



You have downloaded a document from
RE-BUŚ
repository of the University of Silesia in Katowice

Title: Miejska kreatywność jako potencjalny czynnik rozwoju górnośląskiego obszaru metropolitalnego

Author: Robert Pyka

Citation style: Pyka Robert. (2018). Miejska kreatywność jako potencjalny czynnik rozwoju górnośląskiego obszaru metropolitalnego. "Górnośląskie Studia Socjologiczne" (2018, z. 2, s. 169-186).



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego



Robert Pyka

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Miejska kreatywność jako potencjalny czynnik rozwoju górnosśląskiego obszaru metropolitalnego*

Abstract: In a rapidly changing environment due to globalization, we are constantly looking for appropriate paths and strategies for cities and regions in accordance with affirmation of growth factors territorialisation.

As a result, we observe an inflation of development conceptions that seek to define the conditions for urban resilience resulting in sustainable development despite the unstable environment.

The author places his reflections in the context of Upper Silesia conurbation development challenges. He examines the current path of the region development and analyzes the role that the application of smart city and creative city concepts could play in this process.

He does not decide which paths should be chosen but rather suggests a reflection on the proportions between different bundles inside the development process.

He also highlights the limits of a smart city concept and shows to what extent those limits can be exceeded through the application of a creative city strategy.

Specific conditions offered by the Upper Silesian metropolitan area related to its economic and social diversity provide a significant opportunity for the development of creative economy that could determine the competitive advantage of this area in the coming decades.

Key words: creative city, smart city, metropolis, metropolitan area, creative economy, creative industries, conurbation of Upper Silesia, Silesia region.

* Artykuł był publikowany w wersji angielskiej, zatytułowanej *Urban creativity in the social perspective*, w roczniku „Studia Regionalia”, Vol. 51 (Warszawa, PAN 2017).

Wstęp

Dynamika procesów gospodarczych, przyspieszenie światowych przepływów, współzależność zjawisk w skali globalnej skutkują poczuciem płynności, zmienności, a tym samym i niestabilności, które swego czasu Ulrich Beck zawarł w koncepcji społeczeństwa ryzyka (Beck, 2012). Nieustannie zatem poszukuje się nowych ścieżek i modeli rozwoju, które w większości mają wymiar sterytorializowany i koncentrują się na regionie, a nade wszystko na mieście, naturalnym środowisku życia człowieka w XXI wieku, widzianym także jako podstawowa przestrzeń, w której generowany jest rozwój. Podejmowanym próbom zbudowania uniwersalnego modelu miasta prężnego (*resilience*), a więc odpornego na zmienność otoczenia i jego własnej substancji, towarzyszy swoista inflacja koncepcji, wedle których miasta powinny być: zdolne do uczenia się, zwarte, witalne, inteligentne, a nawet kreatywne, choć na pierwszy rzut oka wydaje się, że są to cechy, które powinno się przypisywać wyłącznie jednostkom.

Wspólnym zamierzeniem tych koncepcji jest nakreślenie modelu miasta zdolnego do permanentnego samoodnawiania społeczno-gospodarczych podstaw egzystencji i zachowania przewagi konkurencyjnej na globalnym rynku. Równie istotnym wymogiem współczesnych koncepcji rozwoju miejskiego jest zachowanie miasta jako miejsca dogodnego dla ludzi i sprzyjającego wysokiej jakości ich życia. Sprawą o fundamentalnym znaczeniu jest w konsekwencji znalezienie równowagi między tymi dwoma imperatywami, które dziś bardziej niż kiedykolwiek wcześniej są względem siebie współzależne z uwagi na znaczenie kapitału ludzkiego i innowacji w procesach gospodarczych, których źródłem i nośnikiem jest człowiek.

W związku z tym, a także ze względu na ograniczoną objętość tekstu, autor skupi się na dwóch zyskujących w ostatnim czasie popularność koncepcjach rozwoju miasta. Pierwsza odnosi się do modelu *smart city*, tłumaczonego w języku polskim, choć nie do końca zasadnie, jako *miasto inteligentne*. To, co często określa się mianem miasta inteligentnego, jest najczęściej w rzeczywistości miastem inteligentnie zarządzanym z zastosowaniem narzędzi informatycznych. Wskazanie ograniczeń wynikających z implementacji rozwiązań *smart city* pozwoli zaprezentować koncepcję miasta kreatywnego, które zdaje się te ograniczenia przełamywać, szczególnie wtedy, gdy nie jest wyłącznie miastem kreatywnej gospodarki, a jego kreatywność związana jest z szeroką mobilizacją mieszkańców, dzięki czemu miasto kreatywne staje się jednocześnie miastem zrównoważonym. Swoje rozważania autor odnosić będzie każdorazowo do sytuacji i procesów zachodzących w górnośląskim obszarze metropolitalnym, który — mając już za sobą najtrudniejszy etap transformacji postindustrialnej — staje wobec wyzwań odnoszących się do budowy trwałego rozwoju w perspektywie nadchodzących dekad.

W stronę gospodarki kreatywności

Znajdujemy się dziś w sytuacji, w której surowce naturalne i ich dostępność nie mają już pierwszoplanowego znaczenia, gdyż można je sprowadzić z najbardziej oddalonych zakątków ziemi. Liczą się natomiast przede wszystkim informacja, wiedza oraz ich zastosowanie w tworzeniu nowych wartości i potrzeb, a tym samym nowych produktów i usług. Zjawiska te wiążą się z nadużywanymi obecnie pojęciami gospodarki opartej na wiedzy, społeczeństwa informacyjnego, ale także z pojęciem gospodarki kreatywnej (fr. *économie créative*), która idzie o krok dalej, ukazując ograniczenia wynikające z innowacji czerpanych wyłącznie z akumulacji wiedzy czysto naukowej i technicznej.

Swoistym paradoksem współczesnego kapitalizmu, na który zwrócił uwagę już Lester Thurow (1999), jest to, że jako samodzielnie dominujący w skali globalnej system gospodarczy, zdeterminowany przez imperatyw efektywności do dalszego rozwoju, a wręcz przetrwania, wymaga inwestycji, których podejmowanie — zgodnie z właściwą temu systemowi racjonalnością krótkoterminowej efektywności — nie ma sensu. Chodzi oczywiście o inwestowanie w człowieka i jego potencjał intelektualny. Thurow mówi zatem o okresie naruszonej równowagi i pyta o efektywność opartego na konkurencji systemu, który sam konkurencji jest pozbawiony.

Kreatywność może być i najczęściej jest rozpatrywana jako zdolność do tworzenia innowacji przez przekształcanie wiedzy w nową widzę, co jest źródłem inwencji i nowych rozwiązań. Kreatywność ta wiązana jest najczęściej z klasą kreatywną, klastrami i dzielnicami kreatywnymi. Jednym z pierwszych, który wskazał na moc sprawczą kreatywności jako siły zmieniającej oblicze współczesnego kapitalizmu, był Joseph A. Schumpeter (1950, s. 82), odwołujący się do kreatywnej destrukcji jako właściwości współczesnego systemu gospodarczego. Jednakże kreatywność, o której mowa w niniejszym tekście, nie wyczerpuje się w pojęciu innowacji, chodzi bowiem o kreatywność wzbogaconą wymiarem kulturowym i artystycznym. Tak rozumiana kreatywność wiąże się z sektorem przemysłów kultury, który wraz z rozwojem tej gałęzi aktywności zostaje włączony w szerszą kategorię przemysłów kreatywnych, pretendujących do miana nowego sektora gospodarki. W spisie powszechnym przeprowadzonym w Wielkiej Brytanii w 2001 roku wyróżniono jeszcze dwie podgrupy aktywności, z których pierwsza odnosiła się do przemysłów wytwarzających dobra kultury (film, sztuka, gry interaktywne), a druga związana była z zaawansowanymi usługami dla firm (reklama, marketing, architektura, design, rozwój oprogramowania i stron internetowych). Dalsza ewolucja i wzrost znaczenia tych form aktywności spowodowały zastąpienie wcześniejszych kategorii pojęciem przemysłów kreatywnych, które czerpią z kreatywności indywidualnej, kompetencji, talentów i mają zdolność do tworzenia dóbr i miejsc pracy, dzięki aktywności twórczej oraz wykorzystaniu własności intelektualnej (Liefoghe, 2010, s. 185). Choć granica między przemysłami kultury i przemysłami kreatywnymi wydaje się nieostra, podobnie jak między gospo-

