

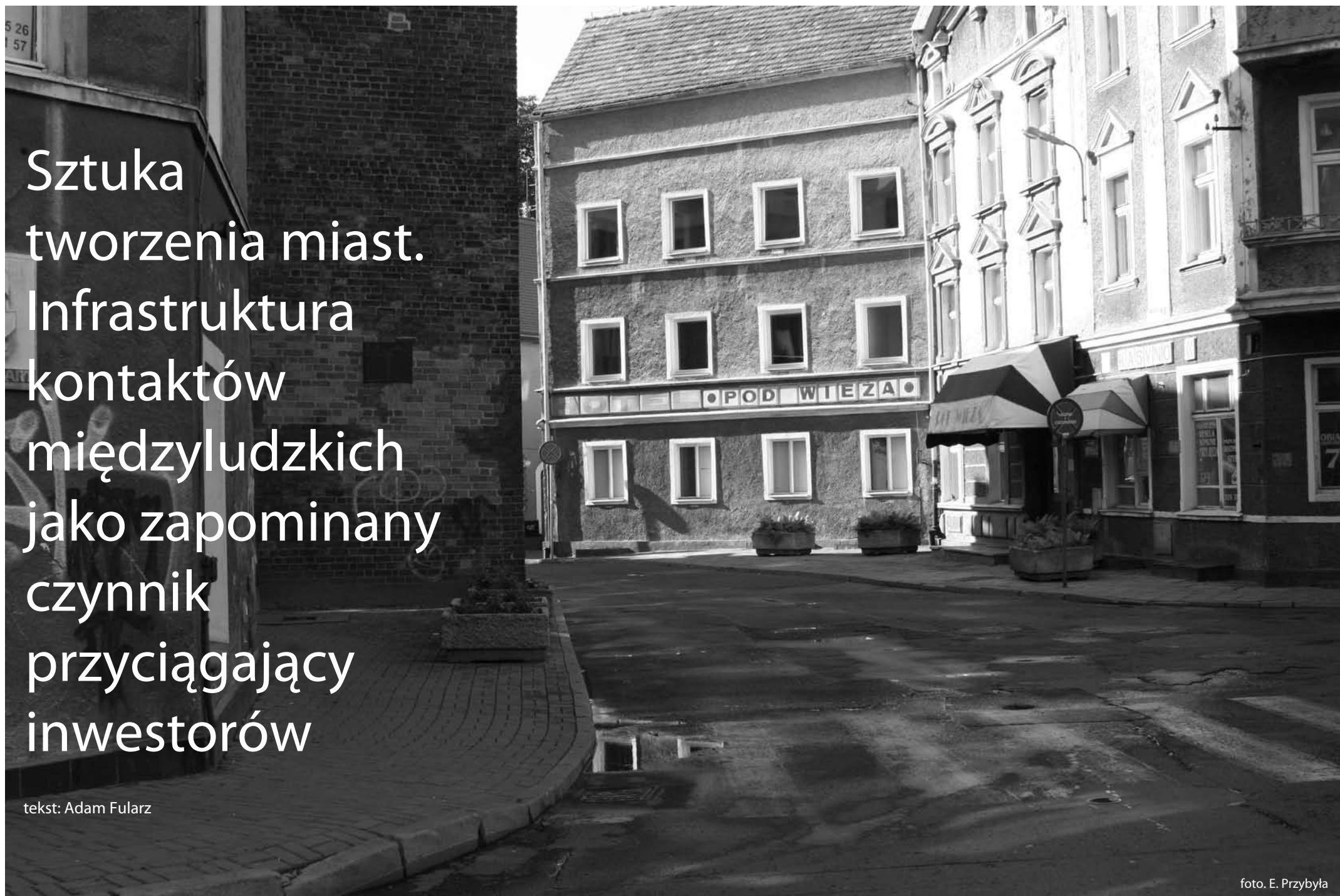
Ostatnio po jednej z konferencji uczestniczyłem w kularowych rozmowach samorządowców z inwestorami. Prezydent miasta Nowej Soli opowiadał anegdotę o tym, jak to stracił inwestorów, ponieważ ci wybrali Wrocław. O wyborze lokalizacji przeważał głos tych managerów, którzy woleli miasto *gdzie o pierwszej w nocy wyjdą na ulice i będzie tłum ludzi* i gdzie oferta kultury jest bardziej bogata.

