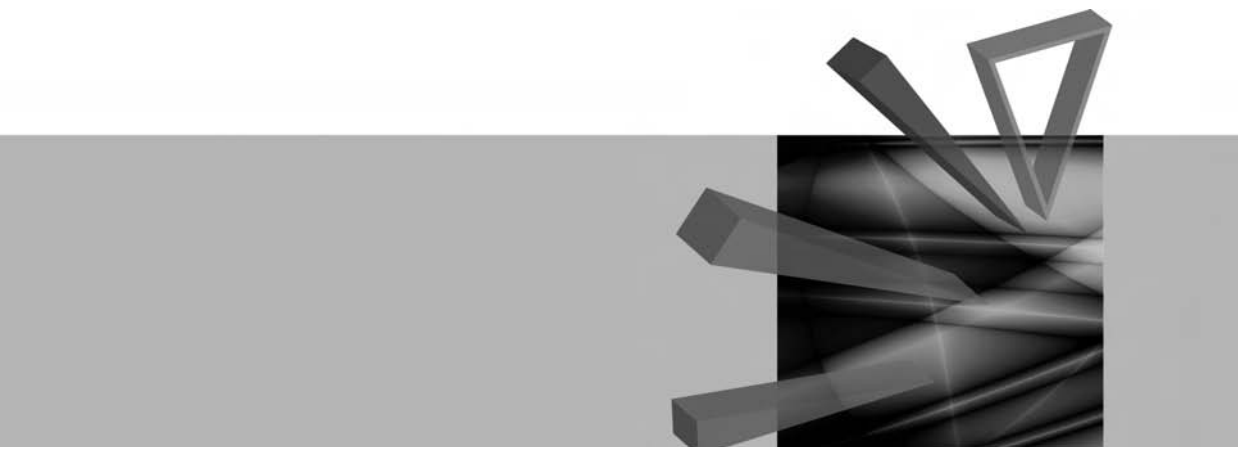
PRACE NAUKOWE
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
RESEARCH PAPERS
of Wrocław University of Economics

241

Przestrzeń a rozwój



Redaktorzy naukowi
Stanisław Korenik
Anna Dybała

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2011

Recenzenci: Florian Kuźnik, Janusz Słodczyk, Zygmunt Szymla,
Eugeniusz Wojciechowski

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Justyna Mroczkowska

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiejkolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

Publikacja została sfinansowana przez Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2011

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-272-7

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp 11

Część 1. Współczesne uwarunkowania rozwoju społeczno-ekonomicznego krajów, regionów i obszarów metropolitalnych

Patrycja Brańka: Atrakcyjność inwestycyjna województwa małopolskiego w oczach przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego (w świetle badań ankietowych) 15
Adam Dąbrowski: Kierunki europejskiej polityki regionalnej – wybrane problemy 30
Piotr Hajduga: Dolnośląskie specjalne strefy ekonomiczne jako miejsce prowadzenia działalności gospodarczej w świetle ocen przedsiębiorców – wyniki badania empirycznego 41
Krystian Heffner, Brygida Klemens: Struktury klastrowe w gospodarce przestrzennej – wybrane korzyści i problemy rozwoju w skali lokalnej i regionalnej 56
Petr Hlaváček: The classification of analytical and management qualitative frameworks for municipal and regional development 65
Stanisław Korenik: Nowe zjawiska występujące w rozwoju aktywizujących się regionów 76
Anna Mempel-Śnieżyk: Uwarunkowania funkcjonowania powiązań sieciowych w województwie dolnośląskim 85
Katarzyna Miszczak: Partnerstwo publiczno-prywatne w regionach przygranicznych Polski, Czech i Niemiec – szanse i zagrożenia 105
Monika Musiał-Malago: Polaryzacja strukturalna Krakowskiego Obszaru Metropolitalnego 120
Małgorzata Rogowska: Znaczenie miast w polityce regionalnej Unii Europejskiej 133
Dorota Rynio: Rozwój społeczno-gospodarczy ośrodka wzrostu w okresie kryzysu gospodarki światowej 140
Miloslav Šašek: Development of population in the Czech Republic after 1989 150
Piotr Serafin: Stan i zmiany zagospodarowania przestrzeni wsi w strefie podmiejskiej województwa małopolskiego na przykładzie gmin Niepołomice i Wieliczka 162
Kazimiera Wilk: Sytuacja demograficzna w Federacji Rosyjskiej w latach 1990-2009 180

Arkadiusz Przybyłka: Narodowy Fundusz Zdrowia jako główny organizator usług zdrowotnych w Polsce 190
Justyna Anders: Rola władz publicznych w stymulowaniu partycypacji obywateli w procesach *governance* – doświadczenia międzynarodowe i wnioski dla Polski 200
Marek Dylewski, Beata Filipiak: Możliwości rozwoju obszarów metropolitalnych w nowych uwarunkowaniach finansowych jednostek samorządu terytorialnego 212
Andrzej Rączaszek: Procesy rozwojowe największych polskich miast w okresie transformacji 224