darką kulturą (fr. *économie culturelle*) i gospodarką kreatywności (fr. *économie créative*), to podstawą rozróżnienia wydaje się waloryzacja aktywności twórczej (artystycznej), która dotąd traktowana była jako deficytowa, a obecnie zyskuje ekonomiczny sens, generując często niszowe produkty o dużej wartości dodanej. Przemysły kreatywne stanowią etap w rozwoju gospodarki kreatywnej, w której kreatywni wytwórcy są skonfrontowani z kreatywnymi konsumentami, a własność intelektualna będąca źródłem wartości dodanej jest podważana w ramach sieci cyfrowych i portali społecznościowych (2010, s. 185).

Podstawowe czynniki rozwoju właściwe są ludziom i potencjałowi, jaki w nich drzemie. Dlatego źródeł rozwoju poszukujemy w konkretnych wspólnotach, tam, gdzie ludzie, często także ci najbardziej twórczy, się gromadzą, gdzie się komunikują, stykają ze sobą, wzajemnie na siebie oddziałują i zaszczepiają swoje umysły. Mamy zatem do czynienia z terytorializacją rozwoju, gdyż jego wehikułów poszukuje się dziś w miastach, a nade wszystko w metropoliach.

Spoglądając z tej perspektywy na sytuację województwa śląskiego i strukturę jego gospodarki należy stwierdzić, że sektorem dominującym są usługi rynkowe i nierynkowe, których udział w wartości dodanej brutto wynosi 60%. Przemysł, który obejmuje zarówno tradycyjny sektor wydobywczy, jak i nowoczesną produkcję przemysłową (głównie *automotive*), wciąż zajmuje istotną pozycję z udziałem na poziomie 33%. Szybki rozwój obu tych gałęzi gospodarki jest związany między innymi z intensywnym napływem inwestorów zagranicznych, przyciąganych korzystnymi warunkami lokalizacji, atrakcyjnymi kosztami pracy oraz niskimi obciążeniami fiskalnymi związanymi z funkcjonowaniem specjalnej strefy ekonomicznej. Lokalny popyt i inwestycje infrastrukturalne, wspomagane dostępnością funduszy strukturalnych Unii Europejskiej, dodatkowo wzmacniają dynamikę gospodarczą. Tymczasem sektor kreatywny nie odgrywa istotnej roli w gospodarce województwa, a podmioty z nim związane stanowią 3% ogólnej liczby podmiotów zarejestrowanych w regionie, podczas gdy średnia w skali kraju wynosi około 3,3%. Mimo tego, że co dziesiąty podmiot kreatywny w skali kraju znajduje się w województwie śląskim, to w przeliczeniu na tysiąc mieszkańców przypada ich 2,9, podczas gdy w skali kraju jest to wartość 3,4. Najliczniej reprezentowaną w regionie branżą w sektorze kreatywnym jest reklama, a w dalszej kolejności są to odpowiednio: architektura, działalność wydawnicza, a następnie instytucje kultury. Sektor kreatywny wytworzył w województwie śląskim około 1,4% wartości dodanej, co oznacza istotnie mniejszy wskaźnik niż średnia dla całego kraju, wynosząca 2,6% (IBS 2012). Oznacza to, że wysoki udział województwa śląskiego w krajowym PKB (13,1%) związany jest przede wszystkim z klasyczną branżą usługową oraz produkcją przemysłową, a udział podmiotów wykorzystujących twórczy potencjał intelektualny i artystyczny jest w regionie niższy niż średnia w kraju.

Miasto inteligentne czy inteligentnie zarządzane

Problematyka związana z rozwojem miast, podobnie jak inne obszary poznania i aktywności naukowej nie są wolne od pewnych trendów i mód, które powodują, że określone koncepcje bardziej niż inne przenikają do świadomości, wyznaczając strategię działania aktorów. Koncepcja *smart city*, zakładająca budowę miasta inteligentnego, może być przykładem trendu, który w ostatniej dekadzie uległ upowszechnieniu. Sukces koncepcji *smart city* podyktowany jest co najmniej kilkoma czynnikami. Po pierwsze, miasto inteligentne jest obietnicą miasta efektywnego pod względem ekonomicznym, co w rezultacie oznacza także miasto przyjazne środowisku. Koncepcja ta doskonale wkomponowuje się w strategię miast (np. dawnych miast przemysłowych), próbujących zbudować swój nowy, pozytywny wizerunek jako miasta nowoczesnego i oferującego wysoką jakość życia, co jest także strategią obliczoną na przyciąganie nowych mieszkańców. Niemniej jednak istotną rolę w wytwarzaniu popytu na rozwiązania stanowiące komponenty techniczne *smart city* odgrywają międzynarodowe koncerny, które poszukują efektywnych ścieżek sprzedaży i w sposób bardzo inteligentny (*smart*), sprzedając *de facto* konkretne rozwiązania technologiczne (aktywny monitoring, zarządzanie miejscami parkingowymi), oferują samorządom wizję miasta przyszłości, która — choć odległa — może być w ich zasięgu dzięki stopniowej cyfryzacji miejskiej infrastruktury. Z tej perspektywy miejscy decydenci mogą mieć przekonanie, że nie kupują wyłącznie systemów teleinformatycznych, które pozwalają na inteligentne zarządzanie, ale otwierają swojemu miastu drogę do ekskluzywnego grona miast przyszłości nowej generacji (generacji *n.0*), które z etapu inteligentnego zarządzania przejdą w bliżej nieokreślonej perspektywie na poziom miast inteligentnych.

Z perspektywy *smart city* miasto widziane jest jako ekosystem (system systemów), którego poszczególne podsystemy komunikacji i transportu, służby zdrowia i bezpieczeństwa, energii, wody itd. dzięki zastosowaniu technologii cyfrowych będą mogły ze sobą współpracować, komunikować się, dzieląc się informacjami generowanymi nie tylko w tych podsystemach, ale także przez samych mieszkańców stosujących aplikacje mobilne (Rochet, 2014, s. 25—26). W założeniu rozwiązania te pozwolą doskonalić działania władz miejskich w zakresie podnoszenia jakości usług, precyzyjniejszego trafiania w potrzeby mieszkańców, ograniczania kosztów (np. zużycia energii) oraz zanieczyszczenia środowiska, jak również optymalizowania działań mieszkańców, którzy mając dostęp do bieżącej informacji (np. o korkach czy pracach drogowych) mogą modyfikować swoje postępowanie. Jest to podejście cybernetyczne, którego podstawowym efektem jest efekt synergii, gdyż łącząc i uzależniając od siebie określone działania jesteśmy w stanie uzyskać lepsze wyniki niż suma wyników uzyskanych indywidualnie. Z tego punktu widzenia koncepcja *smart city* jest traktowana jako narzędzie wspierające rozwój miejski, choć trudno jednoznacznie stwierdzić, czy może być także generatorem rozwoju jako takiego. Warto zatem spojrzeć na ograniczenia wynikające z aplikacji koncepcji *smart city*.

