

**ANDRZEJ RASZKOWSKI**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

## **PRZEMYSŁY KREATYWNE NA RZECZ ROZWOJU REGIONALNEGO**

**Abstract: Creative Industries for Regional Growth.** The presented paper discusses selected problems referring to the reasons underlying factors exerting particular impact on creative industries, their role and significance in terms of regional growth. It is attempted to define both creative industries and regional growth. An exemplary list of these industry sectors was specified which present the potential for regional growth enhancement and covering advertisement, architecture, art and antiques, publications, film and music industry, fashion design, radio and TV. Additionally the selected advantages were identified resulting from creative industries influence on regional growth referring to economy, space regeneration, social skills or space animation. Attention was also paid to the potential expectations regarding creative industries impact on regional growth based on the example of constructing networks of favourable relations.

**Key words:** Creativity, creative industry, region, regional development.

### **Wprowadzenie**

W obecnych czasach mamy do czynienia z wieloma zjawiskami, które zmuszają do poszukiwania nowych sposobów, koncepcji których implementacja może wpływać na rozwój tak skomplikowanego organizmu, jakim jest region. Wśród tych zjawisk możemy wyróżnić globalizację gospodarki, nowe wzorce konsumpcyjne, zindywidualizowane podejście do zaspakajania potrzeb konsumentów, zmieniającą się sytuację demograficzną, postępujący wpływ kultury i sztuki na percepcję otaczającej nas rzeczywistości, większe aspiracje przedstawicieli regionalnych społeczności, wzmożoną konkurencję ze strony innych jednostek terytorialnych na gruncie krajowym i międzynarodowym, zawirowania na rynkach finansowych, kryzysy zaufania do elit politycznych i biznesowych, potrzebę współpracy z innymi regionami w realizowaniu szerszych projektów rozwojowych.

Kreatywność, wraz z całą złożonością komponentów ją określających, wydaje się jednym z bardziej interesujących oraz relatywnie nowych obszarów rozpatrywa-

nych w tym kontekście, który może zostać wykorzystany w dynamizowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego regionów. U podstaw tego podejścia leży kierowanie się nowoczesnymi, niematerialnymi, czynnikami rozwoju regionalnego, zastępującymi stopniowo klasyczne, twarde czynniki przesądzające o powodzeniu w rywalizacji gospodarczej. Kreatywność przenosi również kapitał ludzki, postrzegany jako jeden z kluczowych w obecnym czasie czynników rozwojowych, na inny poziom istnienia, w którym staje się kapitałem kreatywnym [Oort, Raspe 2007, s. 282].

Wśród typowych dziedzin związanych z kreatywnością można wymienić naukę, sztukę oraz publiczną aktywność. Kreatywność obejmuje myślenie o problemach w sposób niestandardowy, eksperymentowanie, oryginalność, zdolność wyznaczania nowych trendów, niekonwencjonalność, odkrywanie rozwiązań pozornie niedostępnych, spojrzenie na sytuację z innej perspektywy, elastyczność. Myślenie kreatywne pozwala generować innowacje, stwarzać nowe możliwości rozwojowe [Landry, Bianchini 1998, s. 18].

Same przemysły kreatywne wyrosły na styku sektorów nauki i kultury, stanowiąc bazę do rozwoju kreatywnej gospodarki. Opierają one tym samym swój wzrost na wytworach sztuki i nauki, będących źródłem kreatywności i innowacyjnych procesów w regionalnej przestrzeni. Przenikanie się, połączenie sztuki, technologii i biznesu stwarza podbudowę do rozwoju kreatywnej gospodarki, w której przemysły kreatywne są elementem rdzeniowym [Klasik 2011, s. 17]. Przyjmuje się, że przemysły kreatywne (z wyszczególnieniem sektora kultury) reprezentowane są przez najbardziej innowacyjne przedsiębiorstwa, które mają jednocześnie największy potencjał wzrostowy. Ponadto, są najdynamiczniej rozwijającym się sektorem gospodarki w Unii Europejskiej wypracowującym 2,6% PKB całej Unii oraz zapewniającym ok. 5 mln miejsc pracy wymagających wyższych kwalifikacji [Green Paper 2010, s. 2-3].

Przez *rozwój regionalny* możemy rozumieć zmiany w regionalnej produktywności mierzonej wielkością zbiorowości ludzkiej, zatrudnieniem, dochodem i wartością produkcji dodanej. Rozwój regionalny obejmuje również rozwój społeczny rozumiany jako poziom opieki zdrowotnej, dobrobyt, jakość środowiska czy kreatywność [Dziemianowicz 1997, s. 29]. Złożony charakter rozwoju regionalnego powoduje, że jest on wynikiem jednoczesnej działalności różnych podmiotów władzy publicznej, przedsiębiorstw, organizacji i społeczności regionalnej [Brol 2006, s. 15].

