

Magdalena PICHLAK
Politechnika Śląska
Wydział Organizacji i Zarządzania
Instytut Ekonomii i Informatyki

BRANŻE TWÓRCZE JAKO KLUCZOWY STYMULATOR ROZWOJU GOSPODARCZEGO

Streszczenie. W artykule scharakteryzowano istotę i znaczenie branż twórczych jako kluczowego stymulatora współczesnego rozwoju gospodarczego. Na podstawie przeglądu literatury nakreślono specyfikę funkcjonowania tych branż. Uwypuklono wielopłaszczyznowe podejście do ich definiowania. Dokonany szeroki przegląd, podejmowanych na forum Unii Europejskiej, inicjatyw wspólnotowych prowadzi do stwierdzenia, że branże twórcze mają decydujące znaczenie dla inteligentnego i zrównoważonego rozwoju gospodarczego promowanego we współczesnej Europie. Podjęta w niniejszym artykule próba uchwycenia specyfiki funkcjonowania branż twórczych w kontekście twórczego talentu wykwalifikowanego kapitału ludzkiego oraz powstawania klastrów twórczych może stanowić punkt wyjścia do bardziej wyczerpującej analizy specyficznych uwarunkowań rozwoju gospodarczego, w szczególności w skali regionalnej.

CREATIVE INDUSTRIES AS A KEY DRIVER IN FOSTERING ECONOMIC DEVELOPMENT

Summary. The paper describes the role of Creative Industries as a key driver in fostering contemporary economic development. Based on a broad literature review distinctive features of such industries were identified. Moreover, related to the debate on the conceptualization of Creative Industries different operational definitions were formalized. A broad overview of the EU Community initiatives leads to the conclusion that the Creative Industries constitute a key driver in stimulating smart and sustainable economic development in Europe. The identification of the essential processes of Creative Industries in the context of individuals' creative talent and the emergence of creative clusters would constitute a starting point for a more comprehensive analysis of the potentially determinants of contemporary economic development, especially at the regional level.

1. Wprowadzenie

XXI wiek to okres głębokich przemian zarówno społecznych, jak i (co ważniejsze) gospodarczych. W drugiej połowie XX wieku dominował nacisk na gospodarkę opartą na wiedzy, co samo w sobie stanowiło odejście od kapitałochłonnej lub pracochłonnej działalności produkcyjnej, dzięki której można było wygenerować oszczędności skali i wzrost wydajności¹. Koniec XX wieku przyniósł postęp przede wszystkim w dziedzinie nowych technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) i w efekcie radykalne zmiany zarówno potrzeb konsumentów, jak i możliwości produkcyjnych – priorytetem stało się równoważenie działalności przemysłowej z działalnością związaną z generowaniem nowej wiedzy oraz tworzeniem platform technologicznych². W XXI wieku zwrócono z kolei uwagę na odmienne rozumienie wartości produktów (usług) dla konsumentów, podkreślając ich estetyczne, wizualne i kreatywne (twórcze) treści³.

Przejęcie od gospodarki opartej na wiedzy do gospodarki kreatywnej (gospodarki twórczej – *The Creative Economy*)⁴ – nie oznacza pełnej zastępowalności, ale raczej fakt, że odrębne (i często komplementarne) elementy obu gospodarek mogą stanowić siłę napędową rozwoju gospodarczego. Znaczenie wiedzy i kompetencji technologicznych połączono z naciskiem na talent i kreatywność (twórczość), a tym samym na wychwytywanie nowych, twórczych form tworzenia wiedzy⁵. *We współczesnym świecie pojawia się nowy paradygmat rozwoju gospodarki łączący ekonomię i kulturę poprzez integrację gospodarczych, kulturowych, technologicznych i społecznych aspektów rozwoju zarówno na poziomie makroekonomicznym, jak i w skali mikro. Nowy paradygmat opiera się na założeniu, że kreatywność, wiedza i dostępność informacji stanowią istotną siłę napędową wzrostu gospodarczego, który wspiera rozwój we współczesnym, zglobalizowanym świecie*⁶.

¹ Chapain C., De Propriis L.: Drivers and Processes of Creative Industries in Cities and Regions. "Creative Industries Journal", Vol. 2(1), 2009, p. 9-18.

² Cooke P., De Propriis L.: A Policy Agenda for EU Smart Growth: The Role of Creative and Cultural Industries. "Policy Studies", Vol. 32(4), 2011, p. 365-375.

³ Scott A. J.: The Cultural Economy of Cities. Sage Publication, London 2000.

⁴ Fanea-Ivanovici M.: Urban Revitalisation in the Creative Economy and the Development of the Creative Society. "Theoretical and Applied Economics", Vol. 10(587), 2013, p. 65-70.

⁵ Chapain C., De Propriis L.: op.cit.