Część 2. Społeczne, gospodarcze i środowiskowe problemy rozwoju lokalnego

Jacek Chądzyński: Władza lokalna a rynek – pomiędzy współpracą a konkurencją 241
Eleonora Gonda-Soroczyńska: Uwarunkowania środowiska przyrodniczego w przestrzeni uzdrowiska na przykładzie Czerniawy-Zdroju 252
Magdalena Kalisiak-Mędelska: Partycypacja społeczna – przymus czy rzeczywista potrzeba? 262
Magdalena Kalisiak-Mędelska: Zadowolenie z miejsca zamieszkania – ocena mieszkańców i władz lokalnych na przykładzie Głowna 277
Andrzej Łuczyszyn: Lokalna przestrzeń publiczna w gospodarce kreatywnej 290
Magdalena Pięta-Kanurska: Związki kultury i ekonomii oraz ich wpływ na rozwój miasta 301
Joost Platje: Local governance's capacity to direct its own path of sustainable development 310
Andrzej Raszkowski: Nowe trendy w marketingu miejsc 319
Anna Batko: Administracja publiczna jako stymulator zmian w turystyce miasta – na przykładzie Krakowa w latach 1989-2006 328
Piotr Ruczkowski: Ewidencja ludności – nowe zasady meldunkowe 340

Część 3. Innowacyjność i przedsiębiorczość a rozwój

Niki Derlukiewicz: Unia innowacji jako sposób na zwiększenie innowacyjności gospodarki europejskiej 355
Dariusz Głuszczuk: Finansowanie działalności innowacyjnej – źródła i bariery w przekroju regionów Polski (NTS-2) 366

Niki Derlukiewicz, Małgorzata Rogowska, Stanisław Korenik, Jarmila Horáková, Jiří Louda: Polsko-czeska współpraca transgraniczna małych i średnich przedsiębiorstw 377
Anna Korombel: Najczęściej popełniane błędy podczas wdrażania zintegrowanego zarządzania ryzykiem (ERM) w polskich przedsiębiorstwach 388
Kamil Wiśniewski: Systemowe zarządzanie wiedzą w ujęciu teoretycznym i praktycznym 396
Paweł Dziekański, Jan Puchała: Wspieranie przedsiębiorczości przez samorząd terytorialny na przykładzie powiatu limanowskiego 405
Jerzy Wąchol: Rola państwa i jego interesariuszy we władztwie korporacyjnym w okresie wychodzenia ze spowolnienia gospodarczego i kryzysu ... 417
Aleksandra Pisarska, Mieczysław Poborski: Wybrane problemy inwestowania w rzeczowe aktywa trwałe (na przykładzie uczelni publicznych w Polsce)..... 427
Agnieszka Izabela Baruk: Specyfika działań motywujących stosowanych wobec polskich pracowników..... 437
Monika Stelmaszczyk: Właściciel małego przedsiębiorstwa menedżerem zorientowanym na kulturę – wyzwania i perspektywy 447
Barbara Batko: Wpływ jakości informacji publicznej na minimalizację ryzyka podejmowania decyzji na rynku pracy 455

Część 4. Wybrane problemy planowania przestrzennego

Oğuz Özbek: Central planning of development through etatism in Turkey: the state planning organisation 467
Kinga Wasilewska: Samorząd terytorialny jako nowy podmiot polityki przestrzennej 474
Aleksandra Koźlak: Modelowe ujęcie transportu w planowaniu przestrzennym 489
Anna Kamińska: Rola ewaluacji w zarządzaniu procesem rewitalizacji przestrzeni miejskiej 502

Część 5. Zagadnienia różne

Hubert Kaczmarczyk: Właściwe zadania państwa w ujęciu F.A. von Hayeka 513
Małgorzata Gajda-Kantorowska: Transfery fiskalne a przeciwdziałanie szokom asymetrycznym w ramach Unii Gospodarczo-Walutowej w Europie .. 522
Adam Peszko: Krytyka liberalnej doktryny lat 90. i nowe nurty w ekonomii pierwszej dekady XXI wieku..... 532
Andrzej Adamczyk: Incydentalna kontrola rozporządzeń przez sądy..... 543

