Anna Grabowska-Pieśla

Wielowymiarowa rola kultury w rozwoju gospodarczym regionów

Ekonomiczne Problemy Usług nr 103, 53-63

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MUZEUM HISTORII POLSKI

ZESZYTY NAUKOWE UNIWERSYTETU SZCZECIŃSKIEGO

NR 753 EKONOMICZNE PROBLEMY USŁUG NR 103 2013

Anna Grabowska-Pieśla
Uniwersytet Szczeciński

WIELOWYMIAROWA ROLA KULTURY W ROZWOJU GOSPODARCZYM REGIONÓW

Streszczenie

Sektory kultury i sektory kreatywne są jednymi z najbardziej dynamicznych sektorów gospodarki światowej i oferują one nowe możliwości wzrostu dla krajów rozwijających się. W dobie kryzysu światowego przemysły te postulują zmianę spojrzenia na wyznaczanie sposobów, metod i kierunków strategicznego rozwoju. Istotna jest rola rządów mogących odegrać rolę katalizatora wzrostu gospodarczego, poprzez prowadzenie polityki koniecznej do wzmocnienia kreatywnej gospodarki. W ogólnym ujęciu pobudzenie kreatywnych sektorów gospodarki może w istotny sposób przyczynić się do wzrostu dobrobytu, w szczególności dla państw rozwijających się i poszukujących sposobów dywersyfikacji gospodarek, odpornych na przyszłe kryzysy gospodarcze.

Słowa kluczowe: sektor kultury, przemysł kreatywny, rozwój gospodarczy.

„Z ery, w której biznes był naszą kulturą znaleźliśmy się w erze, w której kultura staje się także naszym biznesem"

M. McLuhan

Wprowadzenie

Współcześnie bezzasadnym jest rozważanie czy kultura i biznes są odrębnymi dziedzinami, o odmiennych celach, obszarach i zainteresowaniach. Istnym signum temporis staje się przenikanie tych dwóch światów, instytucjo-

nalizacja rynku sztuki i jego tendencje wzrostowe, mimo kryzysu gospodarczego i ograniczeń budżetowych. Sfera kultury przestaje być postrzegana jako przestrzeń niedochodowa, łącząca się głównie z bezzwrotnymi nakładami. A zatem zasadnym jest wspieranie rozwoju szeroko rozumianej kultury nie tylko przez organizacje państwowe ale również środowiska biznesowe, czy instytucje UE.

Obowiązkiem samorządowców jest szukanie nowych sposobów myślenia o rozwoju europejskim, uchwycenie aktualnych trendów, pochylenie się nad interesującymi praktykami, które często kontestują tradycyjny ład gospodarczy i ukazują zmodernizowane podejście do możliwości rozwoju gospodarczego i regionalnego, w oparciu o kulturę i zasoby ludzkie. Remedium przeciw kryzysowi ekonomicznemu w Europie i jej regionach staje się „komplementowanie" sztuki i zrozumienie korzyści z niej płynących.

1. Kultura jako obszar wsparcia Unii Europejskiej

Kultura stała się formalnie obszarem wsparcia Unii Europejskiej w 1992 r., po wprowadzeniu Traktatu z Maastricht, w którym znalazł się zapis o kulturowym wymiarze integracji europejskiej. Jednak za pierwszą europejską strategię rozwoju kultury uważany jest Komunikat Komisji Europejskiej w sprawie polityki kulturalnej: Europejski program działań na rzecz kultury w globalizującym się świecie, skierowany do instytucji europejskich, państw członkowskich oraz sektora kultury i twórczości. Sednem polityki kulturalnej stało się promowanie:

1. różnorodności kulturowej i dialogu międzykulturowego,
2. kultury jako katalizatora kreatywności w ramach strategii lizbońskiej
3. kultury jako istotnego elementu stosunków międzynarodowych Unii[1].

Unia Europejska traktuje kwestie kulturowe jako sferę narodowej suwerenności i dlatego nie dąży do ich ujednolicania ani wprowadzenia wspólnego prawa regulującego politykę kulturalną. Głównymi instrumentami finansowania i programowania współpracy kulturalnej w okresie od 1 stycznia 2007 r. do

[1] Należy zaakcentować, iż także w stosunkach z państwami trzecimi zaleca się propagowanie różnorodności kulturowej i dialogu międzykulturowego, szerzej w: *Europejski program działań na rzecz kultury w globalizującym się świecie*, http://ec.europa.eu, 10.10.2012.