Jedno z podstawowych ograniczeń wynika z architektury takiego systemu. Jest pewna granica złożoności tych systemów oraz ilości informacji, które można przetwarzać. Oczywiście technicznie możliwe jest zainstalowanie czujników i kamer na każdej ulicy i rejestrowanie nawet liczby przelatujących gołębi. Pytaniem otwartym pozostaje, co zrobić z tą informacją, jak ją przekształcić w wiedzę, a zatem także zaaplikować w sposób usprawniający funkcjonowanie miejskiego systemu. Optymalna architektura systemu inteligentnego miasta powinna łączyć trzy podstawowe cechy, tj. zdolność do realizacji zadań, sterowność oraz ekonomiczność, będącą relacją między nakładem a uzyskaną użytecznością (2014, s. 25—26). Nasuwa się w związku z tym pytanie o ilość kilometrów kabla oraz liczbę czujników i kamer, kiedy mamy świadomość, że po przekroczeniu pewnego poziomu technologicznego nasycenia użyteczność będzie malała, aż jej wzrost osiągnie wartość zero. Tymczasem pod uwagę należy brać także wrażliwość tego rodzaju systemów i kwestie bezpieczeństwa z tym związane, a ponadto koszty jego konserwacji, obsługi i ewentualnych napraw. Logika podpowiada więc, że jest pewna wartość szczytowa rozbudowy architektury systemu *smart city*, z którą związana jest najwyższa możliwa użyteczność systemu. Dzięki optymalizacji zużycia kosztów i energii możliwe jest teoretycznie osiągnięcie takiego poziomu optymalizacji, po którego przekroczeniu dalsze oszczędności mogłyby być realizowane wyłącznie wskutek rezygnacji z określonych aktywności, działań czy usług, co może oznaczać spadek subiektywnie odczuwanego komfortu życia lub wymagać zmian we wzorach zachowań. Dochodzimy w ten sposób do kolejnego wyzwania związanego z rozwojem infrastruktury *smart city*, jakim jest podnoszenie jakości życia mieszkańców.

Oparcie rozwoju miasta na podnoszeniu jego atrakcyjności oraz na polityce poprawy jakości życia wpisuje się w koncepcję Richarda Floridy (2010), który zwracał uwagę na pozaekonomiczne czynniki rozwoju, takie jak atmosfera, poczucie bezpieczeństwa, otoczenie przyrodnicze, oferta kulturalna. W myśl tej koncepcji miasta konkurują między sobą o najlepszy kapitał ludzki, którego przyciągnięcie pozwala na rozwój miejskiej klasy kreatywnej, wehikułu rozwoju miasta w XXI wieku. Musimy jednak pamiętać, że rozwój technologii *smart* w mieście ukierunkowanym na efektywność ekonomiczną oraz podnoszenie jakości życia, a tym samym atrakcyjności miasta, jest pozytywnie skorelowane z poziomem, po którego przekroczeniu ścieżki obu strategii zaczynają się rozchodzić. Dzieje się tak wtedy, kiedy miasto staje się „technicyzowane”, zamknięte, zdominowane przez wielki biznes i traci ludzki wymiar. Może to być także efekt zbyt dużej częstotliwości oczekiwanych interakcji między mieszkańcem-użytkownikiem a bezosobową inteligentną infrastrukturą, dla której mieszkaniec sprowadza się do dostarczyciela informacji i która nie zastąpi poczucia bliskości i kontaktu z drugim człowiekiem, świadomości wspólnoty i więzi. Te ostatnie jako wartość autoteliczna wymagają ponoszenia nakładów finansowych, które w logice optymalizacji działań zbiorowych mogą jawić się wyłącznie jako koszt ekonomicznie nieuzasadniony. Tymczasem miasto w ujęciu technicznym jest tylko materialnym artefaktem, będąc w pierwszej kolejności złożonym systemem społecznym (Laugier, 2013; Rochet, 2014).

Z uwagi na ograniczenia w objętości niniejszego tekstu lista wyzwań związanych z aplikacją koncepcji *smart city* zostanie ograniczona do kwestii podstawowych, a do tych zaliczyć można jeszcze problem ochrony wolności i prywatności mieszkańców, wykluczenie części z nich (*digital divide*) oraz ryzyko odrzucenia przez nich proponowanych im cyfrowych udogodnień, którymi mogą zwyczajnie nie być zainteresowani. Choć w teorii koncepcja *smart city* umieszcza w centrum mieszkańca, to można odnieść wrażenie, że często jest on „uszcześliwiany na siłę”, kiedy podsuwa mu się rozwiązania, które nie były z nim konsultowane na etapie przygotowania i wdrażania, oczekując następnie, że to on dostosuje się do nowych rozwiązań, często też próbując wytworzyć w nim adekwatne potrzeby. Jest to istotnie związane z wspomnianą już polityką dużych koncernów proponujących miastom gotowe rozwiązania, z założeniem, że jeśli się sprawdziły w innych miastach, to powinny się sprawdzić także w kolejnym. Ostatnim wyzwaniem, na jakie warto zwrócić uwagę, jest zjawisko emergencji, czyli takich fenomenów i zdarzeń, których nie da się wyprowadzić z analizy architektury podsystemów *smart city* (Rochet, 2014, s. 38), które mają charakter nieoczekiwanych, a czasem niechcianych skutków współzależności systemów. Wyzwaniem pozostaje zatem antycypowanie i radzenie sobie z tymi zjawiskami w ramach systemu, który ma z definicji ograniczać niepewność przez parametryzowanie zdarzeń, ich przewidywanie i zarządzanie nimi w przeszłości.

Podsumowując rozważania na temat koncepcji *smart city* jako czynnika napędzającego rozwój miejski, należy przyjąć, że cyfryzacja miejskiej przestrzeni i infrastruktury jest zjawiskiem, którego nie da się zahamować. Aplikacja technologii cyfrowych bez wątpienia jest czynnikiem wspierającym rozwój miasta dzięki poprawie jego efektywności ekonomicznej, sytuacji ekologicznej, czemu do pewnego poziomu towarzyszy wzrost jakości życia, która może być chociażby efektem niespóźniających się autobusów wskutek zastosowania inteligentnych systemów transportu. Optymalizacja procesów miejskich za sprawą technologii IT ma pewną wartość szczytową zarówno na poziomie efektów ekonomicznych, jak i na poziomie jakości życia, który pozwala osiągnąć. Rosnące zainteresowanie technologiami *smart* w miastach województwa śląskiego, które stały się przedmiotem uwagi międzynarodowych korporacji proponujących tego rodzaju rozwiązania, przełożyło się już na wdrożenia określonych rozwiązań (inteligentny monitoring, system zarządzania miejscami parkingowymi czy zarządzania transportem). Jednak na tym etapie ich implementacji trudno nazwać owe miasta inteligentnymi, a zastosowanie wspomnianych rozwiązań służy co najwyżej inteligentnemu zarządzaniu niektórymi elementami ich infrastruktury.

