

Sektor kultury a rozwój gospodarczy miasta

Czym jest miasto?

Rozwój technologii w zakresie transportu i telekomunikacji pod koniec XX wieku doprowadził do powstania tezy o końcu miasta jako jednostki gospodarczej i sposobu organizacji społeczeństwa. Z jednej strony obserwuje się ucieczkę mieszkańców miast z centrów na przedmieścia lub wręcz na wieś. Jest to związane m.in. z faktem, że coraz większa liczba osób ma możliwość pracy zdalnej, wykonywanej z dowolnego miejsca, np. z domu, bez konieczności dojazdów do miejsca zatrudnienia. Z drugiej zaś strony same firmy zaczęły przenosić swoją działalność z centrów miast na ich tańsze peryferia, a także za granicę, do krajów oferujących atrakcyjne ceny czynników produkcji.

Teza o końcu miast nie wydaje się jednak mieć jak do tej pory empirycznego potwierdzenia. Mimo stagnacji czy wręcz upadku niektórych z nich, miasta nadal istnieją (ze wszystkimi tego konsekwencjami), przyciągając nowych mieszkańców. Co więcej, przewiduje się, że wskaźniki urbanizacji na świecie będą nadal rosnąć; już obecnie ludność miejska stanowi ponad 50% ludności świata. Jednakże trudno nie zauważyć zmian w funkcjonowaniu miast, szczególnie cywilizacji zachodniej.

Współcześni badacze skłaniają się w coraz większym stopniu w stronę interdyscyplinarności badań nad miastem (*urban studies*), problem miasta leży bowiem w sferze zainteresowań tak ekonomii, jak i urbanistyki, architektury, historii, socjologii, geografii, demografii, statystyki, psychologii czy antropologii kulturowej. W konsekwencji najpełniejsze definicje uwzględniają elementy wielu dziedzin nauki.

Aby o jednostce osadniczej można było powiedzieć, że jest miastem, musi ona charakteryzować się następującymi cechami:

- wyodrębnienie z otoczenia,
- zindywidualizowanie (jednostka terytorialna musi posiadać własne, indywidualne cechy, którą ją wyróżniają),
- zwartość skupiska ludności,
- ukształtowane centrum,
- zróżnicowanie zawodowe mieszkańców zatrud-

nionych w większości poza rolnictwem, • heterogeniczność mieszkańców, • przewaga grup wtórnych nad pierwotnymi, kontaktów rzeczowych nad osobistymi (anonimowość), • inny zarys demograficzny niż w przypadku terenów wiejskich (np. wyższy współczynnik feminizacji, dłuższa średnia długość życia), • proces zmian użytkowania terenów nieciągły w czasie i przestrzeni, • nagromadzenie podmiotów gospodarczych [Czornik, 2004, s. 15, Malikowski, 1992, s. 7–16]. Ważne są także cechy wskazujące na społeczną strukturę jednostki miejskiej, w tym konieczne do jej istnienia i rozwoju wykształcone centrum społeczne, prestiżowe i funkcjonalne zróżnicowanie architektury, silne zróżnicowanie i duże możliwości rozwoju przestrzeni społecznej, ponadlokalne funkcje pełnione w stosunku do określonego terytorium [Wallis, 1967, s. 135–148].

W świetle prawa obowiązującego na danym terenie jednostka miejska musi posiadać zdefiniowane cechy administracyjne. W Polsce Ustawa z dnia 29 sierpnia 2003 r. o urzędowych nazwach miejscowości i obiektów fizjograficznych (art. 2, ust. 3) definiuje miasto jako jednostkę osadniczą o przewadze zwartej zabudowy i funkcjach nierolniczych, posiadającą prawa miejskie bądź status miasta nadany w trybie określonym specjalnymi przepisami.

Rozwój miasta

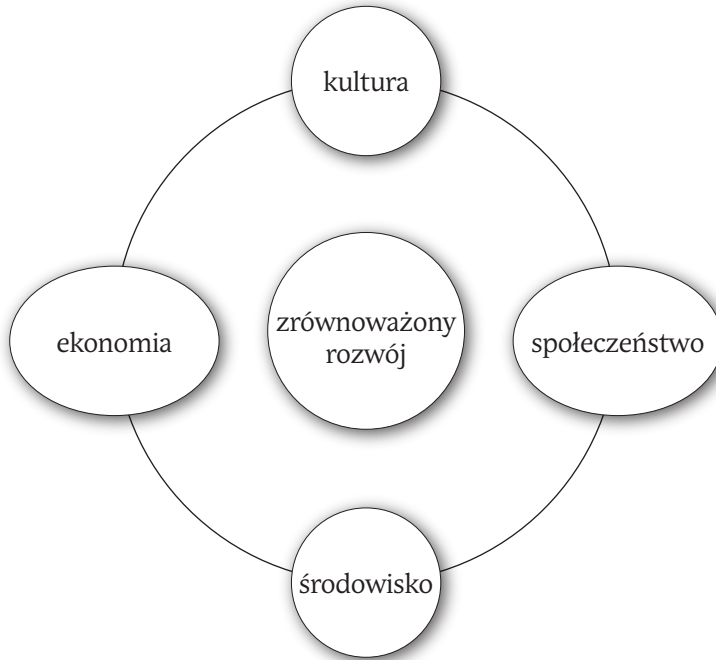
Jesteśmy obecnie świadkami zmiany paradygmatu rozwoju miasta – od miasta handlującego nadwyżkami płodów rolnych i wytworów rzemieślniczych przez miasta przemysłowe do obecnych poprzemysłowych miast usługowych i kreatywnych. **Wśród zmieniających się funkcji miejskich w państwach rozwiniętych zaczynają dominować handel i usługi. Większe znaczenie zyskują funkcje związane z rekreacją, spędzaniem wolnego czasu, życiem kulturalnym i naukowym.** Współczesne czynniki rozwoju lokalnego w epoce globalizacji i tworzenia gospodarki opartej na wiedzy to przede wszystkim: zatrudnienie (rozumiane jako firmy tworzące nowe miejsca pracy), baza rozwojowa (tworzenie nowych podmiotów w niszach rozwojowych), korzyści miejsca (jakość i unikatowość) oraz zasoby wiedzy (kapitał ludzki). **Obserwacja najnowszych trendów w gospodarce światowej zdaje się potwierdzać, że sektor kultury, a w nim przemysły kreatywne, posiadają potencjał ekonomiczny, który może mieć pozytywny wpływ na trwały rozwój miast poprzez „kulturyzację gospodarki i ekonomiczację kultury” oraz „restrukturyzację sektorową i innowacyjną modernizację gospodarki”** [Klasik, 2010, s. 19].

Współczesne miasta stoją przed licznymi wyzwaniami środowiskowymi (zanieczyszczenie, utylizacja odpadów, produkcja energii, degradacja terenu), społecznymi (depopulacja, starzenie się ludności, choroby cywilizacyjne, poziom bezpieczeństwa), ekonomicznymi (niestabilność budżetowa, mała dynamika rozwoju,

bezrobocie, niski poziom inwestycji, dekapitalizacja i degradacja infrastruktury) i przestrzennymi (suburbanizacja, niewydolność układu komunikacyjnego, zwiększenie obszarów wymagających rewitalizacji, zaprowadzenie ładu przestrzennego) [Parysek, Mierzejewska, 2009, s. 12]. Sprostanie im determinuje pozycję miasta na rynku i poziom jego konkurencyjności. Obecnie bowiem mamy do czynienia z walką konkurencyjną nie tylko pomiędzy firmami i państwami, ale między regionami i miastami, które zabiegają o kapitał, szczególnie innowacyjny, i zasoby ludzkie. Konkurencyjność miast istnieje w związku z unikatowymi cechami, którymi miasto dysponuje, którymi się wyróżnia spośród innych. Przy podejmowaniu decyzji, czym jest i jak wykorzystać istniejący potencjał rozwojowy danego miasta, przy identyfikacji nisz rynkowych, które mogłoby zagospodarować miasto, poszukiwaniu równowagi pomiędzy wzrostem gospodarczym miasta i jakością życia jego mieszkańców, poszukiwaniu równowagi pomiędzy rozwojem gospodarczym oraz planowaniem i zagospodarowaniem przestrzeni coraz częściej brany jest pod uwagę potencjał sektora kreatywnego. Badania pokazują bowiem, że **szeroko rozumiana działalność kulturalna wspiera rozwój miast** w oparciu o czynniki, takie jak:

- generowanie społecznego zaangażowania, poczucia dumy, budowanie tożsamości i poczucia przynależności do miejsca zamieszkania,
- tworzenie atrakcyjnego miejsca do mieszkania (jakość życia), odwiedzania (turystyka kulturalna) i inwestowania (jakość życia, dostęp do zasobów ludzkich),
- realizacja projektów kulturalnych będących katalizatorem rozwoju,
- rozwój przemysłów kultury mających bezpośredni wpływ na wzrost gospodarczy (nowe miejsca pracy, wzrost dochodu),
- tworzenie wizerunku i tożsamości miasta (promocja, branding).

