulturą. Aplikacja na smartfony, będąca głównym narzędziem realizacji programu, znajduje się obecnie w fazie testów. Co ciekawe, aplikacja będzie posiadała funkcję geolokalizacji, co umożliwi użytkownikom przeglądanie najważniejszych wydarzeń kulturalnych czy artystycznych mających miejsce w ich okolicy [www 10].

Istotną rolę w popularyzacji koncepcji bonów w kulturze i turystyce kulturowej odgrywają m.in. trzy czynniki:

- społeczny – postrzeganie kultury i turystyki kulturowej jako sposobu na rozwój osobisty i grupowy, na osiągnięcie określonego poziomu sukcesu społecznego odbiorców bonów;
- socjalny – uosobienie postulatu równości w dostępie do kultury i turystyki kulturowej przez poszerzenie wyboru dokonywanego przez osoby o niskim statusie ekonomicznym czy osoby niepełnosprawne;
- edukacyjny – pojawienie się pojęcia zróżnicowania oferty kulturalnej (różnorodność) [Bielecki, 2005, s. 13].

Popularyzacja systemu bonów w kulturze czy turystyce kulturowej z pewnością wprowadza odmienną optykę postrzegania relacji między państwem

a obywatelami. Koncepcja bonu w kulturze jest propozycją bardzo elastyczną, dlatego też warto docenić to rozwiązanie, gdyż może stać się efektywnym narzędziem promowania popytu na nieco bardziej niszowe produkty artystyczne, wydarzenia kultury wysokiej czy zwiedzanie miejsc ważnych dla turystyki kulturowej wśród osób, które zazwyczaj nie konsumują takich usług i dóbr. Bony mogą więc spełniać funkcję emancypacyjną poprzez aktywizację uczestników rynku kultury i turystyki kulturowej. Głównym argumentem o charakterze społeczno-ekonomicznym, przemawiającym za szerszym wdrażaniem bonów, jest postulat budowania suwerenności konsumentów przy jednoczesnej dbałości o ich indywidualne gusta i preferencje związane z kulturą oraz turystyką kulturową.

Obszarem poddającym się dalszej eksploracji badawczej jest z pewnością ewaluacja tego typu programów, podnosząca zagadnienie skuteczności jakościowej i ilościowej bonów w kulturze i turystyce kulturowej.

Literatura

- Bielecki P. (2005), *Bony edukacyjne. Granice urynkowienia edukacji*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Bridge G., Blackman J. (1977), *Final Evaluation of the Cultural Voucher Program*, Columbia University, New York.
- Demos (2016), *Designing Public Financing Systems to Advance Equity and Independent Political Power*, <https://www.demos.org/publication/designing-public-financing-systems-advance-equity-and-independent-political-power> (data dostępu: 26.03.2019).
- Flew A. (1995), *History of the Voucher Idea*, Foundation for Economic Education, <https://fee.org/articles/history-of-the-voucher-idea/> (data dostępu: 25.10.2018).
- Friedman M. (1955), *The Role of Government in Education*, <https://la.utexas.edu/users/hcleaver/330T/350kPEEFriedmanRoleOfGovttable.pdf> (data dostępu: 26.03.2019).
- Friedman M. (2008), *Kapitalizm i wolność*, tłum. B. Sałbut, Wydawnictwo Helion, Gliwice.
- Friedman M., Friedman R. (2006), *Wolny wybór*, tłum. J. Kwaśniewski, Wydawnictwo Aspekt, Sosnowiec.
- Hooton Ch. (2016), *The Italian Government is Giving Teens €500 on Their 18th Birthday to Spend on Books*, "Independent", 23 August, <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/the-italian-government-is-giving-teens-500-on-their-18th-birthday-to-spend-on-books-a7205366.html> (data dostępu: 25.10.2018).
- Jencks Ch. (1970), *Giving Parents Money to Pay for Schooling: Education Vouchers*, "New Republic", Vol. 4, s. 19-21.
- Jezowski A. (2010), *Bon edukacyjny – idea czy metoda*, „Studia BAS”, nr 2(22), s. 209-230.