Jednym z uwarunkowań trwałego rozwoju regionalnego jest integralność i współzależność w dłuższym horyzoncie czasu wszystkich jego podsystemów, czyli gospodarczego, społecznego, przyrodniczego, instytucjonalno-politycznego [Sepulveda, Edwards 1995, s. 13-15]. Ma to swój materialny wyraz we właściwym użytkowaniu i zagospodarowaniu określonej przestrzeni. Definiowanie *trwałego rozwoju* w sensie jakościowym może być rozumiane jako wizja, kierunkowskaz długofalowego rozwoju. W odniesieniu do praktyki, działania władz publicznych wyrażają się przez formułowanie celów strategicznych, które powinny być weryfikowane przez określony zestaw wskaźników monitorujących [Markowski 2008, s. 14-15]. W no-

wym podejściu do rozwoju regionalnego podkreśla się istotne znaczenie postępu naukowego, czerpiącego swoją siłę z kapitału ludzkiego, interdyscyplinarnych projektów badawczych, aktywności społeczności regionalnych, innowacji i kreatywności [Stimson *et al.* 2006, s. 388].

Celem prezentowanego opracowania jest przedstawienie przesłanek wzrostu znaczenia przemysłów kreatywnych oraz potencjalnego wpływu tych przemysłów na proces rozwoju regionalnego.

## 1. Przesłanki wzrostu znaczenia przemysłów kreatywnych

Wśród czynników wpływających na rozwój przemysłów kreatywnych wymienia się [Staying Ahead... 2007, s. 22-23]:

- *Popyt na wytwory działalności przemysłów kreatywnych.* W globalnym i jednocześnie zindywidualizowanym preferencyjnie społeczeństwie zmienia się struktura oraz charakter popytu. Wzrost zainteresowania produktami i usługami czerpiącymi inspirację z kreatywności skutkuje większą aktywnością przedsiębiorców, artystów, przedstawicieli wolnych zawodów w tym obszarze. Przyczynia się do tego wzrost poziomu wykształcenia konsumentów, wcześniejszy i szerszy kontakt z dobrami kultury, oferowanie przez władze publiczne, w ramach promocji regionalnych produktów, szerokiego spektrum kulturalnych i kreatywnych projektów, wydarzeń. Nie bez znaczenia pozostaje również wpływ zjawiska decentralizacji i wykorzystywania endogenicznych potencjałów rozwojowych regionu w odniesieniu do kreatywnych, kulturalnych inicjatyw.
- *Większa różnorodność.* Można przyjąć, że różnorodność jest jednym z podstawowych uwarunkowań sukcesu przemysłów kreatywnych. Im większy poziom otwartości umysłów, zróżnicowania, twórczego napięcia, tym większe prawdopodobieństwo wpływu kreatywności na rozwój społeczno-gospodarczy określonej przestrzeni. Sfera przedsiębiorczości powinna czerpać z potencjału rozwojowego różnorodności i pobudzać tym samym, w sposób permanentny i zorganizowany, endogeniczne pokłady kreatywności. Interdyscyplinarne innowacje, opierające się na jednoczesnym wykorzystaniu talentów, sztuki, nauki, społecznego zaangażowania powinny być efektem większej różnorodności oraz stanowić wzór do naśladowania.
- *Specyfika miejsca powstawania kreatywności.* Kreatywność rozkwita w środowiskach sprzyjających innowacjom i eksperymentowaniu. Niektóre przemysły kreatywne, jak przykładowo przemysł filmowy i rynek gier komputerowych, charakteryzują się relatywnie ograniczoną liczbą kanałów dystrybucji. Taka sytuacja nie musi wpływać niekorzystnie na kondycję ekonomiczną kreatywnych podmiotów oraz dobro konsumentów. W związku z powyższym, zauważa się jednak potencjalne ryzyko w obszarze ograniczenia różnorodności kreatywnych produktów ofero-

wanych dla konsumentów oraz utrudnienia w rozwoju drobnej przedsiębiorczości. Ze względu na poszerzanie się kanałów dystrybucji wszelkich wytworów przemysłów kreatywnych w ostatnich latach, czynnik ten można potraktować w kategorii bazy do dalszych badań nad wpływem miejsca na rozwój kreatywności.