Warto tu zwrócić uwagę, że obecnie w odniesieniu do miast mówi się raczej o rozwoju, tj. o procesie zmian nie tylko ilościowych (jak w przypadku wzrostu mierzonego najczęściej wielkością PKB, dotyczącego produkcji dóbr i usług), ale także jakościowych, które wyrażają dążenia do zaspokojenia potrzeb ekonomicznych, społecznych i kulturowych mieszkańców. W tym kontekście często pada hasło „podnoszenia jakości życia”. Kluczowa staje się idea zrównoważonego rozwoju, której podstawą (od Szczytu Ziemi w 1992 r. w Rio de Janeiro) ma być zintegrowanie polityki środowiskowej, gospodarczej i społecznej. Ma to pozwolić na zaspokojenie potrzeb obecnego pokolenia, bez umniejszania szans w tym zakresie przyszłych generacji. W pierwotnym modelu z Rio zabrakło sfery kultury, ale od pewnego czasu liczne głosy domagają się uwzględnienia tego sektora w pojęciu zrównoważonego rozwoju, a przede wszystkim w polityce zrównoważonego rozwoju.

Schemat 1. Model zrównoważonego rozwoju

Źródło: Opr. własne

Oprócz oczywistego znaczenia szeroko rozumianej kultury dla rozwoju społeczeństw przywołuje się ewidentne podobieństwo kapitału kulturowego i naturalnego. Stan kapitału naturalnego i kulturowego jest odziedziczony po przodkach; naszym zadaniem jest ich ochrona dla przyszłych pokoleń; oba są niezbędne do funkcjonowania ekonomicznego; w obu przypadkach różnorodność jest wartością, którą należy chronić i rozwijać [Throsby, 2005, s. 4]. Za istotną uznaje się również rolę kapitału kulturowego (tak jeśli chodzi o zasoby ludzkie, jak i o fizyczny kapitał kulturowy) w rozwoju gospodarczym i społecznym, co stanowi dodatkowy argument za uwzględnieniem kultury w polityce zrównoważonego rozwoju.

Zmiany w podejściu do polityki kulturalnej w miastach zachodniej Europy – od drugiej połowy XX wieku do dziś

W okresie powojennym polityka kulturalna miast, skupionych na odbudowie i pobudzaniu wzrostu gospodarczego, była traktowana raczej jako problem drugorzędny, ale i niewzbudzający większych kontrowersji. Dominujące było dziewiętnastowieczne podejście do kultury z dbałością o tworzenie i rozwój infrastruktury kulturalnej dla tradycyjnych instytucji kultury – muzeów,

bibliotek, oper, teatrów. Sfera kultury była wyizolowana z polityki miejskiej i nie odgrywała żadnej roli w strategiach gospodarczych, paradoksalnie także tych związanych z turystyką i promocją miasta. Kulturę traktowano jako nośnik wartości pomagający w przezwyciężeniu przez społeczeństwo wojennej traumy, a polityka kulturalna koncentrowała się na „uszlachetniających i duchowo wspierających wartościach kultury wyższej”.

Zmiana podejścia do roli kultury w polityce miejskiej była skorelowana z ruchami społecznymi pojawiającymi się w Europie po 1968 roku, które z jednej strony często były związane z alternatywnymi działaniami w sektorze kultury, a z drugiej traktowały działania kulturalne i polityczne jako nierozzerwalne elementy tego samego procesu. Odpowiedzią polityków zarówno na oczekiwania społeczne, jak i na kryzys gospodarczy były strategie kulturalne, które traktowały kulturę znacznie szerzej – jako element aktywizacji lokalnych społeczności i zachęcanie ich do udziału w życiu publicznym oraz czynnik budowania poczucia wspólnoty i dumy (projekty animacji kulturalnej, festiwale). Stanowiły one także próbę dotarcia do społeczności niepartycypujących dotychczas w kulturze, ożywienia wymarłej przestrzeni miejskiej.

W latach osiemdziesiątych XX wieku, pod presją konieczności oszczędzania miejskich środków publicznych, zaczęto odchodzić od realizacji poprzez politykę kulturalną jedynie celów społecznych, skupiając się bardziej na problemach ekonomicznych, czego wyrazem była także zmiana terminologii – od „subsydiowania kultury” do „inwestycji w kulturę”. Zauważono, że kultura może stać się narzędziem służącym dywersyfikacji lokalnej bazy ekonomicznej (turystyka, sztuka, media, sport, rekreacja), tworzącym nowe miejsca pracy, elementem miejskiego marketingu – tworzenia pozytywnego wizerunku miasta, przyciągającego nowych inwestorów, mieszkańców, turystów. Od tego okresu miasta zaczęły inwestować znaczne sumy w tzw. projekty flagowe – prestiżowe budynki (nowe bądź zaadaptowane przestrzenie, najczęściej postindustrialne), mające być symbolem i katalizatorem rozwoju gospodarczego miasta (np. dzielnica Antigone w Montpellier, Muzeum Guggenheima w Bilbao, nowy budynek Opery w Oslo, Emscher Park w Zagłębiu Ruhry, Kunsthaus w Grazu). Nie oznacza to, że wspieranie tzw. wysokiej kultury, promocja dostępu do kultury, umożliwienie ekspresji wszystkim grupom społecznym, przestały być uwzględniane w politykach kulturalnych miast. Widać jednak przesunięcie środka ciężkości w stronę efektów ekonomicznych. Lata dziewięćdziesiąte XX wieku natomiast to triumf rewitalizacji przez kulturę, faza, która w rozwijającej się i zmieniającej formie trwa do dziś. To również okres rozwoju koncepcji miasta kreatywnego i międzykulturowego, które w zasadniczy sposób wpływają na sposób prowadzenia polityki miejskiej [Bianchini, 1993, s. 9–15; 1999, s. 23–37].

Polityka miejska w obszarze kultury

Do kompetencji samorządów miejskich należy także dbałość o kulturę na terenie miasta, włączając w to wspieranie i promocję twórczości oraz działań kulturalnych, a także opieka nad zabytkami znajdującymi się na ich terenie. W Polsce większość publicznych instytucji kulturalnych podlega samorządom (m.in. gminom miejskim) – są to przede wszystkim biblioteki, domy kultury, teatry, galerie – co oznacza, że miasto jest ich organizatorem i łoży na ich utrzymanie. W ramach realizowanych przez miasta konkursów dotacyjnych o wsparcie finansowe mogą ubiegać się także organizacje pozarządowe. Dzięki temu oprócz wpływu pośredniego na obszar kultury (jak promocja miasta, nawiązywania kontaktów zagranicznych, wspieranie edukacji, odpowiednie prawo), władze miasta mają bezpośredni wpływ na działalność kulturalną w mieście (finansowanie konkretnych instytucji i wydarzeń).

