

# Joanna Markiewicz

---

## Koncepcja wspierania przemysłów kreatywnych w ujęciu międzynarodowym i regionalnym

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 110, 167-185

---

2014

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

*JOANNA MARKIEWICZ\**

Uniwersytet Szczeciński

## KONCEPCJA WSPIERANIA PRZEMYSŁÓW KREATYWNYCH W UJĘCIU MIĘDZYNARODOWYM I REGIONALNYM

### Streszczenie

Przemysły kreatywne odgrywają istotną rolę we współczesnej gospodarce. Poznanie specyfiki funkcjonowania kreatywnych firm jest kluczowe dla zaprojektowania efektywnego wsparcia tychże przemysłów. W niniejszym artykule przeanalizowano zalecenia Komisji Europejskiej oraz doświadczenia japońskie we wspieraniu przemysłów kreatywnych, a także przedstawiono wnioski ze wstępnego badania przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim. Dało to podstawę do zaproponowania koncepcji wspierania przemysłów kreatywnych opartej na idei trapezu.

**Słowa kluczowe:** przemysły kreatywne, polityka, narzędzia wspierania, region

### Wprowadzenie

Przemysły kreatywne, integrujące biznes, kulturę, sztukę, technologię i społeczeństwo, stają się coraz ważniejszym elementem współczesnej gospodarki. Celem niniejszego artykułu jest ukazanie głównych kierunków wsparcia przemysłów kreatywnych na podstawie wytycznych opracowanych na potrzeby Unii Europejskiej, doświadczenia Japonii oraz wniosków, które wyłonione zostały podczas pierwszego etapu badania zleconego przez

---

\* dr Joanna Markiewicz, adiunkt w Katedrze Efektywności i Innowacji, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego, joanna.markiewicz@wzieu.pl

Zachodniopomorski Klaster Przemysłów Kreatywnych. W artykule zaprezentowano również istotę i znaczenie przemysłów kreatywnych w rozwoju gospodarczym oraz przedstawiono wstępną autorską koncepcję obszarów wsparcia przemysłów kreatywnych w regionie zachodniopomorskim.

## 1. Istota i znaczenie przemysłów kreatywnych

Parafrazując słowa J. Kaniewskiego<sup>1</sup>, należącego do czołówki światowych projektantów zajmujących się wzornictwem przemysłowym, który mówiąc o trendach stwierdził, że „zamiast hardware’u, wystarczy software”<sup>2</sup>, można powiedzieć, że produkcja w dzisiejszych realiach gospodarczych nie jest problemem – wyzwaniem jest natomiast kreowanie doznań. Przekładając te słowa na język ekonomiczny, należy stwierdzić, że we współczesnej gospodarce najbardziej konkurencyjne są te produkty i usługi, których wartość dodana bazuje na wrażeniach stworzonych przez walory kulturowe, sztukę i/lub wysokie technologie.

Wspólnym mianownikiem dla bardzo szeroko definiowanych przemysłów kreatywnych jest niewątpliwie własność intelektualna<sup>3</sup>. Przemysły kreatywne definiowane są dlatego 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”<sup>4</sup>.

Departament Kultury, Mediów i Sportu (DCMS) rządu brytyjskiego wymienia 13 sektorów kreatywnych: reklama, architektura, sztuka i antyki, gry komputerowe, rękodzieło, projektowanie, projektowanie mody, film i wideo, muzyka, sztuka teatralna, publikacje, oprogramowanie, telewizja i radio<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Janusz Kaniewski – polski projektant pracujący między innymi dla takich marek, jak Ferrari, Alfa Romeo, Honda, Marlboro, Orlen czy Żywiec.

<sup>2</sup> *Projektant Przyszłości*, „Logo” 2013, nr 11.

<sup>3</sup> W Holandii przemysły kreatywne określane są mianem przemysłów praw autorskich.

<sup>4</sup> *Investing in creative industries – a guide for local authorities*, Department of Culture, Media and Sport DCMS, UK Government, I&DeA, Local Government Association, The Work Foundation, London 2009, s. 4.

<sup>5</sup> *Ibidem*, s. 6.

W raporcie KEA<sup>6</sup> dla Komisji Europejskiej zdefiniowano natomiast przemysły kultury i kreatywności w ujęciu okręgów koncentrycznych. Podkreślono znaczenie sztuki scenicznej i wizualnej oraz dziedzictwa kulturowego (instytucji kultury), które tworzą rdzeń okręgów. W skład pierwszego z nich – okręgu sektorów kultury – wchodzi: film, gry, prasa, książki, muzyka oraz radio i telewizja. Drugi okrąg tworzą przemysły kreatywne związane z architekturą, oprogramowaniem, reklamą i designem. Zewnętrzny okrąg dotyczy tzw. przemysłów powiązanych, które zależne są od przemysłów z wewnętrznych okręgów. Zaliczyć można do nich między innymi edukację i sferę B+R, turystykę, ICT czy elektronikę.

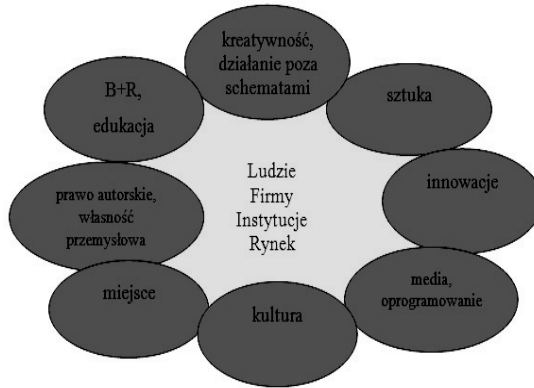
R. Florida<sup>7</sup> definiuje przemysły kreatywne w kategoriach zawodów, rozróżniając między innymi rdzeń superkreatywny (ludzi wykonujących swą pracę z użyciem komputerów, zatrudnionych w nauce i inżynierii, matematyce, edukacji, sztuce, projektowaniu i rozrywce) oraz klasę kreatywną (ludzi, którzy w swojej pracy zajmują się twórczym rozwiązywaniem konkretnych problemów).