W wielu polskich miastach brakuje czegoś, co określić można jako kreatywne środowisko. W Polsce znane już są teorie autorstwa dra Charlesa Landry'ego, autora książki *Sztuka tworzenia miast (The Art Of City-Making)*, znanego eksperta Banku Światowego od rewitalizacji miast i metropolii, mającego na swym koncie 450 zrealizowanych projektów w blisko 50 krajach świata. W jego książce *Miasto kreatywne (The Creative City)* pisze on, że dla bogacenia się miasta nieodzowna jest twórcza atmosfera i podaje na dowód swej tezy wiele przekonujących przykładów. Twórcza atmosfera przyciąga wg teorii dowodzonych na kartach jego dzieł kapitał ludzki, a w ślad za nim podąża kapitał finansowy.

Aby twórcza atmosfera w ogóle miała szansę zaistnieć, wymaga ona odpowiedniej, twardej infrastruktury: deptaków, stref pieszych, terenów rekreacyjnych, ławek, fontann, kawiarni, klubów, ogródków kawiarnianych. Świetnym przykładem tej polityki jest Kraków, gdzie istnieje ogromna liczba tego typu infrastruktury, często bardzo atrakcyjnej, jak np. ogródki kawiarniane i piwne w pełnych zieleni podwórcach kamienic czy pełne ławek Planty i Błonia. Wiele miast oferujących mieszkańcom zdegradowane, nieatrakcyjne, pozbawione roślinności przestrzenie miejskie, już tej infrastruktury, sprzyjającej nawiązywaniu kontaktów międzyludzkich, nie ma – są to co najwyżej wybiegi dla psów. Wg Landry'ego miasta te skazane są na upadek, ponieważ nie przyciągną kapitału ludzkiego.

Do tej infrastruktury zalicza się wg Landry'ego przede wszystkim infrastruktura miękka – oprócz instytucji zaliczają się do niej także normy i społeczne zwyczaje. Jedne z nich mogą przyspieszać rozwój, inne go blokować. Czynnikiem blokującym rozwój jest wg Landry'ego uprzedzenie do obcych (ksenofobia), a czynnikami wspomagającymi rozwój są tolerancja, otwartość, zaufanie.

Głównym z kluczowych warunków sukcesu metropolii jest kultura, będąca częścią infrastruktury miękkiej. Kultura przyciąga bowiem związaną z nią bohemę artystyczną, powoduje jej aktywizację. Kultura buduje twórczą atmosferę miasta. Tam gdzie kwitnie życie kulturalne, ludzie chcą się spotykać i rodzą się nowe pomysły. To bohema zaraża ludzi twórczą inspiracją, innowacyjnością, nonkonformizmem prowokującym zmiany. Miasta bez kultury zastygają w rozwoju. To za radą Landry'ego wiele



Sztuka tworzenia miast. Infrastruktura kontaktów międzyludzkich jako zapomniany czynnik przyciągający inwestorów

tekst: Adam Fularz

foto. E. Przybyła

miast żyjących w stagnacji, zdecydowało się inwestować w teatry, muzea, galerie, festiwale, by ściągnąć bohemę i stworzyć atmosferę dla spotkań.

Duże korporacje międzynarodowe, ze względu na swych pracowników, wolą się lokować w miastach, których otoczką kulturalną tworzy imidż miasta kreatywnego. Wybierają miasta, w których sądzą, iż znajdą bardziej kreatywnych, pomysłowych, utalentowanych pracowników. Kreatywność jest dziś jedną z najbardziej poszukiwanych u pracowników cech. Ponadto chcą lokować się w miastach, w których ich kadra będzie czuła się na tyle

dobrze, by nie myśleć o zmianie pracodawcy i wybraniu lepszego ośrodka.