Summaries

Patrycja Brańka: Investment attractiveness of Małopolska voivodeship in opinion of foreign capital enterprises (in the light of survey results)..... 29
Adam Dąbrowski: Directions of European Regional Policy – selected problems..... 40
Piotr Hajduga: Special economic zones in Lower Silesia as a business place in the light of assessments of entrepreneurs – results of empirical research 55
Krystian Heffner, Brygida Klemens: Cluster structures in spatial economy – chosen benefits and problems of development on the local and regional scale 64
Petr Hlaváček: Klasyfikacja analitycznych i zarządczych ram kwalifikacyjnych w rozwoju gmin i regionów 75
Stanisław Korenik: New phenomena occurring in the development of activating regions 84
Anna Mempel-Śnieżyk: Conditions of functioning of the network relations in Lower Silesia Voivodeship 104
Katarzyna Miszczak: Public-Private Partnership in the border regions of Poland, the Czech Republic and Germany – opportunities and threats..... 119
Monika Musiał-Malago: Structural polarization of Cracow Metropolitan Area..... 132
Małgorzata Rogowska: The importance of cities in the European Union's regional policy 139
Dorota Rynio: Social-economic development of growth center in the time of worldwide economy crisis 149
Miloslav Šašek: Rozwój populacji w Czechach po roku 1989 161
Piotr Serafin: Spatial planning of rural areas in the suburbs of Małopolska: state and changes − the case of Wieliczka and Niepołomice..... 179
Kazimiera Wilk: The demographic situation in the Russian Federation in the years 1990-2009..... 189
Arkadiusz Przybyłka: The National Health Fund as the main organizer of health services in Poland 199
Justyna Anders: The role of public authorities in promoting civic participation in processes of *governance* – application of international practices in the Polish context..... 211
Marek Dylewski, Beata Filipiak: Development opportunities of metropolitan areas in the new financial circumstances of local government units 223
Andrzej Rączaszek: Development processes in the biggest Polish cities in the transformation period..... 237

Jacek Chądzyński: Local government and market – between cooperation and competition 251
Eleonora Gonda-Soroczyńska: The condition of the natural environment in the development of a spa town – the case of Czerniawa-Zdrój 261
Magdalena Kalisiak-Mędelska: Social participation − obligation or real need? 276
Magdalena Kalisiak-Mędelska: Satisfaction with the place of residence – evaluation of place and local authorities as on the example of Głowno..... 289
Andrzej Łuczyszyn: Local public space in creative economy 300
Magdalena Pięta-Kanurska: The relationship between culture and economics and their impact on urban development 309
Joost Platje: Zdolność samorządu terytorialnego do kierowania własną ścieżką rozwoju zrównoważonego 318
Andrzej Raszkowski: New trends in place marketing 327
Anna Batko: Public administration as a stimulator of changes in city tourism – based on Cracow between the years 1989 and 2006 339
Piotr Ruczkowski: Population registration – the new residence regulations .. 351
Niki Derlukiewicz: Innovation Union as a way to increase the innovation in European economy 365
Dariusz Głuszczuk: Financing innovation activities – sources and barriers with regard to regions in Poland (NTS-2) 376
Niki Derlukiewicz, Małgorzata Rogowska, Stanisław Korenik, Jarmila Horáková, Jiří Louda: Polish-Czech border cooperation of small and medium-sized enterprises 387
Anna Korombel: The most common errors during the implementation of Enterprise Risk Management (ERM) in Polish enterprises 395
Kamil Wiśniewski: System knowledge management from theoretical and practical perspective 404
Paweł Dziekański, Jan Puchała: Support of the enterprise by the territorial council on the example of Limanowski administrative district 416
Jerzy Wąchol: The role of the state and its stakeholders in corporate governance while getting out of the economic downturn and crisis..... 426
Aleksandra Pisarska, Mieczysław Poborski: Selected problems of investing in tangible fixed assets (as exemplified by public institutions of higher education) 435
Agnieszka Izabela Baruk: Essence of motivation activities used towards Polish employees 446
Monika Stelmaszczyk: Owner of small company as a culture-oriented manager – challenges and prospects 454
Barbara Batko: The impact of public information quality to minimize the decision making risk on the labour market..... 464

Oğuz Özbek: Centralne planowanie rozwoju przez etatyzm w Turcji: Państwowy Urząd Planowania 473
Kinga Wasilewska: Local self-goverment as a new subject of spatial policy. 488
Aleksandra Koźlak: Land-use/transport models in spatial planning..... 501
Anna Kamińska: The role of evaluation in the management of urban space revitalization process 510
Hubert Kaczmarczyk: Appropriate tasks of the state in terms of F.A. von Hayek..... 521
Małgorzata Gajda-Kantorowska: Fiscal transfers as asymmetric shocks absorption mechanisms in the European Monetary Union..... 531
Adam Peszko: Criticism of neoclassic doctrine of the 90s and new currents of economics in the first decade of the XXI century..... 542
Andrzej Adamczyk: The right of courts to refuse incidentally to apply regulations..... 557

PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU
RESEARCH PAPERS OF WROCŁAW UNIVERSITY OF ECONOMICS nr 241 • 2011
Przestrzeń a rozwój ISSN 1899-3192

Małgorzata Pięta-Kanurska
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ZWIĄZKI KULTURY I EKONOMII ORAZ ICH WPŁYW NA ROZWÓJ MIASTA

„Człowiek żyje prawdziwie ludzkim życiem dzięki kulturze. […] Kultura jest właściwym sposobem istnienia i bytowania człowieka. […] Kultura jest tym, przez co człowiek staje się bardziej człowiekiem: bardziej jest"[1]. „[…] trzeba przestrzegać właściwego stosunku pomiędzy ekonomią a kulturą, ażeby nie zniszczyć tego dobra, które jest większe, które jest bardziej ludzkie, na rzecz cywilizacji pieniądza, na rzecz dyktatury jednostronnego ekonomizmu. W tym bowiem przypadku nieważne jest, czy będzie to dyktatura pod postacią marksistowsko-totalitarną, czy zachodnioliberalną"[2].