Politykę miasta w omawianym obszarze możemy podzielić na dwie współzależne części – zapewnienie odpowiedniej infrastruktury kulturalnej oraz wspieranie działalności kulturalnej, w tym przemysłów kultury. W tym kontekście David Throsby sugeruje, aby potraktować miasto jako zbiór następujących zasobów: fizycznych (budynki, infrastruktura), naturalnych, kapitału ludzkiego i kapitału kulturowego. **Polityka miejska w sferze kultury może więc dotyczyć tworzenia nowych zasobów, poprawiania efektywności zarządzania już posiadanymi zasobami, jak również rewitalizacji, adaptacji do nowych potrzeb, odnowy istniejących zasobów. W zakresie polityki kulturalnej miasto ma do dyspozycji materialny i niematerialny zasób kultury** [Throsby, 2010, s. 133–134]. Jeśli chodzi o wymiar ściśle ekonomiczny, to znaczenie kapitału kulturowego tkwi przede wszystkim w przemysłach kultury. Są one generatorami nowych miejsc pracy, podnoszą dochody miasta, poszerzają jego ofertę eksportową. Zasób niematerialny to m.in. z jednej strony *genius loci* (kluczowe znaczenie dla atrakcyjności miasta), a z drugiej kapitał ludzki, szczególnie istotny w opartej na wiedzy gospodarce XXI wieku. Odbiorcą działań w sferze kultury są przede wszystkim mieszkańcy (wpływ na jakość życia w mieście, w którym dostęp do szeroko rozumianej kultury ma także znaczenie, projekty rewitalizacji w oparciu o kulturę) i turyści (oferta kulturalna i czasu wolnego dla odwiedzających), ale także inwestorzy (zob. teoria klasy kreatywnej poniżej).

Kultura w mieście w XXI wieku

John Montgomery zwraca uwagę, że w chwili obecnej miasta, wraz z gospodarką, wchodzą w nowy, piąty cykl rozwoju Kondratiewa¹, w którym szeroko rozumiana kultura odgrywać może istotną rolę m.in. w tworzeniu potencjału konkurencyjnego miasta. Część technologii piątej fali jest związana z nowymi formami wyrazu artystycznego oraz rozrywką (szczególnie przemysł komputerowy, cyfrowe media i internet). Warto przy tej okazji wspomnieć, że zgodnie z teorią Alвина Tofflera społeczeństwa po fazie rozwoju agrarnego i przemysłowego weszły obecnie w tzw. trzecią fazę (falę) rozwoju technologicznego, związaną z rozwojem technologii komunikacyjnych, rozwojem usług i odejściem od produkcji masowej [Toffler, 1980]. Ponadto, w rozwiniętych społeczeństwach zachodnich, w których zaspokojone zostały potrzeby z dolnej części piramidy Masłowa, w tym posiadanie produktów AGD, telewizorów, kina domowego, laptopów i telefonów komórkowych, pojawia się nowy trend. Jedynym sposobem na wyrażenie swojej tożsamości poprzez posiadanie jest zakup limitowanych edycji, oryginalnych prac i produktów luksusowych. **W związku z tym wzrasta popyt na sztukę, wzornictwo i indywidualnie dobierane czy tworzone „na miarę” towary** [Montgomery, 2008, s. xx]. Z tego też względu w nowych gałęziach przemysłu oraz w tych produkujących dobra postrzegane jako bardziej luksusowe większe znaczenie będzie mieć innowacyjne wzornictwo przemysłowe, moda oraz świadomość dizajnu i sztuki. Najlepiej będą rozwijać się te miasta, w których istnieją klastry technologicznie zaawansowanych, wyspecjalizowanych przemysłów, elastycznie reagujących na zmiany. **W pierwszej połowie XXI wieku będą się rozwijać te miasta, których gospodarka opierać się będzie na przemyśle cyfrowym, ekonomii wiedzy i przemysłach kreatywnych, oraz te, w których rozwijać się będzie kreatywność artystyczna i dizajn.** Dla sukcesu miasta kluczowe będzie zachowanie równowagi pomiędzy kreatywną i dynamiczną gospodarką, innowacyjnym życiem kulturalnym i dobrze dopasowaną formą materialną, w której toczy się owo życie i funkcjonuje gospodarka. Te trzy elementy dynamiki miasta nieustannie się zmieniają i dopasowują. Równowagę naruszają zmiany w technologii, a rolą zarządzania jest dążenie do jej utrzymania.

¹ Cykle rozwojowe to podstawa teorii Mikołaja Kondratiewa, która zakłada, że gospodarka kapitalistyczna rozwija się cyklach 45–60-letnich (ostatnio następuje skracanie cyklu ze względu na przyspieszony rozwój technologiczny). Okresy intensywnego rozwoju (45–55 lat) oddzielają fazy wyraźnego spadku, wynikającego z wyeksploatowania dotychczasowych zasobów. Warunkiem rozpoczęcia kolejnej fazy wzrostu jest rozwój nowej generacji technologii. Obecny, piąty cykl, jest powiązany z rozwojem przemysłu farmaceutycznego, biotechnologii i inżynierii genetycznej, nowych technologii informatycznych, cyfrowych i telekomunikacyjnych.

Nowe koncepcje miast

Miasto kreatywne to koncepcja podkreślająca wagę przemysłów kultury, infrastruktury kulturalnej, a także „klasy kreatywnej” w dyskusji o kluczowych zasobach miasta. Kreatywność oznacza, że miasto nie tylko jest w stanie produkować konkurencyjne towary ale także potrafi szybko się zmieniać i dostosowywać do zmian konkurencji i popytu, dzięki posiadanemu zasobowi kultury umie przyciągać inwestycje w innowacyjnych sektorach gospodarki oraz kreatywne jednostki. Według Sharon Zukin miasto kreatywne dba o kreatywność poprzez promowanie otwartych postaw i niskich barier wejścia (tj. czynników umożliwiających wejście na rynek i rozpoczęcie działalności), różnorodności kulturowej oraz charakteryzuje się „niecierpliwym pragnieniem nowych rzeczy, jednocześnie doceniając stare” [Zukin, 2009, s. 13].

Wyzwania globalizacji, a przede wszystkim nasilona migracja i zwiększająca się różnorodność kulturowa w dużych miastach doprowadziły do powstania idei **miasta międzykulturowego**. Miasto międzykulturowe posiada zróżnicowaną populację, w tym mieszkańców z różnych grup etnicznych, narodowych, mówiących różnymi językami i wyznających różne religie. Ta różnorodność jest postrzegana tak przez zarządzających miastem oraz media, jak i przez mieszkańców, jako zasób, w którym dzięki spotkaniu różnych kultur dochodzi do efektu synergii [Wood, 2009, s. 17]. Miasto międzykulturowe nie tylko „radzi” sobie z różnorodnością, ale wykorzystuje ją jako źródło dynamiki, innowacji, kreatywności i wzrostu. Dzięki odpowiednio prowadzonej polityce miasta mieszkańcy z różnych środowisk mają szansę się spotkać i nawiązać pozytywną interakcję. Istnieją także odpowiednie mechanizmy zarządzania konfliktem międzykulturowym. Takie miasto może elastycznie dopasowywać się do zmiennej sytuacji w kontekście polityki i gospodarki [*The intercultural city...*, 2008].