31 grudnia 2013 r. był program „Kultura 2007–2013" oraz inicjatywa „Europejskie Stolice Kultury". Następcą pierwszego programu będzie inicjatywa: „Kreatywna Europa". Sektor kultury może być dodatkowo wspierany z funduszy europejskiej polityki regionalnej, a w szczególności przyszłego Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz Europejskiego Funduszu Społecznego.

2. Przemysł kultury a przemysł kreatywny

Do przemysłów kultury UE zalicza następujące sektory: publikowanie, reprodukcje, handel antykami, sprzedaż gazet, książek, muzyki i nagrań wideo; usługi sieci kablowych, tworzenie, dystrybucja i wyświetlanie filmów, nagrania dźwiękowe, transmisje, twórczość literacka, artystyczna, działalność instytucji sztuki, biblioteki, muzea i obiekty zabytkowe.

Definicja przemysłów kreatywnych jest rozszerzona względem przemysłów kultury o: publikowanie oprogramowania, specjalistyczne projektowanie i design, usługi architektoniczne, usługi fotograficzne, reklamę oraz działalność agencji informacyjnych[2].

Definicja sektora kreatywnego, podobnie jak badania nad sektorami kreatywnymi (creative industries), ma stosunkowo krótką historię. Termin *creative industries* najczęściej tłumaczony jako „sektory kreatywne" lub „przemysły kreatywne", pojawił się w latach 90-tych. Blisko spokrewnionymi pojęciami są: przemysły kultury (*cultural industries*) oraz ekonomia doznań (*experience economy*). Bezsprzecznie pojęcie to odnosi się do kreatywności, czyli oryginalności i umiejętności tworzenia czegoś nowego. Kreatywność to rozwijanie lub wzbogacanie pierwotnego pomysłu o nowe elementy, czyniące go jeszcze bardziej atrakcyjnym[3]. Według innej definicji kreatywność określić można jako umiejętność tworzenia nowych pomysłów lub odbierania starych w nowy sposób, lub też wykorzystywania starych idei do nowych zastosowań[4].

[2] Dokładny wykaz form działalności w: *The Economy of Culture in Europe*, (KAE 2007), http://ec.europa.eu, 10.10.2012.

[3] W.T. Bielecki, *Informatyzacja zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001, s. 171.

[4] K. Szczepańska-Woszczyna, *Metody i techniki TQ*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2009, s. 56.

W 1997 r. w Wielkiej Brytanii powołany został międzysektorowy Zespół ds. Przemysłów Kreatywnych, który jako pierwszy określił definicję przemysłu kreatywnego jako: „…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". Według definicji brytyjskiej do przemysłów kreatywnych zaliczają się: reklama, film i wideo, architektura, muzyka, rynek sztuki i antyków, sztuki performatywne, gry komputerowe i wideo, rynek wydawniczy, rzemiosło, oprogramowanie, wzornictwo, radio i telewizja, projektowanie mody[5].

Sektor kultury i sektor kreatywny leżą na styku pomiędzy sztuką, biznesem i technologią. Niezwykle istotne jest to, że ich pozycję wobec innych sektorów można określić jako strategiczną, gdyż: pozwalają implikować efekty zewnętrzne w innych gałęziach przemysłu m.in. przez zgłaszanie zapotrzebowania na zaawansowaną technologię, bezpośrednio wpływają na rozwój turystyki, są fundamentalnymi elementami sektora mody i przemysłu dóbr luksusowych.

3. Kreatywna Europa

Europejski lobbing na rzecz kultury i przemysłów kreatywnych został zapoczątkowany w 1992 r., dzięki ukonstytuowaniu się organizacji pod nazwą European Forum of Arts and Heritage (obecnie Culture Action Europe CAE). Pozarządowa oddolnie powołana organizacja o charakterze parasolowym (polskim członkiem jest Fundacja ARTeria), aktualnie zrzesza ponad sto organizacji o różnorodnym charakterze i szczeblu oddziaływania z sektora kultury i sztuki. Dzięki zaaranżowaniu wielu akcji[6], zwiększone zostały wydatki na kulturę w budżecie UE w latach 2007–2013 z 7 centów na obywatela do 13 centów rocznie. Obecnie CAE rozpoczęła kampanię pod nazwą „We are more – act for Culture in Europe", której celem jest postrzeganie kultury jako

[5] Szerzej na ten temat w: *Creative Industries Taskforce*, British Goverrnment, Department of Culture Media and Sport, Londyn 1998.

