

Anna Grabowska

Przemysł kreatywny a nowe paradygmaty rozwoju Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego

Ekonomiczne Problemy Usług nr 107, 25-37

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.

Anna Grabowska*

Próbowałem rozwijać organicznie zintegrowany zestaw propozycji politycznych,
aby nie tylko zatrzymać przerażające pogorszenie sytuacji naszego kraju
– przyspieszone zejście w otchłań cynizmu, bierności, przemocy i rozpacz
– ale zamiast tego, by **zdefiniować krok po kroku proces,**
prowadząc nas z powrotem do drogi naszej pierwotnej misji:
aby stać się największą siłą na świecie
w walce o bardziej ludzką, bardziej inteligentną i bardziej życiodajną kulturę [podkr. – A.G.]

Frithjof Bergmann

PRZEMYSŁ KREATYWNY A NOWE PARADYGMATY ROZWOJU SZCZECIŃSKIEGO OBSZARU METROPOLITALNEGO

Przemysł kultury i przemysły kreatywne są jednymi z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki. Dają one nowe możliwości rozwoju nie tylko krajom rozwijającym się, ale i pozostałym. W dobie kryzysu poszukiwane są nowe rozwiązania strategiczne dla gospodarki, których celem jest wzrost dobrobytu, a także budowa systemu odpornego na przyszły kryzys gospodarczy. W artykule przedstawiono, w jaki sposób władze publiczne mogą wspierać rozwój klastra kreatywnego.

Słowa kluczowe: przemysł kultury, sektor kreatywny, klaster kreatywny, grona przemysłowe

Wprowadzenie

Gospodarki na świecie bezustannie ewoluują, poszukując nowych, bardziej efektywnych form rozwoju. Obecnie jednymi z najbardziej dynamicznych sektorów w gospodarce światowej są te określane jako kreatywne, które dają nowe możliwości wzrostu krajom rozwijającym się. W dobie kryzysu światowego co-

* Anna Grabowska, doktor, Katedra Gospodarki Światowej i Transportu Morskiego, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Uniwersytet Szczeciński, e-mail: apiesla@interia.pl.

raz częściej postuluje się zmianę spojrzenia na wyznaczanie sposobów, metod i kierunków strategicznego rozwoju. Zatem pobudzenie kreatywnych sektorów gospodarki może istotnie przyczynić się do wzrostu dobrobytu, w szczególności państw rozwijających się i poszukujących sposobów dywersyfikacji gospodarki, odpornych na przyszłe kryzysy gospodarcze.

Najnowsze trendy są niezwykle inspirujące z punktu widzenia rozwoju Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego, utożsamianego z aglomeracją szczecińską, która winna się stać terenem intensywnej urbanizacji, centrum administracyjno-gospodarczo-kulturalnym, węzłem przekształceń przestrzennych. W skład Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego, według planu zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego, wchodzi miasta: Szczecin, Świnoujście, Stargard Szczeciński, Gryfino, Goleniów, Police oraz strefy podmiejskie intensywnego rozwoju – gminy: Kołbaskowo, Dobra Szczecińska, Police, Stargard Szczeciński, Gryfino, Goleniów¹. Szczególną rolę w ramach tego obszaru zajmuje Szczecin. Niestety, zaniedbania ostatnich dziesięcioleci, upadek kluczowych przedsiębiorstw doprowadziły do zmarginalizowania i rozmycia jego pierwotnego – morskiego charakteru. Przemysł stoczniowy przestał być już wyróżnikiem miasta. Szczecin stracił pozycję lepiej rozwiniętego od innych obszaru w Polsce, nie udaje mu się także pełnić przewidywanej funkcji zaplecza dla Berlina. Postrzegany jest jako miasto malkontentów niezadowolonych z kierunków przeobrażeń, niefających władzy publicznej, uprzedzonych do instytucji miejskich i tęskniących za kreatywną, twórczą atmosferą. Uczelnie nie spełniają oczekiwań ludzi młodych oraz pracodawców, nie oddziałują wystarczająco silnie na społeczność. Miastu brakuje atmosfery intelektualnych sporów dotyczących różnorodnych dziedzin życia, jak na przykład sztuki, a rozdrobnione środowiska kulturalne nie współpracują ze sobą. Walory miasta i jego marki są nieznane, niedoceniane i nierozpoznawalne w Polsce i za granicą. Szczecin ma opinię miasta upadającego – nie tworzy szans indywidualnego rozwoju, co powoduje odpływ młodych i kreatywnych mieszkańców.