Przemysły kreatywne, integrując kulturę, sztukę, biznes i technologię, sprawiają, że trudno je jednoznacznie zdefiniować. Można je metaforycznie przedstawić jako kwiat przemysłów kreatywnych. Ukazuje on główne składowe, których współistnienie tworzy przestrzeń przemysłów kreatywnych (rys. 1). Warto podkreślić, że zetknięcie się na płaszczyźnie rynkowej (przez ludzi, firmy i instytucje) poszczególnych składowych nie odbywa się jedynie w wymiarze transakcji handlowych, ale również poprzez procesy charakterystyczne dla ekonomii doznań, czego przykładem może być powszechność i dostępność wirtualnych produktów czy prosumeryzm.

---

<sup>6</sup> *The economy of culture in Europe*, study prepared for the European Commission, KEA, October 2006, s. 62, [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf) (5.06.2014).

<sup>7</sup> R. Florida, *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011, s. 84, 88.



Rysunek 1. Kwiat przemysłów kreatywnych

Źródło: J. Markiewicz, *Kreatywne partnerstwa jako czynnik wspierający innowacyjność Szczecina*, wystąpienie zaprezentowane podczas Międzynarodowej Konferencji *Biznes – Kreatywność – Kultura, Wyzwania dla polityki regionalnej*, Szczecin, 23 listopada 2012.

Zróznicowanie tych obszarów pozwala zrozumieć, jak szeroko traktować można grupę interesariuszy sektorów kreatywnych, a tym samym wpływ tychże przemysłów na inne sektory. Należy pamiętać, że interesariusze, a więc podmioty, które uczestniczą w tworzeniu i dystrybucji wartości, w sektorach kreatywnych kreują i transferują oprócz wartości ekonomicznych, także kulturowe, społeczne i artystyczne. Zatem interesariuszy można zidentyfikować w następujących wymiarach:

1. Politycznym (władza państwowa i regionalna, podległe im organy i instytucje związane z edukacją, B+R, kulturą i przemysłami kreatywnymi oraz ze wspieraniem rozwoju gospodarczego).
2. Rynkowym (wszelkie podmioty gospodarcze, instytucje, sektor NGO, reprezentanci wolnych zawodów oraz konsumenci, czyli producenci i odbiorcy przemysłów kreatywnych).
3. Geograficznym (miasta lub regiony charakteryzujące się określoną infrastrukturą, walorami przyrodniczo-kulturowymi, specyfiką gospodarczą oraz kapitałem ludzkim).

4. Społecznym (ludzie, którzy poprzez swoje wykształcenie, poglądy, wyznawane wartości, kreatywność oraz aktywność zawodową stoją zarówno po stronie podażowej, jak i popytowej przemysłów kreatywnych).

5. Technologicznym (indywidualni i instytucjonalni reprezentanci sfery B+R, nowych mediów, ICT, branży elektronicznej).

6. Prawnym (kreatywne jednostki i zespoły, które posiadają prawa autorskie do swoich utworów i mogą dysponować prawami majątkowymi).

Natura przemysłów kreatywnych nie jest jeszcze w pełni poznana. Różnorodność definicji, a także szerokie ujęcie uczestników tworzenia i dystrybucji wartości sprawia, że trudne jest precyzyjne zmierzenie efektów ich działań. Dodatkowym problemem jest dominacja mikrofirm oraz tzw. wolnych strzelców, którzy rzadko ujmowani są w badaniach bądź w ogóle nie figurują w statystykach, a także duże prawdopodobieństwo występowania szarej strefy w przemyśle kreatywnych ze względu na duży stopień niematerialności usług<sup>8</sup>.

Znaczenie przemysłów kreatywnych w tworzeniu nowych miejsc pracy oraz PKB jest jednak bezsporne. Publikacje i dane statystyczne dostatecznie argumentują rolę tychże sektorów we współczesnej gospodarce:

1. W 2010 w Unii Europejskiej przemysły kreatywne wytworzyły 3,3% PKB, a zatrudnienie w tym sektorze wyniosło 6,7 mln osób<sup>9</sup>.

2. Zatrudnienie w przemyśle kreatywnych w UE w latach 2000–2007 wzrosło średnio o 3,5%, podczas gdy w całej unijnej gospodarce wzrastało o 1% rocznie.

3. Średni roczny wzrost zatrudnienia w sektorze informatycznym w latach 2000–2007 sięgał w UE ok. 5,2%<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Badanie jakościowe przeprowadzone przez autorkę wspólnie z Zarządem Zachodniopomorskiego Klastra Kreatywnego oraz Szczecińskiego Inkubatora Kultury w maju 2013 dla Uniwersytetu w Glasgow na potrzeby opracowania projektu badawczego prowadzonego z tymże uniwersytetem w zakresie przemysłów kreatywnych.

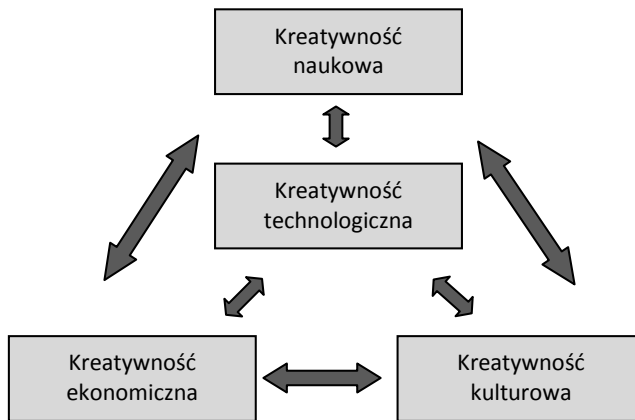
<sup>9</sup> *European competitiveness report 2010*, Commission staff working document, Accompanying document to the *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. An integrated industrial policy for the globalisation era. Putting competitiveness and sustainability at front stage*, Brussels, 28.10.2010, Sec(2010) 1276 wersja ostateczna, s. 15, [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/files/member\\_states\\_competitiveness\\_performance\\_and\\_policies\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/files/member_states_competitiveness_performance_and_policies_en.pdf) (5.06.2014).