Klasy i przemysły kreatywne

Wspomnianej na początku rozdziału hipotezy o utracie znaczenia przez miejsca fizyczne (miasta) nie potwierdzają badania Michaela Portera [Porter, 1990]. Według niego najbardziej istotne we współczesnej gospodarce jest odpowiednie umiejscowienie działalności gospodarczej. Przewaga konkurencyjna zazwyczaj koncentruje się w danych gałęziach przemysłu oraz grupach wzajemnie powiązanych przemysłów. W ten sposób powstają tzw. klasy (firmy powiązane ze sobą poprzez świadczenie sobie nawzajem usług i dostarczenie towarów, przedsiębior-

stwa działające w sektorach pokrewnych, współpracujące z nimi instytucje), które dzięki bliskim powiązaniom i wspólnej lokalizacji z jednej strony tworzą sieć współpracy, a z drugiej – konkurencji. Kłustry, które osiągnęły masę krytyczną, odnoszą sukcesy konkurencyjne i cechują większość silnych gospodarek regionalnych, a nawet wielkomiejskich. Kłustry tworzą się wokół firm napędowych, innowacyjnych i wykorzystujących najnowsze technologie. I tu właśnie jest miejsce na przemysł kultury, którym poświęcono osoby rozdział w niniejszej publikacji². W kłustrach powstają sieci firm dostawczych, łańcuchy produkcji, które są zintegrowane w bardziej horyzontalny sposób niż w epoce kapitalizmu przemysłowego. Powoduje to tworzenie nowych biznesów, aktywizuje przedsiębiorczość, przyciąga kreatywnych ludzi. Ponieważ kłustry często są centrami innowacji i kreatywności, stają się kluczowe dla przyszłości miast w piątym cyklu Kondratiewa [Montgomery, 2008, s. 12].

Kapitał ludzki – klasa kreatywna

Badania pokazują, że wysoko wykwalifikowani pracownicy raczej nie podążają za pracą, a miejsce zamieszkania zmieniają, kierując się specyfiką danego miasta i jakością życia – wybierają miejsca posiadające konkretne cechy. Firmy starają się więc lokować swoje siedziby w tych miejscach, zapewniając sobie dzięki temu kreatywnych i wykształconych pracowników. W ten sposób Richard Florida stworzył **teorię kapitału kreatywnego**, opierającą się na przekonaniu, że fundamentem rozwoju są **ludzie kreatywni, którzy wybierają na miejsce zamieszkania lokalizacje cechujące się innowacyjnością, różnorodnością i tolerancją**. Tworzą oni tzw. klasę kreatywną, zdefiniowaną jako klasa ekonomiczna, składająca się z ludzi, „którzy zwiększają wartość ekonomiczną poprzez swoją kreatywność [...] wykonując pracę, której funkcja polega na tworzeniu nowych, znaczących form”. Rdzeniem tej klasy są naukowcy i inżynierowie, artyści estradowi, aktorzy, projektanci, architekci, pisarze, wydawcy, twórcy opinii publicznej, profesorowie uniwersyteccy, analitycy, którzy „produkują nowe formy czy projekty łatwo zbywalne i mające szerokie zastosowanie”. To jest tzw. superkreatywna grupa, oprócz której do klasy kreatywnej należą „twórczy profesjonaliści, którzy pracują w dziedzinach wymagających zaawansowanej wiedzy” (np. high-tech, usługi finansowe, służba zdrowia, zarządzanie biznesem) i od których wymaga się samodzielnego, innowacyjnego myślenia [Florida, 2010, s. 83–84].

W związku z tym **Florida sugeruje, że kluczem do sukcesu miast jest tworzenie udogodnień i rozwój atrakcji o charakterze lifestylowym, kulturalnym i rekreacyjnym spełniających wymagania klasy kreatywnej stanowiącej głów-**

² Por. w niniejszej publikacji: J. Głowacki, *Przemysł kreatywne i ich wpływ na rozwój*.

ny zasób rozwojowy. Przyciągnięcie klasy kreatywnej stanowi dla miasta „być albo nie być”. Skłonienie jej do wybrania danego miasta na swój dom w dalszej kolejności przyciągnie bowiem firmy (czyli inwestycje), które z tego zasobu kreatywnego będą chciały korzystać³.

Atrakcyjność miasta – strategia eventów

Miasta chcą być wyjątkowe i na owej unikalności budować swoją przewagę konkurencyjną. Elementami oryginalności są z pewnością endogeniczne zasoby miasta, takie jak np. dziedzictwo kulturowe⁴, tak materialne, jak i niematerialne, struktura ludności (kapitał ludzki), *genius loci*. Wiele z tych zasobów można rozwijać i promować.

W ostatnim czasie miasta przyjmują strategię proaktywną w tworzeniu nowych zasobów stanowiących o ich atrakcyjności – organizują różnorodne wydarzenia (eventy), w dużym stopniu należące do szeroko rozumianej dziedziny kultury. Charakterystyczną ich cechą jest złożoność (składają się najczęściej z serii różnych działań), ograniczony czas trwania i miejsce, element celebracji/święta, publiczność oraz grupa interesariuszy. Niektóre miasta wręcz budują swój wizerunek jako miejsca interesujących i zróżnicowanych wydarzeń: australijskie Melbourne promuje się jako „światowe miasto wydarzeń”, a Hongkong „stara się stać jednym z miast najlepszych wydarzeń na świecie” [Richards, Palmer, 2010, s. 2–3]. Wydarzeniami często wykorzystywanymi do promocji miasta są festiwale, wystarczy wspomnieć Edynburg – „główne światowe miasto festiwalowe” [<http://www.festivalsedinburgh.com/content/festival-city>, 2012], a także strategię promocji Krakowa pod marką „6 zmysłów” [<http://www.biurofestiwalowe.pl/6-zmyslow.html>, 2012]. Eventy poprawiają wizerunek miasta, dodają życia przestrzeni miejskiej, budują poczucie dumy mieszkańców; mogą też stanowić ważny element gospodarki miasta. Istnieje różnica pomiędzy „miastem z eventami” a „miastem

³ Teoria Floridy spotkała się z niezwykle żywym przyjęciem – nie brakowało entuzjastów ale i zgorzrzałych krytyków. Ci ostatni negowali wyniki badań, a także zarzucali brak nowatorstwa oraz wytkali błędy w logice i metodologii, twierdząc m.in. jak np. Enrico Moretti (E. Moretti, *The new geography of jobs*, New York 2012), że ciąg przyczynowo skutkowy, będący podstawą teorii Floridy, jest dokładnie odwrotny (jako przykłady podaje Seattle, które stało się otwarte, atrakcyjne i modne w konsekwencji ulokowania tam siedziby Microsoftu, a nie odwrotnie, oraz Berlina, który uchodzi za miasto kreatywne i przyciągające boheme, gdzie poziom bezrobocia jest wyższy niż w innych miejscach w kraju). Inne zarzuty dotyczą pozycjonowania klasy kreatywnej na uprzywilejowanym miejscu i traktowania pozostałych członków społeczeństwa (w tym rodziny z dziećmi, bo klasa kreatywna miałaby się składać raczej z singli) jako mniej efektywnych i pełniących funkcję usługową w stosunku do kreatywnych.

⁴ Por. część III niniejszej publikacji: *Dziedzictwo jako zasób*.

eventów” – do tego tytułu dąży wiele miast zaangażowanych w organizację wydarzeń. W przeciwieństwie do „miasta z eventami” „miasto eventów” podchodzi do organizowanych wydarzeń holistycznie i strategicznie. Co więcej, jest aktywne w zakresie generowania nowych wydarzeń, zamiast tylko przyjmować i ewentualnie firmować zewnętrzne projekty. Traktuje bowiem eventy jako element polityki miejskiej w zakresie promocji miasta na zewnątrz oraz tworzenia wysokiej jakości życia w mieście i jego rozwoju [Richards, Palmer, 2010, s. 43].

Sugeruje się, aby miasta, które chcą oprzeć swoją strategię lub jej część na eventach, stworzyły całe portfolio wydarzeń, małych i dużych, skierowanych do różnych grup docelowych, organizowanych w różnych dziedzinach, z różnymi celami i oczekiwanymi rezultatami. Dzięki temu miasta mogą maksymalizować wartość (finansową, ale i społeczną oraz kulturalną) zestawu eventów w danym okresie [Getz, 2007]. Należy także pamiętać, że wydarzenia muszą być dobrze ulokowane w lokalnym kontekście – eventy realizowane metodą „kopiuj-wklej” z innego miasta mają niewielkie szanse powodzenia.