Presja na cyfryzację miasta jest tak silna, że nie wydaje się już możliwe zatrzymanie tego trendu, który — jak wskazywano — ma zarówno pozytywne konsekwencje, jak i pewne ograniczenia. Warto jednak jeszcze na koniec zwrócić uwagę na dwa źródła procesu cyfryzacji przestrzeni miejskich. Pierwszym jest cyfryzacja mniej lub bardziej inspirowana i kontrolowana przez władze miejskie, mobilizowane przez koncerny komercjalizujące swoje rozwiązania technologiczne. Jest jednak także inne źródło cyfryzacji określonych miejskich zasobów,

które ma charakter oddolny i wiąże się ze zjawiskami społeczno-gospodarczymi odwołującymi się do ekonomii współdzielenia oraz idei społeczeństwa prosumenckiego. W tym przypadku można by zaryzykować użycie określenia „cyfryzacji obywatelsko-konsumenckiej”. Chodzi oczywiście o rozwijane obecnie praktyki współdzielenia zasobów mieszkaniowych (np. AIRBNB), środków transportu (np. UBER) czy samodzielne wytwarzanie określonych zasobów (energetyka prosumencka), które często w sposób kolokwialny określa się mianem „uberyzacji miasta”. Inicjatywy te mogą być traktowane jako próba obrony konsumentów przed dominacją rynkową wielkich koncernów w wyniku rozwijania sieci bezpośredniej wymiany dóbr i usług między użytkownikami z pominięciem sektora zinstytucjonalizowanej przedsiębiorczości przez wykorzystanie technologii IT i logiki sieci. Pytaniem otwartym pozostaje, w jakim stopniu władze miejskie powinny wspierać tę ścieżkę cyfryzacji jako przeciwwagę „cyfryzacji korporacyjnej”, biorąc pod uwagę, że w tym pierwszym przypadku mamy do czynienia z oddolną inicjatywą obywateli. Jest to z pewnością duże wyzwanie, gdyż w obecnej formie ekonomia współdzielenia może ograniczać przychody zarówno firm, jak i samorządów, ale jest to sektor, który dopiero zaczyna się rozwijać, a miejscy władarze nie powinni go bagatelizować.

Miasto kreatywne jako miasto zrównoważone

Odpowiedzią na niektóre z ograniczeń wynikających z realizacji koncepcji *smart city* jako motoru napędzającego rozwój miasta może być przyjęcie perspektywy miasta kreatywnego. Oczywiście, musi ono być do pewnego poziomu *smart*, ale jego rozwój nie jest oparty wyłącznie na technologii, lecz także na poszukiwaniu nowych podstaw rozwoju w połączeniu nauki i najnowszych zdobyczy techniki z fundamentalnymi doznaniem człowieka, jego kulturą, zmysłami estetycznymi i sztuką. Żyjemy w społeczeństwie „informacyjnej powodzi”, w którym nadmiar informacji generuje deficyt uwagi. Jej przyciągnięcie jest zatem jednym z podstawowych warunków sukcesu rynkowego. Nowe wartości i produkty mają coraz częściej charakter zdematerializowany, a o ich sukcesie mogą decydować właściwe im wyróżniki, a więc także to, czy pobudzają nasze zmysły, wrażliwość, nasze kulturowe gusta. W związku z tym poszukuje się dziś źródeł rozwoju nie tylko w postępie czysto technologicznym, ale także w łączeniu nauki i techniki ze sztuką, estetyką i emocjami.

Kreatywność można traktować jako zasób indywidualny jednostki, ale z perspektywy miast należy ją raczej rozpatrywać jako efekt procesu zbiorowego. Kreatywność jest w tym ujęciu rezultatem interakcji między pomysłami i ideami a kontekstem społeczno-kulturowym. Przytaczając jedną z definicji, miasta są kreatywne, „kiedy ich różnorodność kulturowa i ekonomiczna pozwala jednostkom poszukiwać nowych połączeń idei, akceptowanych lub nie przez społeczne

otoczenie” (Liefvooghe, 2010, s. 193). Chodzi zatem o miasto, które pozwala mieszkańcom konfrontować ich pomysły, eksperymentować, tworzyć nowe połączenia, praktyki i wystawiać je na społeczną ocenę, licząc, że część z nich zostanie zaakceptowana. W ten sposób, łącząc szeroko pojętą sztukę i naukę oraz technikę, przekraczana jest bariera innowacji czysto technologicznych, co otwiera drogę do gospodarki kreatywnej, odwołującej się do ludzkiej wrażliwości i estetyki, dzięki czemu rysują się nowe możliwości, także w wymiarze nowych produktów, czyli w wymiarze handlowym i gospodarczym.

Znaczenie koncepcji miasta kreatywnego jako strategii rozwoju należy zatem rozpatrywać na dwóch poziomach.

Po pierwsze, jako nowy impuls i siłę napędową kapitalizmu, w rezultacie wykształcania się przemysłów kreatywnych, a docelowo gospodarki kreatywnej z dużym udziałem klasy kreatywnej, a więc tzw. ekspertów kreatywności. Innowacje kulturowe, mieszczące się w zakresie innowacji społecznych, stają się w tym ujęciu wehikułem rozwoju. Ilustrując przedstawione rozważania konkretnym przykładem, można rozważyć, do jakiego poziomu zwiększanie parametrów technicznych urządzeń (np. rozdzielczości aparatów fotograficznych w smartfonach) może skłaniać klientów do zakupu nowego modelu. Wydaje się raczej, że to stworzenie nowych wzorów zachowań z wykorzystaniem telefonu, nadających mu nowe społeczne funkcje, jest tym, co napędza od jakiegoś czasu sprzedaż tego sprzętu. Kontynuując wątek, można zastanowić się nad tym, jak energooszczędne, nowoczesne, a także punktualne (dzięki inteligentnym systemom zarządzania) mogą być miejskie autobusy czy tramwaje, abyśmy byli skłonni chętniej z nich korzystać, pozostawiając prywatny samochód w garażu. Przykład francuskiego miasta Montpellier pokazuje, że połączenie technologii ze sztuką daje na tym polu ogromne możliwości. Każda bowiem linia tramwajowa w tym mieście ma własny i niepowtarzalny *design*, co nie tylko intryguje, przyciąga i uatrakcyjnia przemieszczanie się, ale ma dodatkowo wymiar funkcjonalny, gdyż ułatwia identyfikację poszczególnych linii (Nowakowska, 2015, s. 30—31).

Od miasta oczekuje się dzisiaj czegoś więcej niż tylko tego, by było nowoczesne (stal i szkło) i dobrze zarządzane dzięki zastosowaniu systemów IT. Chcemy, żeby otaczające nas budynki nie tylko były czyste i energooszczędne, a przedmioty funkcjonalne, ale żeby swoją ergonomią, kolorystyką, kształtem zachwycały nas, intrygowały i zapraszały do eksperymentowania z nimi, czyli do wykorzystywania ich w niespotykany dotąd sposób.

Drugi wymiar operacjonalizacji koncepcji miasta kreatywnego jest do pewnego stopnia odpowiedzią na krytykę ekskluzywnego wymiaru miejskiej kreatywności. Zwróciła na to uwagę już Sharon Zukin, widząc w koncepcji miasta kreatywnego i klasy kreatywnej ofertę kierowaną głównie do klasy średniej i nową odsłonę miejskiej segregacji (Zukin, 1991). Miasto ma do nas przemawiać językiem estetyki barw, wartości i sztuki, ma być naszą przestrzenią, którą współtworzymy. Wobec tego kreatywność miasta to nie tylko kreatywność jego sił wytwórczych, ale także zdolność miasta do nieustannego samowytwarzania się w oparciu o kreatywność mieszkańców, co nawiązuje do kulturotwórczej roli miasta. Miasta kreatywne są

takie dzięki mobilizowaniu twórczego potencjału swych mieszkańców. Powinny zatem być jak żywe laboratoria (*living lab*), gdzie przez inspirowanie partycypacyjnej aktywności twórczej to mieszkańcy sami współtworzą miasto. W ten sposób zyskuje ono ludzki wymiar i staje się bardziej zrównoważone również w kontekście nacisku technologicznego i wzrostowego ze strony wielkiego kapitału, który ma tendencję do instrumentalizacji idei *smart city*.