[6] Jedną z najbardziej spektakularnych form działalności, była przeprowadzona akcja pod hasłem: 70 cents for culture.

jednego z kluczowych obszarów inwestycji UE w latach 2014–2020. Lobbing koncentruje się na programie kreatywna Europa.

Program Kreatywna Europa, stanowić będzie połączenie dotychczasowego programu „Kultura 2007–2013" z programami skierowanymi do sektorami audiowizualnego „Media" i „Media Munds". Istotnym jest, iż w jego ramach zostanie ustanowiony fundusz gwarancyjny mający na celu wspieranie przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych.

Komisja proponuje przeznaczyć ponad 210 mln euro na nowy instrument poręczeń finansowych, co umożliwi małym podmiotom pozyskanie 1 mld euro w ramach pożyczek bankowych oraz około 60 mln euro w formie wsparcia współpracy w dziedzinie sztuki. Komisja skupia się na obszarach rozwoju kompetencji, rozwoju odbiorcy, dostępie do międzynarodowych rynków oraz rozbudowie połączeń z innymi branżami, innowacyjnym podejściu do zdobywania publiczności i tworzenia nowych modeli biznesowych. Poza tym Komisja chce wzmocnić współpracę pomiędzy różnorodnymi obszarami polityki, w szczególności kultury, oświaty, przemysłu, gospodarki, turystyki, rozwoju miast i regionów[7].

Wstępnie zakłada się, iż budżet programu „Kreatywna Europa" będzie oscylować w wysokości 1,8 mld euro, co oznacza wzrost obecnego poziomu wydatków o 37% (w latach 2007–2013 na program „Kultura" przeznaczono 400 mln euro, program MEDIA 755 mln euro oraz dodatkową kwotę 15 mln euro na program MEDIA Mundus, który wspiera współpracę międzynarodową w sektorze audiowizualnym).

Warto pamiętać, iż europejski sektor kultury i sektor kreatywny stanowi około 4,5% europejskiego PKB i jednocześnie zatrudnia około 3,8% siły roboczej w UE (8,5 mln osób). Zatem wymienione obszary są głównym źródłem miejsc pracy i wzrostu gospodarczego w Europie i obecnie tworzą więcej miejsc pracy niż przemysł samochodowy. Między 2008 a 2011 r. zatrudnienie w sektorze kultury i sektorze kreatywnym okazało się relatywnie bardziej odporne na kryzys niż gospodarka UE. Analizę warto poszerzyć o dane płynące z rynku mody i dóbr luksusowych – tak powiązanych z sektorem kulturowym i przemysłów kreatywnych. Sektory te stanowią 3 % PKB UE, zatrudniają odpowiednio 6 mln osób, przy czym prawdopodobnie zatrudnienie

[7] Dostępne na stronie: www.european-circle.pl.

w przemyśle dóbr luksusowych i modzie do 2020 r. będzie sukcesywnie wzrastać[8]. Założono, że dzięki inicjatywie „Kreatywna Europa":

- trzysta tysięcy artystów i osób zawodowo zajmujących się kulturą oraz ich dzieła mają szansę otrzymać środki finansowe w celu zdobywania nowej publiczności poza granicami ich państw;
- ponad tysiąc europejskich filmów może otrzymać wsparcie w zakresie dystrybucji, co umożliwi zaprezentowanie ich publiczności w całej Europie i na świecie;
- co najmniej 2,5 tys. europejskich kin ma szansę na finansowanie, które pozwoli im zagwarantować, aby min. 50% wyświetlanych w nich filmów było filmami europejskimi;
- ponad 5,5 tys. książek i innych dzieł literackich będzie otrzymywać wsparcie na rzecz tłumaczenia, umożliwiając czytelnikom ich odbiór w języku ojczystym;
- tysiące organizacji kulturalnych i osoby zawodowo zajmujące się kulturą mogą skorzystać ze szkoleń w celu zdobycia nowych umiejętności i zwiększenia swoich zdolności do działania na poziomie międzynarodowym;
- projekty finansowane w ramach programu dotrą do co najmniej 100 mln osób a ponadto pomogą wykorzystać potencjalne możliwości wynikające z globalizacji i digitalizacji. Projekt będzie narzędziem przezwyciężenia wyzwań, takich jak rozdrobnienie rynku i trudności w dostępie do finansowania, przyczyni się do lepszej wymiany wiedzy i doświadczeń[9].