Mocną stroną miasta pozostaje jego prozachodni charakter z elementami niemieckiego dziedzictwa kulturowego, potencjał innowacyjności oraz indywi-

¹ *Plan zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego* analizowany na podstawie dołączonych map wskazuje, że w skład Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego wchodzi również następujące gminy: Nowe Warpno, Kobyłanka i Stare Czarnowo. *Plan zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego*, załącznik do Uchwały nr XLV/530/10 Sejmiku Województwa Zachodniopomorskiego z dnia 19 października 2010 w sprawie uchwalenia zmiany *Planu zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego*.

dualizm mieszkańców potrafiących jednoczyć się wokół inicjatyw obywatelskich². Nadal nośnikiem wartości Szczecina pozostaje infrastruktura techniczna, symboliczna pozycja na mapie Europy (miasto ma szansę stać się transgraniczną metropolią) czy historyczny kontekst rozwoju, jednak zdaniem autorki niniejszego artykułu prawdziwą wartością, cechą charakterystyczną, jest jego plastyczność – „miastoplastyczność” – wynikająca po części z niskiej konkurencyjności. Atrakcyjna zatem staje się wizja rozwoju aglomeracji opartego na sektorze kreatywnym, świadomie kształtowanego w stronę „wibrującego”, nieobojętnego i twardego miejsca sztuki, czemu sprzyjają eksperymentalne środki wyrazu.

W artykule poruszono problem interwencjonizmu administracji publicznej, uznając, że odpowiedni dobór narzędzi stymulujących rozwój „klastra kreatywnego” – skupiającego małe i średnie przedsiębiorstwa – zapewni konkurencyjność i pozwoli na wzrost gospodarczy nie tylko Szczecina, ale i regionu.

1. Pojęcie „sektor kreatywny”

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 literaturze przedmiotu w latach dziewięćdziesiątych XX wieku. Bliskie mu pojęcia to: „przemysły kultury” (*cultural industries*) oraz „ekonomia doznań” (*experience economy*). Bezsprzecznie odnosi się on do kreatywności, czyli oryginalności i umiejętności tworzenia czegoś nowego. Kreatywność to rozwijanie lub wzbogacanie pierwotnego pomysłu o nowe elementy, czyniące go jeszcze bardziej atrakcyjnym³. Według innej definicji kreatywność to umiejętność tworzenia nowych pomysłów lub odbierania starych w nowy sposób, lub też wykorzystywania starych idei do nowych zastosowań⁴. W 1997 roku w Wielkiej Brytanii został powołany międzysektorowy zespół do spraw przemysłów kreatywnych, który jako pierwszy sformułował 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”. Zgodnie z tą

² Analiza SWOT stanu kultury Szczecina w kontekście starań miasta o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku, www.fileden.com (dostęp: 10.10.2012).

³ W.T. Bielecki, *Informatyzacja zarządzania*, PWE, Warszawa 2001, s. 171.

⁴ K. Szczepańska-Woszczyzna, *Metody i techniki TQM*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2009, s. 56.

definicją, 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 mody⁵.

Sektor kultury i sektor kreatywny leżą na styku sztuki, biznesu i technologii. Niezwykle istotne jest to, że ich pozycję wobec innych sektorów można określić jako strategiczną, gdyż pozwalają one implikować efekty zewnętrzne w innych gałęziach przemysłu między innymi przez zgłaszanie zapotrzebowania na zaawansowaną technologię, bezpośredni wpływ na rozwój turystyki, bycie fundamentem sektora mody i przemysłu dóbr luksusowych. Warto przypomnieć, iż europejski sektor kultury i sektor kreatywny stanowią około 4,5% europejskiego PKB, a pracuje w nich około 3,8% siły roboczej UE (8,5 mln osób)⁶.