Spoglądając na górnośląski obszar metropolitalny z perspektywy wskazanych tu dwóch wymiarów realizacji koncepcji miasta kreatywnego, należy stwierdzić, że mamy tam do czynienia z bardzo wczesnym jego stadium, któremu towarzyszy duży potencjał wynikający z kulturowej różnorodności i bogactwa tego obszaru. Rozpoczynając od spojrzenia tzw. ekspertów kreatywności i przemysłów kreatywnych, dostrzegamy pojawiające się coraz to nowe inicjatywy, świadczące o wzroście świadomości w tej dziedzinie. Potwierdzają to inwestycje w metropolitalne obiekty kultury, czego najlepszym przykładem jest katowicka Strefa Kultury oraz fakt przystąpienia stolicy województwa śląskiego do międzynarodowej Sieci Miast Kreatywnych UNESCO, co było następstwem uzyskania przez Katowice tytułu miasta kreatywnego w dziedzinie muzyki. Dzięki temu region gości wielkie wydarzenia muzyczne, ale jest także miejscem tworzenia nowej oferty kulturalnej, czego najlepszym przykładem może być wspólny koncert Miuosha, Jimka i Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia, łączący odległe od siebie style muzyczne w nową jakość. Pojawiają się wreszcie pomysły na tworzenie przestrzeni, gdzie młodzi ludzie będą mogli dawać upust swojej kreatywności, „bezkarnie eksperymentować”, łączyć, próbować, i gdzie z założenia nie ma złych czy błędnych pomysłów. W tym kierunku zmierzają pomysły utworzenia akceleratorów kreatywności jak MusicHab — inicjatywa Miasta Ogrodów, Instytucja Kultury Katowice, SpinUS — projekt Uniwersytetu Śląskiego czy Strefy Innowacji Miasta Katowice, nie wspominając już o licznych klastrach i parkach naukowo-technologicznych, które znaleźć można niemal w każdym mieście śląsko-zagłębiowskiej konurbacji.

Sięgając do drugiego wymiaru, musimy pamiętać, że miasto kreatywne to miasto nieustannie „wymyślające się” na nowo z udziałem swoich mieszkańców. W przypadku miast średniej wielkości o ograniczonych zasobach finansowych miejska kreatywność może polegać także na umiejętności zwaloryzowania zasobów kulturowych, historycznych i naturalnych już posiadanych, co pozwala wytworzyć ekonomiczną wartość dodaną. Przykładów takiego działania w województwie śląskim nie brakuje, by wspomnieć chociażby o Szlaku Zabytków Techniki i Industrialdzie, pozwalających na nowo spojrzeć na przemysłową przeszłość regionu, czyniąc ją atutem, a nie ciężarem. Jednakże na chwilę obecną poziom zaangażowania szerokiego grona mieszkańców w te działania jest relatywnie ograniczony. Tworzenie gminnych programów rewitalizacji wywołane nową ustawą o rewitalizacji z 9 października 2015 roku, traktującą ten proces jako działanie na rzecz społeczności lokalnej realizowane przy jej bezpośrednim udziale (art. 2 ust. 1 ustawy), jest doskonałą okazją do inspirowania działań kreatywnych, opartych na partycypacji mieszkańców biorących udział w przekształcaniu swojego najbliższego otoczenia. Choć wiemy już, że czynniki rozwoju właściwe są ludziom i poten-

cjałowi, jaki w nich drzemie, to władze miast nie zawsze chcą z tego potencjału korzystać. W niektórych miastach konsultacje gminnego programu rewitalizacji ograniczały się do umieszczenia na stronie internetowej na okres kilkunastu dni formularza, na którym mieszkańcy mogli zgłaszać uwagi. Są na szczęście także przykłady silnego zaangażowania się miasta w proces partycypacyjnego i bazującego na kreatywności mieszkańców rewitalizowania miejskiego otoczenia. Mowa tu o Dąbrowie Górniczej i realizowanym w niej projekcie „Fabryka Pełna Życia”, mającym na celu rewitalizację dąbrowskiej fabryki obrabiarek, która ma stać się przestrzenią publiczną sprzyjającą spędzaniu czasu wolnego, będąc jednocześnie nową wizytówką miasta (<http://fabrykapelnazycia.pl>).

Metropolie a miejska kreatywność

Kreatywność ludzka nie jest wyznaczana granicami geograficznymi, a twórczych i utalentowanych ludzi można spotkać pod każdą szerokością i długością geograficzną. Nie oznacza to jednak, że wspomniany ludzki potencjał intelektualny wszędzie jest w takim samym stopniu wykorzystywany, szczególnie wtedy, kiedy — jak w przypadku miasta — działania twórcze są w dużym stopniu rezultatem procesów zbiorowych zachodzących w specyficznym i sprzyjającym temu otoczeniu. Obszary metropolitalne są — zdaniem piszącego te słowa — przestrzeniami, które tworzeniu takiego otoczenia wyjątkowo sprzyjają.

Globalizacja spowodowała, że ludzkość stała się bardziej niż kiedykolwiek do tej pory wspólnotą losu, a świat zmienia się w jedno wspólne miejsce (Robertson, 1987, s. 23). Wynikająca stąd globalna współzależność zjawisk społecznych (Giddens, 1990) spowodowała, że wiele istotnych zasobów krąży obecnie w skali globalnej, a zwielokrotnione przepływy nabrały niespotykanego dotąd tempa. Metropolie stanowią węzły tej globalnej sieci. To w nich mamy do czynienia z nagromadzeniem właściwej masy krytycznej aktorów i kapitałów świata nauki, sztuki i gospodarki. To sprzyja gęstym relacjom, eksperymentowaniu, łączeniu kompetencji. Oczywiście powstanie tego rodzaju relacji i powiązań wymaga sprzyjających warunków, składających się na *collaborative governance*, pośród których wymienić można zachęty do partycypacji aktorów, wzajemne zaufanie, równowagę władzy i odpowiednią architekturę instytucjonalną (Ansell, Gash, 2008). W sprzyjających warunkach obszary te „pulsują” czy wręcz „wibrują”, nawiązując do zyskującej popularność określenia *vibrant city*, co wskazuje także na żywołość twórczych procesów w mieście. Nie chodzi tu bowiem tylko o wspomnianą wcześniej synergię właściwą *smart city*, która — jak pamiętamy — oznacza wzmocnienie naszych działań w sytuacji, kiedy ich wektory zostaną zwrócone w tym samym kierunku, ale także o „zderzanie idei i pomysłów”, z czego mogą wyłaniać się jakościowo nowe wartości. Wpływa stąd jeszcze jedna istotna różnica między koncepcją *smart city* a ideą miasta kreatywnego, gdyż to pierwsze

dąży do opanowania złożoności i kontroli, a niejednokrotnie unikania zjawisk emergentnych, jako nieprzewidywalnych, a zatem niechcianych, podczas gdy ta sama emergencja jest kwintesencją idei miejskiej kreatywności.