- *Edukacja i umiejętności, zapewnienie właściwego balansu i dostępności.* Odczuwa się braki w zakresie przedsiębiorczych umiejętności wśród pracowników kluczowych przemysłów kreatywnych oraz wiedzy na temat komercjalizacji kreatywnych idei. Ponadto, wzmacnianie tzw. umiejętności miękkich może przyczynić się do przyspieszania procesu komercjalizacji osiągnięć nauki, kultury na rzecz realnych projektów biznesowych. Zaleca się również pielęgnowanie tradycji w obszarach sztuki, *designu*, stanowiących niespożyte źródło inspiracji biznesowych. Jednym z kluczowych elementów w tym kontekście jest potrzeba zrozumienia przez uczniów i studentów korelacji między ich przyszłymi ścieżkami kariery zawodowej a funkcjonowaniem przemysłów kreatywnych. Ponadto, podkreśla się rolę umiejętności w procesie przechodzenia z gospodarki opartej na przemyśle na gospodarkę opartą na wiedzy, innowacjach i ludzkich umiejętnościach [Mellander, Florida 2012, s. 18].
- *Sieci współpracy – wykorzystywanie wzajemnych kompetencji.* Tylko część firm i organizacji kreatywnych posiada wystarczające zasoby wiedzy i umiejętności pozwalające na pełne wykorzystanie rynkowych możliwości rozwoju, ekspansji lub potencjały własne umożliwiające częste generowanie innowacji. Wskazane jest zatem zawiązanie sieci współpracy z innymi podmiotami, mające na celu wypełnienie luk rozwojowych w kontekście posiadanych zasobów własnych wiedzy i umiejętności. W dobie dynamicznego rozwoju mediów elektronicznych oraz zróżnicowanych kanałów komunikacji, stwarzają się sprzyjające warunki do rozwijania takiej współpracy.
- *Wsparcie sektora publicznego.* Większość przedstawicieli przemysłów kreatywnych miała do czynienia w trakcie swojej działalności z różnymi rodzajami wsparcia ze strony instytucji publicznych różnych szczebli. Udzielanie wsparcia ze środków publicznych dla przemysłów kreatywnych powinno być poprzedzone gruntowną analizą rozpatrywanego rynku oraz skierowanie do beneficjentów, dla których to wsparcie ma największe znaczenie. Wsparcie publiczne, oprócz środków finansowych, może się również przejawiać przez udostępnienie usług doradczych, szkoleniowych, substancji mieszkaniowej. Należy zwrócić uwagę, że w niektórych przypadkach funkcjonowanie przemysłów kreatywnych (np. działalność wydawnicza, przemysł filmowy, radio i telewizja, działalność muzealna, teatr i opera) opiera się w dużej mierze na wsparciu publicznym. Wszelkie dotacje publiczne na rzecz przemysłów kreatywnych powinny mieć na celu pobudzenie rdzenia kreatywności, skutkujące silniejszą dyfuzją kreatywnych rozwiązań do głównego nurtu gospodarki.
- *Skuteczna polityka ochrony praw własności intelektualnej.* Poziom skuteczności działań w zakresie poszanowania praw własności intelektualnej (m.in. praw autor-

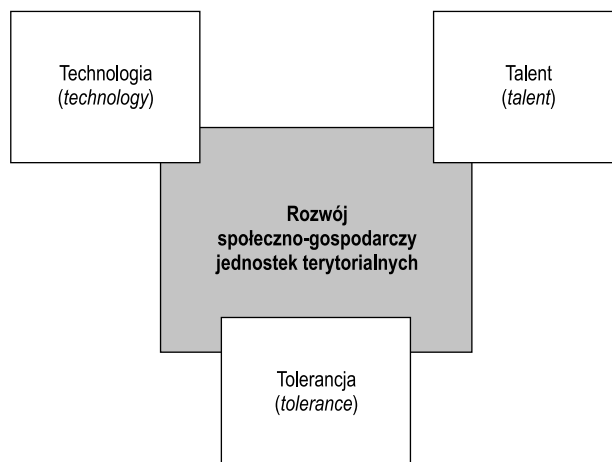
skich, patentów, wzorów użytkowych, znaków towarowych) może, w sposób pośredni, przyczynić się do rozwoju lub upadku przemysłów kreatywnych. Modele biznesowe tych przemysłów opierają się w dużej mierze na założeniu zdolności do ochrony prawnej wypracowanych wartości. W przypadku braku takiej ochrony lub nieskutecznej egzekucji obowiązujących przepisów, działalność przemysłów kreatywnych może być utrudniona lub niemożliwa. W procesie upowszechniania wiedzy o znaczeniu własności intelektualnych ważną rolę odgrywa edukacja konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem potencjalnych zagrożeń wynikających ze zjawiska piractwa. W tym kontekście zaleca się wysokie i nieuchronne kary za łamanie praw własności intelektualnej. Ponadto, wszelkie działania powinny być prowadzone z uwzględnieniem postępu technologicznego oraz zmian rynkowych.

- *Poszerzanie zdolności rynkowych.* Istnieje wiele mniejszych, kreatywnych przedsiębiorstw ze znacznym potencjałem wzrostowym, które usiłują poszerzyć skalę swojej działalności. Potencjalne utrudnienia w tym zakresie wynikają po części z przeciwności scharakteryzowanych przy opisywaniu poprzednich czynników oddziałujących na przemysły kreatywne. Problemów z poszerzeniem zdolności rynkowej mniejszych podmiotów można również poszukiwać w obowiązujących systemach zarządzania oraz posiadanej zdolności kredytowej.

Jeśli przyjmiemy założenie, że powstanie przemysłów kreatywnych jest pochodną wzrostu znaczenia kultury i kreatywności w rozwoju dzisiejszych społeczeństw, warto przyjrzeć się koncepcji 3T (Technologia, Talent, Tolerancja), jednej z ciekawszych idei odnoszących się do kreatywności w kontekście rozwoju społeczno-gospodarczego jednostek terytorialnych (ryc. 1). Jednym z głównych założeń tej koncepcji jest traktowanie ludzkiej kreatywności, jako podstawowego źródła wspomnianego rozwoju. Przyjmując w uproszczeniu, kraje, regiony, miasta które chcą być kreatywne, a co za tym idzie dynamiczniej rozwijające się, konkurencyjne i atrakcyjne na międzynarodowych rynkach, powinny stawiać na nowoczesne technologie, innowacje, edukację i rozwój swoich mieszkańców oraz poszanowanie odmienności i tolerancję.