<sup>10</sup> *Ibidem*, s. 11.

4. Przemysły kreatywne w Wielkiej Brytanii odnotowały średnioroczny wzrost produktywności o 4% wartości dodanej brutto w latach 1997–2006, podczas gdy cała gospodarka brytyjska w tym czasie odnotowywała średni wzrost o 3%.

5. Zatrudnienie w Wielkiej Brytanii w latach 1997–2006 wzrastało średnio o 2% rocznie w przemyśle kreatywnych, natomiast w całej gospodarce w tym samym okresie jedynie o 1%<sup>11</sup>.

Analizując istotę i znaczenie przemysłów kreatywnych, nie sposób nie odnieść się do paradygmatu rozwoju gospodarczego opartego na innowacyjności. To właśnie kreatywność upatrywana jest jako jedno z podstawowych źródeł innowacji, przy czym należy szerzej spojrzeć na naturę kreatywności. Obecnie podkreśla się znaczenie kreatywności rozumianej jako kombinacja i interakcja kreatywności ekonomicznej, naukowej, technologicznej i kulturowej, co zostało zilustrowane na rysunku 2.



Rysunek 2. Wymiary kreatywności jako źródła dla innowacji

Źródło: *Creative SpIn – Creative spillovers for innovation, URBACT II Thematic network baseline study*, Creative SpIn, KEA, October 2012, s. 6.

<sup>11</sup> *Investing in creative...*, s. 5–6.

Takie ujęcie kreatywności podkreśla znaczenie wszelkich jej wymiarów, w tym pierwiastka kulturowego. To właśnie umiejętność spojrzenia na nowy produkt z perspektywy doznań (wartości duchowych, sztuki), decyduje często o jego sukcesie rynkowym. Wspomniany ładunek wrażeń dodawany jest tak do prostych produktów, jak i tych opartych na wysokich technologiach i powoduje, że przemawiają one do konsumentów. Ci z kolei, w dobie nasyceń rynku, podobnych cen oraz skróconego cyklu życia produktów, oczekują oferty uszytej na miarę, zarówno w kwestii użyteczności, jak i doznań oraz wymiaru duchowego.

## 2. Kierunki wspierania przemysłów kreatywnych w Unii Europejskiej i na świecie

Rosnące znaczenie przemysłów kreatywnych oraz działania niektórych państw, takich jak Wielka Brytania, która już w 2002 wdrożyła systemowy program wspierania sektorów związanych z kreatywnością<sup>12</sup>, spowodowały, że Komisja Europejska coraz częściej w dokumentach strategicznych oraz komunikatach postuluje wspieranie rozwoju przemysłów kreatywnych w Europie. W *Zielonej Księdze w sprawie uwalniania potencjału przedsiębiorstw z branży kultury i branży twórczej* podkreślona została konieczność<sup>13</sup> przejścia do gospodarki kreatywnej przez stymulowanie wpływu przedsiębiorstw z branży kultury i branży twórczej na różnorodne aspekty gospodarki i życia społecznego.

---

<sup>12</sup> W 2002 powołano państwową instytucję pod nazwą Kreatywność, Kultura i Edukacja. Jej celem jest wspieranie kreatywności ludzi młodych już na etapie szkoły podstawowej, co realizowane jest między innymi przez program *Kreatywne partnerstwo* polegający na budowaniu długofalowej i wielopłaszczyznowej współpracy między szkołami i firmami sektora kreatywnego. Program ten w latach 2002–2011 objął swym zasięgiem ponad 1 mln uczniów, 2700 szkół i 90 000 nauczycieli. Szacuje się, że przyczynił się do wygenerowania ok. 4 mld funtów. Na podst. <http://www.creative-partnerships.com/> (5.06.2014).

<sup>13</sup> *Zielona Księga w sprawie uwalniania potencjału przedsiębiorstw z branży kultury i branży twórczej*, Komisja Europejska, Bruksela, dnia 27.04.2010, KOM(2010) 183 wersja ostateczna, s. 4, [http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/20100511\\_COM\\_2010\\_183\\_PL\\_ACTE\\_f.pdf](http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/20100511_COM_2010_183_PL_ACTE_f.pdf) (5.06.2014).



Z kolei w komunikacie Komisji Europejskiej do Parlamentu Europejskiego<sup>14</sup> podniesiono potrzebę opracowania wielowarstwowej strategii rozwoju przemysłów kreatywnych, która zwracałaby uwagę na następujące kluczowe obszary:

- adresowanie zmieniających się potrzeb w zakresie umiejętności,
- poprawę dostępu do finansowania,
- poszerzanie rynku: nowe partnerstwa i modele biznesowe,
- rozszerzanie międzynarodowego zasięgu,
- wzmacnianie międzysektorowego potencjału.

Warto odnieść się również do jednego z najnowszych dokumentów Unii Europejskiej – *Europejskiej Agendy Kultury. Planu prac w dziedzinie kultury na lata 2011–2014*<sup>15</sup>, który ma stanowić zbiór wytycznych dla formułowania krajowych, regionalnych i lokalnych polityk rozwoju gospodarczego w kontekście przemysłów kreatywnych. Wskazówki zostały opracowane na przykładach dobrych praktyk z krajów europejskich i mogą być wykorzystane jako wytyczne do kształtowania dokumentów strategicznych związanych z wykorzystaniem funduszy strukturalnych w latach 2014–2020. Wypracowane propozycje kierunków działań zgodne są z obecnie realizowaną strategią *Europa 2020* oraz wizją krajowych i regionalnych *Strategii Innowacji na rzecz Inteligentnej Specjalizacji*<sup>16</sup>.