Niezwykle zróżnicowane i wewnętrznie złożone systemy społeczne, jakimi są duże obszary metropolitalne, mogą ujawniać i najczęściej ujawniają właściwości emergentne. Edgard Morin, badacz złożoności współczesnego świata, określił fenomen emergencji jako wyłanianie się ze skomplikowanych i gęstych układów społecznych własności, cech i zjawisk, które nie pojawiłyby się, gdyby owe elementy pozostawały w izolacji. Cech tych nie można wydedukować ze składowych systemu, a jedynie daje się stwierdzić empirycznie ich występowanie, gdyż stanowią własności niesprowadzalne do własności części układu (Morin, 1990). Morin posługuje się bardzo obrazowym przykładem fenomenu emergencji, wskazując z jednej strony na indywidualne własności cząsteczek wodoru i cząsteczek tlenu, z drugiej zaś strony na emergentne właściwości wody, która powstaje z ich połączenia, a której cech nie da się sprowadzić do indywidualnych własności tych pierwiastków rozpatrywanych oddzielnie. Obszary metropolitalne sprzyjają właśnie takiej emergentnej kreatywności, wyłanianiu się z ich różnorodności społecznej i ekonomicznej zupełnie nowych trendów, pomysłów, które możemy przyjąć bądź odrzucić, ale to one będą zapewne kształtowały świat jutra i decydowały o naszym sukcesie, także ekonomicznym. Zatem miasta powinny być inteligentne (*smart*), co oznacza w obecnym stanie najczęściej inteligentnie zarządzane, ale przede wszystkim powinny być kreatywne. Najlepsze warunki ku rozwijaniu miejskiej kreatywności stwarzają obszary metropolitalne i metropolie z uwagi na ich różnorodność i potencjały, jakie kumulują. Można zatem uznać, że pobudzanie miejskiej kreatywności jest jednym z największych wyzwania, wobec których stają także polskie „metropolie”.

Wracając do sytuacji górnośląskiego obszaru metropolitalnego warto przeanalizować kwestię właściwych proporcji realizowanych ścieżek jego rozwoju. Nie mamy tu bowiem do czynienia z rozwojem jednorodnym, ale z wiązką przeplatających się strategii, które w miarę możliwości powinny być realizowane równocześnie. Jak długo to zatem możliwe, powinno się korzystać z elementów przewagi komparatywnej tego obszaru, który ma zdolność przyciągania inwestorów dzięki wciąż relatywnie niskim kosztom pracy i prowadzenia działalności gospodarczej, pozyskiwania terenów inwestycyjnych oraz niskim obciążeniom fiskalnym. Powoduje to dynamiczny rozwój sektora mniej lub bardziej zaawansowanej produkcji przemysłowej, ale także usług teleinformatycznych, realizowanych na dystans, niegenerujących wysokiej wartości dodanej (*call center*). Ten oparty na tradycyjnych fundamentach rozwój gospodarczy wspomagany jest realizowanymi na szeroką skalę inwestycjami infrastrukturalnymi, których finansowanie zapewnia wysoka dostępność funduszy europejskich. Opierając się dziś w dużym stopniu na tej ścieżce rozwoju, która pozwoliła w miarę szybko wyjść z zapaści spowodowanej upadkiem przemysłu ciężkiego, musimy jednocześnie pamiętać, że renta z przewagi komparatywnej będzie nieustannie malała, co związane jest między innymi ze wzrostem kosztów prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce. Mając także

na uwadze zapowiadane ograniczenia w strumieniu środków europejskich po 2020 roku, można ostrożnie szacować, że ścieżka rozwoju wsparta na przewadze komparatywnej i zewnętrznym zasilaniu finansowym będzie możliwa do utrzymania przez jeszcze około 8 lat.

Droga rozwoju na podstawie zaawansowanych technologii, wpisująca się w strategię *smart city*, ciesząca się dużym zainteresowaniem miast śląsko-zagłębiowskiej konurbacji, jest ścieżką, która choć ma wskazywane wcześniej ograniczenia, może przez co najmniej dwie dekady stanowić źródło oszczędności, podnoszenia efektywności, ale także jakości życia w polskich miastach. Poziom degradacji substancji miejskiej oraz niesprężone z sobą miejskie enklawy cyfryzacji i modernizacji powodują, że polskie miasta są wciąż jak „cieknące wiadra”, których proces uszczelniania przez inteligentne zarządzanie przynosi wymierne korzyści rozwojowe.

Niemniej jednak musimy także myśleć o rozwoju w perspektywie 20—30 lat, kiedy inwestorzy zagraniczni przyciągani niskimi kosztami przestaną w takim tempie napływać, kiedy strumień środków z UE zostanie ograniczony, kiedy wreszcie modernizacja i integracja miejskich sieci dzięki technologiom cyfrowym osiągnie na tyle wysoką wartość, że dalsza cyfryzacja będzie oznaczała znacznie niższy zwrot z tego rodzaju inwestycji. Antycypując te wyzwania, uwaga powinna kierować się także na twórczy potencjał, jaki drzemie w kapitale ludzkim górnośląskiego obszaru metropolitalnego, aby w przyszłości stał się on podstawą kreatywnych miast i kreatywnej śląsko-zagłębiowskiej metropolii. Dlatego już dziś, przy równoczesnym kontynuowaniu dotychczasowych dróg rozwoju, modyfikując do pewnego stopnia proporcje, powinniśmy inwestować w kreatywność mieszkańców, młodych ludzi, także tych, którzy przyjeżdżają w to miejsce na studia, licząc, że być może znajdą się wśród nich następcy twórców takich aplikacji, jak BlaBlaCar czy Snapchat, aplikacji, które generują dziś milionowe zyski. Tych ludzi trzeba jednak czymś w regionie zatrzymać, stwarzając im dogodne warunki do życia i rozwoju. Jest to sprawa o fundamentalnym znaczeniu, biorąc pod uwagę niepokojące prognozy statystyczne, wedle których do 2030 roku populacja miast tworzących dzisiaj Górnośląski Związek Metropolitalny może spaść o 28%, z blisko 2 milionów do 1,35 miliona ludności (GUS, 2015, s. 22).

Patrzenie w przyszłość i antycypowanie wyzwań z nią związanych nie jest łatwe, szczególnie wtedy, gdy mamy do czynienia z relatywnie dobrą bieżącą koniunkturą gospodarczą wyrażoną drugą w Polsce wartością PKB generowanego w regionie. Satysfakcja z tym związana powinna jednak iść w parze z relatywizacją oceny obecnego stanu rzeczy, którego utrzymanie w dłuższym czasie może okazać się trudne bez tworzenia podstaw rozwoju ludzkiego potencjału intelektualnego i kreatywności w regionie już dzisiaj. Fetysza współczesnych ekonomistów, jakim jest wskaźnik PKB oraz PKB *per capita*, należy każdorazowo odnosić do mierników ukazujących to, w jaki sposób wygenerowany na danym obszarze dochód przekłada się na poszerzanie wolności, szanse życiowe i możliwości rozwoju ludzi tam mieszkających. Gdyż „rozwój to gigantyczny proces poszerzania ludzkich możliwości, w których spełnia się wolność” (Sen, 1999, s. 315). Spoglądając zatem

na rozwój województwa śląskiego z perspektywy na przykład *Social Progress Index*, widzimy, że w skali 272 poddanych badaniu europejskich regionów Śląskie uplasowało się na 250 miejscu indeksu, natomiast pod względem szans stwarzanych mieszkańcom — na miejscu 215 (SPI, 2016). Wynik ten skłania do refleksji na temat sposobu reinwestowania generowanego w regionie bogactwa i jego części, jaka przeznaczana jest na inwestycje w potencjał kreatywny regionalnego kapitału ludzkiego. Tendencją dominującą wydaje się na chwilę obecną koncentracja działań prorozwojowych na niwelowaniu deficytów i zapóźnień w regionie w wymiarze techniczno-infrastrukturalnym.