Streszczenie: Obecnie wszystko wskazuje na kształtowanie się nowego paradygmatu rozwoju miast, opartego na kreatywnej gospodarce, łączącego kulturę i gospodarkę. W artykule przedstawiono relacje między przemysłami kreatywnymi i gospodarką oraz ich wpływ na rozwój miasta i jego społeczności. Zaprezentowano również narzędzia wspierania sektorów kreatywnych w miastach.

Słowa kluczowe: gospodarka kreatywna, sektor kultury, ekonomizacja kultury, rewitalizacja.

1. Wstęp

Współcześnie coraz częściej wskazuje się na nowy paradygmat rozwoju miast, oparty na kreatywnej gospodarce, łączący gospodarkę oraz kulturę. Główne znaczenie dla nowego modelu ma fakt, że kreatywność, wiedza i dostęp do informacji uznawane są za najistotniejsze elementy pobudzania rozwoju i promocji miasta w dobie globalizacji. Kreatywność w tym znaczeniu odnosi się do formułowania nowych pomysłów, a także ich zastosowania do produkcji oryginalnych dzieł sztuki, naukowych wynalazków, innowacji technologicznych itp.[3] Promowanie rozwoju współ-

[1] Cytat z przemówienia Jana Pawła II pt. *W imię przyszłości kultury*, wygłoszonego w siedzibie UNESCO w Paryżu 2 czerwca 1980.

[2] Jan Paweł II, *Pamięć i tożsamość*, Znak, Kraków 2005, s. 89.

[3] Creative Economy Report 2008: *The challenge of assessing creative economy: towards informed policy making. Summary*, UNCTAD/DITC/2008/2. http://www.unctad.org/creativeeconomy, s. 11; http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082ceroverview_en.pdf.

czesnych miast jako przestrzeni kreatywnej, której fundamentami są kreatywne przemysły i kreatywne społeczeństwo[4], stało się najważniejszym wyzwaniem XXI wieku. Rada Europejska podkreśla, że ze względu na swoją interdyscyplinarną strukturę kreatywna gospodarka powinna stanowić element strategii rozwoju współczesnych miast, wzywa państwa europejskie do przyjęcia skutecznych, przekrojowych mechanizmów i innowacyjnej międzyresortowej polityki w celu jej kształtowania. W artykule przedstawiono związki między sektorem kreatywnym i ekonomią oraz ich wpływ na rozwój miasta i jego społeczność.

2. Przemysły kultury, sektor kreatywny, gospodarka kreatywna – definicje

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) opublikował w 2008 r. *Creative Economy Report* dotyczący wyzwań kreatywnej gospodarki; przytacza w nim m.in. liczne definicje tej koncepcji. Zgodnie z tym raportem można przyjąć, że kreatywna gospodarka to całościowa koncepcja radzenia sobie z interakcjami zachodzącymi między kulturą, ekonomią i technologią we współczesnym zglobalizowanym świecie, który zdominowany jest przez symbole, teksty, dźwięki i obrazy. Jednakże kreatywną gospodarkę można określić na wiele sposobów, w szczególności[5]:

1. Kreatywna gospodarka to ewoluująca koncepcja oparta na kreatywnych aktywach potencjalnie generujących wzrost i rozwój gospodarczy.

2. Kreatywna gospodarka może sprzyjać generowaniu dochodu, tworzeniu miejsc pracy i zysków z eksportu, przy jednoczesnym wspieraniu integracji społecznej, różnorodności kulturowej i rozwoju człowieka.

3. Kreatywna gospodarka obejmuje ekonomiczne, kulturowe i społeczne aspekty w powiązaniu z technologią, własnością intelektualną oraz turystyką (obecnie wiele krajów rozwijających się postrzega turystykę jako potencjalną ścieżkę rozwoju gospodarczego i cywilizacyjnego[6]).

Kolejnym wartym doprecyzowania terminem jest „przemysł kreatywny". Pojawił się już w latach 90. XX wieku, mocy nabrał dopiero 1997 r., kiedy w Wielkiej Brytanii powołano międzysektorowy Zespół ds. Przemysłów Kreatywnych. Pierwszy jego raport zawierał definicję przemysłu kreatywnego: „działania, które biorą się z indywidualnej kreatywności i talentu, i które mają zarazem potencjał kreowania bogactwa oraz zatrudnienia poprzez wytwarzanie i wykorzystywanie praw własności intelektualnej"[7].

---

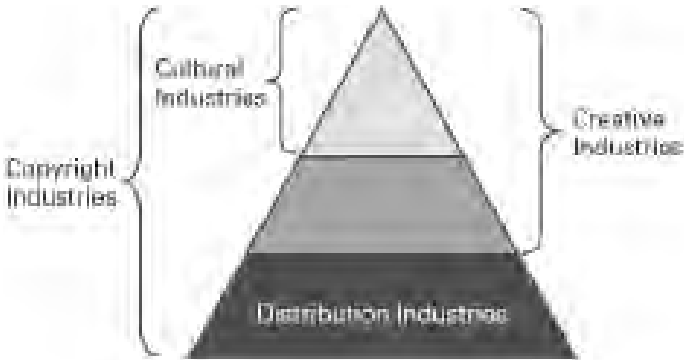
[4] M. Pięta-Kanurska, *Współczesne miasto jako przestrzeń kreatywna*, [w:] *Rola sektora kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*, red. A. Klasik, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010, s. 88-100.