W dokumencie zaproponowano tzw. ramy rozwoju sektora kultury i twórczości, które zidentyfikowane zostały w trzech obszarach<sup>17</sup>. Pierwszy obszar dotyczy tworzenia warunków wstępnych, a zdefiniowany w nim cel

---

<sup>14</sup> *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU*, European Commission, Brussels, 26.9.2012, COM(2012) 537 wersja ostateczna, s. 4–8, [http://www.europarl.europa.eu/registre/docs\\_autres\\_institutions/commission\\_europeenne/com/2012/0537/COM\\_COM%282012%290537\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/registre/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2012/0537/COM_COM%282012%290537_EN.pdf) (5.06.2014).

<sup>15</sup> *Europejska Agenda Kultury. Plan prac w dziedzinie kultury na lata 2011–2014, Wskazówki jak strategicznie wykorzystywać unijne programy wsparcia, w tym fundusze strukturalne, w celu promowania roli kultury w zakresie rozwoju lokalnego, regionalnego i krajowego oraz wpływ na gospodarkę w szerszym znaczeniu*, Grupa robocza ekspertów państw członkowskich UE, kwiecień 2012, [http://issuu.com/iservice-europa/docs/dg\\_eac\\_policy\\_handbook\\_pl](http://issuu.com/iservice-europa/docs/dg_eac_policy_handbook_pl) (5.06.2014).

<sup>16</sup> *Guide to regional/national Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS3)*, European Commission, Luxembourg May 2012, [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/presenta/smart\\_specialisation/smart\\_ris3\\_2012.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/smart_specialisation/smart_ris3_2012.pdf) (5.06.2014).

<sup>17</sup> *Europejska Agenda Kultury...*, s. 6.

odnosi się do kreowania środowiska sprzyjającego rozwojowi sektora kultury i twórczości. Cel ten ma być osiągnięty poprzez działania ukierunkowane na:

1. Mapowanie jako ważne działanie, dające możliwość uzyskania obrazu przemysłów kreatywnych pod względem ich wolumenu i lokalizacji. Badania powinny być postrzegane jako podstawa formułowania polityk, zwłaszcza na poziomie lokalnym i regionalnym.

2. Ramy instytucjonalne i alianse strategiczne zmierzające do integracji różnorodnych interesariuszy przemysłów kreatywnych.

3. Usługi informacyjne zwiększające świadomość bardzo szerokiej grupy odbiorców oraz dotyczące zróżnicowanych działań upowszechniających (np. wizyty studyjne, promocja dobrych praktyk).

4. Działania, polityki i strategie, które oddzielnie dotyczyć będą sektorów kreatywnych lub wymuszać będą szerokie, holistyczne spojrzenie na przemysły kreatywne w poszczególnych dokumentach<sup>18</sup>.

Drugi obszar związany jest ze wzmacnianiem sektora kultury i twórczości. Za główny cel w tym przypadku obrano powstanie konkurencyjnych i eksportujących przedsiębiorstw w sektorze twórczości, co powinno być osiągnięte dzięki:

1. Budowaniu możliwości przez zapewnianie wszystkim przedsiębiorcom z sektora kultury dostępu do profesjonalnej edukacji w zakresie przedsiębiorczości lub dostępu do wyspecjalizowanych agentów, którzy będą w stanie oferować usługi konsultingowe dostosowane do potrzeb i specyfiki sektorów kreatywnych.

2. Infrastrukturze fizycznej, która oferować będzie nie tylko podstawową infrastrukturę dla funkcjonowania firm, ale także interdyscyplinarne środowisko dla nawiązywania współpracy. Ważną rolę odgrywać powinny tereny poprzemysłowe, które w wyniku rewitalizacji i odpowiedniego dostosowania (spójnych z wizją urbanistyczną i prospołeczną miast) mogą stać się przestrzenią dla kreatywnych firm oraz jednocześnie podnieść atrakcyjność danych aglomeracji.

3. Inkubatorom przedsiębiorstw z sektora twórczości, które będą zapewniać dostęp do kreatywnego środowiska i umożliwiać korzystanie z efektu synergii. Ponadto oferować będą specjalistyczne doradztwo uwzględniające potrzeby rozwojowe przedsiębiorstw sektorów kreatywnych.

---

<sup>18</sup> *Ibidem*, s. 27–35.

4. Zwiększonemu dostępowi do środków finansowych niezbędnych do rozwoju przedsiębiorstw sektorów kreatywnych. Dominacja aktywów niematerialnych (własności intelektualnej) przekłada się obecnie na utrudniony dostęp do kredytów i pożyczek.

5. Sieciom i klastrom, zapewniającym interakcyjne powiązania, wymianę wiedzy i inspiracji oraz współpracę<sup>19</sup>.

Trzeci obszar wsparcia dotyczy stymulowania efektu domina generowanego przez sektory kreatywne. Mając na uwadze szerokie spektrum oddziaływania przemysłów kreatywnych oraz różnorodne grupy interesariuszy, wymienia się następujące przestrzenie, które determinowane są rozwojem tychże sektorów:

1. Innowacyjność i wydajność, które wzrastają dzięki umiejętnemu łączeniu wartości płynących z kreatywności kulturowej (por. rys. 2).

2. Innowacje społeczne, kształcenie ustawiczne i dobrobyt, ponieważ edukacja wraz z nauką, kulturą, dziedzictwem i sztuką tworzą intelektualne bazy społeczeństwa oraz przyczyniają się do jego dobrobytu i rozwoju.

3. Turystykę i budowanie marki oraz rozwój regionalny, związane z sektorem kultury, zwłaszcza na szczeblu lokalnym i regionalnym. Przemysły kreatywne przyczyniają się do powstawania nowych miejsc pracy w sektorze turystycznym.

