

Komisja Wspólnot Europejskich

Dotyczy:

Dokumentu roboczego Komisji. Konsultacje dotyczące przyszłej strategii „UE 2020” (KOM(2009) 647 wersja ostateczna).

W odniesieniu do dokumentu KOM (2009)647 z dnia 24.11.2009 – Dokument roboczy komisji. Konsultacje dotyczące przyszłej strategii „UE 2020” Akademia Teatralna im. Aleksandra Zelwerowicza w Warszawie zgłasza swoje sugestie dotyczące wymienionego dokumentu.

W naszej opinii główne założenia UE 2020 uwzględniają obecną pozycję gospodarczą i geopolityczną Europy i zmiierzają w kierunku wzmocnienia pozycji Europy w świecie poprzez wzmocnienie konkurencyjności gospodarki i wsparcie dla rozwoju świadomego społeczeństwa obywatelskiego. Uważamy jednak, iż należy uwzględnić jeszcze jeden aspekt, w szczególności w Priorytecie (1) dokumentu – *Tworzenie wartości poprzez oparcie wzrostu na wiedzy.*

Zwracamy uwagę na aspekt rozwoju nowoczesnego świata, który – w naszej opinii – choć jest jednym z głównych motorów napędzających współczesną światową gospodarkę, nie został wyraziście uwzględniony w dokumencie. Jest to gałąź przemysłów kultury i kreatywnych, określanych jako ‘sektor kreatywny’.

W roku 2006 na zlecenie Dyrekcji Generalnej ds. Edukacji i Kultury Komisji Europejskiej przeprowadzono kompleksowe badanie poświęcone ekonomicznemu wymiarowi sektora kultury w Europie. Wcześniej, w 2002 roku Parlament Europejski wezwał Komisję Europejską do przeprowadzenia szczegółowego badania sektora przemysłów kultury w Europie. A zatem już w 2002 dostrzegano wagę przemysłów kreatywnych dla rozwoju gospodarki i podnoszenia jej konkurencyjności.

Badanie przeprowadzone w 2006 roku przez KEA (Kern European Affairs) wprowadza następującą systematykę w zakresie macierzystych dziedzin sztuki i ich wpływu na dzisiejsze sektory gospodarki¹:

¹ Podajemy za: Agata Etmanowicz, *Co to takiego przemysły kreatywne i przemysły kultury?*, <http://www.kreatywnisamozatrudnieni.pl/przewodnik.html?artid=25>

OBSZARY	SEKTORY	PODSEKTORY	CHARAKTERYSTYKA
MACIERZyste DZIEDZINY SZTUKI	Sztuki wizualne	rękodzieło, malarstwo, rzeźba, fotografia	działania nieprzemysłowe, produkty są prototypami i mają „potencjał zabezpieczenia prawami autorskimi”, tzn. opierają się na twórczości, która mogłaby być przedmiotem praw autorskich, ale nie jest systematycznie zabezpieczana (jak ma to miejsce w przypadku rzemiosła artystycznego czy niektórych produkcji z dziedziny sztuk performatywnych lub wizualnych)
	Sztuki performatywne	teatr, taniec, cyrk, festiwale	
	Dziedzictwo	muzea, biblioteki, wykopaliska archeologiczne, archiwa	
OBSZAR 1 PRZEMYSŁY KULTURY	Film i wideo		działania o charakterze przemysłowym, nastawione na masową reprodukcję, produkty są przedmiotem praw autorskich
	Telewizja i radio		
	Gry wideo		
	Muzyka	rynek muzyki wydanej, koncerty na żywo, przychody z tytułu praw autorskich (organizacje zbiorowego zarządzania)	
	Książki i prasa	wydawanie książek, wydawanie magazynów i gazet	
OBSZAR 2 DZIAŁANIA I PRZEMYSŁY KREATYWNE	Design	moda, grafika, projektowanie wnętrz, wzornictwo użytkowe	działania niekoniecznie mają charakter przemysłowy i mogą być prototypami, produkty są przedmiotem prawa autorskiego, ale mogą być także przedmiotem innych praw własności intelektualnej (np. znak towarowy), kreatywność (kreatywne umiejętności i ludzie wywodzący się ze środowiska artystycznego oraz przemysłów kultury) jest niezbędna do funkcjonowania pozakulturowych sektorów
	Architektura		
	Reklama		
OBSZAR 3 PRZEMYSŁY POWIĄZANE	Producenci komputerów, producenci odtwarzaczy MP3, przemysł telefonii komórkowej itd.		ta kategoria jest obszerna i trudna do sprecyzowania na podstawie klarownych kryteriów, angażuje wiele różnych sektorów ekonomicznych, które są zależne od poprzednich „obszarów”, np. sektor ICT

Przywołany raport KEA ten podaje także następujące dane:

1. W 2004 roku w sektorze kultury pracowało ponad 5 mln osób, co stanowiło 3,1% procent ogółu zatrudnionych w UE-25.

2. W 2003 roku obrót sektora kultury wyniósł 654 mld euro, jego udział w PKB UE wynosił 2,6%, a wzrost w tym sektorze był znacznie wyższy niż ogólny wzrost gospodarczy w latach 1999-2003.