W założeniach koncepcji 3T podkreśla się, że kreatywność, w przeciwieństwie do tradycyjnych czynników produkcji, jest zasobem niewyczerpanym, odnawialnym i nieustannie ulepszającym się. Zakłada się, że każda jednostka może być kreatywna, powszechny rozwój i dobrobyt nie jest uzależniony od pozyskania zarezerwowanej wybranym grupom wiedzy, ale od uwolnienia pokładów kreatywności drzemących w każdym człowieku. Przyjmuje się założenie, że w finalnym rozrachunku ludzka wiedza, umiejętności, kreatywność, aspiracje czynią dane miejsce atrakcyjnym, budują jego potencjał turystyczny, kulturalny, rynkowy, społeczny i polityczny [Anholt 2007, s. 75].

Podkreśla się również, że wszystkie trzy T są istotne i wzmacniają się wzajemnie na rzecz rozwoju, tworząc sieć powiązań stymulujących kreatywność. Wzmacnianie tylko jednego czynnika może okazać się niewystarczające do osiągnięcia zakładanych celów rozwojowych. W ramach wyjaśnienia należy dodać, że w orygi-



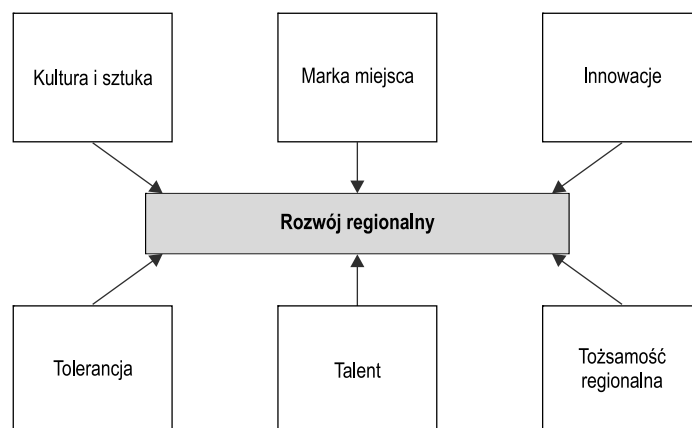
Ryc. 1. Koncepcja 3T rozwoju społeczno-gospodarczego jednostek terytorialnych  
 Źródło: Opracowanie na podstawie: [Florida 2002, 2005] (ryc. 1, 2).

nalnej koncepcji mowa jest najczęściej o rozwoju ekonomicznym, na potrzeby opracowania przyjęto, że lepszym, bardziej kompleksowym określeniem opisującym kreatywne przemiany w terytorialnej przestrzeni będzie rozwój społeczno-gospodarczy. Ponadto, w opracowaniu intencjonalnie użyto sformułowania *jednostka terytorialna*, ze względu na możliwość odniesienia założeń koncepcji 3T zarówno do miast, regionów, jak i krajów.

## 2. Potencjalny wpływ przemysłów kreatywnych na rozwój regionalny

W kontekście omawiania roli przemysłów kreatywnych w procesie rozwoju regionalnego, należałoby przyrzeć się szerszemu spektrum czynników powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z kreatywnością w odniesieniu do rozwoju regionalnego (ryc. 2). Wśród tych czynników niewątpliwie istotne miejsce zajmuje kultura i sztuka. Wzrost ludzkiej aktywności w tych obszarach utożsamiany jest często ze stymulowaniem bodźców rozwojowych prowadzących do rozwoju regionalnej przestrzeni.

Zaobserwować możemy jednocześnie powstawanie nowych sposobów produkcji, dystrybucji i konsumpcji, skutkujących wzrostem zapotrzebowania na kulturę oraz nowe produkty i usługi będące efektem jej oddziaływania [Norrman 2006, s. 6-7]. Jeśli przyjmiemy założenie, że żyjemy w coraz bardziej konsumpcyjnym, sformatowanym ideowo i światopoglądowo społeczeństwie, kultura i sztuka jawią się jako wyróżniające czynniki mogące motywować do działania i aktywować pokłady ludzkiej przedsiębiorczości.



Ryc. 2. Czynniki powiązane z kreatywnością mające potencjalny wpływ na rozwój regionalny

Marka miejsca, w tym ujęciu, odnosi się głównie do powstawania unikalnych, pozytywnych doświadczeń w umysłach potencjalnych klientów, użytkowników określonej przestrzeni [Cigler 2008, s. 315]. Innymi słowy, osoby zamieszkujące miejsca o znanej marce, powszechnie uznawane za dobrze zorganizowane i zarządzane, deklarują się jako szczęśliwsze od mieszkańców innych regionów, jednocześnie odznaczają się większą kreatywnością, potrzebami poznawczymi, chęcią doskonalenia swoich umiejętności i poszerzania wiedzy oraz otwartością. Taka sytuacja w naturalny sposób sprzyja angażowaniu się w działania na rzecz wzmocnienia rozwoju swojego terytorium.