Nie można jednak zapominać, że chociaż eventy mogą być wykreowane z endogenicznych zasobów danego miejsca, miasta także często konkurują o tytuł gospodarza imprez wędrujących – takich jak Światowe Wystawy EXPO, olimpiady sportowe czy Europejska Stolica Kultury. Wydarzenia tego typu były wykorzystywane w rozwoju miasta i jego rozrastaniu się już od XIX wieku (np. Wystawa Światowa w Paryżu w 1798 czy 1802 r., a szczególnie w Londynie w 1851 r.). Jednak o przemysłanych i celowych strategiach opartych na realizacji eventów możemy mówić dopiero w XX wieku. Wydarzenia stały się elementem pobudzającym proces rewitalizacji miasta (szczególnie terenów przemysłowych, powojkowych, zdegradowanych). Strategie na początku XXI stulecia stały się bardziej wyrafinowane – coraz częściej nie chodzi już tylko o zmianę w sensie fizycznym, poprawę wizerunku czy nawet o rozwój gospodarczy, a „miękkie” rezultaty stają się coraz bardziej istotne. Można nawet mówić o rewitalizacji społecznej, tj. takiej, która skupia się na poprawie jakości życia mieszkańców, a nie jedynie na wsparciu dla biznesu i przyciągnięciu inwestorów. Druga ważna zmiana w podejściu do eventów to myślenie skupione na długoterminowych skutkach (a nie natychmiastowych rezultatach osiągniętych w bardzo krótkim czasie). Ważne jest wcześniejsze planowanie tego, jak zachować „dziedzictwo” wydarzenia, jego pozytywny wpływ na miasto i wspieranie tego procesu [Smith, 2012, s. 44–45].

Miejska ekonomia symboliczna

W ostatnich latach pojęcie „kultura” nabrało dla miast także nowego, instrumentalnego znaczenia – kultura to zestaw idei, działań, miejsc i symboli, które razem tworzą tzw. miejską ekonomię symboliczną [*Dialogue on urban cultures*,

2004]. Jej przejawem są m.in. wspomniane eventy. Takie wartości, jak atmosfera miasta, poczucie przynależności czy niezwykle doświadczenie uczestników eventu stanowią element „ekonomii doznań/przeżyć”. Doznania są według B. Josepha Pine’a i Jamesa H. Gilmore’a obok surowców, towarów i usług czwartym istotnym elementem współczesnej gospodarki. Nie chodzi tu tylko o element rozrywki, ale przede wszystkim o zaangażowanie klienta/uczestnika w sposób osobisty i pozostający w pamięci [Pine, Gilmore, 1999, s. 2–3]. Tym, co odróżnia doznanie od zwykłej usługi, jest jego niepowtarzalność i współcześnie wiele osób tego właśnie oczekuje. Jeśli chodzi o same wydarzenia kulturalne, to ich uczestnicy zazwyczaj nie przyjeżdżają do miasta tylko dla miejsca, ale właśnie ze względu na szczególną atmosferę i poczucie wspólnoty z innymi biorącymi udział w danym wydarzeniu. **Popyt na tzw. dobra doznaniowe stanowi szansę dla miast chcących oprzeć swój rozwój na zasobach kultury.**

Jak w przypadku innych dóbr publicznych, władze miasta mogą wspierać ten typ gospodarki m.in. poprzez zapewnienie infrastruktury miejskiej oraz grantów dla twórców/producentów dóbr. Ze względu na dużą atrakcyjność inwestycyjno-finansową dobra doznaniowe coraz częściej przejmowane są przez podmioty prywatne (np. olimpiady sportowe, hazard) i polityka publiczna powinna zapobiegać ich dominacji. Dużą rolę odgrywa też budowanie świadomości konsumentów, którzy by móc skorzystać z dobra doznaniowego i przeżyć coś wartościowego, muszą wiedzieć, jak odczytać przekaz. Jednym ze sposobów byłoby włączenie odpowiednich przedmiotów do programów nauczania szkolnego.

Rewitalizacja miasta

Ze względu na możliwość wieloaspektowego podejścia do kultury (generator miejsc pracy, czynnik atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej, budulec atmosfery miejsca itp.) coraz częściej właśnie kultura staje się głównym elementem programów rewitalizacji, czyli przywracania do życia, kreowania nowego życia, zdegradowanych obszarów (najczęściej przemysłowych) miasta. Problematyce rewitalizacji został poświęcony osobny rozdział niniejszej publikacji⁵, trudno jednak nie wspomnieć o niej w rozważaniach o mieście.

Sposób rewitalizacji w oparciu o kulturę musi być dostosowany do danego obszaru, bazować na jego wcześniejszych funkcjach, historii, obecnych mieszkańcach. Charles Landry [Landry, 2003, s. 28–35] stworzył w tym kontekście ciekawą typologię „kulturalnych rewitalizatorów”. Najbardziej typowym „rewitalizatorem” jest nowy obiekt (nazywany często budynkiem lub projektem flagowym) dla instytucji kulturalnej, zabytkowy bądź częściej nawet postindustrialny obszar

⁵ Zob. w niniejszej publikacji: K. Jagodzińska, *Rewitalizacyjna funkcja dziedzictwa kulturowego*.

zaadaptowany na potrzeby współczesnej działalności kulturalnej (bardzo często związanej ze sztuką współczesną albo tzw. kulturą alternatywną). Sztandarowym przykładem jest przypadek baskijskiego Bilbao⁶.

Wiele miast usiłuje bezskutecznie naśladować przykład Bilbao. Przyczyną niepowodzeń zazwyczaj jest zbyt powierzchowne podejście – „wybudujemy muzeum sztuki nowoczesnej i się uda”, „zaprosimy znanego architekta, który stworzy budynek-ikonę”. Należy więc pamiętać, że w Bilbao oprócz długofalowego strategicznego planu angażującego całą gamę podmiotów i dziedzin doszło także do wyjątkowego splotu okoliczności, w tym zaangażowania znanych „marek”, tj. Fundacji Guggenheima i Franka O. Gehry’ego.

Nietrafione inwestycje, zbyt drogie w utrzymaniu albo nieprzystające do rzeczywistości „posteventowej” (jeśli powstają na okoliczność jakiegoś wydarzenia – festiwalu, EXPO, wydarzeń sportowych), są szeroko opisywane w literaturze. Andrew Smith nazywa takie obiekty białymi słoniami⁷ i twierdzi, że zdarzają się sytuacje, że miasta w szaleństwie konkurowania o dany tytuł czy organizację wydarzenia usiłują przebić konkurentów większymi i robiącymi jeszcze większe wrażenie obiektami, które następnie nie mają szans na pełne wykorzystanie. Do tego dochodzi także chęć polityków, by zaimponować światu możliwościami. Bardzo często decydentom może się także wydawać, że jeśli coś zostanie wybudowane, to na pewno później pojawi się także pomysł na merytoryczne zagospodarowanie obiektu i przyciągnięcie publiczności. Problemem, który się pojawia, bywa także rozdźwięk pomiędzy daną inwestycją a jej bezpośrednim otoczeniem i lokalną społecznością. Z jednej strony w ramach późniejszego wykorzystania obiektu inwestorzy starają się odzyskać wyłożone pieniądze poprzez ceny biletów, zbyt wysokie dla przeciętnego mieszkańca okolicy. Z drugiej występuje problem wizerunku – często nowe obiekty są projektami flagowymi, chlubą miasta i promowane są jako prestiżowe i elitarne, a ubogie lokalne społeczności nie identyfikują się z obiektem i nie korzystają z niego.