⁶ UNCTAD: Creative Economy Report. The United Nations Conference on Trade and Development 2008.

2. Specyfika funkcjonowania branż twórczych

Przemiany w XXI wieku polegają głównie na transformacji gospodarki opartej na wiedzy w gospodarkę kreatywną (gospodarkę twórczą). Proces ten wiąże się przede wszystkim z pojawieniem się nowych branż (branż twórczych), których specyfika obejmuje zarówno wiedzę i kompetencje technologiczne, jak i działalność twórczą⁷. Definiowanie branż twórczych wciąż wywołuje wiele niejasności. Najbardziej zauważalny jest płynny charakter stosowania terminów „branże kulturowe” i „branże twórcze”. W wielu opracowaniach naukowych, raportach i dokumentach strategicznych terminy te są często stosowane razem jako „branże kulturowe i twórcze” lub zamiennie.

Sformułowanie „branże twórcze” użyto po raz pierwszy w Australii, w celu określenia płaszczyzny styczności handlowej działalności kulturowej i rozwijających się nowych mediów stymulowanych zmianami technologicznymi⁸. Zgodnie z definicją Organizacji Narodów Zjednoczonych ds. Oświaty, Nauki i Kultury (UNESCO) branże twórcze obejmują działalność twórczą (tworzenie i komercjalizację twórczych treści) oraz działalność kulturową mającą z założenia charakter niematerialny⁹. Podobne szerokie ujęcie branż twórczych prezentuje ekonomista R. Caves¹⁰, zdaniem którego stanowią one branże, których produkty (usługi) są przejawem kreatywności (twórczości) i artystycznych zdolności jednostek oraz socjolog P. Hirsch¹¹, który określa je jako branże wytwarzające produkty (usługi) niosące większe wartości symboliczne niż wartości materialne.

Debata na temat konceptualizacji działalności kulturowej i twórczej, podjęta w ramach Konferencji Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju (UNCTAD), doprowadziła do odróżnienia branż uzyskujących wartość z rozpowszechniania twórczych treści w ujęciu globalnym od branż związanych z kulturą i osadzonych w kontekście lokalnym (ujęcie regionalne)¹². Podejście UNCTAD stało się punktem odniesienia do opracowania strategii dla obszarów rozwijających się, gdzie twórcze zasoby są często osadzone w kulturze lokalnej, a nie w globalnie postrzeganych procesach produkcyjnych¹³.

⁷ Cooke P., De Propriis L.: op.cit.

⁸ Cunningham S.: From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications. “Culturelink”, Special Issue, 2001, p. 19-32; Foord J.: Strategies for Creative Industries: An International Review. “Creative Industries Journal”, Vol. 1(2), 2008, p. 91-113.

⁹ Huang Y.: An Exploratory Study of the Competitive Strategy of Cultural and Creative Industries in Taiwan. “European Journal of Social Sciences”, Vol. 20(3), 2011, p. 391-400.

¹⁰ Caves R.: Creative Industries. Harvard University Press, Cambridge, MA 2000.

¹¹ Hirsch P.: Cultural Industries Revisited. “Organizational Science”, Vol. 11(3), 2000, p. 356-361.

¹² UNCTAD: Creative Industries and Development. The United Nations Conference on Trade and Development 2004.

¹³ Foord J.: op.cit.

Definicją branż twórczych najczęściej przywoływaną w literaturze jest definicja podkreślająca gospodarczy wkład handlowej produkcji kulturowej oraz działalności rekreacyjnej i rozrywkowej, sformułowana przez Brytyjski Departament ds. Kultury, Mediów i Sportu (DCMS). Zgodnie z nią branże twórcze stanowią *branże mające swoje źródło w indywidualnej kreatywności, umiejętnościach i talencie, mające potencjał do tworzenia bogactwa i miejsc pracy, poprzez wytwarzanie i wykorzystywanie własności intelektualnej*¹⁴. Obejmują one: reklamę, architekturę, rynki sztuki i antyków, rzemiosło (rękodzieło), projektowanie, projektowanie mody, tworzenie filmów i muzyki, działalność wydawniczą i poligraficzną, oprogramowanie i usługi komputerowe, gry komputerowe oraz programy radiowe i telewizyjne¹⁵. Lista trzynastu wymienionych działań podkreśla szeroki zasięg branż twórczych, stając się punktem odniesienia zarówno do międzynarodowej identyfikacji tych branż, jak i do tworzenia definicji na poziomie regionalnym.

Włączając się w prowadzoną debatę na temat działalności kulturowej i twórczej Komisja Europejska zaproponowała, aby branże twórcze były postrzegane jako podzbiór branż kulturowych uwzględniających dziedzictwo kulturowe Europy¹⁶. Takie ujęcie branż twórczych pojawia się w wielu unijnych dokumentach strategicznych identyfikujących zarówno rolę branż twórczych w zurbanizowanych gospodarkach, jak i w obszarach wiejskich oraz w miastach, stanowiących kolebki dziedzictwa kulturowego.