[8] *Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów: Promowanie sektora kultury i sektora kreatywnego na rzecz wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia w UE*, Bruksela, COM(2012), http://ec.europa.eu, 11.10.2012.

[9] *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ustanowienia programu „Kreatywna Europa"*, Bruksela KOM (2011), http://ec.europa.eu, 13.10.2012.

4. Korzyści rozwoju przemysłów kreatywnych i sektora sztuki

Rozwój przemysłów kreatywnych i sektora sztuki to spektrum korzyści, które z uwagi na charakter opracowania można jedynie zawęzić i podzielić m.in. na ekonomiczne, społeczne, kulturalne. Do głównych korzyści ekonomicznych należy: tworzenie nowych źródeł dochodów i przeciwdziałanie bezrobociu, pozytywne oddziaływanie na inne branże, poszerzenie obszaru strategicznych i długoterminowych inwestycji publicznych, spektakularne zyski z inwestycji strategicznych (przykład – ożywienie kulturowe stolic Europy). Sektor kultury i sektor kreatywny to także inkubatory dla nowych form przedsiębiorczości i rozwoju klastrów.

Zidentyfikowanymi korzyściami społecznymi są: wspieranie kulturowej różnorodności, integracja społeczna, włączenie grup wykluczonych, rozwijanie kreatywność i umiejętności w zakresie innowacji, wzrost świadomości w zakresie obywatelskiej i demokratycznej partycypacji.

Korzyści kulturalne to m.in.: wzrost atrakcyjności oferty kulturalnej, pomoc artystom z dotarciem do szerszej publiczności, promowanie talentów i rozwój osobowy, przezwyciężanie napięć politycznych, zwiększanie zrozumienia, świadomości, empatii i szacunku wobec innych kultur.

Rozwój sektora kultury i pobudzenie kreatywności nie muszą przebiegać spontanicznie, niejednokrotnie odbywają się poprzez sterowanie odgórnie. Przykładem dobrej praktyki jest system Own Art (własna sztuka) obejmujący 250 galerii z obszaru Wielkiej Brytanii. Celem projektu było pozyskiwanie nowych nabywców sztuki, promowanie ekonomicznego rozwoju sztuk wizualnych – poprzez zwiększenie zakupu liczby nowoczesnych prac, wzrost dochodów artystów i galerii dzięki sprzedaży wysokiej jakości sztuki nowoczesnej. Ideą stworzonego systemu jest możliwość zakupu dzieła artystycznego na raty i bez odsetek, po uprzednim zwróceniu się do Own Art o sfinansowanie transakcji. Proces weryfikacji aplikacji trwa ok. 10 minut i jeśli zakup nie przekracza w sumie 2000 £ klient staje się właścicielem wytworu artystycznego natychmiast po podpisaniu umowy[10].

W Londynie działa prężnie Agencja Rozwoju Przemysłów Kultury – CIDA (Cultural Industries Development Agency). Wspiera ona wszystkie

[10] Wszelkie informacje praktyczne dostępne na stronie: http://www.artscouncil.org.uk, 14.10.2012.

podmioty związane z sektorem kreatywnym i kultury, którym pomaga osiągnąć wzrost ekonomiczny, podnieść zatrudnienie i kwalifikacje pracowników. CIDA promuje także różnorodność kulturową oraz rozwija nowe kanały dystrybucji i rynki. Agencja wspiera planowanie, regenerację miasta, ośrodki kreatywności oraz lokalne inicjatywy. Wachlarz usług oferowanych przez CIDA jest szeroki, poczynając od konsultacji biznesowych, poprzez rozwój organizacyjny, planowanie strategiczne, wsparcie marketingowe, doradztwo w pozyskiwaniu środków i szkolenia, po wydawanie publikacji i rozpowszechnianie informacji, wzmacnianie współpracy w sieciach oraz budowanie klastrów kreatywności[11].