4. Trwałość środowiska naturalnego, promowaną przez sektory kreatywne, które często zabiegają o rewitalizację i odnowę zdegradowanego środowiska czy przestrzeni miejskich<sup>20</sup>.

Przemysły kreatywne stają się także ważnym kierunkiem rozwoju dla gospodarki japońskiej. Wzrastający rynek przemysłów kreatywnych (z dominacją gier komputerowych i rzemiosła<sup>21</sup>) sprawił, że coraz częściej, zwłaszcza na poziomie aglomeracji, mówi się o polityce rozwoju kreatywnych miast. Na przykładzie Jokohamy można przeanalizować, jakie działania podejmują japońskie miasta na rzecz rozwoju przemysłów kreatywnych.

Wartą przybliżenia jest historia przestrzeni biurowej pod nazwą *Creative City Yokohama*, która została otwarta w 2004 roku i swoim zasięgiem objęła

<sup>19</sup> *Ibidem*, s. 38–46.

<sup>20</sup> *Ibidem*, s. 47–54.

<sup>21</sup> M. Sasaki, *Creative industries and creative city policies in Japan*, w: *Creative industries and innovation in Europe: concepts, measures and comparative case studies*, red. L. Lazzeretti, New York 2013, s. 138.

zabudowę w sąsiedztwie portu miejskiego, w tym zabudowę historyczną, magazyny i opuszczone budynki. Inicjatywa przyjęła się, czego potwierdzeniem była coraz większa liczba podmiotów kreatywnych działających w strefie, do której włączano kolejne nieruchomości. Już w 2007 roku oszacowano, że przestrzeń *Creative City Yokohama* przyniosła lokalnej gospodarce 100 mln USD. Kolejnym krokiem było powołanie komisji sztuki, składającej się z podmiotów prywatnych i publicznych, której celem było wspieranie i przyciąganie artystów i biznesu kreatywnego do regionu<sup>22</sup>.

Istotnym krokiem dla przemysłów kreatywnych Jokohamy była również reorganizacja administracji lokalnej, która zjednoczyła odrębne dotąd jednostki odpowiedzialne za politykę kulturalną, przemysłową oraz urbanistyczną w dwie organizacje: *the Artistic and Cultural Division* oraz *the Creative City Promotion Section*<sup>23</sup>.

Powyższe japońskie przykłady potwierdzają konieczność wielowymiarowego podejścia do zagadnienia przemysłów kreatywnych, ponieważ, jak podkreśla M. Sasaki<sup>24</sup>, wpływają one nie tylko na płaszczyznę spotkania kultury i biznesu, ale także mają swoje odzwierciedlenie w przemyśle, rozwoju lokalnym, aspektach społecznych, edukacyjnych i środowiskowych.

### **3. Idea wsparcia przemysłów kreatywnych w regionie zachodniopomorskim w świetle wyników badania eksploracyjnego**

Projekt badawczy *Wspieranie rozwoju przemysłów kreatywnych w Szczecinie i regionie zachodniopomorskim*<sup>25</sup> zakłada zdobycie wiedzy na temat specyfiki przemysłów kreatywnych na poziomie lokalnym i regionalnym oraz wypracowanie kierunków skutecznych form wspierania tychże przemysłów. W październiku 2013 roku przeprowadzono pierwszy etap badania, tzw. fazę eksploracyjną, która miała charakter badania jakościowego.

<sup>22</sup> *Ibidem*, s. 147.

<sup>23</sup> *Ibidem*, s. 148.

<sup>24</sup> *Ibidem*, s. 149.

<sup>25</sup> Realizowanego przez dr Joannę Markiewicz z Katedry Efektywności Innowacji Wydziału Zarządzanie i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego przy współpracy z Zachodniopomorskim Klastrem Przemysłów Kreatywnych przy Północnej Izbie Gospodarczej od 01.10.2013 roku.

Narzędziem badawczym była ankieta z pytaniami otwartymi, ukierunkowanymi na zdobycie opinii wybranych interesariuszy<sup>26</sup> przemysłów kreatywnych na temat potencjału sektorów kreatywnych, uczestników rynku, barier, a także oczekiwań dotyczących wsparcia tychże przemysłów. Zebrane wyniki posłużą do opracowania kolejnego etapu projektu badawczego, a mianowicie ilościowego badania firm przemysłów kreatywnych oraz instytucji otoczenia biznesu działających na rzecz sektorów kreatywnych.

W opinii respondentów najpoważniejszą barierą rozwoju przemysłów kreatywnych jest brak świadomości na temat funkcjonowania tych sektorów, co z kolei implikuje brak zrozumienia roli przemysłów kreatywnych w regionalnej gospodarce. Zjawisko to, według badanych, dotyczy nie tylko dalszych interesariuszy, ale często samych przedstawicieli firm oraz władz samorządowych.

Innym wskazywanym problemem jest atomizacja i słaba kondycja firm, które dodatkowo negatywnie odczuwają oddalenie od Warszawy (ryнку, charakteryzującego się dużym popytem na usługi sektorów kreatywnych) oraz odpływ kapitału ludzkiego – utalentowanych ludzi, stanowiących kluczowy zasób dla firm przemysłów kreatywnych, który zasila między innymi stolicę, Poznań czy Wrocław. Położenie geograficzne jest z drugiej strony upatrywane jako szansa, zwłaszcza w kontekście bliskości Berlina, Hamburga czy Kopenhagi – silnych ośrodków kreatywnych.

Sam potencjał zasobów ludzkich w regionie zachodniopomorskim został oceniony pozytywnie, choć zagrożeniem jest zarówno wspomniany odpływ pracowników do innych miast, jak i niewystarczający dopływ kreatywnych jednostek z innych ośrodków (oddalenie geograficzne Szczecina od innych dużych aglomeracji w Polsce). Szansą na poprawę jakości kapitału ludzkiego w kontekście przemysłów kreatywnych jest funkcjonowanie Akademii Sztuki w Szczecinie, jednej z najmłodszych publicznych wyższych uczelni w Polsce<sup>27</sup>.