[5] Creative Economy Report 2008…, s. 12-13.

[6] Zob. szerzej: UNCTAD, *FDI in Tourism: The Development Dimension*, United Nations, Nowy Jork-Genewa 2007.

[7] www.kreatywnisamoztrudnieni.pl/przewodnik.html.

Należy zauważyć, iż na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat powstało wiele różnych definicji sektora przemysłów kreatywnych albo też w ogóle go nie definiowano. Co więcej, wielu autorów nie czyni rozróżnienia między przemysłami kultury a przemysłami kreatywnymi (choć takie rozróżnienie proponuje się np. w modelu singapurskim; zob. rys. 1). Problem jednak polega na tym, że brak wspólnej definicji uniemożliwia miarodajne jakościowe i ilościowe porównanie sektora kreatywnego z innymi sektorami lub wskaźnikami dotyczącymi sektora kreatywnego między państwami.



Rys. 1. Model singapurski sektora branż kreatywnych

Źródło: Ministry of Trade and Industry, Singapure 2005.

United Nations Conference on Trade and Development w przytaczanym już raporcie kreatywne przemysły definiuje jako cykle tworzenia, produkcji oraz dystrybucji dóbr i usług, w których jako pierwotne nakłady wykorzystywane są kreatywność i kapitał intelektualny. Obejmują one oparte na wiedzy rodzaje działalności, których efektem jest produkcja dóbr materialnych i niematerialnych (tj. własności intelektualnej oraz wynikających z niej praw autorskich) oraz usług artystycznych posiadających cechy kreatywne i wartość ekonomiczną oraz zorientowanych na osiąganie celów rynkowych[8].

Branża kreatywna stanowi szeroki i niejednorodny obszar, w którym splatają się różnorodne działania twórcze, od tradycyjnej sztuki i rzemiosła, rynku wydawniczego, muzyki i sztuk wizualnych, do usług technologicznie zaawansowanych, takich jak produkcja filmowa, telewizja, radio, nowe media i projektowanie (design). Sektor kreatywny jest elastyczny i charakteryzuje się modułową strukturą rynku (*modular market structure*). Obejmuje ona zarówno niezależnych artystów, małych i średnich przedsiębiorców, jak i największe światowe koncerny[9].

Warto dodać, że w polskiej literaturze przedmiotu rozpowszechniona jest klasyfikacja przemysłów kreatywnych zastosowana przez belgijską firmę doradczą Kern

[8] Creative Economy Report 2008..., s. 12-13.

[9] Creative Economy Report 2008…, s. 14.

European Affairs, która przygotowała raport *The Economy of Culture in Europe*. W klasyfikacji tej wprowadza się podział na sektor kultury i sektor kreatywny. Pierwszy z nich tworzą tradycyjne dziedziny sztuki i przemysły kultury, których wynik jest czysto artystyczny[10], w skład drugiego natomiast wchodzą przemysły i działania, które używają kultury jako wartości dodanej w wytwarzaniu produktów pozakulturalnych.

Inne podejście proponuje rząd holenderski w dokumencie *Our Creative Potential. Paper on Culture and Economy*. Zakłada on, że nie należy czynić żadnych normatywnych podziałów między przemysłem kreatywnym, przemysłem kultury, sztuką i rozrywką, odnosi się bowiem do wszystkich przemysłów, dla których kreatywność jest kluczowym czynnikiem produkcji. W związku z tym proponuje się podział przemysłu kreatywnego na trzy grupy:

– sztuka (sztuki performatywne i fotografia, sztuki wizualne i wydarzenia artystyczne);
– media i rozrywka (film, sektor audiowizualny, literatura i dziennikarstwo itd.);
– usługi biznesu kreatywnego (design, moda, architektura, nowe media i gry, reklama itd.)[11].

3. Przekształcenie się miast w centra przemysłów kultury

Współcześnie, jak podkreśla K. Krzysztofek[12], w miastach europejskich dostrzega się proces ekonomizacji kultury, który polega na „zasysaniu" przez rynek coraz więcej sfer przynależnych w przeszłości do sektora publicznego. Walka pomiędzy sferą kultury a sferą komercji o kontrolę nad dostępem i treścią zabawy jest jednym z decydujących wyznaczników nadchodzącej ery. Jednocześnie występuje rekulturacja ekonomii, obserwowana jako tendencja późnego kapitalizmu. Gospodarka światowa, zwłaszcza gospodarka miast, znajduje się w trakcie długookresowego przejścia od produkcji przemysłowej do produkcji dóbr kultury. Dotychczas kultura i ekonomia traktowane były odrębnie; kultura była domeną sfery publicznej. Obecnie zauważa się radykalną ekspansję „rynku dóbr symbolicznych", co związane jest przede wszystkim z efektem synergicznym rynku, techniki i zamożności społeczeństw, które konsumują coraz więcej dóbr symbolicznych w relacji do dóbr materialnych. Szacuje się, że w Stanach Zjednoczonych skoncentrowany w miastach sektor przemy-