CultuurInvest jest natomiast funduszem inwestycyjnym skierowanym do sektora kreatywnego, funkcjonującym od 2006 r. w Belgii. Inwestycje dotyczą przedsięwzięć, które wytwarzają i rozpowszechniają produkty związane z kulturą o potencjale marketingowym. Lokowanie kapitału dokonuje się na styku kultury i ekonomii. CultuurInvest nie dystrybuuje dotacji ani grantów. Decyzje o przyznaniu środków opierają się na czysto ekonomicznych kryteriach, ponieważ celem tego funduszu jest odzyskanie z czasem środków powiększonych o zysk, a następnie ponowne zainwestowanie ich w rynek. CultuurInvest kierowany jest do małych i średnich przedsiębiorstw. CultuurInvest organizuje także spotkania, konferencje, i sympozja, poświęcone relacjom kultury i biznesu, które wskazują na wzajemne przenikanie się sztuki i biznesu. Akcentują fakt, że w świecie kultury można mówić o swoistej modzie na podnoszenie profesjonalizmu, wprowadzanie podejścia biznesowego oraz zarządzanie sztuką. Fundusz wsparł m.in. produkcje teatralne, firmy działające w sektorze designu ale także projekty promujące muzyków belgijskich w Niemczech i Holandii[12].

Trendy kulturowe są dość uniwersalne na gruncie europejskim i można je obserwować także w Polsce. Niestety według ostatniego, opublikowanego w marcu 2011 r., raportu „Creative Economy Report 2010", Polska znajduje się dopiero na 16 miejscu w Europie pod względem obrotów przemysłu kreatywnego, za krajami takimi jak: Holandia, Belgia czy Szwecja. Czesi, Węgrzy, Słowacy także wytwarzają w tym sektorze proporcjonalnie większy przychód

[11] Wszelkie informacje praktyczne dostępne na stronie: http://www.cida.co.uk, 15.10.2012.

[12] Wszelkie informacje praktyczne dostępne na stroniehttp://www.cultuurinvest.be, 16.10.2012.

niż Polska[13]. Dane statystyczne potwierdzają, że zasadnym jest eksponowanie tezy, iż w sektorze kultury tkwi potencjał pozwalający zwiększyć wzrost gospodarczy i zatrudnienie, a ponadto jest on bodźcem dla innych sektorów. Specyfika przemysłów kreatywnych polega także na funkcjonowaniu w oparciu o małe i średnie przedsiębiorstwa, a te z kolei charakteryzują się elastyczną strukturą i różnorodnością ofertową. W dobie ogólnogospodarczych zmian dużo łatwiej adoptują się do wstrząsów na rynkach finansowych i łatwiej znoszą trudną koniunkturę niż duże przedsiębiorstwa, dlatego mogą stanowić antidotum na obecny kryzys i dlatego są tak ważne w gospodarce polskiej.

Nasuwa się refleksja o sposobach wsparcia rozwoju krajowego przemysłu kreatywnego. Jak pokazują przykłady dobrych praktyk konieczne jest działanie odgórne w ramach regionalnych, narodowych i europejskich strategii, a także wykreowanie i wskazanie głównych narzędzi finansowych, które będą pomocne w realizacji tychże strategii. Powinien zostać stworzony system informowania i szkolenia biznesowego, przygotowujący przedsiębiorstwa kreatywne do wkroczenia na konkurencyjny rynek. Sensownym byłoby wspieranie w przedsiębiorstwach tzw. interwencji artystycznych, polegających na zatrudnianiu osób ze środowiska sztuki i tym samym umożliwienie tym osobom odnalezienie się w realiach rynkowych. Z drugiej strony wartością dodaną dla firm stałyby się nowe projekty oraz przełamanie stereotypów w tradycyjnych metodach zarządzania w biznesie[14]. Warunkiem sine qua non jest także oddolna inicjatywa – aktywność artystów i innych przedstawicieli sektora kultury i przemysłów kreatywnych.

W Polsce problematyka profesjonalnego wsparcia biznesu i kultury – na zasadzie kreatywnego partnerstwa, nie jest tematem często podejmowanym.

Innym sposobem wykorzystania potencjału leżącego w sztuce mogłyby stać się wspomniane systemy kredytowe, fundusze inwestycyjne i tzw. klastry kreatywne. Celem klastrów jest skoncentrowanie na jednym obszarze geograficznym podmiotów funkcjonujących w obszarze kultury, sztuki i biznesu. Należy domniemywać, iż podobnie jak w przypadku klastrów przemysłowych czy naukowo-technologicznych osiągną przewagę konkurencyjną i efekty sy-

[13] *Creativ Economy Report*, UNCTAD, http://www.intracen.org, 16.10.2012.