Respondenci mieli trudności w zidentyfikowaniu głównych odbiorców sektorów kreatywnych w regionie. Wymieniali indywidualnych konsumentów, przedsiębiorstwa i władze samorządowe, bez wskazania dominującej grupy.

<sup>26</sup> Uczestnikami badania eksploracyjnego były osoby reprezentujące różne sfery przemysłów kreatywnych. Z uwagi na ochronę danych osobowych, a także ustalenia podjęte z respondentami, informacja o próbie może dotyczyć jedynie wskazania, że byli to reprezentanci szkolnictwa wyższego, środowiska artystów, biznesu, instytucji otoczenia biznesu oraz klastra przemysłów kreatywnych.

<sup>27</sup> Akademię Sztuki w Szczecinie powołano w 2010 roku.

W odpowiedzi na pytanie dotyczące oczekiwanego wsparcia przemysłów kreatywnych ze strony instytucji otoczenia biznesu badani podkreślili potrzebę usług wzmacniających integrację oraz sieciowanie różnych interesariuszy sektorów kreatywnych, zarówno na poziomie lokalnym, regionalnym, jak i międzynarodowym. Zwrócono też uwagę na profesjonalne doradztwo i szkolenia, które skoncentrowane byłyby na specyficznych aspektach działalności branż kreatywnych. Ponadto respondenci widzieliby instytucje otoczenia biznesu jako pośredników w kontaktach z władzami samorządowymi oraz organizacjami udzielającymi pożyczek i dotacji na rozwój przemysłów. Ważną kwestią podkreślaną przez większość badanych była również pomoc instytucji otoczenia biznesu w eksporcie.

Ze strony władz samorządowych oczekiwanym działaniem było dostrzeżenie przemysłów kreatywnych jako ważnego czynnika determinującego rozwój gospodarczy, co powinno przełożyć się na włączenie sektorów kreatywnych do lokalnych i regionalnych strategii rozwojowych. Respondenci wskazali również na konieczność dokładnego monitorowania przemysłów kreatywnych w regionie jako podstawy formułowania regionalnych dokumentów strategicznych w kontekście sektorów kreatywnych. Według badanych, władze samorządowe powinny w większym zakresie wspierać edukację kulturalną na wszystkich poziomach oświaty i szkolnictwa. Oczekiwano również od nich zaangażowania w promocję eksportu przemysłów kreatywnych.

Wsparcie ze strony uczelni wyższych widziano w rozpoznaniu specyfiki przemysłów kreatywnych w regionie, co powinno wiązać się ze zintensyfikowaną aktywnością badawczo-naukową w tym zakresie. Ponadto respondenci wskazali na potrzebę modyfikacji programów nauczania pod kątem interdyscyplinarnego podejścia do sektorów kreatywnych. Od uczelni oczekiwano również wzmożonej aktywności na płaszczyźnie nauki i biznesu – w kontekście inicjowania nowych rozwiązań naukowo-biznesowych oraz organizacji praktyk i staży w przedsiębiorstwach sektorów kreatywnych.

Badani zaproponowali pomysły na działania wzmacniające współpracę środowiska artystów z biznesem. Imprezy targowo-wystawiennicze oraz giełdy przemysłów kreatywnych mogłyby być wydarzeniami, które umożliwiłyby transfer wiedzy i doświadczeń między kluczowymi interesariuszami, ale także angażowałyby lokalną społeczność. Platformą integrującą biznes i sztukę był także, zdaniem badanych, mecenat ważnych wydarzeń artystycznych w regionie.

W zakresie programów na lata 2014–2020, respondenci wskazali jako kluczowe z punktu widzenia rozwoju przemysłów kreatywnych finansowanie projektów sieciujących sektory kreatywne oraz działania proekspertowe. Ponadto podkreślili potrzebę możliwości uzyskania wsparcia finansowego na zakup nowoczesnego oprogramowania i sprzętu do projektowania. Podany został również pomysł sfinansowania wysokiej jakości infrastruktury internetowej, pozwalającej na przykład na darmowy dostęp do technologii LTE<sup>28</sup> dla lokalnej społeczności.

Ostatnie pytanie w ankiecie dotyczyło koncepcji utworzenia tzw. biura uwiarygodniania praw autorskich, które stanowiłoby swego rodzaju pomocową ochronę autora od momentu powstania utworu do jego ewentualnego oficjalnego zgłoszenia w Urzędzie Patentowym RP. Respondenci byli raczej zgodni, że funkcjonowanie takiego ciała, pod warunkiem dopracowania odpowiedniej formuły prawnej, stanowiłoby skuteczne wsparcie zwłaszcza dla mikro-, małych i średnich firm, których nie stać na procedurę ochrony prawnej własności przemysłowej wszystkich wypracowanych utworów<sup>29</sup>.

#### **4. Wytyczne dla wsparcia przemysłów kreatywnych**

Rosnące znaczenie przemysłów kreatywnych we współczesnej gospodarce oraz doświadczenia niektórych państw tłumaczą coraz większy nacisk na strategiczne spojrzenie na rozwój sektorów kreatywnych w dokumentach i wytycznych UE. W Polsce coraz większa świadomość roli przemysłów kreatywnych na poziomie krajowym oraz wśród wybranych wąskich grup interesariuszy sektorów kreatywnych niestety nie przekłada się na systemowe działania władzy centralnej i jednostek samorządu terytorialnego. W województwie zachodniopomorskim obowiązujące dokumenty strategiczne

---

<sup>28</sup> *Long Term Evolution (LTE)* – standard bezprzewodowego przesyłu danych.