W ostatnich latach powstało relatywnie dużo opracowań wskazujących na rolę innowacyjnych technologii, produktów i usług w rozwoju regionalnym. Kreatywność ułatwia niewątpliwie zerwanie z mentalnym przyzwyczajeniem społeczności regionalnych do obowiązującego porządku, ustalonych reguł. Pozwala przenieść się na inny poziom myślenia, w którym to innowacje warunkują rozwój regionalny i przyczyniają się do wyższej jakości życia społeczeństwa.

Można przyjąć w uproszczeniu, że tożsamość regionalna jest to poczucie identyfikacji z określonym fragmentem przestrzeni, który postrzegamy jako część siebie [Malikowski, Pokrzywa 2010, s. 118]. Podkreśla się również, że ważnym wyznacznikiem tożsamości terytorialnej jest istnienie więzi emocjonalnej z danym miejscem, otaczającym nas krajobrazem, społecznością zamieszkującą ten obszar, wytworami kultury materialnej i duchowej [Deffner, Mataxas 2010, s. 50] oraz szeroko rozumianym dziedzictwem kulturowym [Miranda, Adib 2007, s. 19]. Wysoki poziom tożsamości regionalnej sprzyja kształtowaniu kreatywnych postaw, wyzwala ludzkie potencjały, jakkolwiek sama tożsamość jest korzystna dla rozwoju regionalnego. Przywiązanie emocjonalne do określonego miejsca zwiększa prawdopodobieństwo podejmowania działań prorozwojowych.

Ostatnie przedstawione czynniki, talent i tolerancja, wywodzą się bezpośrednio z przedstawionej wcześniej koncepcji 3T. Można przyjąć, że pośredni wpływ tych czynników na rozwój regionalny ma swoje podłoże w zakładanej, większej dozie optymizmu, akceptowalności dla zróżnicowania, otwartości umysłu, twórczych inspiracji przedstawicieli kreatywnego społeczeństwa, którzy mają być motorem napędowym rozwoju społeczno-gospodarczego [Boschma, Fritsch 2007, s. 3].

W innym ujęciu, wśród czynników przyczyniających się do kreatywności regionów, można wymienić [Karlsson, Johansson 2006, s. 5]:

- elastyczność, dopasowanie się do zmian zachodzących w bliższym i dalszym otoczeniu w odniesieniu do warunków socjalnych, ekonomicznej aktywności oraz planowania przestrzennego;
- gotowość do przewycięzania politycznych, językowych, kulturowych oraz fizycznych barier;
- społeczno-kulturowe środowisko cechujące się otwartością na różnorodność oraz atmosferą sprzyjającą tolerancji.

*Przemysły kreatywne*, w myśl jednej z popularniejszych definicji, scharakteryzować możemy jako działalność wywodzącą się z indywidualnej kreatywności, umiejętności i talentu, która ma potencjał do tworzenia miejsc pracy i bogactwa przez generowanie i wykorzystywanie własności intelektualnej [Investing... 2009, s. 4]. Przyjmuje się założenie, że kreatywność jest głównym czynnikiem procesu produkcji przemysłów kreatywnych, natomiast własność intelektualna jest charakterystyczną cechą jego rezultatu. Określenie kompleksowego zestawienia przemysłów kreatywnych jest kwestią dyskusyjną. Wynika to w dużej mierze z dostępnych klasyfikacji statystycznych pozwalających na zbudowanie baz porównawczych występowania przemysłów kreatywnych w poszczególnych regionach, czy krajach.

W podejściu do określania przemysłów kreatywnych stosuje się również pewną elastyczność, podyktowaną specyfiką i różnorodnością prowadzonych działalności na określonym terytorium. Ponadto, w niektórych opracowaniach termin *przemysły kreatywne* bywa utożsamiany i stosowany zamiennie z terminem *sektory kultury*, co dodatkowo utrudnia prowadzenie badań i analiz [Foord 2008, s. 93].

Oprócz najczęściej wymienianych przemysłów kreatywnych (reklama, architektura, sztuka i antyki, działalność wydawnicza, przemysł filmowy, projektowanie mody, przemysł muzyczny, radio i telewizja) mających wpływ na rozwój regionalny, często poszerza się to zestawienie o działalność muzealną, teatr i operę, sztuki performatywne, turystyką, gry komputerowe i oprogramowanie, usługi designerskie, wzornictwo, rękodzielnictwo [Creative Industries... 2001, s. 14-16]. W ramach innego podziału, zaproponowanego przez władze holenderskie, proponuje się podział wszystkich dziedzin kultury na trzy grupy: sztuka (m.in. sztuki performatywne i fotografia, sztuki wizualne i wydarzenia artystyczne), media i rozrywka (m.in. przemysł filmowy, sektor audiowizualny, literatura i dziennikarstwo), usługi biznesu kreatywnego (m.in. *design*, moda, architektura, rynek gier komputerowych, reklama) [Our Creative Potential 2005, s. 14-15].