- Knaś P., Piątkowska M., Hoinkis D. (2017), *Diagnozy w kulturze. Badania i analizy w projektowaniu i wdrażaniu samorządowych polityk kulturalnych*, Publikacja wydana przez FRDL Małopolski Instytut Samorządu Terytorialnego i Administracji działający na zlecenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach projektu „Czy polityki kulturalne oparte są na dowodach? – wpływ diagnoz na projektowanie samorządowych polityk sektora kultury”.
- Livesay Ch. (2016), *Italy's 'Cultural Allowance' for Teens Aims to Educate, Counter Extremism*, Parallels, National Public Radio, <https://www.npr.org/sections/parallels/2016/09/27/495648319/italys-cultural-allowance-for-teens-aims-to-educate-counter-extremism?t=1553603121858> (data dostępu: 26.03.2019).
- McDonald K. (2018), *How Do School Vouchers Fit In?* Foundation for Economic Education, <https://fee.org/articles/school-vouchers-give-parents-more-choice-in-education/> (data dostępu: 25.10.2018).
- Mill J.S. (1980), *On Liberty*, Oxford University Press, Oxford.
- Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej (2016), Analiza rozwiązań wprowadzonych Ustawą z dnia 14 marca 2014 r. o zmianie ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz niektórych innych ustaw, Warszawa.
- Pawlak R. (2008), *Powszechne bony oświatowe. Przykład Chile*, „Polityka Społeczna”, nr 10, s. 14-19.
- Pawlak R. (2009), *Powszechne bony oświatowe. Na odgórnie regulowanych zasadach. Przykład Szwecji*, „Polityka Społeczna”, nr 1, s. 24-30, https://www.ipiss.com.pl/wp-content/uploads/downloads/2012/10/ps_1_2009_r_pawlak.pdf (data dostępu: 25.10.2018).
- Peacock A. (1993), *Paying the Piper: Culture, Music and Money*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Peacock A. (1994), *Welfare Economics and Public Subsidies to the Arts*, “Journal of Cultural Economics”, Vol. 18, s. 151-161.
- Pulitano G.A. (2017), *Il “Bonus Cultura” per idiciottenni*, “AIB Journals”, No. 3, s. 58-59.
- Squires N. (2016), *Italian Teenagers to Receive €500 ‘Cultural Bonus’ from Government*, “The Telegraph”, 23 August, <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/08/23/italian-teenagers-to-receive-500-cultural-bonus-from-government/> (data dostępu: 25.10.2018).
- Standing J. (2017), *Alternatywy dla dochodu podstawowego: przegląd krytyczny*, „Praktyka Teoretyczna”, nr 2(24), s. 15-38.
- Stigler G., Becker G. (1977), *De Gustibus Non Est Disputandum*, “The American Economic Review”, Vol. 67, No. 2, s. 76-90.
- Towse R. (2011), *Ekonomia kultury. Kompendium*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Zawistowski A. (2011), *35 lat temu władze PRL wprowadziły kartki na cukier*, <https://dzieje.pl/content/35-lat-temu-w%C5%82adze-prl-wprowadzi%C5%82y-kartki-na-cukier> (data dostępu: 25.10.2018).

Zawistowski A. (2016), *Kartki na wojnę, której nie było. Planowany mechanizm reglamentacji artykułów pierwszego zapotrzebowania w PRL w wypadku sytuacji nadzwyczajnej*, „Dzieje Najnowsze”, R. 48, z. 1, s. 67-81.

[www 1] <https://www.benefits.gov/benefit/710> (data dostępu: 25.10.2018).

[www 2] <https://www.fns.usda.gov/snap/supplemental-nutrition-assistance-program-snap> (data dostępu: 25.10.2018).

[www 3] <http://www.righttofoodcampaign.in/> (data dostępu: 25.10.2018).

[www 4] <https://www.18app.italia.it> (data dostępu: 25.10.2018).

[www 5] <http://www.paperindustryworld.com/italy-and-switzerland-incentives-to-culture/> (data dostępu: 25.10.2018).

[www 6] <https://www.malopolska.pl/aktualnosci/kultura/rusza-bon-kultury-2017-najlepszy-sposob-na-nude>(data dostępu: 25.10.2018).

[www 7] <http://badania-w-kulturze.mik.krakow.pl/2011/11/10/województwo-malopolskie-budzet-2012-i-kultura/>(data dostępu: 25.10.2018).

[www 8] <https://www.icc-icc.ca/site/program/cultural-access-pass/> (data dostępu: 25.10.2018).

[www 9] http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xlR9iTn/content/programa-de-cultura-do-trabalhador-306623/10883/maximized (data dostępu: 25.10.2018).

[www 10] <https://frieze.com/article/france-launches-arty-tinder-app-hands-young-people-eu500-enjoy-culture> (data dostępu: 25.10.2018).

VOUCHERS AS AN INSTRUMENT OF STIMULATING PARTICIPATION IN CULTURE AND CULTURAL TOURISM

Summary: The aim of the article is to look at the priorities of the so called cultural voucher (cultural allowance, cultural bonus, cultural coupon), that is a mechanism stimulating participation in culture and cultural tourism. The mechanism of cultural voucher is financially supported by the public money and it enables a beneficiary to purchase a cultural item (i.e. a ticket to visit a cultural institution, ticket to participate in an educational workshop, books, etc.) without charge or with a reduced price. The paper discusses social and economic conditions of implementing this mechanism. It also examines the examples of vouchers stimulating the demand side in culture and cultural tourism.

Keywords: cultural vouchers, cultural demand, participation in culture and cultural tourism, public funds.