Żyjemy w czasach postmodernizmu, sztuki minimalistycznej. To okres, w którym popularne są inne, bardziej postmaterialistyczne i mocno zdywersyfikowane koncepcje życia. Dawne religie zastępuje wyznaniowy patchwork – indywidualny zlepek fragmentów różnych wyznań. Kultury zazębiają się, przenikają, mieszając się w podobnym stopniu jak religie.

Inwestorzy, szczególnie ci zagraniczni, poszukują ośrodków, w których nie napotkają wrogości dla swego

odmiennego trybu życia, innej wiary czy zwyczajów. Poszukują ośrodków o rozbudowanym, różnorodnym życiu kulturalnym. Wolą te z ulicami pełnymi ulicznego gwaru i ogródków kawiarnianych od miast z wymarłymi centrami, zdegradowanymi np. nadmiernym ruchem samochodowym, miast których mieszkańcy nie znają innych kultur, są ksenofobicznie nastawieni do obcych.

Leeds, miasto położone na północy Anglii, może być przykładem miejsca, które przez moment było klubową stolicą kraju, a do dziś jest mekką fanów imprez muzyki klubowej. Jednocześnie jest trzecim centrum finanso-



foto. E. Przybyła

wym Królestwa. Niedawno wybrano je najlepszym brytyjskim miastem do prowadzenia biznesu. Wielu managerów jeździ tam na imprezy nawet z Londynu. Co wieczór organizowanych jest kilkadziesiąt imprez klubowych, nie wspominając o pozostałej ofercie.

Miasto podkreśla na każdym kroku swoją wielokulturowość. Symptodem tego może być np. przyjazny stosunek do rastafarian, tworzących większą część sceny muzyki klubowej tego postindustrialnego miasta, objawiający się nawet w chronieniu ich imprez, korowodów czy festynów przez miejscową policję, rzecz zupełnie nie do pomyślenia w Polsce. Utrzymuje się centra, w których lokalni muzycy mogą profesjonalnie nagrywać swoją twórczość, promuje dj-ing, udostępniając wszystkim chętnym do nauki kosztowny sprzęt didżejski, ustawiany na specjalnych stoiskach podczas imprez masowych. Dzięki temu młodzież ma szansę zaznajomić się np. z techniką odtwarzania muzyki z płyt winylowych. Kul-

turę wspiera się całościowo, zaczynając od samych podstaw. Wiele zespołów o światowej sławie, rozpoczęło swą karierę właśnie w tym mieście, np. *Iration Steppaz*, *Chumbawamba*, *Forward Russia*.

O ile wielokulturowy Wrocław jest polskim przykładem miasta skutecznie przyciągającego kapitał ludzki i finansowy, o tyle antyprzykładem jest tu Zielona Góra. Miasto traci mieszkańców, szczególnie tych młodych. Aż jedna trzecia ankietowanych osób do 30 roku życia, wyraziła niezadowolenie z mieszkania tam, jedna czwarta za główny mankament miasta uznała brak interesującej ich oferty kulturalnej, stawiając kulturę nawet ponad rynek pracy, zresztą bardzo nieatrakcyjny w tym dziś niemal całkowicie pozbawionym przemysłu mieście.

Aż 66% osób do 30 roku życia mocno lub bardzo mocno dośkwiera słabą ofertą kulturalną lub jej brak. 36% osób poparło tezę, iż jeśli chodzi o kulturę, to w mieście jest fatalnie, osoby te nie mają gdzie się udać

i nudzą się. Co czwarta osoba wyjeżdża raz w miesiącu i częściej poza miasto, w celach rozrywkowych. Również co czwarta osoba planuje opuścić miasto, gdy tylko będzie mogła, 30% pozostałoby w nim gdyby miało takie same możliwości pracy i rozrywki jak w innych miastach. Dalsze 30% rozważy taką możliwość. Jedynie 16% osób ankietowanych nie zamierza opuścić tego miasta. Ocenę ankietowanych na temat ilości osób, które już opuściły to miasto przedstawiono w tabeli. Są to dane szokujące, ale podobne symptomy jak w Zielonej Górze występują w wielu innych miastach kraju.