Rozwój regionalny, stymulowany przez przemysły kreatywne, powinien być oparty na wykorzystaniu nowych form aktywności gospodarczych wynikających z kreatywnych procesów. W tym celu powinny zostać spełnione następujące przesłanki [Karlsson, Johansson 2006, s. 23]:

- sprzyjające środowisko dla nowych doświadczeń, eksperymentów;
- uniwersalna kompozycja istniejącej wiedzy i kompetencji;
- zróżnicowane i relatywnie łatwo dostępne źródła finansowania nauki, przedsiębiorczości i życia kulturalnego;
- możliwości do spontanicznych i nieformalnych kontaktów interpersonalnych użytkowników regionalnej przestrzeni oraz przedstawicieli innych regionów, które wyzwalaają pokłady kreatywności;
- zdecentralizowane w miejsce scentralizowanego podejście do środowiska społecznego i gospodarczego;
- przekonanie, że zaspokojenie potrzeb rozwojowych wymaga poszerzania posiadanych zasobów i możliwości działania;
- organizacje w regionie cechujące się elastycznym podejściem do problemów rozwojowych oraz nieszablonowymi rozwiązaniami.

Opracowanie własne na podstawie: [Investing... 2009].

Bardziej interesująca jest próba analizy potencjalnego oddziaływania przemysłów kreatywnych na rozwój regionalny (tab. 1). Zakłada się, bazując na brytyjskich doświadczeniach, że inwestowanie w przemysły kreatywne przyczynia się do wzrostu wydajności produkcyjnej. Wartość dodana brutto, czyli wartość wszystkich wyrobów i usług wytworzonych przez wszystkie krajowe podmioty pomniejszona o koszty związane z ich wytworzeniem, obrazująca przyrost wartości dóbr w danym okresie, generowana przez przemysły kreatywne wzrosła w Wielkiej Brytanii o 4% w okresie 1997-2006, w stosunku do wzrostu o 3% w całej gospodarce. Podobną sytuację, w analizowanym przedziale czasowym, zaobserwowano w przypadku powstawania nowych miejsc pracy. Wzrost zatrudnienia w przemysłach kreatywnych był dwukrotnie wyższy w odniesieniu do wzrostu w całej gospodarce, odpowiednio 2% i 1%.

Przemysły kreatywne są postrzegane jako ważne źródło generowania innowacji, które z kolei mogą przyczyniać się do powstawania nowych rynków zbytu, wzrostu wydajności produkcyjnej, poprawy efektywności pracy, czy zwiększania konkurencyjności podmiotów, które mają innowacyjne produkty i usługi w swojej ofercie, stymulując tym samym rozwój regionalny.

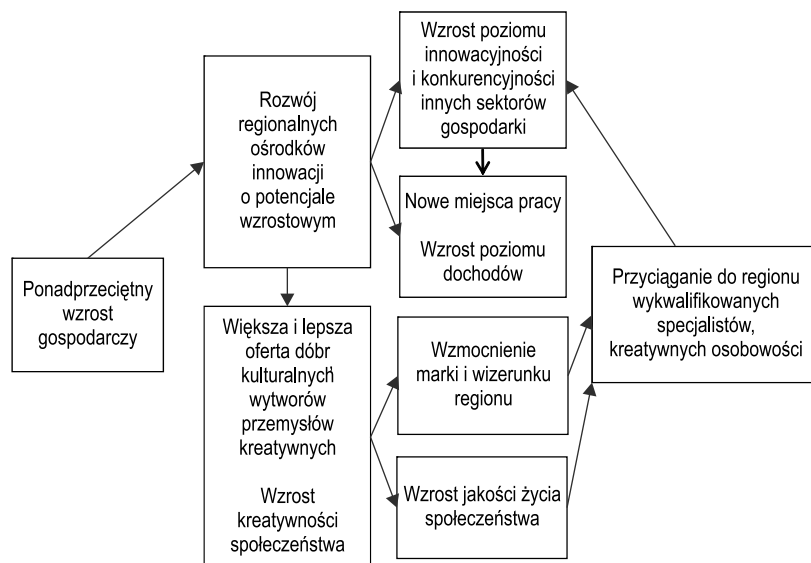
Ponadto, kreatywne przedsiębiorstwa, będące innowatorami w swoich branżach, rozprzestrzeniają innowacyjne rozwiązania przez kontakty z biznesowymi partnerami. Kolejnym zjawiskiem przemawiającym za korzystnym oddziaływaniem przemysłów kreatywnych na rozwój regionalny, jest ich przyczynianie się do materialnej i społecznej regeneracji, rewitalizacji, odnowy regionalnej przestrzeni oraz wzmacnianie spójności społecznej, z założeniem, że projekty będące efektem działalności przemysłów kreatywnych są osadzone w regionalnych uwarunkowaniach,

Tabela 1

Potencjalny wpływ przemysłów kreatywnych  
oraz kultury na rozwój regionalny/lokalny (ujęcie brytyjskie)