Innowacyjność i potencjał kreatywności stanowią istotną składową procesu rozwijania funkcji metropolitalnych i są wyróżnikiem metropolii. Można by zatem oczekiwać, że instrumenty finansowe ukierunkowane na rozwój potencjału metropolitalnego, jak chociażby Zintegrowane Inwestycje Terytorialne (ZIT), powinny tego rodzaju działania wspierać przez konkretne metropolitalne projekty. Tymczasem w strategii ZIT realizowanej w Subregionie Centralnym (SC) Województwa Śląskiego można przeczytać, że „w perspektywie roku 2020 instrument ZIT w SC zorientowany jest na zaspokojenie występujących deficytów. [...] Pozostałe ważne i duże projekty zorientowane na metropolizację i rozwój inteligentny będą realizowane przez władze samorządowe regionu i podmioty działające na terenie SC w innej formule” (*Strategia ZIT*, 2016, s. 11). W innym miejscu czytamy, że misją ZIT jest „osiąganie spójności wewnętrznej SC i niwelowanie problemów stojących na przeszkodzie pełnemu aktywowaniu potencjałów inteligentnego oraz metropolitalnego rozwoju” (2015, s. 124).

Wiele nadziei na dynamiczny i zrównoważony rozwój górnos Śląskiego obszaru metropolitalnego budzi perspektywa utworzenia Związku Metropolitalnego Województwa Śląskiego. W czasie powstawania niniejszego artykułu ustawa o związku metropolitalnym przeszła pomyślnie pierwsze czytanie i prace w komisjach parlamentarnych. W tym właśnie kontekście eksperci skupieni w Obserwatorium Procesów Miejskich i Metropolitalnych przy Uniwersytecie Śląskim w Katowicach przeprowadzili badania wśród samorządowców miast Górnos Śląskiego Związku Metropolitalnego, pytając między innymi o priorytetowe obszary współpracy miasta. Pewne obawy może budzić to, że kreatywność i innowacyjność podmiotów gospodarczych pod względem liczby wskazań radnych miejskich znalazły się dopiero na piątym miejscu. Prezydenci miast w zasadzie o tych kwestiach nie wspominali, wymieniają na pierwszym miejscu transport, choć pojawił się także obszar zdrowia i edukacji w kontekście skoordynowania i komplementarności usług publicznych w obszarze metropolitalnym. Z badań wyłania się prawdopodobny obraz przyszłej zinstytucjonalizowanej metropolii, która przez samorządowców traktowana jest głównie jako narzędzie współpracy technicznej skupiającej się na transporcie, rozwiązywaniu problemów ekologicznych oraz na zagospodarowaniu przestrzennym. Kwestia pobudzania kreatywności i innowacyjności w obszarze metropolitalnym nie jest z perspektywy samorządowców priorytetem współpracy (Bierwiazczonek *et al.*, 2017). Sprawnie działająca sieć transportu jest jak metropolitalny krwioobieg, ale metropolia to także coś znacznie więcej niż sieć

transportu. Jest ona również pewnym stanem umysłu jej mieszkańców, efektem ich różnorodności, potencjału, otwartości, które sprawiają, że tego rodzaju obszary emanują nowatorskimi pomysłami, stając się kopalnią innowacji i kreatywności. Prezydent jednego z miast GZM, podzielający obawy autora, stwierdził: „Jeżeli to się skończy tylko na transporcie publicznym, to umówmy się, do czego nam ta metropolia jest potrzebna? Tylko, żeby co, autobusy jeździły i tramwaje? No, to jest bez sensu [...]” (2017, s. 64).

Niezależnie od wsparcia instytucjonalnego górnośląski obszar metropolitalny jest miejscem powstawania niezwykle kreatywnych i innowacyjnych projektów. Już w 2012 roku można było usłyszeć o Red Dot Design Award, czyli o swoistym Oskarze w dziedzinie designu dla firmy z Katowic, która jako pierwsza w Polsce otrzymała to wyróżnienie („Echo Miasta”, 2012). Rok później świat obiegła informacja o zaprojektowanych w Bytomiu najszybszych na świecie procesorach, które znalazły zastosowanie w 270 milionach urządzeń na świecie, w tym w marsjańskim łażniku NASA (Madeja, 2015). Innym przykładem inicjatywy ukazującej twórczy potencjał regionu wyłaniający się na styku nauki i sztuki może być utworzony w 2016 roku przy udziale artystów i naukowców z Wydziału Artystycznego Uniwersytetu Śląskiego w Cieszynie Akcelerator Gier Wideo — ARP Games. Rzeczywistość wirtualna i gry komputerowe to kolejny obszar kreatywnej gospodarki, łączącej kompetencję artystów grafików, muzyków i specjalistów IT.

Inwestycje, kreatywność i kapitał ludzki są zatem tą ścieżką rozwoju górnośląskiego obszaru metropolitalnego, która powinna być aktywnie wspierana i stanowić jeden z priorytetów przyszłego związku metropolitalnego. Jest to o tyle ważne, że rodzimi artyści, projektanci, naukowcy, próbując swoich sił w nowatorskich projektach w obszarze kreatywnych przemysłów, startują z równej pozycji względem ich kolegów z Zachodu. Młodzi ludzie z województwa śląskiego nie mają gorszych pomysłów, często jednak mają gorsze warunki, a nierzadko także wpojony lęk przed porażką i karą, jaka może ich za pomyłkę spotkać. Zmiana tego stanu rzeczy jest istotnym wyzwaniem rozwojowym przyszłej śląsko-zagłębiowskiej metropolii. Kultura, jako siła napędowa przemysłów kreatywnych, jest jednym z wehikułów rozwoju tego obszaru, ale jest też narzędziem zmiany jego dotychczasowego wizerunku. Te zmiany już się rozpoczęły, a kultura nabiera coraz większego znaczenia w życiu mieszkańców górnośląskiego obszaru metropolitalnego, czego dowodzą najnowsze badania. Zgodnie z raportem Głównego Urzędu Statystycznego w latach 2010—2015 w GZM o 98% wzrosła liczba imprez oświatowych w muzeach, a o 52% uczestnictwo mieszkańców w imprezach organizowanych w centrach, klubach i domach kultury. Tylko w okresie od 2013 do 2015 roku o 75% wzrosło uczestnictwo w kulturalnych imprezach masowych (GUS, 2015, s. 36). O zapotrzebowaniu na kulturę mogą również świadczyć wyniki prowadzonych w Katowicach w 2015 roku badań, w których mieszkańcy pozytywnie oceniający przemiany w centrum miasta wśród największych deficytów wskazywali zbyt małą liczbę wydarzeń kulturalnych (Górny, Libor, Pyka, Zygmunt, 2015).

Oparcie rozwoju na kulturze wydaje się zatem właściwie obranym kierunkiem ścieżek rozwoju górnośląskiego obszaru metropolitalnego.

Zakończenie

Podsumowując rozważania, należy stwierdzić, że tekst ten nie nawołuje do obrania jednej konkretnej ścieżki rozwoju, którą na początku XXI wieku powinna być wyłącznie gospodarka kreatywności, ale dotyczy kwestii proporcji w rozwijanych równocześnie drogach rozwoju i antycypowania przyszłych wyzwań dawnego regionu przemysłowego, jakim jest województwo śląskie. Korzystając — jak długo będzie to możliwe — z przewagi na poziomie kosztów komparatywnych oraz zewnętrznych źródeł finansowania w postaci europejskich funduszy strukturalnych, region ten powinien równocześnie zwiększać funkcjonowanie systemów miejskich przez aplikację w obszarze metropolitalnym inteligentnych systemów zarządzania, które pozwolą na zwiększenie jego efektywności ekonomicznej, ale także na podniesienie jakości życia mieszkańców. Niemniej jednak ze względu na przyjęty kilkudziesięcioletni horyzont czasowy oraz sprzyjające warunki, jakie tworzy górnośląski obszar metropolitalny pod względem potencjału różnorodności i bogactwa społecznego oraz ekonomicznego, równie ważnym wektorem rozwoju powinno być budowanie potencjału kreatywnego tego obszaru w odwołaniu zarówno do sił wytwórczych (przemysły kreatywne i gospodarka kreatywna), jak i do potencjału mieszkańców zaangażowanych w proces współtworzenia miasta (miasto kreatywne, kreatywna metropolia). Kultura staje się jednym z fundamentów tej strategii, będąc wehikułem zrównoważonego rozwoju realizowanego z udziałem mieszkańców, ale jest też impulsem do rozwoju gospodarczego, gdy konfrontujemy się z ograniczeniami w tworzeniu innowacji wyłącznie w oparciu o naukę i technikę.