Po pierwsze, unikalność funkcjonowania branż twórczych wynika ze specyfiki generowanych i wdrażanych przez organizacje działające w tych branżach produktów (usług). Są one z reguły wysoce zindywidualizowane i projektowane indywidualnie dla danej grupy klientów (grafika, architektura, sztuki teatralne)¹⁷. Owe, charakterystyczne dla branż twórczych, produkty mogą być postrzegane jako innowacje związane ze zmianami natury estetycznej¹⁸, ponieważ ich wygląd różni się od wszelkich innych produktów wytwarzanych przez tego samego twórcę. Jakkolwiek, z punktu widzenia projektanta, architekta lub artysty produkty te nie muszą stanowić radykalnie nowych rozwiązań – wynikają po prostu z samego charakteru prowadzonej działalności twórczej.

Po drugie, w przeciwieństwie do wielu innych sektorów gospodarczych, głównym efektem działalności branż twórczych jest własność intelektualna, a nie dobra materialne lub

¹⁴ Department for Culture, Media and Sport (DCMS): Creative Industries Mapping Document. London 1998.

¹⁵ Granger R.C., Hamilton C.: Re-Spatializing the Creative Industries: A Relational Examination of Underground Scenes, and Professional and Organizational Lock-In. "Creative Industries Journal", Vol. 3(1), 2010, p. 47-60.

¹⁶ European Commission: The Future of the Creative Industries – Implications for Research and Policy. Brussels 2005.

¹⁷ Müller K., Rammer Ch., Trüby J.: The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11(2), 2009, p. 148-168.

¹⁸ Ibidem.

bezpośrednio konsumowane usługi¹⁹. Branże twórcze generują produkty i usługi zorientowane na kreowanie uczuć estetycznych i satysfakcji, a nie na stymulowanie korzyści materialnych²⁰. Nie oznacza to, że nie są one zaangażowane w proces tworzenia wartości – ich funkcjonowanie w dużej mierze wynika z generowania, przyjmowania (adaptacji) i wdrażania nowości – prowadzona w ramach tych branż działalność twórcza sama w sobie jest źródłem innowacji, mających nową wartość²¹.

Po trzecie, popytu na innowacyjne i twórcze produkty nie można przewidzieć²², co więcej jest on często dostosowany do konkretnych wymagań i preferencji poszczególnych użytkowników i prawdopodobnie rośnie wraz z rosnącym poziomem dochodu *per capita*²³. Wydaje się, że w pewnym sensie efektywność funkcjonowania branż twórczych jest określona nie tylko przez artystyczną zawartość generowanych produktów (usług, ujęcie podażowe)²⁴, ale także przez strukturę konsumpcji (ujęcie popytowe), napędzaną przez indywidualnych użytkowników, którzy wymagają niepowtarzalności produktów (usług) w zamian za deklarowaną gotowość do ponoszenia ryzyka²⁵.

Po czwarte, twórcze produkty mogą przyjmować nieskończenie różnorodne formy, a wytworzenie niektórych z nich wymaga zróżnicowanego zestawu umiejętności. Specyfika funkcjonowania branż twórczych pozwala na generowanie produktów czysto artystycznych (filmów niezależnych) oraz produkcji bardziej popularnych, przynoszących wyższe zyski (rynek filmów hollywoodzkich). Jednak to działalność twórcza jest nieodłącznym atrybutem procesów generowania, przyjmowania (adaptacji) i wdrażania innowacji wyróżniających się emocjonalną, estetyczną i artystyczną zawartością²⁶ oraz zdolnością do symbolicznego tworzenia wartości²⁷.

¹⁹ Department for Culture, Media and Sport (DCMS): op.cit.

²⁰ Scott A.J.: op.cit.

²¹ Potts J.: Creative Industries & Innovation Policy. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11(2), 2009, p. 138-147.

²² Caves R.: op.cit.

²³ Müller K., Rammer Ch., Trüby J.: The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11(2), 2009, p. 148-168.

²⁴ Berzins G.: Strategic Management in Creative Industry Organizations: Specifics in Strategic Decision Making. "Organizacijų Vadyba: Sisteminių Tyrimai", Vol. 62, 2012, p. 7-23.

²⁵ Bakhshi H., McVittie E.: Creative Supply-Chain Linkages and Innovation: Do the Creative Industries Stimulate Business Innovation in the Wider Economy? "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11, 2009, p. 169-189.

²⁶ Berzins G.: op.cit.

²⁷ Tran Y.: Generating Stylistic Innovation: A Process Perspective. "Industry & Innovation", Vol. 17(2), 2010, p. 131-161.