[10] Pojęcie „przemysły kultury", zaproponowane przez niemieckiego filozofa Theodora Adorno, funkcjonuje w literaturze od lat 60. XX wieku. Wówczas zaczęto prowadzić badania nad kulturą masową i rolą ekonomii jako wehikułu tej kultury. Koncentrowano się na ekonomizacji kultury i mechanizmach jej urynkowienia, z pozytywnymi i negatywnymi tego konsekwencjami.

[11] *Our Creative Potential. Paper on Culture and Economy*, Ministry of Economic Affairs and the Ministry of Education, Culture and Science, 2005, http://www.minocw.nl/documenten/creative_potential.pdf.

[12] K. Krzysztofek, *Tendencje zmian w przestrzeni późnonowoczesnego miasta*, [w:] B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański, *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005, s. 37-38.

słów kreatywnych stanowi już ponad 50% całości rynku. W tak poważny rynek opłaca się inwestować, ponieważ jest źródłem zysków, zatrudnienia, obrotu, konsumpcji. Sektor publiczny w coraz mniejszym stopniu może wpływać na ofertę kulturalną.

Tendencja ta sprawia, że coraz częściej przemysły kreatywne stają się także powszechnym instrumentem rewitalizacji centralnych dzielnic miast w Europie. Rewitalizacja rozumiana jest jako złożony, długofalowy proces przestrzennych, społecznych i ekonomicznych przemian w zdegradowanych częściach miast, którego celem jest poprawa jakości życia mieszkańców, przywrócenie ładu przestrzennego oraz ożywienie gospodarcze i odbudowa więzi społecznych. Proces ten ukierunkowany jest na restrukturyzację i rozwój lokalny poprzez wspieranie miejscowych inicjatyw nie tylko z zakresu infrastruktury technicznej, ale również turystycznej, społecznej i kulturalnej[13].

W tym kontekście aktywizacja obszarów miejskich wynika także z rozwoju sektora przemysłów kreatywnych, w szczególności przemysłów kultury. Przemysły te oferują atrakcyjne miejsca pracy, zwłaszcza dla młodych ludzi, sprzyjają kulturowym, ekonomicznym i społecznym przemianom, w które zaangażowani są różni partnerzy lokalni, m.in. władze publiczne, instytucje kultury i oświaty, organizacje społeczne, a także prywatni przedsiębiorcy i mieszkańcy miasta. Dzięki takiemu podejściu uzyskuje się – poprzez efekt synergii – trwałe zmiany jakościowe: następuje poprawa warunków życia mieszkańców oraz wzrost funkcjonalności i rozwoju całego miasta. Przykładem mogą być doskonale rozwinięte usługi turystyczne wielu metropolii zachodnioeuropejskich. Według danych Światowej Organizacji Turystyki ponad 50% indywidualnych decyzji turystycznych koncentruje się w miastach. Miasta te bardzo dobrze wykorzystują dobra kultury na rzecz ekonomii, są świadome ekonomicznej rangi potencjału kulturalnego: dysponują szerokim spektrum udogodnień, żeby przyciągnąć ludzi. Można tutaj wymienić: bogactwo instytucji kulturalnych i edukacyjnych, infrastrukturę, menedżerów, techniki promocji i marketingu miasta[14].

W efekcie rozwoju przemysłów kreatywnych współczesne miasta stają się centrami kapitału ludzkiego, twórczości, tworzenia bogactwa, innowacji, generowania i transmisji nowej wiedzy, dysponują największą i najbardziej zróżnicowaną infrastrukturą kulturalną, edukacyjną, technologiczną, informacyjną, czyli kulturotwórczą. Odgrywają także kluczową rolę w procesach integracji różnych grup społecznych. Wszystko to sprawia, że rozwiązywanie spraw kultury nabiera rangi zarządzania przestrzenią kulturową. Przestrzeń ta jest jednocześnie przestrzenią ekonomiczną, rozwoju, czynnikiem wzrostu zatrudnienia w sektorach pozakulturowych. Korzyści dla miasta są wymierne: dbałość o dziedzictwo (wprawdzie jako zasób ekonomiczny, ale jednak walor) i jego reintegracja z teraźniejszością. Ludzie kultury

[13] http://www.arl.pl/subindex.php?KOD=rewitalizacja&LNG=PL.