W Zielonej Górze dodatkowo kryzys kulturalny pogłębiają znikome nakłady na kulturę (na tą bardziej współczesną i popularną, muzyczną czy taneczną część kultury przeznaczono jedynie 77 tys. PLN z ponad 300 mln budżetu miasta), podczas gdy większość z kilku mln środków na kulturę przeznaczono na finansowanie etatów pracujących w domach kultury. Placówki te obsadzone

są przez osoby niekompetentne, niepotrafiące współpracować z osobami czy organizacjami z zewnątrz. Dla przykładu, ustosunkowanie się do propozycji reaktywowania festiwalu reggae w Zielonej Górze zajęło osobom odpowiedzialnym za miejską kulturę ponad półtora miesiąca. Uzyskanie jakiegokolwiek odpowiedzi, nawet negatywnej, wymagało licznych ponagleń. Miasto dawniej organizujące festiwal o międzynarodowym zasięgu (Festiwal Piosenki Radzieckiej), dziś nie organizuje nic poza niewielkimi koncertami coverów przebojów sprzed lat. Tamtejszy amfiteatr przez długie lata był ruiną, niedawna inwestycja w jego remont była nietrafiona: do dziś nie zadaszono go, co uniemożliwia przeprowadzanie w nim imprez o większym budżecie, z uwagi na ryzyko niepogody.

Władze tego miasta poleciły w 2007 r. zrywać wszystkie plakaty imprez z muzyką klubową, nie udostępniły bezpłatnych słupów i tablic tak jak to czynią inne miasta, pozostawiając jedynie możliwość odpłatnego rozplakutowywania imprez przez mający monopol miejscowy ośrodek kultury. Wysoki koszt typowego plakatowania (od 200 do 400 PLN) powoduje dalszą zapaść życia kulturalnego Zielonej Góry. Dodatkowo do tego dochodzi represyjny stosunek tamtejszych władz do np. do rastafarian, tworzących w tym mieście lwią część oferty muzycznej, czy też niedawne akty napaści neonazistów na młodzież z takich subkultur.

Centrum Zielonej Góry wieczorami wymiera, brak jest przechodniów, tego tłumu tak widocznego wieczorami np. w centrum Wrocławia. Nieliczni managerowie klubów mają wytaczane procesy sądowe za zakłócanie ciszy nocnej. Brakuje dzielnic rozrywki, nieliczne kluby wyniosły się na przedmieścia czy nawet poza administracyjne granice miasta. Nie ma tam nawet parku z prawdziwego zdarzenia, ani salonu towarzyskiego w postaci ogródków kawiarnianych czy piwnych. Nawet jeśli nieliczne przybytki tego typu istnieją, są one otoczone brzydkimi budynkami i ulokowane w pozbawionym zieleni, zaniedbanym, od lat nieremontowanym centrum miasta, wyłożonym płytkami sprzed 40 lat. Zielona Góra jest dobrym antyprzykładem „sztuki tworzenia miast” wg Landry’ego.

Tabela. Odpowiedzi ankietowanych młodych mieszkańców Zielonej Góry na pytanie „Oceń procentowo, oszacuj jaki procent twoich znajomych opuścił to miasto?”

- 1) 27,39% [43 osoby] 30-49%
- 2) 25,48% [40 osób] 10-29%
- 3) 19,11% [30 osób] 50-70 %
- 4) 17,83% [28 osób] poniżej 10%
- 5) 8,92% [14 osób] powyżej 70%

Źródła:

1) Witryny internetowe www.charleslandry.com oraz www.comedia.org.uk

2) Badanie jakości życia osób młodych w mieście Zielona Góra, wyniki ankiety on-line: www.ankietka.pl/wyniki/1030/zobacz.html

3) Żakowski Jacek, Edwin Bendyk *Miłuj geja swego*, „Polityka”, 23/2005 (2507)