

Twórczo, przemysłowo i kulturalnie. Nowy projekt z udziałem małopolskich liderów kreatywności

tekst Jacek Adamczyk, Departament Współpracy Regionalnej, MARR SA

Europejskie projekty spod znaku INTERREG EUROPE i INTERREG CENTRAL EUROPE dają szansę na realizację najbardziej oryginalnych pomysłów. Właściwie każda inicjatywa jest w stanie przyjąć formę międzynarodowej współpracy, wymiany doświadczeń i poszukiwania interesujących rozwiązań w dowolnej dziedzinie gospodarki, kultury czy zjawisk społecznych. Tym razem badamy naszą zdolność do twórczości.

CCSI4CCSI

Dobry projekt musi dysponować dobrym akronimem. By już na wstępie zaspokoić ciekawość, podajemy pełną nazwę projektu: Cultural and Creative Sectors and Industries for Collaboration, Competitiveness, Sustainability and Innovation.

Liderem zespołu jest Region Centralnej Macedonii (Grecja) we współpracy z Centrum Rozwoju Biznesu i Kultury (KEPA) z tego samego regionu. Partnerzy projektu to Business Kolding działający w strukturze miasta Kolding (Region Południowy Danii), belgijskie miasto Kortrijk wraz z rodzimą instytucją o nazwie Designregio Kortrijk, z Chorwacji miasto Koprivnica i działająca na tamtym terenie instytucja ENTER Koprivnica, i w końcu Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego wraz z Urzędem Marszałkowskim Województwa Małopolskiego, jako adresatem i beneficjentem wyników prac projektowych. Taka grupa partnerów gwarantuje poznanie doświadczeń i pomysłów z pięciu obszarów Europy o zupełnie odmiennych tradycjach i spójrzniach na zagadnienia „kreatywności” i ich znaczenia w środowiskach lokalnych, narodowych i międzynarodowych.

Jakie są główne założenia CCSI4CCSI?

Punktem wyjścia jest statystyka: według danych Eurostatu przemysł kreatywny i sektor kultury zatrudniają około 8,7 miliona osób w Unii Europejskiej, co stanowi 3,8% wszystkich aktywnych zawodowo obywateli Unii oraz grupę 1,2 miliona przedsiębiorstw w tej branży.

Należy zapewne dodać, że element „kreatywności” jest obecny praktycznie w każdym działaniu skierowanym do masowego odbiorcy – poczynając od produkcji rurek do drinków aż po organizację największej w historii wystawy dzieł Vermeera. Dlatego tak ważne staje się opracowanie dobrej definicji dla branży „kreatywnej” i nadanie jej zasłużonego znaczenia w Europie.

CCSI4CCSI nawiązuje do wielkich linii polityki Unii Europejskiej: dlatego w projekcie wymienia się podstawowe obszary, których badaniem będą zajmowali się uczestnicy i eksperci: kontekst środowiskowy (green), nowoczesne technologie (digital) i oddziaływanie na społeczność w różnej skali – regionalnej, narodowej, ponadnarodowej (social).

Działania, jakie mają zostać przygotowane w ciągu trzech lat realizacji projektu, to:

- ▶ opracowanie narzędzi wsparcia dla rozwoju, przekształceń i innowacyjności branży CCSI,
- ▶ promocja wzajemnych powiązań (synergii) w ramach regionalnych struktur gospodarczych, inteligentnych specjalizacji i zapotrzebowania na ofertę CCSI,
- ▶ podejmowanie nowych inicjatyw, charakterystycznych dla branży „kreatywnej” – adresowanych do społeczności lokalnych i odpowiadających na specyficzne potrzeby w regionie.

Formy pracy to połączenie tradycyjnych metod wymiany doświadczeń (spotkania, sesje warsztatowe, wizyty studyjne w regionach) z narzędziami dostosowanymi do tak złożonej i niejednoznacznej materii jak „przemysł kreatywny”: opracowanie działań integrujących CCSI z kontekstem regionalnym (ekonomicznym, kulturowym i społecznym), wskazanie najlepszych metod wzajemnego przenikania się oferty branży „kreatywnej” z oczekiwaniami społeczeństw i przedsiębiorców, aż w końcu opracowanie rekomendacji dla krajowych, regionalnych strategii rozwoju z położeniem nacisku na znaczenie i możliwości branży CCSI.

Kreatywna Małopolska i dobry nastrój

Trudno sobie wyobrazić, by jakiegokolwiek region, jakiegokolwiek miasto, organizacja, instytucja, czy w końcu przedsiębiorstwo nie wskazywało na siebie jako przykład kreatywności. Jest duża nadzieja, że dopiero konfrontacja małopolskiego „stanu umysłu” z pomysłami z innych regionów UE pomoże nam właściwie ocenić to, co robimy u siebie, co wykracza poza stereotyp i banalność koncepcji twórczego podejścia do rzeczywistości.

Projekt CCSI4CCSI narzucił wysokie wymagania, jeśli chodzi o pracę partnerów: w każdym z regionów należało stworzyć grupę 15 ekspertów – uczestników, najlepiej reprezentujących branżę i gotowych współpracować przy realizacji zadań opracowanych w ramach projektu. Możemy się pochwalić znakomitą listą małopolskich instytucji, które potwierdziły swoje zainteresowanie udziałem w Lokalnej Grupie Interesariuszy: Małopolski Instytut Kultury, Krakowskie Biuro Festiwalowe, Krakowskie Szkoły Artystyczne, SP Cleantech Cluster, Wydział Form Przemysłowych krakowskiej ASP, Wytwórnia Kraków Makerspace, Wydział ds. Przedsiębiorczości i Innowacji Urzędu Miasta Krakowa, Fundacja Polish Heritage, Instytut Ceramiki i Materiałów Budowlanych, inicjatywa Grupa Robocza, Zespół ds. Zarządzania Inteligentnymi Specjalizacjami – Departament Nadzoru Właściwościami i Gospodarki UMWM, Krakowski Park Technologiczny, firma Institute of Virtual Reality oraz Wydział Zamiejscowy WSB w Krakowie.