[14] K. Krzysztofek, wyd. cyt., s. 39.

uczą się od biznesu przedsiębiorczości, ludzie biznesu uczą się od ludzi kultury kreatywności. Z drugiej strony istnieją również zagrożenia, wynikające z nadmiernego marketingu kultury. Instytucje kultury stają się podmiotami ekonomicznymi, stają się częścią *leisure time industry*, nastawionego raczej na turystów-konsumentów niż na miłośników sztuki, na przyjezdnych, a nie na rezydentów. W niektórych miastach zachodnioeuropejskich akcentuje się problem „zadeptywania kultury" (liczba odwiedzających Notre Dame jest taka sama jak ludzi zwiedzających Eurodisneyland; powstaje zatem pytanie, czy przy takiej masie zwiedzających nie występuje zubożenie semantyczne w percepcji zabytków). Jednakże należałoby zgodzić się z K. Krzystofkiem, że przy zrównoważonej polityce zarządzania kulturą można dostrzec przewagę korzyści dla rozwoju miasta i jego mieszkańców. Miejskie lokalne inicjatywy są w stanie stworzyć własny obieg kultury, konkurencyjny dla globalnego, odzyskać kontrolę nad własnymi symbolami, nie zdawać się jedynie na „globalną strawę duchową", w której nie zawsze odnajduje się własne, lokalne problemy[15].

4. Instrumenty wspierające rozwój sektora kreatywnego w miastach

W kontekście powyższych rozważań podkreśla się, że przemysły kreatywne wymagają wparcia w celu dynamizacji ich rozwoju oraz przezwyciężania różnorodnych barier (m.in. związanych z potrzebami kapitałowymi wśród lokalnych twórców). Doświadczenia miast europejskich dowodzą, że do najczęściej stosowanych instrumentów wsparcia należą[16]:

- klastry – wspomaganie powstawania tzw. klastrów przedsiębiorstw kreatywnych; zadaniem tego instrumentu jest wspomaganie procesu sieciowania – tworzenia powiązań między przedsiębiorstwami sektora kreatywnego dla osiągnięcia efektu synergii;
- inkubatory – tworzenie warunków i ułatwień dla wchodzących na rynek twórców-przedsiębiorców; zadaniem tego instrumentu jest zapewnienie na początku działalności dostępu do bazy materialnej (biura, pracownie) i źródeł finansowania;
- zamówienia publiczne – produkty i usługi znajdujące się na rynku pochodzą z różnych źródeł: firm o różnym profilu, wielkości i kondycji finansowej. Gdy istnieje możliwość wyboru w ramach zamówień i konkursów, stosuje się rozwiązania preferujące firmy z sektora kreatywnego, zwłaszcza takie, na których rozwoju zamawiającemu zależy i dla których zamówienia będą istotnym wsparciem;
- agencje rozwoju – tworzenie infrastruktury organizacyjnej i instytucjonalnej będącej częścią otoczenia biznesu, dostosowanej do specyficznych potrzeb sektora kreatywnego;

[15] Tamże, s. 39.

[16] M. Grochowski, *Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju*, Creative Metropoles, Warszawa 2010, s. 78.

– „banki rozwoju" – organizacje, których zadaniem jest wspieranie finansowe działań w sektorze kreatywnym poprzez tworzenie funduszy, udostępnianie *venture capital*, ułatwianie montażu finansowego (środki publiczne i prywatne) niezbędnego dla rozpoczęcia czy kontynuowania działalności;
– udostępnianie terenów, budynków i budowli dla lokalizacji przedsiębiorstw kreatywnych (w tym wyposażenie w niezbędną do ich funkcjonowania infrastrukturę techniczną);
– programy i projekty, do których realizacji firmy sektora kreatywnego angażowane są często na zasadzie konkursów; konkursy sprzyjają rywalizacji i stymulują innowacyjność firm, a programy i projekty przyczyniają się do powstawania nowych form instytucjonalnych i organizacyjnych, które dają bezpośrednie wsparcie działającym w sektorze kreatywnym;
– organizowanie platformy wymiany i kontaktów zarówno z innymi kreatywnymi podmiotami, jak i z klientami; mogą to być platformy internetowe lub targi na miejscu bądź za granicą (organizatorzy: podmioty publiczne, np. miasto).

Przykładem programu o zasięgu światowym jest Program UNESCO – City of Design (Miasto Twórcze). UNESCO nadaje tytuły Miast Twórczych w kategoriach: literatura, kino, muzyka, rzemiosło, design, sztuki medialne i gastronomia. Aby otrzymać taki tytuł, miasta muszą spełniać parę warunków (m.in. wspierać projekty urbanistyczne realizowane w przestrzeni publicznej, organizować targi, imprezy i wystawy związane z wzornictwem i tworzyć rynek dla projektantów), wymagających zaangażowania co najmniej kilku z wyżej wymienionych instrumentów.