Obszar oddziaływania	Rodzaj oddziaływania	Uszczegółowienie oddziaływania	Kwestie do rozważenia
Ekonomia	Bezpośrednie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wzrost przychodów</li> <li>Tworzenie nowych miejsc pracy</li> <li>Powstawanie przedsiębiorstw</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recesja odbija się na tworzeniu nowych miejsc pracy w krótszym czasie</li> <li>Przychody mogą być zróżnicowane w zależności od lokalnych uwarunkowań</li> <li>Władze regionalne powinny wziąć pod uwagę, czy rozwój ekonomiczny nie daje najlepszych rezultatów gdy jest oparty na współpracy z innymi regionami oraz wewnątrzregionalnej.</li> </ul>
	Pośrednie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tworzenie innowacji</li> <li>Rozwój turystyki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rozwój turystyki powinien opierać się na wykorzystaniu istniejących zasobów regionalnych</li> </ul>
Regeneracja przestrzeni	Ekonomiczne i fizyczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zmiana wizerunku regionu oraz przyciąganie inwestycji</li> <li>Poprawa funkcjonowania przestrzeni publicznej, ze szczególnym uwzględnieniem infrastruktury technicznej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Poprawa infrastruktury technicznej powinna być skorelowana z innymi programami na rzecz rozwoju regionalnego, na zasadzie kompleksowego podejścia do wspomnianego rozwoju</li> </ul>
	Spójność społeczna	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wzrost pewności siebie mieszkańców</li> <li>Zwiększona partycypacja społeczna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programy rozwojowe powinny być oparte na zasadzie włączenia oraz komunikacji społecznej</li> </ul>
Umiejętności społeczne	Społeczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rozwój umiejętności społecznych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Okazja do zaangażowania i współpracy ośrodków naukowych oraz szeroko rozumianego sektora edukacji</li> </ul>
Animacja przestrzeni	Społeczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ekspozowanie, wyrażanie kulturowej różnorodności</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wykorzystanie potencjału przemysłów kreatywnych może być sposobem na aktywizowanie środowisk wykluczonych społecznie. Zagrożeniem jest potencjalny brak zajęcia dla wszystkich zainteresowanych</li> </ul>
	Atrakcyjność regionu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Przyciąganie nowych inwestorów, rezydentów, turystów</li> <li>Wzrost jakości życia mieszkańców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atrakcyjność regionu przekłada się na wzrost satysfakcji z miejsca zamieszkania w lokalnych wymiarach</li> <li>Atrakcyjność inwestycyjna regionu będzie zróżnicowana w zależności od rozpatrywanego sektora</li> </ul>

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Investing... 2009].



Ryc. 3. Oczekiwane obszary oddziaływania przemysłów kreatywnych na rozwój regionalny  
Opracowanie na podstawie: [Floegel *et al.* 2011].

realiach. Przemysły kreatywne postrzega się wreszcie, jako źródła poprawy jakości życia mieszkańców regionu oraz atrakcyjności inwestycyjnej.

Wzrost popularności i podkreślanie znaczenia przemysłów kreatywnych pociąga za sobą jednoczesny wzrost oczekiwań odnośnie do ich oddziaływania na rozwój regionalny (ryc. 3). Przyjmuje się, że przemysły kreatywne będą katalizować pozytywne procesy, których głównym efektem jest ponadprzeciętny poziom wzrostu gospodarczego. Na zasadzie sieci powiązań wspomniany wzrost wspomaga rozwój ośrodków generowania innowacji, przyczyniając się tym samym do poszerzenia oferty produktów przemysłów kreatywnych. Dalsze, spodziewane korzyści to podniesienie poziomu konkurencyjności regionalnej gospodarki, powstawanie nowych miejsc pracy, lepsze postrzeganie regionu oraz wzrost ogólnej jakości życia. Przywołane zjawiska powinny być wystarczającą zachętą dla kreatywnych indywidualności, specjalistów, menedżerów do zamieszkania i kontynuowania kariery zawodowej w regionie.

## Podsumowanie

Można przyjąć, że kreatywność i kultura są ważnymi elementami przyczyniającymi się do dynamizowania rozwoju regionalnego. Ich wartość przejawia się w szerokim spektrum oddziaływań dotyczącym zróżnicowanych obszarów ludzkiej aktywności. Aktywizowanie ludzkiej kreatywności i wykorzystanie jej efektów w kontekście podnoszenia jakości życia społeczności regionalnych, wydaje się jed-

nym z istotniejszych wyzwań współczesnej gospodarki i polityki społecznej. Kreatywność postrzega się jako zasób niewyczerpany, stanowiący jednocześnie główne źródło generowania innowacji, użytecznych rozwiązań oraz nieodłączny element włączania kultury i sztuki w procesy biznesowe.

W odniesieniu do omawianych przemysłów kreatywnych, postrzeganych jako motory napędowe współczesnego rozwoju regionalnego, relatywnie sporo trudności przynosi ich właściwe określenie, wyszczególnienie oraz porównywalność na podstawie dostępnych baz statystycznych. Abstrahując od teoretycznych rozważań, opierając się na dostępnych badaniach, można stwierdzić, że są to niewątpliwie sektory, branże, w których drzemie znaczny potencjał rozwojowy, szczególnie w czasach dekonjunkturny gospodarczej. Ponadto, przemysły kreatywne mogą stanowić swoiste inkubatory nowych idei, które będą wyznaczać trendy społeczne i gospodarcze w następnych latach.