Skutecznym „rewitalizatorem” może być działalność artystyczna. Na przykładzie Custard Factory w Birmingham można zobaczyć, jak grupy artystów poprzez swoją działalność na pewnym obszarze mogą wpłynąć na zmianę postrzegania danego terenu i krok po krok przekształcić go np. w modną dzielnicę kreatywną. Oczywiście w wielu przypadkach na pewnym etapie niezbędne jest wsparcie miasta. Niebezpieczeństwem takiej rewitalizacji może być moment, w którym dojdzie do tak wysokiego poziomu gentryfikacji, że artyści wyprowadzą się do obiektów tańszych, mniej popularnych i mniej komercyjnych, a bardziej „autentycznych”.

⁶ Por. tamże.

⁷ W Azji Południowo-Wschodniej białe słonie były bardzo rzadkimi i niezwykle cennymi zwierzętami, niestety otrzymanie ich w podarunku łączyło się nie tylko z wyróżnieniem, ale przede wszystkim z bardzo wysokimi kosztami utrzymania.

Władze Dublina przewidziały taki problem i podpisały długoterminowe umowy najmu po korzystnych dla artystów cenach, aby zapewnić sobie ich obecność w rewitalizowanej dzielnicy Temple Bar. Innym problemem może być zbyt duże ukierunkowanie działań i produkcji artystycznej na sprostanie gustom odbiorców, a przez to wypieranie sztuki trudniejszej i bardziej ambitnej przez prostszą i nastawioną na masowego odbiorcę. Władze miejskiej powinny w takim przypadku mieć na względzie, że wartością takiej dzielnicy jest jej kreatywność i unikatowość – poziom generowania dochodów nie powinien stanowić podstawy oceny jej funkcjonowania.

Również pojedynczy artyści czy osoby mogą odgrywać znaczącą rolę rewitalizacyjną. Z jednej strony mowa tu o znanych postaciach historycznych (ale i bohaterach utworów literackich), wokół których obraca się np. turystyka kulturalna – Stratford, miejsce urodzenia Szekspira to jeden ze znanych przykładów. Z drugiej strony przykład Richarda Bootha z Hay-on-Wye w Walii, który przekształcił małe miasteczko w światowe centrum używanych książek, pokazuje, jak ważny może być jeden, ale kreatywny i przedsiębiorczy człowiek dla rozwoju miasta.

Wydarzenia kulturalne, kolejny typ „rewitalizatora”, odgrywa różnorodną rolę w procesie rewitalizacji miasta. Mogą one oferować tzw. projekty flagowe, których rolą jest wspierać przewyższanie nierówności strukturalnych we wstępnej fazie rewitalizacji – w trakcie tego procesu mogą stanowić czynnik przyspieszający zmiany, poszerzający ich zasięg, dający odpowiednią narrację i tożsamość zachodzącym zmianom. Mogą też służyć za sposób prezentacji zakończenia ostatniego etapu planowanej rewitalizacji [Smith, 2012, s. 120]. Odpowiednio przeprowadzone projekty eventów mają szansę na budowanie kapitału społecznego w danym miejscu. Eventy mogą służyć jako element budowania tożsamości lokalnej, poczucia przynależności, a także zaangażowania i odpowiedzialności społecznej. W zależności od wydarzenia i sposobu jego organizacji projekty mogą mieć także wpływ na zmianę sposobu życia (więcej kultury, więcej sportu), mieć efekt edukacyjny. W związku z dużymi kosztami inwestycji w infrastrukturę czy ochronę dziedzictwa eventy bywają często postrzegane jako bardziej elastyczny element strategii rozwoju miasta, pozwalający na większe zróżnicowanie podobnych do siebie obiektów fizycznych i oferujący specyficzną atmosferę i rozrywkę, umożliwiając aktywny udział i poczucie przynależności.

Miasta walczą o stworzenie i utrzymanie wyjątkowego wizerunku, dzięki czemu będą się wyróżniać spośród innych jako atrakcyjne miejsce dla odwiedzających, nowych mieszkańców i inwestorów. Paradoksalnie, kopiując i wykorzystując wszędzie te same metody, miasta w efekcie mogą być do siebie bardzo podobne, zwłaszcza jeśli postawią na rozwiązania globalne, światowych artystów, a nie na modele, które odwoływałyby się do specyfiki danego miejsca i angażowały społeczność lokalną, zamiast ją wypierać w procesie gentryfikacji.

Europejska Stolica Kultury katalizatorem rozwoju miasta

Rozważając wpływ kultury na rozwój miasta, nie sposób pominąć Europejskiej Stolicy Kultury (ESK) – O tytuł ten, przyznawany przez UE na okres jednego roku, w trybie konkursów narodowych mogą ubiegać się miasta z wyznaczonych na dany rok państw członkowskich UE. **Tytuł otrzymują te miasta kandydujące, które przedstawią najlepsze wizje miast w zakresie wydarzeń kulturalnych planowanych na dany rok (z uwzględnieniem wymiaru europejskiego i zaangażowania lokalnych mieszkańców) oraz pod względem długofalowego myślenia o roli i wymiarze kultury w mieście.**

Idea Europejskiej Stolicy Kultury powstała w 1985 roku z inicjatywy greckiej minister kultury Meliny Mercouri. Początkowo przedsięwzięcie nazywane Europejskim Miastem Kultury (EMK) miało służyć zbliżeniu obywateli poszczególnych państw, wzajemnemu poznaniu i promocji współpracy. Miasta miały przedstawiać swoją kulturę i dziedzictwo, a także prezentować dokonania kulturalne i artystyczne innych narodów. Początki ESK to wielkie, całoroczne i multidyscyplinarne festiwale kulturalne w danych miastach: w Atenach (1985), Florencji (1986), Amsterdamie (1987), Berlinie (1988), Paryżu (1989). Za moment zmiany podejścia i rozbudowania zakresu inicjatywy uważa się rok 1990, kiedy tytuł EMK nosiło szkockie Glasgow. Po raz pierwszy tytuł przyznano miastu niekojarzonemu do tej pory z kulturą, które ten sektor postawiło w centrum strategii rewitalizacji miasta (zob. ramka).

Krok po kroku oblicze inicjatywy zaczęło się zmieniać. Uwagę poświęcano nie tylko dużym wydarzeniom kulturalnym, ale także małym lokalnym przedsięwzięciom z udziałem mieszkańców, a przede wszystkim inicjatywom długofalowym, służącym zmianom w mieście i poprawiającym jakość życia jego mieszkańców. W 1999 roku inicjatywie nadano status wspólnotowy, zmieniając jednocześnie nazwę na Europejską Stolicę Kultury. Obecnie obowiązuje Decyzja 1622/2006/WE, która m.in. uszczegółowiła kryteria wyboru miast. Obchody ESK powinny uwzględniać wymiar europejski inicjatywy (przede wszystkim współpracę międzynarodową i prezentację danego miasta w kontekście kultury i historii Europy) oraz jej charakter obywatelski, przejawiający się przede wszystkim wysokim stopniem zaangażowania mieszkańców, organizacji i instytucji miejskich w przygotowanie i realizację ESK. Ważnym elementem stało się podniesienie jakości życia w mieście poprzez wykorzystania dziedzictwa historycznego i architektury miejskiej. Stąd liczne projekty o charakterze infrastrukturalnym i inwestycyjnym – jak choćby renowacja starego miasta w rumuńskim Sybinie (ESK 2007), budowa centrum kulturalnego Kunsthau w austriackim Grazu (ESK 2003) czy dzielnicowe domy kultury zlokalizowane w przestrzeniach postindustrialnych, tzw. Maisons Folie

w Lille (ESK 2004). ESK powinno mieć także wymiar społeczny – budować tożsamość miasta, poczucie przynależności, aktywizować mieszkańców, mieć wymiar edukacyjny, zachęcać do udziału w kulturze. Za przykład można tu podać planowane w Koszycach (ESK 2013) przekształcenie nieużywanych, wolnostojących budynków stacji transformatorowych w miejsca spotkań i działań kulturalnych lokalnych społeczności albo realizowany w Liverpoolu (ESK 2008) program woltariatu dający mieszkańcom Merseyside poczucie uczestnictwa w ważnych dla miasta obchodach oraz możliwość szkoleń i warsztatów.