3. Znaczenie branż twórczych dla długookresowych perspektyw rozwoju gospodarczego

Debatę na temat roli i znaczenia branż twórczych w stymulowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego zapoczątkowano w Wielkiej Brytanii²⁸ i w Stanach Zjednoczonych²⁹. Zazwyczaj bazuje ona na dwóch komplementarnych podejściach: jedno skupia się na twórczym talencie wykwalifikowanego kapitału ludzkiego (tzw. twórczych trajektoriach jednostko-wych), drugie opiera się na specyfice funkcjonowania tzw. klastrów twórczych.

Twórcze trajektorie jednostkowe (w odniesieniu do utalentowanej i wykwalifikowanej siły roboczej) wiążą się z pojęciem tzw. klasy twórczej (*the Creative Class*), wprowadzonym do literatury z zakresu nauk o zarządzaniu przez amerykańskiego ekonomistę R. Floridę³⁰. Pojęcie to odnosi się do jednostek (i to zarówno bardzo kreatywnych profesjonalistów, jak i artystów czy członków bohemy), których działalność polega na tworzeniu znaczących nowych form zaburzających istniejące wzorce myślenia³¹. Klasa twórcza wyróżnia się prowadzoną działalnością twórczą m.in. w obszarach nauki, inżynierii, edukacji, nowych technologii ICT, sztuki, projektowania czy nowych mediów. Co więcej, zakłada się, że obecność kreatywnych i utalentowanych profesjonalistów niejako automatycznie wyzwała powstawanie twórczych i innowacyjnych treści³².

Przyciągnięcie klasy twórczej jest czynnikiem decydującym o innowacyjności, a w efekcie o rozwoju gospodarki w skali regionalnej. W literaturze z zakresu nauk o zarządzaniu stwierdza się powszechnie, że klasa twórcza ma tendencję do faworyzowania ośrodków miejskich, bowiem to właśnie aglomeracje miejskie są w stanie przyciągnąć bardzo utalentowanych, wykształconych i wykwalifikowanych pracowników oferując im m.in. wyższą jakość życia oraz lepsze zaplecze infrastrukturalne, niezbędne do prowadzenia działalności innowacyjnej³³. W tym kontekście kluczowego znaczenia nabierają takie atrybuty dużych ośrodków miejskich, jak: otwartość, tolerancja i różnorodność (istnienie zróżnicowanej społeczności, która wciela w życie etos *żyj i pozwól żyć innym*) oraz międzynarodowość³⁴. Klasa twórcza jest także bardziej mobilna w zakresie wyboru miejsca życia i pracy – koncepcja klasy twórczej tłumaczy dlaczego młodzi ludzie przenoszą się do atrakcyjnych miast uniwersyteckich w celu kontynuowania edukacji. Dzięki instytucjom

²⁸ Department for Culture, Media and Sport (DCMS): op.cit.

²⁹ Florida R.: *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, New York 2002.

³⁰ Ibidem.

³¹ Ibidem.

³² Mossig I.: *Regional Employment Growth in the Cultural and Creative Industries in Germany 2003-2008*. "European Planning Studies", Vol. 19(6), 2011, p. 967-990.

³³ Chapain C., De Propriis L.: op.cit.

³⁴ Mossig I.: op.cit.

szkolnictwa wyższego mogą potencjalnie stać się członkami klasy twórczej i rozproszyć później do regionów bardziej peryferyjnych.

Chociaż innowacyjność jest z pewnością efektem działań utalentowanych jednostek, w literaturze z zakresu nauk o zarządzaniu stwierdza się ogólnie, że jest ona stymulowana istnieniem sieci społecznych (osób lub organizacji), które działają jako punkty akumulacyjne w kontekście gromadzenia wiedzy³⁵. Stąd też, drugim istotnym mechanizmem, przez który branże twórcze mogą stymulować rozwój gospodarczy jest tworzenie tzw. twórczych klastrów (*the Creative Clusters*).

Podkreślana przez wielu badaczy specyfika funkcjonowania branż twórczych sprawia, że mają one tendencję do tworzenia twórczych klastrów, czyli miejsc, które łączą: (1) wspólnotę utalentowanych i twórczych jednostek (których pomysły i talenty wzajemnie się przenikają), (2) otoczenie oferujące różnorodność, wolność i tolerancję oraz (3) efektywną, otwartą i stale zmieniającą się sieć stosunków społecznych³⁶. Zdefiniowane przez Brytyjski Departament ds. Kultury, Mediów i Sportu (DCMS) klastry twórcze obejmują grupy konkurujących i współpracujących organizacji stymulujących zapotrzebowanie na twórczą pracę w specyficznych kategoriach czasu i przestrzeni³⁷. Klastry twórcze bazują na istnieniu istotnych charakterystycznych zasobów stanowiących symboliczny kapitał danych miejsc, uznanych za wartościowe przez poszczególnych odbiorców oraz przez społeczność lokalną³⁸.