Skoro kultura wraca niejako „do łask” w obszarze produktywnej aktywności człowieka, to on sam jako jej twórca i medium staje się fundamentem procesów rozwojowych. Pytanie, jakie można w tym kontekście postawić, dotyczy wymiaru emancypacyjnego tego procesu w kontekście waloryzacji kapitału ludzkiego i kulturowego. Postulat przyjęcia człowieka i jego potrzeb jako punktu wyjścia, zgodnie z koncepcją *design thinking*, może sugerować wzrost jego autonomii w procesach gospodarczych. Świadczyć o tym mógł fenomen dynamicznie rozwijającej się wspomianej gospodarki współdzielenia, która z powodzeniem wkracza w coraz to nowe dziedziny życia. Jest to jednak tylko jedna z możliwych optyk. Druga perspektywa jest zdecydowanie mniej optymistyczna i wpisuje się w spojrzenie Karla Polanyiego (Polanyi, 1944), który już wiele lat temu zwrócił uwagę, że pod koniec XVIII wieku doszło do wielkiej transformacji, polegającej na przejściu z gospodarki będącej funkcją społeczeństwa do rynku, który uzależnia społeczeństwo od siebie. Wobec tego o ile wcześniej ekonomia zamknięta była w relacjach społecznych, o tyle później zaczyna je ogarniać, zamykając je w sobie. Bez odpowiedzi pozostaje zatem pytanie, czy waloryzacja kulturalnej aktywności człowieka w ramach gospodarki kreatywności nie oznacza w istocie jej inkluzji ekonomicznej¹

¹ Autor nawiązuje do pojęcia inkluzji politycznej, którą posługiwał się Niklas Luhmann.

(Luhmann 1994), tj. zamknięcia w stosunkach ekonomicznych aktywności, która była dotąd od racjonalności rynkowej mniej lub bardziej wyzwolona.

Literatura

- Ansell C., Gash A., 2008: *Collaborative Governance in Theory and Practice*. "Journal of Public Administration Research and Theory", Vol. 18(4).
- Beck U., 2012: *Spoleczeństwo światowego ryzyka: w poszukiwaniu utraconego bezpieczeństwa*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Florida R., 2010: *Narodziny klasy kreatywnej oraz jej wpływ na przeobrażenia w charakterze pracy, wypoczynku, społeczeństwa i życia codziennego*. Warszawa: Narodowe Centrum Kultury.
- Fryc J., Góralczyk M., Poloczek A., Przybyła M., 2016: *Statystyczny obraz Górnośląskiego Związku Metropolitalnego w 2015 roku*. Katowice: Główny Urząd Statystyczny w Katowicach.
- Giddens A., 1990: *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press.
- Laugier R., 2013: *La ville de demain : intelligente, résiliente, frugale, post-carbone ou autre*. Centre de Ressources Documentaires, Aménagement, Logement et Nature, SG/SPSSI/MD. http://www.cdu.urbanisme.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/synthese-ville-demain-version_finale_cle12216d.pdf [data dostępu: 26.02.2017].
- Liefoghe Ch., 2010: *Économie créative et développement des territoires : enjeux et perspectives de recherche*. "Innovations", n° 31.
- Luhmann N., 1994: *Teoria polityczna państwa bezpieczeństwa socjalnego*. Warszawa: PWN.
- Madeja J., 2015: *Digital Core Design. Procesory z Bytomia najszybsze na świecie*. „Gazeta Wyborcza”, Katowice. <http://katowice.wyborcza.pl> [data dostępu: 04.03.2017].
- Morin E., 1990: *Introduction à la pensée complexe*. Paris : Édition du Seuil.
- Nowakowska A., 2015: *Budowanie inteligentnego miasta. Studium przypadku Montpellier*. „Studia Miejskie”, T. 19, s. 23—34.
- Polanyi K., 1944: *The Great Transformation, The Political and Economic Origins of Our Time*. Boston, Massachusetts: Beacon Press books.
- Projektanci z Code, jako pierwsi w Polsce, zdobyli Oscara w dziedzinie designu*, 2012, „Echo Miasta”, <http://katowice.naszemiasto.pl> [data dostępu: 04.03.2017].
- Robertson R., 1987: *Globalization Theory and Civilization Analysis*. "Comparative Civilizations Review", Vol. 17, No. 17.
- Rochet C., 2014 : *Les villes intelligentes, enjeux et stratégies pour de nouveaux marchés*. Université du Québec à Chicoutimi, bibliothèque numérique. http://classiques.uqac.ca/contemporains/rochet_claude/villes_intelligentes/villes_intelligentes.html [data dostępu: 27.02.2017].
- Schumpeter J.A., 1950: *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Allen and Unwin.
- Sen A., 1999: *Rozwój i wolność*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Strategia zintegrowanych inwestycji terytorialnych subregionu centralnego województwa śląskiego na lata 2014—2020*, 2016, Gliwice, www.subregioncentralny.pl [data dostępu: 04.03.2017].

- Thurow L., 1999: *Przyszłość kapitalizmu: jak dzisiejsze siły ekonomiczne kształtują świat jutra*. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.
- W Cieszynie powstanie akcelerator gier wideo, 2016, „Nauka w Polsce”, Serwis Polskiej Agencji Prasowej, <http://naukawpolsce.pap.pl> [data dostępu: 04.03.2017].
- Zukin S., 1991: *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press.

Raporty

- Bierwiazzonek K., Nawrocki T., Pyka R., Zygmunt A., 2017: *Działalność Obserwatorium Procesów Miejskich i Metropolitalnych w kontekście współpracy miast górnośląskiego obszaru metropolitalnego w opiniach prezydentów i radnych miast należących do Górnośląskiego Związku Metropolitalnego*. Raport z badań, Obserwatorium Procesów Miejskich i Metropolitalnych, Uniwersytet Śląski w Katowicach.
- European Union Regional Social Progress Index, <http://www.socialprogressimperative.org> [data dostępu: 04.03.2017].
- IBS, 2012: *Analiza potencjału rozwojowego funkcji metropolitalnych obszarów aglomeracji miejskich województwa śląskiego, będących ośrodkami wzrostu gospodarczego województwa śląskiego w kontekście procesów zachodzących na regionalnym rynku pracy. Kultura i przemysły kreatywne*. Instytut Badań Strukturalnych, 2012, w ramach projektu pt.: „Strategiczne zarządzanie zmianami — nowe czynniki rozwoju województwa śląskiego w kontekście stanu i kierunków rozwoju regionalnego rynku pracy”. <http://strategicznezmiany.slaskie.pl/files/zalaczniki/2012/10/18/1313660585/1350559822.pdf> [data dostępu: 26.02.2017].
- Górny A., Libor G., Pyka R., Zygmunt A., 2015: *Raport z badań opinii na temat ulicy Mariackiej w Katowicach oraz katowickiego rynku*. Raport opracowany na zlecenie Urzędu Miasta w Katowicach.