2. Korzyści z rozwoju przemysłów kreatywnych

Rozwój przemysłów kreatywnych niesie ze sobą całe spektrum korzyści, które – z uwagi na charakter opracowania – można tu jedynie wąsko przedstawić. Do głównych **korzyści ekonomicznych** należy: tworzenie nowych źródeł dochodów, pomnażanie indywidualnych dochodów, zysków firm i bogactwa aglomeracji miejskiej, spektakularność zysków z inwestycji strategicznych (przykładem może być ożywienie kulturowych stolic Europy), wzrost konkurencyjności regionu, spadek bezrobocia, zmniejszenie fluktuacji wartościowej grupy pracowników (zwłaszcza ludzi młodych i kreatywnych), maksymalizowanie ich efektywności, przeciwdziałanie bezrobociu, pozytywne oddziaływanie na inne branże, poszerzenie obszaru strategicznych i długoterminowych inwestycji publicznych. Sektor kultury i sektor kreatywny to także inkubatory dla nowych form przedsiębiorczości i rozwoju klastrów.

⁵ Szerzej: *Creative industries taskforce*, British Government, Department of Culture Media and Sport, London 1998, www.britishcouncil.org (dostęp: 12.0.2012).

⁶ Wymienione obszary są głównym źródłem miejsc pracy i wzrostu gospodarczego w Europie (obecnie tworzą więcej miejsc pracy niż przemysł samochodowy). Między rokiem 2008 a 2011 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 – powiązanych z sektorem kulturowym i gałęzi należących do przemysłu kreatywnego. Sektory te stanowią 3% PKB UE, zatrudniają 6 mln osób, przy czym prawdopodobnie zatrudnienie w przemyśle dóbr luksusowych i modzie do 2020 r. będzie sukcesywnie wzrastać. Szerzej: *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> (dostęp: 15.10.2012).

Zidentyfikowanymi **korzyściami społecznymi** są: wspieranie kulturowej różnorodności, integracja społeczna, włączenie grup wykluczonych, rozwijanie kreatywności i umiejętności w zakresie innowacji, wprowadzenie holistycznego podejścia do zasobów ludzkich, rozwój człowieka, a nie poszczególnych jego elementów (kreowanie przestrzeni promującej rozwój osobisty i samorealizację), zachowanie równowagi między przestrzenią prywatną a zawodową (*work life balance*), wzrost świadomości w zakresie obywatelskiej i demokratycznej partycypacji.

Korzyści kulturalne to między innymi: wzrost atrakcyjności oferty kulturalnej, pomoc artystom w docieraniu do szerszej publiczności, promowanie talentów i rozwój osobowy, przewycięzanie napięć politycznych, zwiększanie zrozumienia, świadomości, empatii i szacunku wobec innych kultur.

Dane statystyczne potwierdzają, że zasadne 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 opartym na małych i średnich przedsiębiorstwach, a te, z kolei, charakteryzują się elastyczną strukturą i różnorodnością oferty. W dobie ogólnogospodarczych zmian dużo łatwiej adaptują się do wstrząsów na rynkach finansowych i łatwiej znoszą trudną koniunkturę niż duże przedsiębiorstwa, dlatego mogą stanowić antidotum na obecny kryzys i są tak ważne w aglomeracji szczecińskiej.

Remedium na kryzys ekonomiczny w Europie i jej regionach staje się zrozumienie sztuki i korzyści z niej płynących. Należy pamiętać, iż sztuka jako produkt stanowi jedną z klas aktywów – obok akcji, nieruchomości i strategii pochodnych. Z punktu widzenia tak zwanych *absolute return strategies* (strategii opartych na niezależnianiu zysków od koniunktury rynkowej) jest ona kluczowym i satelitarnym elementem dywersyfikacji portfela inwestycyjnego. Stopy zwrotu na rynku sztuki są ujemnie bądź minimalnie dodatnio skorelowane z tradycyjnymi rynkami finansowymi, a więc ich wycena nie zależy od ceny tradycyjnych instrumentów finansowych.