[14] Takie próby podejmowane są w ramach europejskiego projektu TILLT Europe, który współrealizowany jest przez organizacje pośredniczące pomiędzy sztuką a biznesem oraz przez jednostki badawczo-rozwojowe np. KEA European Affairs.

nergii. Klaster stałby się świetną platformą współpracy, wymiany informacji, korzystania ze wspólnej infrastruktury badawczej i technicznej oraz niósłby za sobą możliwości obniżenia kosztów działalności[15]. W rzeczywistości kreatywne przestrzenie mogą mieć najróżniejszą postać: np. miast lub dzielnic artystycznych sprzyjających aktywności twórczej.

Zakończenie

Egzemplifikacją wielowymiarowej roli kultury jest obecny rozwój przemysłu kultury, a w szerszym ujęciu przemysłu kreatywnego, odbywający się poprzez wykorzystanie zróżnicowanych i wyspecjalizowanych umiejętności wielu osób w procesie tworzenia i produkcji. Zdefiniowanie tych sektorów wskazuje na wręcz nieskończoną różnorodność i unikalność w aspekcie treści i jakości. Potencjał kreatywny tkwiący w gospodarkach wpływa na kondycję przemysłów kultury i przemysłów kreatywnych i obecnie jest uznawany za niezbędny czynnik rozwoju społeczeństwa i gospodarki. Wzrost stopnia kreatywności nie jest do końca procesem autonomicznym, dlatego możliwości wpływu na kształtowanie gospodarki docenia Unia Europejska, przygotowując program „Kreatywna Europa". Głównym ekonomicznym celem wzrostu wydatków na sektor kultury ma być: obniżenie bezrobocia, wzrost wartości dodanej oraz uodpornienie gospodarki europejskiej na kryzysy ekonomiczne. W Polsce świadomość konieczności łączenia różnych sektorów przemysłu jest nadal niska, zarówno w obszarze sektora prywatnego, jak i publicznego. Należy zatem akcentować fakt, że kultura coraz częściej postrzegana jest jako czynnik wpływający na wzrost atrakcyjności miast i regionów dla mieszkańców, turystów i inwestorów Inwestycje w kulturę pozwalają zatem na ekonomiczny rozwój i wzrost naszej konkurencyjności.

[15] Koncepcja powstała w 2009 roku z inicjatywy Fundacji Pro Cultura. Była to koncepcja Warszawskiego Klastra Sektora Kreatywnego, który miał łączyć funkcje klastra, parku technologicznego, inkubatora przedsiębiorczości i innowacji oraz centrum transferu wiedzy i innowacji. Ważnym celem klastra byłoby wspieranie młodych twórców i producentów mających pomysły projektów o potencjale ekonomicznym, którzy niestety nie dysponują ani zasobami finansowymi ani infrastrukturą potrzebną do realizacji swych wizji.

Literatura

Bielecki W.T., *Informatyzacja zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001.
Creativ Economy Report, UNCTAD, http://www.intracen.org.
Creative Industries Taskforce British Goverrnment, Department of Culture Media and Sport, Londyn 1998.
Europejski program działań na rzecz kultury w globalizującym się świecie, http:// ec.europa.eu.
Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów: Promowanie sektora kultury i sektora kreatywnego na rzecz wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia w UE, Bruksela, COM(2012), http://ec.europa.eu.
Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ustanowienia programu „Kreatywna Europa", Bruksela KOM(2011), http://ec.europa.eu.
Szczepańska-Woszczyna K., *Metody i techniki TQ*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2009.
The Economy of Culture in Europe, (KAE 2007), http://ec.europa.eu.
www.artscouncil.org.uk.
www.cida.co.uk
www.cultuurinvest.be.
www.european-circle.pl.

MULTIDIMENSIONAL ROLE OF CULTURE IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC REGIONS

Summary

The cultural industries and the creative industries are among the most dynamic sectors of the word economy and offered new growth opportunities for developing countries. Times of crisis offer opportunities to look at new options, approaches, and strategic directions. The article outlines how governments can play a catalytic role by putting in place the policies needed to strengthen their creative economies. Overall, the creative economy sectors can contribute a lot to growth and prosperity, especially for developing countries seeking to diversify their economies and build resilience to future economic crisis.

Translated by Anna Grabowska-Pieśla

dr Anna Grabowska-Pieśla – Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Katedra Gospodarki Światowej i Transportu Morskiego, tel. 91 444 31 96, e-mail: apiesla@interia.pl.