## Literatura

- Anholt S., 2007, *Competitive Identity. The New Branding Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan, New York.
- Boschma R., Fritsch M., 2007, *Creative Class and Regional Growth – Empirical Evidence from Eight European Countries*. “Jena Economic Research Papers”, nr 066.
- Brol R., 2006, *Rozwój regionalny jako kategoria ekonomiczna*, [w:] *Metody oceny rozwoju regionalnego*, D. Strahl (red.). Wyd. AE, Wrocław.
- Cigler B., 2008, *Economic Development in Metropolitan Areas*, [w:] *Urban and Regional Policies for Metropolitan Livability. Cities and Contemporary Society*, D. Hamilton, P. Atkins. M. E. Sharpe (red.). New York.
- Creative Industries Mapping Document*, Department for Culture, Media and Sport, London, 2001.
- Deffner A., Matas T., 2010, *Place Marketing, Local Identity and Branding Cultural Images in Southern Europe: Nea Ionia, Greece and Pafos, Cyprus*, [w:] *Towards Effective Place Brand Management. Branding European Cities and Regions*, G. Ashworth, M. Kavaratzis (red.). Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Dziemianowicz W., 1997, *Kapitał zagraniczny a rozwój regionalny i lokalny w Polsce*. „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 21, Warszawa.
- Floegel F., Gärtner S., Nordhause-Janzen J., 2011, *Creative Industries: Rescue for Underdeveloped Regions? Evidence from Germany*. Regional Development and Policy-Challenges, Choices and Recipients, Creative Industries & Regional Development, Regional Studies Association, Annual Conference Newcastle Upon Tyne.
- Florida R., 2002, *The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, New York.
- Florida R., 2005, *Cities and the Creative Class*. Routledge, London and New York.
- Foord J., 2008, *Strategies for Creative Industries: an International Review*. “Creative Industries Journal”, t. 1, nr 2.
- Green Paper. Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries*, European Commission, COM(2010)183, Brussels, 2010.

- Investing in Creative Industries, a Guide for Local Authorities*, Department for Culture, Media and Sport, Local Government Association, London, 2009.
- Karlsson C., Johansson B., 2008, *Knowledge, Creativity and Regional Development*. The Royal Institute of Technology. Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (CESIS), Electronic Working Paper Series, Paper, nr 148.
- Karlsson C., Johansson B., 2006, *Regional Development and Knowledge*. The Royal Institute of Technology, Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (CESIS), Electronic Working Paper Series, Paper, nr 76.
- Klasik A., 2011, *The Culture Sector and Creative Industries as a New Foundation of Development of Large Cities and Urban Agglomerations*, [w:] *The Cities and Agglomerations Development Based on the Culture Sector and Creative Industries*, A. Klasik (red.). Studia Regionalia KPZK PAN, t. 30, Warszawa.
- Landry C., Bianchini F., 1998, *The Creative City*. Demos, London.
- Malikowski M., Pokrzywa M., 2010, *Ruchliwość przestrzenna a tożsamość terytorialna na przykładzie wybranych kategorii mieszkańców województwa podkarpackiego*, [w:] *Tożsamość terytorialna w różnych skalach przestrzennych*, Z. Rykiel (red.). Wyd. Uniw. Rzeszowskiego, Rzeszów.
- Markowski T., 2008, *Teoretyczne podstawy rozwoju lokalnego i regionalnego*, [w:] *Gospodarka regionalna i lokalna*, Z. Strzelecki (red.). Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Mellander C., Florida R., 2012, *The Rise of Skills. Human Capital, the Creative Class and Regional Development*. The Royal Institute of Technology. Centre of Excellence for Science and Innovation Studies (CESIS), Electronic Working Paper Series, nr 266.
- Miranda C., Adib A., 2007, *Sustainable Development and the Territorial Approach: Identities and Typologies*. Comuniica, Inter-American Institute for Co-operation on Agriculture, May-August, Third Year.
- Norrman K. (red.), 2006, *Culture, the Heart of Knowledge – Based Economy. The Strategic Use of Culture in European Project*. European Cultural Parliament – Lisbon Agenda Research Group, The Bank of Sweden Tercentenary Foundation, Tuscany
- Oort F., Raspe O., 2007, *Urban Heterogeneity in Knowledge – Related Economic Growth*, [w:] *Knowledge Externalities, Innovation Clusters and Regional Development*, J. Surinach, R. Moreno, E. Vaya. (red.). Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Our Creative Potential. Paper on Culture and Economy*, Ministry of Economic Affairs, Ministry of Education, Culture and Science, Hague, 2005.
- Sepulveda S., Edwards R., 1995, *Sustainable Regional Development Methodologies for Microregional Diagnostics. Literature Review*. Inter – American Institute for Co-operation on Agriculture, San Jose.
- Staying Ahead: the Economic Performance of the UK's Creative Industries*, Department for Culture, Media and Sport, The Work Foundation, Lancaster University, London, 2007.
- Stimson R., Stough R., Roberts B., 2006, *Regional Economic Development. Analysis and Planning Strategy*. Springer, Heidelberg.