3. Postulaty dla władz publicznych

W Polsce problematyka profesjonalnego wsparcia biznesu i kultury – na zasadzie kreatywnego partnerstwa – nie jest często podejmowanym tematem. Tymczasem celem koncepcji naukowych dotyczących rozwoju regionalnego jest między innymi formułowanie postulatów dla elit politycznych, władz publicznych, a tym samym wpływanie na działania gospodarcze i społeczne. Rozwój sektora kultury i pobudzenie kreatywności nie muszą przebiegać spontanicznie. Niejednokrotnie procesy te odbywają się przez sterowanie odgórne, kreowanie i wskazywanie głównych narzędzi finansowych, czego przykładem są dobre praktyki⁷. Ułomności mechanizmu rynkowego i załamania koniunktury gospodarczej powodują wyraźny odwrót od teorii rozwoju gospodarczego wyrosłych na gruncie neoliberalnym, które nie przewidywały interwencjonizmu władz publicznych. Zadanie władz ograniczało się do tworzenia odpowiednich instrumentów regulujących wolny rozwój działalności gospodarczej. Współcześnie w coraz większym stopniu odchodzi się od koncepcji czystego liberalizmu w stronę zwiększonego interwencjonizmu władz publicznych, nawiązując tym samym do doktryny Johna Keynesa. Interwencjonizm administracji publicznej winien być tym intensywniejszy, im słabszy jest wzrost gospodarczy regionu. Szansą staje się mobilizacja wewnętrznego potencjału tych obszarów przez rozwój oddolnych czynników instytucjonalnych, politycznych i społecznych, zapewniających konkurencyjność i rozwój gospodarczy⁸.

Zdaniem autorki główny akcent rozwoju województwa powinien być położony na aglomerację szczecińską. Znajduje to uzasadnienie w ograniczoności zasobów oraz koncepcjach podkreślających koncentrację przestrzenną rozwoju regionalnego i wynikające z niej konsekwencje natury ekonomicznej oraz politycznej (obszary metropolitalne stanowią jądro regionu, dominują nad mniejszymi miastami oraz okolicznymi obszarami). Do najważniejszych teorii należy na przykład tak zwana koncepcja biegunów wzrostu (*growth poles*) François Per-

⁷ Np. system *Own Art* (własna sztuka) obejmujący 250 galerii z obszaru Wielkiej Brytanii czy londyńska Agencja Rozwoju Przemysłów Kultury – CIDA (Cultural Industries Development Agency). Znamienny jest także CultuurInvest funkcjonujący od 2006 r. w Belgii – fundusz inwestycyjny, który swoje usługi oferuje podmiotom z sektora kreatywnego.

⁸ A. Amin, *An institutionalist perspective on regional economic development*, “International Journal of Urban and Regional Research” 1999, vol. 23, no. 2.

roux⁹, geograficznych centrów wzrostu (*geographical growth centers*) Alberta Hirschmana¹⁰, nierównomiernego rozwoju przestrzennego Gunnara Myrdala¹¹, model rdzenia i peryferii (*core and peripheries*) Johna Friedmanna¹². Należy domniemywać, iż wsparcie rozwoju metropolitalnego Szczecina doprowadzi do późniejszej dyfuzji wzrostu wartości na jego geograficzne otoczenie i zacieśnienie więzi gospodarczej między Szczecinem a innymi światowymi centrami metropolitalnymi. Przedstawiona hipoteza wyraźnie nawiązuje także do koncepcji Manuela Castellsa, w której proces rozwoju gospodarczego zachodzi w zróżnicowany przestrzennie sposób, a z uwagi na wzrost powiązań komunikacyjnych między dużymi ośrodkami – centra coraz bardziej zbliżają się do siebie¹³.

Pozostaje pytanie, jaki paradygmat rozwoju obrać, aby analizowany obszar dominował gospodarczo, skupiał potencjał ekonomiczny i finansowy, był ośrodkiem kultury, nauki oraz centrum kreatywności, a ponadto umiał adaptować się do zmieniających się uwarunkowań rynkowych. Z pewnością system organizacyjny powinien się opierać na elastycznej produkcji i specjalizacji, a taką szansę dają przemysły kreatywne, które rozwijają się głównie w ramach małych i średnich

⁹ Najbardziej rozwinięte regiony przyciągają zaawansowane technologicznie gałęzie przemysłu, wygrywają konkurencję gospodarczą z regionami peryferyjnymi i uzależniają je od własnej polityki przemysłowej i handlowej. Zaleceniem dla działań publicznych jest wzmocnianie dotychczasowych lub tworzenie nowych biegunów wzrostu oraz tworzenie sieci komunikacyjnej między dominującymi metropoliami a ich otoczeniem, aby przyspieszać proces rozprzestrzeniania się wzrostu gospodarczego. E.E. Malizia, E.J. Feser, *Understanding local economic development*, The State University of New Jersey, New Jersey 1999, s. 104–106.