W odróżnieniu od klastrów produkcyjnych, klastry twórcze wydają się być przyciągane przez obszary zurbanizowane, w szczególności stolice państw lub duże aglomeracje miejskie. Duże ośrodki miejskie ułatwiają stworzenie infrastruktury instytucjonalnej³⁹ oraz masy krytycznej wykwalifikowanej siły roboczej⁴⁰, aktywują zewnętrzne kanały informacyjne⁴¹ i stymulują występowanie pozytywnych efektów zewnętrznych, związanych z rozprzestrzenianiem się wiedzy (*the Knowledge Spillovers Effects*)⁴².

Na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych L. De Propriis, C. Chapain, P. Cooke, S. MacNeill i J. Mateos-Garcia⁴³ stwierdzili, że klastry twórcze bazują na powiązaniach opartych na technologicznej bliskości i komplementarności prowadzonej przez

³⁵ Chapain C., De Propriis L.: op.cit.

³⁶ Ibidem; Davis Ch., Creutzberg T., Arthurs D.: Applying an Innovation Cluster Framework to a Creative Industry: The Case of Screen-Based Media in Ontario. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11, 2009, p. 201-214; Gwee J.: Innovation and the Creative Industries Cluster: A Case Study of Singapore's Creative Industries. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11, 2009, p. 240-252.

³⁷ Department for Culture, Media and Sport (DCMS): op.cit.

³⁸ Lazzarretti L.: The Cultural Districtualisation Model, [in:] Cooke P., Lazzarretti L. (eds.): Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Edward Elgar, Cheltenham 2008.

³⁹ Chapain C., De Propriis L.: op.cit.

⁴⁰ Gwee J.: op.cit.

⁴¹ Cooke P., De Propriis L.: op.cit.

⁴² Davis Ch., Creutzberg T., Arthurs D.: op.cit.

⁴³ De Propriis L., Chapain C., Cooke P., MacNeill S., Mateos-Garcia J.: The Geography of Creativity. NESTA Publication, London 2009.

organizacje działalności twórczej. Technologiczna bliskość stymuluje dynamiczne procesy tworzenia nowej wiedzy (nauka i innowacje) oraz sprzyja szybszemu i bardziej efektywnemu transferowi tej wiedzy (dyfuzja i synergia). Komplementarność prowadzonej przez organizacje działalności twórczej wyzwała procesy uczenia się w ramach całej społeczności klastra i to zarówno w obszarze prowadzenia wspólnej działalności badawczo-rozwojowej, jak i podejmowania działań „miękkich”, takich jak projektowanie.

Jednak klastry twórcze rozwijają się w ośrodkach charakteryzujących się nie tyle specjalizacją, ile dywersyfikacją prowadzonej przez organizacje działalności twórczej⁴⁴. Tak zwana gospodarka zurbanizowana sprzyjająca powstawaniu klastrów (określana w literaturze jako „gospodarka jakobiańska”) zapewnia korzyści poszczególnym uczestnikom klastra w drodze krzyżowania się pomysłów, nowych koncepcji i idei pomiędzy granicami branż⁴⁵. Tak rozumiana różnorodność sprzyja nietypowym i nieoczekiwanym zastosowaniom nowych technologii i wiedzy (w innych branżach) stając się często źródłem innowacji w tych branżach. Zdaniem niektórych badaczy to właśnie różnorodność prowadzonej działalności twórczej, a nie jej specjalizacja, stymuluje rozwój gospodarczy⁴⁶.

Pozytywne efekty rozprzestrzeniania się wiedzy zależą również od powiązań poszczególnych branż w całym łańcuchu tworzenia wartości⁴⁷, czyli od tzw. powiązanej różnorodności (*Related Variety*)⁴⁸. Argument „powiązanej różnorodności” wyjaśnia dlaczego niektóre branże twórcze, takie jak: reklama, tworzenie filmów i muzyki, oprogramowanie i usługi komputerowe, gry komputerowe oraz programy radiowe i telewizyjne mają tendencję do tworzenia twórczych klastrów – wszystkie opierają się bowiem na tej samej platformie technologicznej – technologii cyfrowej. Jednak jednym z głównych źródeł działalności twórczej jest krzyżowanie się pomysłów, koncepcji i idei pomiędzy granicami branż. Teoria „powiązanej różnorodności” odzwierciedla zatem zarówno najbardziej podstawowe więzi, pojawiające się pomiędzy organizacjami w całym łańcuchu tworzenia wartości, jak i nieprzewidziane relacje i współzależności stymulujące efektywne podejmowanie działań twórczych.

⁴⁴ Chapain C., De Propriis L.: op.cit.

⁴⁵ Lorenzen M., Frederiksen L.: Why do Cultural Industries Cluster? Localization, Urbanization, Products and Projects, [in:] Cooke P., Lazzarotti L. (eds.): Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Edward Elgar, Cheltenham 2008.