<sup>29</sup> Funkcjonowanie takiego biura sprawdzałoby się na przykład w sytuacji, kiedy konkretny projekt graficzny (utwór w rozumieniu prawa autorskiego) przedkładany byłby w ramach przetargu ogłoszonego przez dany podmiot. W przypadku zarejestrowania projektu w biurze uwiarygodniania praw autorskich, zamawiający nie mógłby wykorzystać tego projektu graficznego w przypadku, gdy oferent nie wygra przetargu lub gdy przetarg zostanie anulowany. Niestety doświadczenie wielu firm wskazuje na takie przypadki.

regionu nie nawiązują do przemysłów kreatywnych<sup>30</sup> lub odnoszą się fragmentarycznie do klasy kreatywnej<sup>31</sup>. Dopiero w pracach nad priorytetami programów na lata 2014–2020 wskazano pięć regionalnych specjalizacji województwa zachodniopomorskiego<sup>32</sup>, w tym jako jedną zidentyfikowano usługi oparte na wiedzy, które obejmują dynamicznie rozwijający się sektor ICT, instytucje otoczenia biznesu oraz przemysły kreatywne. W stworzonym RPOWZP 2014–2020<sup>33</sup> mowa jest tylko o usługach opartych na wiedzy, bez szczegółowej analizy działań na rzecz sektorów kreatywnych.

Mając na uwadze wytyczne UE, doświadczenia krajów rozwiniętych oraz przedstawione wyniki badania, należy stwierdzić, że konieczne jest systemowe wsparcie rozwoju przemysłów kreatywnych w województwie zachodniopomorskim, wypracowane w oparciu o ich regionalną specyfikę. Jak pokazują opinie zebrane podczas badania jakościowego, do najbardziej pożądanых form wsparcia sektorów kreatywnych zalicza się:

- wzmacnianie współpracy i powiązań sieciowych pomiędzy różnorodnymi interesariuszami,
- wspieranie działań proeksportowych,
- wyspecjalizowane usługi doradczo-szkoleniowe, odzwierciedlające potrzeby sektorów kreatywnych,
- pomoc w pozyskiwaniu zewnętrznego finansowania na rozwój.

Badanie wskazało również potrzebę zmian na różnych płaszczyznach sfery społeczno-gospodarczej, w tym:

- dostosowania oferty edukacyjnej do wyzwań przemysłów kreatywnych,

---

<sup>30</sup> *Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego*, Wydział Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, aktualizacja z 22 czerwca 2010, [http://www.wzs.wzp.pl/sites/default/files/files/19683/54627900\\_1412985281\\_SRWZ.pdf](http://www.wzs.wzp.pl/sites/default/files/files/19683/54627900_1412985281_SRWZ.pdf) (5.06.2014).

<sup>31</sup> *Szczecin dla Ciebie. Strategia Rozwoju Szczecina 2025*, Szczecin, 19 grudnia 2011, s. 49–50, [http://www.bip.um.szczecin.pl/UMSzczecinBIP/files/3682229E85BD4DBB9A-77B734E3313C28/\\_Strategia\\_Rozwoju\\_Szczecina\\_2025.pdf](http://www.bip.um.szczecin.pl/UMSzczecinBIP/files/3682229E85BD4DBB9A-77B734E3313C28/_Strategia_Rozwoju_Szczecina_2025.pdf) (5.06.2014).

<sup>32</sup> *Nie można być mistrzem we wszystkich dyscyplinach. Czas na regionalne i inteligentne specjalizacje*. Konferencja zorganizowana przez Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego we współpracy z Północną Izbą Gospodarczą, Szczecin, 01.03.2013.

<sup>33</sup> *Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2014–2020* – projekt, Szczecin, wrzesień 2013, s. 3, [http://www.rpo.wzp.pl/rpo/perspektywa\\_2020/wiadomosci/p-r-m-a-22498/wiadomosci.htm](http://www.rpo.wzp.pl/rpo/perspektywa_2020/wiadomosci/p-r-m-a-22498/wiadomosci.htm) (5.06.2014).



- spojrzenia na procesy migracji kapitału ludzkiego do innych ośrodków kreatywnych (kreatywnych miast)<sup>34</sup>,
- badań naukowych<sup>35</sup> na temat sektorów kreatywnych rzetelnie ukazujących obraz regionalnej specyfiki,
- dostępu do nowoczesnej infrastruktury internetowej dla lokalnej społeczności,
- nowych rozwiązań organizacyjno-prawnych (pomysł biura uwiarygodniania praw autorskich).



Rysunek 3. Trapez wsparcia przemysłów kreatywnych

Źródło: opracowanie własne.

Powyższe rozważania można zilustrować w postaci trapezu wsparcia przemysłów kreatywnych, który przedstawia schemat podejmowania działań na rzecz rozwoju tychże sektorów (rys. 3). Schemat ten obrazuje, jak istotne

<sup>34</sup> Kreatywne miasta i klasa kreatywna są tematem analizowanym przez R. Floridę, zob. R. Florida, *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011.

<sup>35</sup> *Pilotażowe badanie rozpoczynające proces długoletniego monitorowania zachodniopomorskiego rynku przemysłów kreatywnych*, raport końcowy, Biostat, Rybnik 2012. Badanie dotyczyło opracowania rekomendacji służących dostosowaniu kierunków kształcenia w Akademii Sztuki w Szczecinie, nie dało jednak odpowiedzi na wiele pytań związanych z sytuacją sektorów kreatywnych w regionie.

jest projektowanie działań w oparciu o rzetelną informację na temat danych sektorów, stąd podstawą winno być pozyskanie obrazu przemysłów kreatywnych przez badania naukowe. Wraz ze wzrostem specjalizacji wsparcia maleje liczba odbiorców pomocy. Wsparcie wyspecjalizowane lub finansowe powinno trafić do najbardziej pożądaných inicjatyw o kluczowym znaczeniu dla sektorów kreatywnych, których efekt będzie miał wpływ na innych interesariuszy. Niemniej z punktu widzenia funkcjonowania przemysłów kreatywnych ważne są działania międzysektorowe, skierowane do szerokiego grona odbiorców (np. edukacja, oferta kulturalna, infrastruktura).