¹⁰ Zdaniem A. Hirschmana rozwój dokonuje się nierównomiernie i jest skoncentrowany w tzw. centrach wzrostu. Z biegiem czasu następuje naturalne rozprzestrzenianie się rozwoju z centrów na obszary sąsiadujące. Dlatego zaleca się wzmocnianie rozwoju regionów centralnych i wspieranie późniejszej dyfuzji rozwojowej przez budowanie np. infrastruktury komunikacyjnej. E.E. Malizia, E.J. Feser, *Understanding...*, s. 106–108.

¹¹ Według G. Myrdala nierównomierny przestrzennie rozwój jest wynikiem długiego procesu historycznego, uwarunkowanego czynnikami ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi (*cumulative causation*). Różnicowanie regionalne rozwoju pogłębia się wraz z wpływem czasu. Jest to więc mechanizm błędnego koła – samopowtarzalny i nieprzerwany przy samoregulacji rynkowej. Tamże, s. 108–109.

¹² Zdaniem J. Friedmanna działalność wytwórcza i usługowa najbardziej konkurencyjnych przedsiębiorstw jest lokowana w najsilniej rozwiniętych regionach, głównie w dużych ośrodkach metropolitalnych. Centra gospodarcze dominują nad swoimi peryferiami, przyczyniają się do zainicjowania trajektorii rozwoju tych terenów, jest on jednak podporządkowany i pełni funkcje usługowe wobec obszarów centralnych. W modelu tym rekomenduje się stymulowanie rozwoju regionalnego opartego na regionalnych centrach wzrostu. Dotyczy to zarówno wspierania, np. budowy infrastruktury światowych metropolii, jak i stymulowania rozwoju obszarów centralnych w regionach słabiej rozwiniętych, peryferyjnych z punktu widzenia gospodarki globalnej. W ten sposób obszary będące dotąd peryferiami mogą, dzięki korzystnym warunkom rozwojowym, awansować do grupy regionów centralnych. Tamże, s. 109–117.

¹³ T.G. Grosse, *Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2002, nr 1, s. 29.

firm dostosowujących się z łatwością – przez modyfikowanie i przekształcanie produkcji – do warunków rynkowych. Główny akcent należy położyć na możliwości dostarczania dóbr niestandardowych, niepowtarzalnych, zaspokajających indywidualne gusty konsumenta, dalece wyspecjalizowanych. Dzięki temu producenci będą mogli łatwo znaleźć niszę rynkową w gospodarce globalnej i być wysoko konkurencyjni, będą również ponosili niższe koszty transakcyjne dzięki współpracy, co podwyższy efektywność całej grupy.

Jądrem koncepcji kreatywnego miasta jest obecność sieci kooperujących ze sobą instytucji publicznych, gospodarczych, usługowych, finansowych, społecznych i naukowych. Taka afiliacja pozwala aranżować idealny klimat do współpracy, wymiany informacji i pomysłów czy rozwoju nowych form przedsiębiorczości. Michael Porter za kluczowy element uzyskiwania przewagi konkurencyjnej uznał odpowiednie umiejscowienie działalności ekonomicznej. Dlatego podmioty powiązane ze sobą powinny tworzyć tak zwane grona przemysłowe (*industry clusters*), lokalizować swoją działalność blisko siebie. Dzięki zbliżeniu przestrzennemu wzrasta konkurencja, współpraca, promocja regionu. Administracja publiczna może stymulować popyt za pomocą zamówień publicznych, dotacji, pożyczek kapitałowych, szkoleń, wprowadzania nowych technologii. Z tych samych powodów wsparcie powinny otrzymać instytucje finansowe, które kredytują działalność gron¹⁴. Teoretycy – Allen Scott i Michael Storper – podkreślają, że jądrem grona jest dominująca metropolia, a rozwój gospodarczy zależy w większym stopniu od konkretnych instytucji ekonomicznych i norm społecznych występujących na obszarze regionu aniżeli od anonimowych sił wolnego rynku. Zatem najważniejszym zadaniem władz publicznych jest kształtowanie pozaekonomicznych współzależności¹⁵. Teoretycy instytucjonalizmu – Thorstein Veblen, Wesley Mitchell i John Commons – sugerują, że wspólnie podzielane wartości i zwyczaje kulturowe kształtują świat organizacji ekonomicznych, mogą zatem w taki sposób wpływać na działania ludzkie, aby stymulować lub ograniczać rozwój gospodarczy¹⁶. Postawę taką można uznać za obowiązek w obliczu nadchodzących zmian.