⁴⁶ Audretsch D.B., Feldman M.P.: R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production. “American Economic Review”, Vol. 86, 1996, p. 630-640.

⁴⁷ Kruczek M.: Process Approach in Supply Chain Structure Analysis. “Organizacja i Zarządzanie”, nr 4, 2009, s. 89-102.

⁴⁸ Cooke P.: To Construct Regional Advantage from Innovation Systems First Build Policy Platforms. “European Planning Studies”, Vol. 15(2), 2007, p. 179-194.

4. Działania Unii Europejskiej na rzecz stymulowania rozwoju branż twórczych

Potwierdzeniem roli i znaczenia działalności twórczej dla stymulowania zrównoważonego i endogenicznego rozwoju społeczno-gospodarczego współczesnej Europy jest przyjęcie przez Unię Europejską *promowania kultury jako katalizatora kreatywności w ramach Strategii Lizbońskiej*⁴⁹. Na forum wspólnotowym stwierdzono, że branże twórcze wnoszą wieloaspektowy wkład w umacnianie konkurencyjności Europy na świecie⁵⁰. Branże twórcze generują około 3% wzrostu PKB w całej Unii Europejskiej (więcej niż przemysł chemiczny – 2,3% i spożywczy – 1,9%) i zatrudniają około 6 milionów pracowników⁵¹. Niestety ze względu na brak statystyk krajowych nie jest możliwe zaprezentowanie analogicznych danych dla gospodarki polskiej.

Specyfika funkcjonowania branż twórczych stanowi kluczowy punkt odniesienia do wielu raportów i dokumentów strategicznych Unii Europejskiej w zakresie promowania inteligentnego i zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego. Branże twórcze zostały uwzględnione zarówno w nowej strategii Unii Europejskiej „Europa 2020” (strategii zgodnej z celami wyznaczonymi przez Agendę Lizbońską i stanowiącej odpowiedź UE na obecny kryzys gospodarczy)⁵², jak i w „Zielonej Księdze” Unii Europejskiej, w kontekście podejmowania działań zmierzających do *uwolnienia potencjału kultury i branż twórczych*⁵³.

Rosnące znaczenie branż twórczych ujęto również w planie działania Agendy Lizbońskiej, a wspomagające je środki finansowe uwzględniono w ramach unijnych Funduszy Strukturalnych⁵⁴. Jako, że polityka regionalna i strukturalna Unii Europejskiej jest głównym narzędziem realizacji Agendy Lizbońskiej, więc branże twórcze stanowią również kluczowy czynnik rozwoju regionalnego, co podkreślono w szóstym sprawozdaniu na temat spójności opublikowanym przez Dyрекcję Generalną ds. Polityki Regionalnej i Miejskiej⁵⁵. W kolejnych dokumentach stwierdzono także, że branże twórcze stanowią siłę napędową społeczeństwa informacyjnego opartego na wiedzy oraz kluczowe źródło przewagi

⁴⁹ European Commission: First-ever European Strategy for Culture: Contributing to Economic Growth and Intercultural Understanding. Brussels 2007.

⁵⁰ European Council: Council Conclusions on the Contribution of the Cultural and Creative Sectors to the Achievement of the Lisbon Objectives. Brussels 2007.

⁵¹ Cooke P., De Propris L.: op.cit.

⁵² European Commission: EUROPE 2020: A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth. Brussels 2010.

⁵³ European Commission: Green Paper: Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries. Brussels 2010.

⁵⁴ European Council: op.cit.

⁵⁵ European Commission: Sixth Progress Report on Economic and Social Cohesion. Brussels 2009.

komparatywnej, którego nie można odtworzyć w innych, nawet wysoko technologicznych branżach⁵⁶.

Biorąc pod uwagę przytoczone powyżej raporty i dokumenty strategiczne, realizowana na forum Unii Europejskiej polityka innowacyjna powinna uwzględniać rosnący udział branż twórczych w stymulowaniu rozwoju gospodarczego współczesnej Europy. Po pierwsze, prowadzona w ramach branż twórczych działalność twórcza wzmacnia „pchanie” wielu nieoczekiwanych innowacji do działalności produkcyjnej i usługowej. Po drugie, branże twórcze (jako punkt odniesienia dla kreatywności) pobudzają i wspierają innowacyjność regionów zurbanizowanych przez tworzenie masy krytycznej klasy twórczej oraz powstawanie klastrów twórczych. Po trzecie, branże twórcze są również silnie zakorzenione lokalnie, stąd też mogą stymulować zrównoważony i inteligentny rozwój także obszarów wiejskich, w drodze wykorzystania sztuki, dziedzictwa kulturowego i tradycji lokalnej⁵⁷.