## Podsumowanie

Przemysły kreatywne są ważną częścią zarówno światowej, jak i krajowej gospodarki. Poznanie specyfiki funkcjonowania kreatywnych firm na poziomie regionalnym, a więc w ich podstawowym ekosystemie, staje się kluczowe dla zaprojektowania efektywnego wsparcia tychże przemysłów. Autorka, mając na uwadze zalecenia Komisji Europejskiej oraz doświadczenia japońskie, zaproponowała koncepcję wspierania przemysłów kreatywnych, bazując na koncepcji trapezu, który określa kolejne etapy wsparcia w kontekście liczby odbiorców oraz zaawansowania specjalizacji pomocy.

## Literatura

*Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU*, European Commission, Brussels, 26.09.2012, COM(2012) 537 wersja ostateczna. [http://www.europarl.europa.eu/registre/docs\\_autres\\_institutions/commission\\_europeenne/com/2012/0537/COM\\_COM%282012%290537\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/registre/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2012/0537/COM_COM%282012%290537_EN.pdf).

*European competitiveness report 2010*, Commission staff working document, Accompanying document to *The communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. An integrated industrial policy for the globalisation era. Putting competitiveness and sustainability at front*

- stage, Brussels, 28.10.2010, Sec(2010) 1276, wersja ostateczna, [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/files/member\\_states\\_competitiveness\\_performance\\_and\\_policies\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/files/member_states_competitiveness_performance_and_policies_en.pdf).
- Europejska Agenda Kultury. Plan prac w dziedzinie kultury na lata 2011–2014, Wskazówki jak strategicznie wykorzystywać unijne programy wsparcia, w tym fundusze strukturalne, w celu promowania roli kultury w zakresie rozwoju lokalnego, regionalnego i krajowego oraz wpływ na gospodarkę w szerszym znaczeniu.* Grupa robocza ekspertów państw członkowskich UE, [http://issuu.com/iservice-europa/docs/dg\\_eac\\_policy\\_handbook\\_pl](http://issuu.com/iservice-europa/docs/dg_eac_policy_handbook_pl).
- Florida R., *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2011
- Guide to regional/national Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS3)*, European Commission, Luxembourg May 2012, [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/presenta/smart\\_specialisation/smart\\_ris3\\_2012.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/smart_specialisation/smart_ris3_2012.pdf).
- Investing in creative industries – a guide for local authorities*, Department of Culture, Media and Sport DCMS, UK Government, I&DeA, Local Government Association, The Work Foundation, London 2009.
- Nie można być mistrzem we wszystkich dyscyplinach. Czas na regionalne i inteligentne specjalizacje.* Konferencja zorganizowana przez Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego we współpracy z Północną Izbą Gospodarczą, 01.03.2013 w Szczecinie.
- Pilotażowe badanie rozpoczynające proces długoletniego monitorowania zachodniopomorskiego rynku przemysłów kreatywnych*, raport końcowy, Biostat, Rybnik 2012.
- Projektant Przyszłości*, Logo, nr 11 listopad 2013.
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2014–2020 – projekt*, Szczecin, wrzesień 2013, [http://www.rpo.wzp.pl/rpo/perspektywa\\_2020/wiadomosci/p-r-m-a-22498/wiadomosci.htm](http://www.rpo.wzp.pl/rpo/perspektywa_2020/wiadomosci/p-r-m-a-22498/wiadomosci.htm).
- Sasaki M., *Creative industries and creative city policies in Japan*, w: *Creative industries and innovation in Europe: concepts, measures and comparative case studies*, red. L. Lazzeretti, New York 2013.
- Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego*, Wydziału Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin aktualizacja 22 czerwca 2010, [http://www.wzs.wzp.pl/sites/default/files/files/19683/54627900\\_1412985281\\_SRWZ.pdf](http://www.wzs.wzp.pl/sites/default/files/files/19683/54627900_1412985281_SRWZ.pdf).
- Szczecin dla Ciebie. Strategia Rozwoju Szczecina 2025*, 19 grudnia 2011 [http://www.bip.um.szczecin.pl/UMSzczecinBIP/files/3682229E85BD4DBB9A-77B734E3313C28/\\_Strategia\\_Rozwoju\\_Szczecina\\_2025.pdf](http://www.bip.um.szczecin.pl/UMSzczecinBIP/files/3682229E85BD4DBB9A-77B734E3313C28/_Strategia_Rozwoju_Szczecina_2025.pdf).
- The Economy of Culture in Europe*, Study prepared for the European Commission, KEA, October 2006, [http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf).

---

*Zielona Księga w sprawie uwalniania potencjału przedsiębiorstw z branży kultury i branży twórczej*, Komisja Europejska, Bruksela, 27.04.2010, KOM(2010) 183 wersja ostateczna, [http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/20100511\\_COM\\_2010\\_183\\_PL\\_ACTE\\_f.pdf](http://www.mkidn.gov.pl/media/docs/20100511_COM_2010_183_PL_ACTE_f.pdf).

## **THE CONCEPT OF SUPPORTING CREATIVE INDUSTRIES IN THE INTERNATIONAL AND REGIONAL CONTEXT**

### **Summary**

Integrating business, culture, art, technology and society, creative industries have become an important element of nowadays economy. The aim of the article is to present the main directions of support of creative industries in the context of EU guidelines, Japanese experience and conclusions developed as the result of the first phase of the survey commissioned by the Westpomeranian Creative Industries Cluster. The paper also explains the nature and the meaning of creative sectors in the economic development. The author's concept of the main fields of interventions in creative industries in West Pomerania was proposed.

**Keywords:** creative industries, policy, supporting instruments, region.

*Translated by Joanna Markiewicz*