W świetle przedstawionych rozważań warunkiem *sine qua non* pobudzenia szczytnego rozwoju staje się aktywna postawa władz publicznych i prowadzenie przez administrację dojrzałej strategii pobudzania przedsiębiorczości

¹⁴ M.E. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.

¹⁵ T.G. Grosse, *Przegląd koncepcji teoretycznych...*, s. 39–42.

¹⁶ W. Morawski, *Socjologia ekonomiczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.

regionalnej. Stąd konieczne stają się odwołania do pojęcia „kapitał społeczny”¹⁷, w którym działania władz charakteryzują się wysokim poziomem wzajemnego zaufania, normami zaangażowania na rzecz dobra publicznego i gęstą siecią publicznych stowarzyszeń¹⁸. Relacje między jednostkami mogą być traktowane w kategoriach zasobów. Sednem jest wyznaczenie specyficznej trajektorii rozwoju regionalnego, zasadzonej na arbitralnych decyzjach politycznych oraz uruchomienie wewnętrznego potencjału wzrostu (nacisk na endogeniczność rozwoju i uniezależnienie go na kolejnym etapie od pomocy publicznej), a więc pobudzenie własnej unikatowej dynamiki rozwoju, tak zwanego kapitału relacyjnego¹⁹.

Tworzenie sieci współpracy, opierającej się na solidnych tradycjach historycznych i normach społecznych, nie powinno mieć dla decydentów charakteru okazjonalnego – przesądzającego o ich atrakcyjności politycznej. Decydenci winni być skuteczni i profesjonalni w działaniu. Naganne jest wykazywanie aktywności w imię klientelizmu²⁰ i wytyczonych celów politycznych, a nie gospodarczych.

Zadaniem władz powinno się stać stworzenie systemu informowania i szkolenia biznesowego, przygotowującego przedsiębiorstwa kreatywne do wkroczenia na konkurencyjny rynek. Ważkie jest wspieranie tak zwanych interwencji artystycznych, polegających na zatrudnianiu osób ze środowiska sztuki. Zaletą jest silniejsze osadzenie w realiach rynkowych oraz przełamanie stereotypów tkwiących w tradycyjnych metodach zarządzania w biznesie²¹. Także oddolna inicjatywa – aktywność artystów i innych przedstawicieli sektora kultury i pomysłów kreatywnych – jest równie ważna.

¹⁷ W latach 80. XX w. wprowadził to pojęcie do literatury naukowej J. Coleman.

¹⁸ R.D. Putnam, *Demokracja w działaniu*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1995, s. 258–276.

¹⁹ Termin pojawiający się w regionalistyce europejskiej i badaniach dotyczących oddziaływania lokalnego środowiska politycznego na innowacyjność działalności gospodarczej. Ważną cechą środowisk jest ich struktura instytucjonalna i sieć wewnętrznych oraz zewnętrznych powiązań kooperacyjnych i informacyjnych. Relacje między instytucjami różnego typu pochodzącymi z terenu danego regionu tworzą odmianę kapitału społecznego, który przez specjalistów jest czasami nazywany tzw. kapitałem relacyjnym, T.G. Grosse, *Przegląd koncepcji teoretycznych...*, s. 38.

²⁰ Klientelizm – układ nieformalnych zależności typu ekonomiczno-politycznego, w ramach których wpływowe podmioty roztaczają opiekę nad innymi – klientelą – w zamian za poparcie polityczne. Zjawisko klientelizmu jest powszechnie uznawane za formę patologii społecznej, gdyż zaburza prawidłowy proces dystrybucji dóbr politycznych i ekonomicznych, doprowadzając do powstania szarej strefy. A. Antoszewski, R. Herbut, *Systemy polityczne współczesnego świata*, Wydawnictwo Archa, Gdańsk 2001, s. 60–68.

²¹ 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.