5. Podsumowanie

Rosnąca intensywność zmian, rosnący odsetek pracowników intelektualnych i twórczych oraz rosnące oczekiwania konsumentów w zakresie innowacyjnych i unikalnych produktów wzmacniają znaczenie branż twórczych, jako kluczowego stymulatora współczesnego rozwoju gospodarczego. Specyfika funkcjonowania branż twórczych wiąże ze sobą zarówno działalność twórczą opartą na wiedzy, jak i innowacyjne rozwiązania technologiczne wynikające z rozwoju technologii cyfrowych. Branże twórcze charakteryzują się przejrzystą dynamiką przestrzenną, wzmocnioną przez istnienie platform technologicznych, takich jak: technologie cyfrowe czy czyste technologie. Owe platformy technologiczne są kluczowe dla rozwoju gospodarczego, ponieważ wspierają podejmowanie działalności twórczej przez organizacje funkcjonujące w różnych branżach i współdziałające w dynamicznym procesie generowania, przyjmowania (adaptacji) i wdrażania innowacji.

Dokonany w niniejszym artykule szeroki przegląd podejmowanych na forum Unii Europejskiej inicjatyw wspólnotowych prowadzi do stwierdzenia, że branże twórcze mają decydujące znaczenie dla promowania inteligentnego i zrównoważonego rozwoju współczesnej Europy – rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu oraz bazującego na generowaniu nowej wiedzy i „twórczych” innowacji w coraz bardziej zglobalizowanym świecie.

⁵⁶ Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny (KES): Promowanie sektora kultury i sektora kreatywnego na rzecz wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia w UE. Bruksela 2013.

⁵⁷ White P.: Creative Industries in a Rural Region: The Creative Sector in the Western Region of Ireland. „Creative Industries Journal”, Vol. 3(1), 2010, p. 79-88.

Dynamika podejmowania działalności twórczej inicjowana i podtrzymywana w ramach funkcjonowania Unii Europejskiej powinna opierać się na sprzyjających inicjatywach politycznych, zarówno w skali regionalnej, jak i międzynarodowej. Wydaje się zatem, że zamysł Unii Europejskiej zmierzający do urzeczywistnienia koncepcji Inteligentnej Europy powinien bazować przede wszystkim na potencjale branż twórczych, czyli branż cechujących się wysokim zaawansowaniem technologicznym oraz twórczą pracą utalentowanych, wykształconych i wykwalifikowanych pracowników branż osadzonych w lokalnych klastrach, szczególnie skoncentrowanych na terenach zurbanizowanych. Nie można zapomnieć, że branże twórcze są również mocno powiązane z kulturą, historią, dziedzictwem i tożsamością danego regionu, stąd też – przez swoje zakorzenienie lokalne – mogą rozwijać się zarówno w wielkich aglomeracjach miejskich, jak i na obszarach peryferyjnych. Stworzenie i realizacja strategii wykorzystującej potencjał branż twórczych powinny pobudzić rozwój gospodarczy zapewniając krajom Unii Europejskiej wyższy poziom konkurencyjności zarówno w skali regionalnej, jak i globalnej.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że rozważania teoretyczne zawarte w niniejszym artykule nie są wyczerpujące, dają jednakże istotne podstawy do podjęcia szerszej dyskusji naukowej na temat roli i znaczenia branż twórczych w stymulowaniu innowacyjności i konkurencyjności współczesnych gospodarek. Mogą również stanowić punkt wyjścia do przeprowadzenia przyszłych badań empirycznych w tym zakresie.

Bibliografia

1. Audretsch D.B., Feldman M.P.: R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production. "American Economic Review", Vol. 86, 1996, p. 630-640.
2. Bakhshi H., McVittie E.: Creative Supply-Chain Linkages and Innovation: Do the Creative Industries Stimulate Business Innovation in the Wider Economy? "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11, 2009, p. 169-189.
3. Berzins G.: Strategic Management in Creative Industry Organizations: Specifics in Strategic Decision Making. "Organizacijų Vadyba: Sisteminių Tyrimai", Vol. 62, 2012, p. 7-23.
4. Caves R.: Creative Industries. Harvard University Press, Cambridge, MA 2000.
5. Chapain C., De Propriis L.: Drivers and Processes of Creative Industries in Cities and Regions. "Creative Industries Journal", Vol. 2(1), 2009, p. 9-18.
6. Cooke P.: To Construct Regional Advantage from Innovation Systems First Build Policy Platforms. "European Planning Studies", Vol. 15(2), 2007, p. 179-194.