Europejska Stolica Kultury stała się jednym z najbardziej rozpoznawalnych projektów UE w dziedzinie kultury. Jest także jedynym, który w sposób bezpośredni odnosi się do urbanizacji i potencjału kulturalnego. Warto podkreślić, że dla miast ubiegających się o tytuł ESK konkurs stanowi przede wszystkim szansę na przemyślenie i zrewidowanie, często po raz pierwszy, roli kultury w mieście. Tytuł zresztą nie jest przyznawany za to, czym miasto w danym momencie jest (jak w przypadku wpisów na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO), ale za to, czym chciałoby zostać za parę lat (konkurs jest realizowany z pięcioletnim wyprzedzeniem). Dlatego też na liście ESK nie dziwią miasta małe czy też poprzemysłowe; najwyraźniej ich wizja zrobiła duże wrażenie na międzynarodowym jury oceniającym wnioski aplikacyjne. Wygrana w konkursie nie przekłada się też na duże wsparcie finansowe ze strony UE: Nagroda im. Meliny Mercouri wynosi 1,5 mln euro, co przy średnim budżecie ESK w wysokości około 40 mln euro jest jedynie dodatkiem do środków, które miasto musi zebrać we własnym zakresie. Nagrodą w konkursie jest raczej okazja do zmiany miasta, która często bez wyraźnej zachęty i okazji nie dochodzi do skutku.

Glasgow – Europejskie Miasto Kultury 1990

Szkockie Glasgow, jako pierwsze dawne miasto przemysłowe podjęło się rewitalizacji opartej na kulturze oraz zostało Europejskim Miastem Kultury (EMK), przez co stało się punktem odniesienia dla kolejnych licznych prób transformacji miast wykorzystujących do tego sektor kultury.

Glasgow to typowe miasto przemysłowe, walczące w latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych z reperkusjami kryzysu ekonomicznego i upadkiem przemysłu ciężkiego, w tym z wysokim bezrobociem. Wizerunek miasta w tym czasie był dużej mierze negatywny – brudne, niebezpieczne miasto, kojarzone z alkoholizmem i przemocą w wykonaniu gangów i pseudokibiców. Miało to zasadniczy wpływ na problemy z przyciągnięciem inwestycji, które mogłyby wyciągnąć miasto z problemów gospodarczych. Strategia Glasgow zaczęła się przede wszystkim od decyzji, że zanim rozpoczęta zostanie rewitalizacja gospodarcza i fizyczna, najpierw całkowitej zmianie musi ulec wizerunek mia-

sta. Temu posłużyła kampania „Miles Better”, która w bardzo krótkim czasie przyczyniła się do polepszenia postrzegania miasta. Kultura stanowiła centrum planów rewitalizacyjnych – zaczynając w 1982 roku od realizacji dorocznego festiwalu sztuki Mayfest, przez udostępnienie kolekcji sztuki Burrell Collection (1983), organizację Garden Festival (1988), po Jazz Festival (1986), a wreszcie otrzymanie tytułu Europejskiego Miasta Kultury 1990.

Przygotowanie obchodów EMK zaplanowano jako katalizator rewitalizacji centrum miasta, raczej z naciskiem na kwestie gospodarcze, mniej artystyczne. Przełomem w myśleniu o wydarzeniu było interdyscyplinarne podejście, w którym mieściły się nie tylko kwestie tzw. wysokiej kultury, ale także problematyka dizajnu, edukacji, architektury, religii, sportu, historii, a także inżynierii, szczególnie budowania statków. Miasto stało przed ogromnym wyzwaniem, ponieważ w przeciwieństwie do poprzednich Europejskich Miast Kultury – Aten, Florencji, Paryża – na miano miasta kultury musiało zapracować programem, finansami i promocją [Garcia, 2004, s. 106]. Ambicją organizatorów było przyciągnięcie turystów i potencjalnych inwestorów.

Z okazji organizacji w Glasgow 1990 zrealizowano szereg projektów infrastrukturalnych, w tym wybudowanie nowej sali koncertowej na ponad 2400 miejsc – Royal Concert Hall, renowację edwardiańskich galerii sztuki – McLellan Galleries, wybudowanie audytorium w Glasgow Film Theatre, utworzenie Muzeum Edukacji, adaptację zajezdni i fabryki tramwajów na centrum sztuki współczesnej Tramway oraz wiele pomniejszych inwestycji w infrastrukturę i odnowę obiektów dziedzictwa. Program kulturalny opiewał na 3400 wydarzeń z udziałem artystów z 23 państw, zamówiono 40 prac w dziedzinie sztuk wizualnych i performatywnych, 60 premier teatralnych i tanecznych [www.glasgow.gov.uk, 2012].

Badania pokazały, że długofalowe zaangażowanie w kulturę odmieniło postrzeganie miasta, widzianego teraz jako drugie, po Londynie, centrum kultury w Wielkiej Brytanii, miasto kreatywne, przyjazne dla biznesu, z szeroką ofertą dla przemysłu konferencyjnego, centrum zakupowe. Strategia przyciągania turystów również się powiodła: mimo ewidentnego spadku liczby odwiedzających po roku obchodów, poziom zainteresowania turystów miastem po 1990 roku o kilkanaście procent przewyższał poziom z lat osiemdziesiątych i pozostaje wyższy od średnich danych dla całej Szkocji.

Rok 1990 nie zakończył zainteresowania miasta kulturą. W 1996 roku otwarto galerię sztuki współczesnej GoMA (Gallery of Modern Art). W kolejnym roku uruchomiono centrum widowiskowo-wystawienniczo-konferencyjne Clyde Auditorium, ze względu na kształt budynku zaprojektowanego przez Normana Fostera zwane Pancernikiem, zlokalizowane na terenie dawnych do-

ków. W 1999 roku miasto otrzymało zaś tytuł Brytyjskiego Miasta Architektury i Dizajnu. W 2001 ruszył projekt rewitalizacji terenów portowych. W 2008 roku Glasgow otrzymało tytuł Miasta Muzyki UNESCO.

Badania przeprowadzone w 2011 roku [Myerscough, 2011] potwierdzają zmianę profilu miasta: liczba osób zatrudnionych w sektorze kreatywnym wzrosła o 43%, do 31 tys. osób. Wzrosły wskaźniki turystyki kulturalnej (o 45% od 1999) i są obecnie o 20% wyższe niż w 1990 roku. Od 1992 roku o 82% wzrosła liczba wydarzeń kulturalnych, co czyni z miasta prawdziwe centrum kulturalne.

Polityka polskich miast w zakresie kultury

W Polsce o polityce miejskiej w sferze kultury możemy mówić od momentu przyjęcia reformy samorządowej z 1990 roku, reaktywującej samorząd lokalny i przekazującej gminom część uprawnień w sferze kultury. Następnie przez ponad dekadę miasta polskie pozostawały w pierwszych dwóch z trzech opisanych powyżej faz rozwoju polityki kulturalnej. Przykładem może być sposób przygotowania działań w ramach „Krakowa 2000” – Europejskiego Miasta Kultury w 2000 roku. Działania kulturalne związane z tym wydarzeniem były wyizolowane z całości polityki miejskiej do tego stopnia, że w dokumentach strategicznych miasta z tamtego okresu nie podejmuje się tematu „Krakowa 2000”.

Pewną zmianę podejścia do kultury wymusiła akcesja do Unii Europejskiej. W szczególności – możliwość ubiegania się o środki na projekty kulturalne z Europejskich Funduszy Strukturalnych i konieczność sprostania wymogom Funduszy w zakresie tworzenia strategii rozwoju i zawartości merytorycznej konkretnych projektów⁸. W miastach zaczęto inwestować w infrastrukturę kulturalną na niespotykaną w tak krótkim czasie skalę. Powstały nowe obiekty – takie jak Opera w Krakowie czy Muzeum Sztuki Współczesnej w Toruniu. W większości przypadków inwestycje te nie stanowiły części kompleksowych strategii rozwoju czy rewitalizacji.