Innym sposobem wykorzystania potencjału leżącego w sztuce mogłyby być systemy kredytowe, fundusze inwestycyjne i tak zwane grona – klastry kreatywne zdolne do osiągnięcia przewagi konkurencyjnej i efektu synergii. Klaster byłby świetną platformą współpracy, wymiany informacji, korzystania ze wspólnej infrastruktury badawczej i technicznej oraz dawałby możliwość obniżenia kosztów działalności²². W rzeczywistości kreatywne przestrzenie mogą mieć najróżniejszą postać – na przykład miast lub dzielnic artystycznych sprzyjających aktywności twórczej.

4. Możliwości adaptacji koncepcji *community production* w nowym paradygmacie rozwojowym

Niezwykle atrakcyjna wydaje się idea połączenia sektora kreatywnego oparta na teoretycznej koncepcji rozwoju *community production* autorstwa Frithjofa Bergmanna²³. Jest on twórcą teorii „nowej pracy” opartej na samorealizacji i umiejętności radzenia sobie ze zmiennością charakteru pracy. Należy zgodzić się z tezą, iż stary system pracy doprowadził do nierównomiernego rozwoju i zjawiska rozwarstwienia społecznego. Teoria *community production* jest osiągnięciem naukowym, które dostarcza modelowych rozwiązań władzom publicznym (idea stworzenia amerykańskiej organizacji pomagającej osobom bezrobotnym jest powielana w wielu krajach na całym świecie). To jedna z metod pokonania trudności dotyczących rynku pracy, związanych z nieustannie rosnącą automatyzacją, globalizacją i upadkiem rolnictwa (ze względu na trudności utrzymania własnego gospodarstwa, rolnicy przenoszą się do miast, gdzie również mają problemy ze znalezieniem pracy).

Przyszłość sektora kreatywnego w Szczecinie mogłaby się opierać na tak zwanych nowych przedsiębiorstwach (*new work enterprises*), których zasady funkcjonowania diametralnie się różnią od działających obecnie firm. Praca w tych nowych podmiotach powinna umożliwiać pracownikom wykorzysta-

²² W 2009 r. z inicjatywy Fundacji Pro Cultura powstała koncepcja Warszawskiego Klastera Sektora Kreatywnego, który miał łączyć funkcje klastra, parku technologicznego, inkubatora przedsiębiorczości i innowacji oraz centrum transferu wiedzy i innowacji. Jego ważnym celem miało być wspieranie młodych twórców i producentów mających pomysły na projekty o potencjale ekonomicznym, niedysponujących ani zasobami finansowymi, ani infrastrukturą potrzebną do realizacji swych wizji.

²³ Koncepcja ustanawia zupełnie nowy model rozwoju. Praca została podzielona na trzy różne rodzaje, oznaczone odpowiednio kolorami: czerwonym (*new work enterprises*), niebieskim (*community production*) oraz zielonym (*Work that we really really want to do*), www.newworknewculture.com (dostęp: 1.11.2011).

nie talentów i ich zdolności. Świeżość opisywanego tu paradygmatu polega na odejściu od przestarzałych form systemu pracy, między innymi pracy na etacie. „Celem nowej pracy nie jest uwolnienie ludzi od pracy, lecz takie jej przekształcenie, aby to poszczególny człowiek sam o niej decydował i sam ją kształtował. Praca ma służyć człowiekowi, czynić go szczęśliwym... Przy czym potrzebna jest elastyczność i kreatywność, uczenie się przez całe życie, nowe nastawienie. Dana praca nie jest już i nie będzie zajęciem na całe życie”²⁴. Zasadą nowej pracy jest inteligentne i pomysłowe wykorzystanie innowacyjnych technologii, których cechą wspólną jest to, że są tworzone w małej skali i mają objąć niewielką przestrzeń. Sugeruje się, że należy odejść od gigantycznych fabryk z długimi liniami produkcyjnymi i ogromnymi maszynami, które wymuszają pozyskiwanie potężnych zasobów kapitałowych. Istotą nowej pracy miałyby być transformacja produkcji przemysłowej w stronę tak zwanej produkcji wspólnotowej. Stąd ważne staje się tworzenie nowych mikroprzedsiębiorstw ulokowanych w bliskim sąsiedztwie (nawet na zasadzie wspólnoty) i permanentne stopniowe zwiększenie lokalnej produkcji, między innymi żywności, mieszkań, energii, odzieży, a także wszystkiego, co jest i może być potrzebne, by człowiek miał poczucie satysfakcjonującego życia i samorealizacji.