7. Cooke P., De Propris L.: A Policy Agenda for EU Smart Growth: The Role of Creative and Cultural Industries. "Policy Studies", Vol. 32(4), 2011, p. 365-375.
8. Cunningham S.: From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications. "Culturelink", Special Issue, 2001, p. 19-32.
9. Davis Ch., Creutzberg T., Arthurs D.: Applying an Innovation Cluster Framework to a Creative Industry: The Case of Screen-Based Media in Ontario. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11, 2009, p. 201-214.
10. De Propris L., Chapain C., Cooke P., MacNeill S., Mateos-Garcia J.: The Geography of Creativity. NESTA Publication, London 2009.
11. Department for Culture, Media and Sport (DCMS): Creative Industries Mapping Document. London 1998.
12. European Commission: The Future of the Creative Industries – Implications for Research and Policy. Brussels 2005.
13. European Commission: First-ever European Strategy for Culture: Contributing to Economic Growth and Intercultural Understanding. Brussels 2007.
14. European Commission: Sixth Progress Report on Economic and Social Cohesion. Brussels 2009.
15. European Commission: EUROPE 2020: A Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth. Brussels 2010.
16. European Commission: Green Paper: Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries. Brussels 2010.
17. European Council: Council Conclusions on the Contribution of the Cultural and Creative Sectors to the Achievement of the Lisbon Objectives. Brussels 2007.
18. Europejski Komitet Ekonomiczno-Społeczny (KES): Promowanie sektora kultury i sektora kreatywnego na rzecz wzrostu gospodarczego i wzrostu zatrudnienia w UE. Bruksela 2013.
19. Fanea-Ivanovici M.: Urban Revitalisation in the Creative Economy and the Development of the Creative Society. "Theoretical and Applied Economics", Vol. 10(587), 2013, p. 65-70.
20. Florida R.: The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Basic Books, New York 2002.
21. Foord J.: Strategies for Creative Industries: An International Review. "Creative Industries Journal", Vol. 1(2), 2008, p. 91-113.
22. Granger R.C., Hamilton C.: Re-Spatializing the Creative Industries: A Relational Examination of Underground Scenes, and Professional and Organizational Lock-In. "Creative Industries Journal", Vol. 3(1), 2010, p. 47-60.

23. Gwee J.: Innovation and the Creative Industries Cluster: A Case Study of Singapore's Creative Industries. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11, 2009, p. 240-252.
24. Hirsch P.: Cultural Industries Revisited. "Organizational Science", Vol. 11(3), 2000, p. 356-361.
25. Huang Y.: An Exploratory Study of the Competitive Strategy of Cultural and Creative Industries in Taiwan. "European Journal of Social Sciences", Vol. 20(3), 2011, p. 391-400.
26. Kruczek M.: Process Approach in Supply Chain Structure Analysis. "Organizacja i Zarządzanie", nr 4, 2009, p. 89-102.
27. Lazzeretti L.: The Cultural Districtualisation Model, [in:] Cooke P., Lazzeretti L. (eds.): Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Edward Elgar, Cheltenham 2008.
28. Lorenzen M., Frederiksen L.: Why do Cultural Industries Cluster? Localization, Urbanization, Products and Projects, [in:] Cooke P., Lazzeretti L. (eds.): Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development. Edward Elgar, Cheltenham 2008.
29. Mossig I.: Regional Employment Growth in the Cultural and Creative Industries in Germany 2003-2008. "European Planning Studies", Vol. 19(6), 2011, p. 967-990.
30. Müller K., Rammer Ch., Trüby J.: The Role of Creative Industries in Industrial Innovation. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11(2), 2009, p. 148-168.
31. Potts J.: Creative Industries & Innovation Policy. "Innovation: Management, Policy & Practice", Vol. 11(2), 2009, p. 138-147.
32. Scott A.J.: The Cultural Economy of Cities. Sage Publication, London 2000.
33. Stoneman P.: An Introduction to the Definition and Measurement of Soft Innovation. NESTA Publication, London 2007.
34. Tran Y.: Generating Stylistic Innovation: A Process Perspective. "Industry & Innovation", Vol. 17(2), 2010, p. 131-161.
35. UNCTAD: Creative Industries and Development. The United Nations Conference on Trade and Development 2004.
36. UNCTAD: Creative Economy Report. The United Nations Conference on Trade and Development 2008.
37. White P.: Creative Industries in a Rural Region: The Creative Sector in the Western Region of Ireland. "Creative Industries Journal", Vol. 3(1), 2010, p. 79-88.

Abstract

The Creative Industries has evolved into a central topic in the management literature over the past decade, drawing attention to activities which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have the potential for wealth creation through the generation and exploitation of intellectual property. The paper presented discusses the role of Creative Industries in stimulating sustainable and endogenous economic growth and promoting development in a globalized world. The role of creativity and innovation in fostering economic prosperity varies between two approaches: first one that focuses on individuals' creative talent (the creative class) drawing on Florida's work, and second one that considers systems of organizations, namely creative clusters. It is noted today that Creative Industries play a crucial role in stimulating EU innovation. The argument developed in the paper is that the European vision for smart economic growth requires a growth agenda that includes the innovation and creativity generated by its Creative Industries.