Polskie miasta dopiero uczą się, na czym polega kompleksowa rewitalizacja obszarów zdegradowanych. Badania pokazują, że programy rewitalizacji najczęściej nie mają charakteru zintegrowanego. Głównym elementem pozostają działania inwestycyjne (remonty, modernizacje, adaptacje budynków do nowych funkcji). Brakuje działań z zakresu polityki społecznej i zmiany struktury gospodarczej terenów objętych projektami, a także partycypacji mieszkańców. Natomiast dzia-

⁸ Zob. w niniejszej publikacji: J. Sanetra-Szeliga, *Kultura w procesie integracji europejskiej*.

łania w sferze kultury pojawiają się w programach zazwyczaj tylko wtedy, kiedy powstaje nowy obiekt przeznaczony na cele związane z kulturą [Siemiński, Topczewska, 2009, s. 36]⁹.

Podsumowanie

Wraz ze zmianą podejścia do kultury na przełomie XX i XXI wieku i dostrzeżeniem jej funkcji ekonomicznych zmienia się także sposób, w jaki miasta na całym świecie postrzegają sektor kultury i go wykorzystują. Szeroko rozumiana kultura nie tylko staje się częścią strategii marketingowych miasta, ale zaczyna stanowić integralny element strategii rozwojowych. Wykorzystywane jest jej znaczenie jako mechanizmu rozwoju gospodarczego (szczególnie poprzez wspieranie przemysłów kreatywnych) oraz czynnika budującego wysoką jakość życia w mieście i kształtującego sposób rozwiązywania problemów społecznych. Mimo iż rodzi to nie tylko pozytywne rezultaty w postaci wyższego poziomu rozwoju miasta, ale i zagrożenia, zwłaszcza dla rozwoju kultury jako takiej, m.in. poprzez utylitarne kształtowanie twórczości artystycznej z pominięciem wspierania sztuki nowej, alternatywnej, można sądzić, że szeroko rozumiana kultura staje się integralnym składnikiem miejskiego modelu zrównoważonego rozwoju.

Literatura

- Bianchini F. [1999], *Dziedzictwo kulturowe a strategia planowania miejskiego*, w: *Dziedzictwo a turystyka*, J. Purchla (red.), Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
- Bianchini F., M. Parkinson [1993], *Culture policy and urban regeneration. The West European experience*, Manchester University Press, Manchester–New York.
- Czornik M. [2004], *Miasto. Ekonomiczne aspekty funkcjonowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice.
- Decyzja 1419/1999/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. ustanawiająca działanie Wspólnoty na rzecz obchodów „Europejskiej Stolicy Kultury” w latach 2005–2019, Dz. U. L 166 z 1.7.1999.
- Decyzja 1622/2006/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 24 października 2006 r. ustanawiająca działanie Wspólnoty na rzecz obchodów „Europejskiej Stolicy Kultury” w latach 2007–2019, Dz. U. L 304 z 3.11.2006.
- Dialogue on urban cultures. Globalization and culture in an urbanizing world*, World Urban Forum, UN–Habitat, 23 July 2004, dostępne: http://www.unhabitat.org/downloads/docs/3070_67594_Ko471966%20WUF2-2.pdf, korzystano 12.12.2012.
- Florida R. [2003], *Cities and the creative class*, „City and Community”, vol. 2 (1).
- Florida R. [2010], *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.

⁹ Por. też w niniejszej publikacji: K. Jagodzińska, *Rewitalizacyjna funkcja kultury i dziedzictwa kulturowego*.

- Garcia B. [2004], *Urban regeneration, art programming and major events*. Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004, „International Journal of Cultural Policy”, vol. 10, nr. 1.
- Getz D. [2007], *Event studies. Theory, research and policy for planned events*, Elsevier, London.
- Intercultural cities. Towards a model for intercultural integration. Insights from the intercultural cities programme, joint action of the Council of Europe and the European Commission* [2009], P. Wood (red.), Council of Europe.
- Klasik A. [2010], *Sektor kultury i przemysły kreatywne nowym fundamentem rozwoju dużych miast i aglomeracji miejskich*, w: *Rola sektora kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*, A. Klasik (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.
- Landry Ch. [2003], *Imagination and regeneration: Cultural policy and the future of cities*, DGIV/CULT/STAGE(2003)3, January 2003, Council of Europe, dostępne: http://www.coe.int/t/dg4/culture-reheritage/culture/Completed/STAGE/DGIV_CULT_STAGE%282003%293_EN.pdf, korzystano 12.12.2012.
- Malikowski M. [1992], *Socjologiczne badanie miasta. Problemy pojęciowe i metodologiczne*, WSP, Rzeszów.
- Montgomery J. [2008], *The new wealth of cities. City dynamics and the fifth wave*, Ashgate, Hampshire, Burlington.
- Myerscough J. [2011], *Glasgow cultural statistics digest. A Digest of cultural statistics*, January 2011, dostępne: <http://www.glasgowlife.org.uk/policy-research/Documents/Glasgow%20Cultural%20Statistics.pdf>, korzystano 12.12.2012.
- Parysek J.J., Mierzejewska L. [2009], *Problemy funkcjonowania i rozwoju miast polskich z perspektywy 2009 r.*, w: *Wybrane problemy miast i aglomeracji miejskich na początku XXI wieku*, J.J. Parysek (red.), Biuletyn IGS-EiGP UAM, seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna, nr 6.
- Pine B.J., Gilmore J.H. [1999], *The experience economy. Work is theater and every business a stage: goods and services are no longer enough*, Harvard Business School Press, Boston.
- Porter M. [1990], *The competitive advantage of nations*, Free Press.
- Purchla J. [1993], *Europejski Miesiąc Kultury w Krakowie. Czerwiec 1992*, Międzynarodowe Centrum Kultury, Kraków.
- Richards G., Palmer R. [2010], *Eventful cities. Cultural management and urban revitalization*, Elsevier, Oxford.
- Sanetra-Szeliga J. [2011], *Laboratorium zmiany. Wywiad z profesorem Jackiem Purchlą*, „Herito”, nr 5.
- Siemiński W., Topczewska T. [2009], *Rewitalizacja miast w Polsce przy wsparciu funduszami UE w latach 2004–2008*, Difin, Warszawa.
- Scott A.J. [2000], *The cultural economy of cities*, SAGE Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Smith A. [2012], *Events and urban regeneration. The strategic use of events to revitalise cities*, Routledge, New York–London.
- Smyth H. [1994], *Marketing the city. The role of flagship development in urban regeneration*, E&FN Spon, London–Glasgow–New York–Tokio–Melbourne–Madras.
- The intercultural city. What it is and how to make it work. Introductory document for cities participating in the Pilot Phase of the Intercultural Cities Programme, Joint action of the Council of Europe and the European Commission*, DGIV/Cult/IC(2008), 01 10 January 2008.
- Throsby D. [2005], *On the sustainability of Cultural Capital*, „Macquarie Economics Research Paper”, nr 10.
- Throsby D. [2010], *The economics of cultural policy*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Toffler A. [1980], *The Third Wave*, Bantam Book, New York.

Wallis A. [1967], *Socjologia wielkiego miasta*, PWN, Warszawa.

Zukin S. [2009], *Destination culture. How globalization makes all cities look the same*, „Inaugural Working Paper Series”, vol. 1, nr 1.

Strony internetowe

<http://www.agenda21culture.net/index.php>, korzystano 27.09.2012.

<http://www.biurofestiwalowe.pl/6-zmyslow.html>, korzystano 11.09.2012.

<http://www.festivalsedinburgh.com/content/festival-city>, korzystano 31.08.2012.

<http://www.glasgow.gov.uk/en/AboutGlasgow/History/Cultural+Renaissance.htm>, korzystano 25.09.2012.