Podobnie jest w przypadku programu „Berlin Zukunft", którego celem jest stymulowanie rozwoju sektora branż kreatywnych. Sektor ten już kilkanaście lat temu stał się ważnym elementem gospodarki Berlina i wizerunku tego miasta i jako taki jest wspierany przez władze miejskie. Doświadczenia Berlina wskazują na istnienie ścisłych związków między wytwarzaniem, propagowaniem i zachowywaniem dóbr kultury z jednej strony i produkcją przemysłową z drugiej. Innym przykładem jest projekt Creative Cities organizowany przez British Council[17], a także projekt Europejska Stolica Kultury. Dowodzą one, że choć mnogość i różnorodność instrumentów wspierania innowacyjności w sektorze kreatywnym jest ważna dla rozwoju tego sektora i jego wpływu na inne sektory gospodarki, to bardziej istotne jest określenie celów polityki rozwoju sektora kreatywnego, zharmonizowane wykorzystanie adekwatnych instrumentów i konsekwencja w realizacji przedsięwzięć rozwojowych, których efekty są czasem trudno mierzalne i widoczne dopiero w dłuższej perspektywie. Skuteczne stosowanie tych instrumentów wymaga na początku sformułowania polityki rozwoju sektora kreatywnego i skutecznej koordynacji. Instrumenty te nie są bowiem adresowane do dziedzin rozłącznych, a poza tym ich wykorzystanie dotyka takich sfer, jak finanse publiczne czy planowanie przestrzenne[18].

---

[17] www.britiscouncil.com.
[18] M. Grochowski, wyd. cyt., s. 79.

5. Zakończenie

Obecnie w większości krajów rozwiniętych branże twórcze stanowią strategiczny element działań władz na różnych szczeblach, mający na celu pobudzenie ożywienia gospodarczego, zwiększenie poziomu zatrudnienia i spójności społecznej miast i regionów. W Unii Europejskiej w 2003 r. w przemysłach kreatywnych zatrudnionych było ponad 5,6 mln ludzi. Również niektóre rozwijające się kraje, głównie w Azji (m.in. Chiny), zaczęły odnosić korzyści z dynamiki kreatywnej gospodarki[19]. Uważa się, że wizja promowania kreatywnej gospodarki europejskiej to wyzwanie o znacznie większej skali niż założenia Strategii lizbońskiej[20].

Generowanie popytu na produkty sektora kreatywnego przekłada się na działania obejmujące różne sfery życia publicznego. Kluczowe są działania ukierunkowane na rozwój gospodarki opartej na wiedzy, gdyż dotyczą one rozwoju badań podstawowych i stosowanych, szeroko pojętej edukacji oraz rozwoju i wdrażania nowych technologii. Polityki i instrumenty rozwoju sektora kreatywnego mogą profilować jego rozwój zgodnie z potrzebami gospodarki. Jednocześnie jednak musi być zachowany margines swobody działania firm w sektorze kreatywnym, gdyż funkcjonowanie przez reagowanie na popyt może negatywnie wpływać na innowacyjność sektora. Jego głównym zadaniem jest bowiem generowanie popytu, a przez to stymulowanie innowacyjności w innych sektorach[21].

Literatura

Creative Economy Report 2008: *The challenge of assessing creative economy: towards informed policy making. Summary*, UNCTAD/DITC/2008/2.

Grochowski M., *Sektor kreatywny w Warszawie. Potencjał i warunki rozwoju*, Creative Metropoles, Warszawa 2010.

Jałowiecki B., Majer A., Szczepański M.S., *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005.

Krzysztofek K., *Tendencje zmian w przestrzeni późnonowoczesnego miasta*, [w:] B. Jałowiecki, A. Majer, M.S. Szczepański, *Przemiany miasta. Wokół socjologii Aleksandra Wallisa*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005.

Pięta-Kanurska M., *Współczesne miasto jako przestrzeń kreatywna*, [w:] *Rola sektora kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*, red. A. Klasik, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2010.

Our Creative Potential. Paper on Culture and Economy, Ministry of Economic Affairs and the Ministry of Education, Culture and Science, 2005. http://www.minocw.nl/documenten/creative_potential.pdf.

---

[19] Zob. szerzej: UNCTAD, *FDI in Tourism*…

[20] B. Słomińska, *Debata nad Strategią lizbońską po 2010 roku*, http://www.biuletyn.ukie.gov.pl/HLP/banal.nsf/0/D29CFF8218338B8FC12575380042EBC4/$file/12_B.Slominska_Dyskusja%20o%20SL.pdf.

[21] M. Grochowski, wyd. cyt., s. 86.

Słomińska B., *Debata nad Strategią lizbońską po 2010 roku*, http://www.biuletyn.ukie.gov.pl/HLP/banal.nsf/0/D29CFF8218338B8FC12575380042EBC4/$file/12_B.Slominska_Dyskusja%20o%20SL.pdf.
UNCTAD, *FDI in Tourism: The Development Dimension*, United Nations, Nowy Jork-Genewa 2007.
www.arl.pl/subindex.php?KOD=rewitalizacja&LNG=PL.
www.britiscouncil.com.
www.kreatywnisamoztrudnieni.pl/przewodnik.html.

THE RELATIONSHIP BETWEEN CULTURE AND ECONOMICS AND THEIR IMPACT ON URBAN DEVELOPMENT

Summary: Nowadays, there is more and more points to the new paradigm of urban development based on the creative economy, which combines economy and culture. The article presents the relationship between creative industries and the economy and their impact on the development of the city and its community. It also presents tools to promote the development of the creative sectors in the cities.

Keywords: creative economy, cultural sector, economization of culture, revitalization.