Do najważniejszych korzyści z formowania niezależnych społeczności należy zaliczyć: tworzenie nowoczesnej infrastruktury życia społecznego, kooperację przedsięwzięć biznesowych, zdecentralizowanie technik wytwarzania, stopniowe wejście na rynki całego świata, wzajemne doradztwo i wsparcie, zwiększony dostęp do technologii, zasobów, informacji, wzrost autonomii, poprawę jakości życia.

Trudno oprzeć się wrażeniu, iż koncepcja F. Bergmanna jest dedykowana działalności artystycznej i okoł artystycznej. Jej atrakcyjność wynika przede wszystkim z interdyscyplinarności i możliwości adaptacji na grunt szcześcińskiego przemysłu kreatywnego.

Podsumowanie

Potencjał kreatywny tkwiący obecnie w gospodarce jest uznawany za niezbędny czynnik jej rozwoju, a przez to i społeczeństwa. Należy zatem zaakcentować, że kultura coraz częściej jest postrzegana jako czynnik wpływający na

²⁴ F. Bergmann, *Świat w którym chcielibyśmy żyć*, „Zachodniopomorski Przedsiębiorca” 2012, nr 4, s. 15–17.

wzrost atrakcyjności miast i regionów dla mieszkańców, turystów i inwestorów. Wzrost stopnia kreatywności nie jest do końca procesem autonomicznym. Stąd kształtowanie rozwoju Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego winno być procesem głęboko przemyślanym w strategii rozwoju regionalnego. W teorii literatury istnieje wiele alternatywnych form metamorfozy gospodarczej, niemniej jednak atrakcyjnym modelem jest rozwój przemysłu kultury, a w szerszym ujęciu – przemysłu kreatywnego. Upadek kilkudziesięciu znaczących przedsiębiorstw, w tym z branży morskiej, powoduje, że Szczecin i jego region sprawiają wrażenie przestrzeni „niezapisanej”, niezdefiniowanej, a tym samym plastycznej – podatnej na przemiany strukturalne. Określenie istoty sektorów kreatywnych wskazuje wręcz nieskończoną ich różnorodność i unikalność w aspekcie treści i jakości, stąd tak duże możliwości wpływu na wzrost gospodarczy.

Literatura

- Amin A., *An institutionalist perspective on regional economic development*, “International Journal of Urban and Regional Research” 1999, vol. 23, no. 2.
- Analiza SWOT stanu kultury Szczecina w kontekście starań miasta o tytuł Europejskiej Stolicy Kultury w 2016 roku*, www.fileden.com (dostęp: 10.10.2012).
- Antoszewski A., Herbut R., *Systemy polityczne współczesnego świata*, Wydawnictwo Archa, Gdańsk 2001.
- Bergmann F., *Świat w którym chcielibyśmy żyć*, „Zachodniopomorski Przedsiębiorca” 2012, nr 4.
- Bielecki W.T., *Informatyzacja zarządzania*, PWE, Warszawa 2001.
- Creative industries taskforce*, British Government, Department of Culture Media and Sport, London 1998, www.britishcouncil.org (dostęp: 12.0.2012).
- Grosse T.G., *Przegląd koncepcji teoretycznych rozwoju regionalnego*, „Studia Regionalne i Lokalne” 2002, nr 1.
- 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*, Brussels, COM(2012), <http://ec.europa.eu> (dostęp: 15.10.202).
- Malizia E.E., Feser E.J., *Understanding local economic development*, The State University of New Jersey, New Jersey 1999.
- Morawski W., *Socjologia ekonomiczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.

Plan zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego, załącznik do Uchwały Nr XLV/530/10 Sejmiku Województwa Zachodniopomorskiego z dnia 19 października 2010 w sprawie uchwalenia zmiany Planu zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego.

Porter M.E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.

Putnam R.D., *Demokracja w działaniu*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1995.

Szczepańska-Woszczyzna K., *Metody i techniki TQM*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 2009.

www.newworknewculture.com (dostęp: 1.11.2011).

CREATIVE INDUSTRIES AND NEW PARADIGMS OF DEVELOPMENT SZCZECIN METROPOLITAN AREA

Summary

The cultural industries and the creative industries are among the most dynamic sectors of the world 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.

Keywords: cultural industries, creative industries, creative economies, industry clusters