Punktem odniesienia dla naszego zespołu są zapisy Regionalnej Strategii Innowacji, dające możliwość wykorzystania wielu lat doświadczeń przy tworzeniu i realizacji RSI oraz ewentualne wykorzystanie pracy przy projekcie CCSI4CCSI w adaptacji Strategii do nowych wyzwań i możliwości.

Kwestią indywidualną jest utrzymanie się w dobrym nastroju lub odczucie ciężaru okoliczności, wynikające z faktu, iż pierwsze, wielodniowe, otwierające projekt spotkanie pod hasłem „Wymiany Doświadczeń” odbędzie się w dniach 17-19 września 2024 r. właśnie w Krakowie. Pojawia się wszyscy zagraniczni partnerzy projektu, eksperci i liderzy z małopolskiej Grupy Interesariuszy i przedstawiciele środowisk, które „kreatywność” uważają za swoją najmocniejszą stronę. W programie przewidziano prezentację doświadczeń z Grecji, Chorwacji, Danii i Belgii oraz wiele wystąpień, które mają zobrazować stan kultury i przemysłu kreatywnego w Małopolsce.

Refleksja przemysłowo-kulturalna i w miarę kreatywna

Temat projektu CCSI4CCSI wydaje się oczywisty i łatwo oddziałujący na nasze wyobrażenia o twórczym podejściu do większości zagadnień, z którymi mamy do czynienia w szeroko rozumianym rozwoju regionalnym w Europie. Problem pojawia się, kiedy postawimy sobie pytanie o wzajemne oddziaływanie rzeczników kreatywności i zwolenników efektywności, skuteczności oraz liczenia się bardziej z faktami niż ze swobodnie dryfującą wyobraźnią.

Zbitka frazeologiczna przemysł kreatywny, podobnie jak na przykład przemysł czasu wolnego i przemysł kulturowy, sugeruje, że do zjawisk o nieostrych konturach, opierających się na trudnych do zidentyfikowania przesłankach, można zastosować praktykę przedsiębiorstwa, reguły rynku z jego popytem i podażą, z inflacją i deflacją, konkurencyjnością, bankructwem i stopą zysku. Rodzi się pytanie, czy to akrobaci kreatywności wraz z posłańcami kultury tęsknią za industrializacją, która ma dać trwałe podstawy ich działań, czy też to menedżerowie i praktycy dużych i małych przedsiębiorstw



Element „kreatywności” jest obecny praktycznie w każdym działaniu skierowanym do masowego odbiorcy

FOT. MARR



INTERREG EUROPE

Program CCSI4CCSI – Cultural and Creative Sectors and Industries for Collaboration, Competitiveness, Sustainability and Innovation



Interreg Europe



Co-funded by the European Union

CCSI4CCSI

www.interregeurope.eu/ccsi4ccsi

Kultura i twórczość nie mają monopolu na kreatywność, jakkolwiek często jej wymagają w sporach dawkach

odczuwają potrzebę wyjścia poza schematy, zasady, poza utrzymywanie swoich fantazji w granicach sprawdzonej normy.

Intuicja podpowiada, że dostosowanie kultury, twórczości i czasu wolnego do zasad „przemysłowych” brzmi dość niepokojąco – dla kultury i czasu wolnego przede wszystkim. Nadmiar wyobraźni i kreatywności w praktyce szpitala, kolejnictwa czy przetwórstwa rolno-spożywczego jest równie podejrzany. Jak więc pogodzić ze sobą obszary, które wydają się za sobą nie przepadać?

Kultura i twórczość nie mają monopolu na kreatywność, jakkolwiek często jej wymagają w sporach dawkach; zarządzanie i sukces przedsiębiorstwa nie zależą tylko od rachunków, obliczeń i obniżania kosztów, jakkolwiek muszą się nimi posługiwać, planując dalsze podbijanie rynku. Coraz częściej trwała pozycja konkurencyjna firmy powstaje dzięki odmienności, zaskoczeniu i zmianie paradygmatu.

Wymęczony sukces Greków nad Trojanami wziął się z natchnionej i pokrętej inicjatywy króla Itaki, który połączył znajomość psychologii z abstrakcyjną przyjemnością posiadania dużego zwierzęcia na kołach. Ta opowieść zapewne nigdy się nie kończy i w różnych jej odmianach jest obecna w naszym wieku. Pozostaje więc wyznaczyć obszar, gdzie entuzjaści kultury spotkają się z cynikami biznesu, aby znaleźć odpowiedź na pytanie: czy jesteśmy sobie potrzebni i o jakie wartości może nam chodzić. A co do przemysłowego traktowania kultury... smutne, że spadkobiercy Homera nie doczekali się powstania instytucji tantiem i praw autorskich.

W ramach twórczej praktyki niepopartej, jak na razie, adekwatnym doświadczeniem wyrażam nadzieję, że nasz projekt pomoże odpowiedzieć na niektóre pytania, albo chociaż postawić te właściwe.

Na przykład dla dobra wspólnego.