W roku 2007 ogłoszono „Europejski program działań na rzecz kultury w globalizującym się świecie” – tzw. Europejska Agenda dla Kultury. Przedstawiono w nim trzy główne cele składające się na strategię kulturalną instytucji europejskich:

1. Promowanie różnorodności kulturowej i dialogu międzykulturowego,
2. **Promowanie kultury jako katalizatora kreatywności w ramach strategii lizbońskiej,**
3. Promowanie kultury jako istotnego elementu stosunków międzynarodowych Unii.

Rezolucja Parlamentu Europejskiego (2007/2153) stwierdza m.in.: „w ramach obecnej gospodarki postindustrialnej konkurencyjność Unii Europejskiej musi być zwiększona przez sektor kultury i twórczości” – pkt. 2 rezolucji.

Jak wynika z tabeli na stronie 2 niniejszego opracowania, powiązane przemysły to producenci komputerów, producenci odtwarzaczy MP3, przemysł telefonii komórkowej, itd. W komentarzu stwierdzono, iż jest to obszerna i trudna do sprecyzowania kategoria. Badanie przeprowadzono w 2004 roku – dziś już możemy stwierdzić, że przemysły powiązane z znacznej mierze korzystają z dorobku przemysłów kreatywnych, a ich działania zmierzają w kierunku ułatwienia transferu pomiędzy produktami przemysłów kreatywnych i finalnym konsumentem (pliki MP3, MP4, rynek plików audiowizualnych, rynek gier komputerowych i video).

Przemysł kreatywny staje się jedną z najbardziej innowacyjnych dziedzin gospodarki wymuszając rozwój technologii, których sam używa.

Warto zaznaczyć, iż kolejną dziedziną gospodarki, animowaną przez dziedzictwo kulturalne i rozwój sztuki jest **turystyka kulturalna**. W opinii Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego – EESC udział turystyki kulturalnej wynosi 5,5 procent PKB w wyniku działalności ponad 2 mln przedsiębiorstw zatrudniających ok. 9 mln osób (EESC, 15.03.2006, Pkt. 1.1.).

Rozwój mediów i komunikacji elektronicznej, internetu i komunikacji mobilnej zmienia dotychczasowe sposoby funkcjonowania i zachowania społeczeństw, tj. zachowań konsumenckich – zlekceważenie tej przestrzeni i nieuwzględnienie roli kultury i sztuki w jej rozwoju oznaczać może utratę udziału w rynku i pozycji konkurencyjnej.

Oto kilka faktów obrazujących wpływ zmian zachowań konsumentów w sektorze przemysłów kultury przemysłów powiązanych z **obszarów konkurujących z UE**:

1. Jak pokazały wstępne podsumowania wyników sprzedaży biletów w roku 2009, mimo recesji gospodarczej w Stanach Zjednoczonych, wpływy dla rynków USA i Kanady, przekroczyły dotychczasową barierę 10 mld dol. (...). W 2008 r. łączną sprzedaż biletów podliczono na 9,63 mld dolarów. (...). Poza rynkiem kanadyjskim i amerykańskim, sprzedaż biletów kinowych na hollywoodzkie

produkcje filmowe także wzrosła osiągając wartość 15 mld. dolarów. W stosunku do roku 2008 jest to wynik lepszy o ok. 5%.²

2. W okresie świąt iTunes Store³ sprzedał właśnie czteromiliardowy utwór, a w Boże Narodzenie pobił rekord - jednego dnia klienci kupili 20 mln piosenek.⁴
3. W 2006 r. rynek filmów rozpowszechnianych w sieci stanowił zaledwie 1 proc. wartego blisko 25 mld dol. rynku filmów DVD. Analitycy są jednak zdania, że w ciągu kilku lat może on osiągnąć nawet do 10 proc. tego rynku.⁵
4. W 2004 r. Bollywood oficjalnie prześcignął Hollywood w oglądalności, sprzedając na całym świecie 3,1 mld biletów (w porównaniu z 2,9 mld sprzedanymi przez Hollywood).⁶
5. Według Ernst&Young do 2011 r. dochody całego przemysłu filmowego z Bombaju wzrosną o 18-25 proc. do 4,5 mld USD (z 2 mld w 2006 roku).⁷
6. Obecnie od 15 do 20 proc. zysku na pojedynczym filmie indyjskim pochodzi z dystrybucji na rynkach zagranicznych. Wzrasta też udział zachodnich filmów w dystrybucji w Indiach (z 17 proc. w 1996 r. do 24,5 proc. w 2006 r.) oraz liczba koprodukcji wytwórni indyjskich i hollywoodzkich.⁸

Przywołane przykłady obrazują, jaką dynamiką charakteryzuje się sektor przemysłów kultury, kreatywnych i przemysłów powiązanych.

Jest oczywiste, że rozwój technologiczny, a przede wszystkim Internet zmieniły sposób dystrybucji kultury, doprowadziły do ‘wirtualizacji kultury’⁹. Mamy do czynienia z prosumentem¹⁰, czyli konsumentem aktywnym, wymagającym, kształtującym swój własny program kulturalny, poprzez dobór treści lub ich przetworzenie. Trudno zatem traktować kulturę jako wartość dodaną gospodarki – obecnie jest ona jej integralną i dynamicznie rozwijającą się częścią.

Zwracamy jednak uwagę, że analizując potencjalne korzyści dla gospodarki wynikające z rozwoju sektorów kreatywnych **nie powinniśmy tracić z pola widzenia macierzystych dziedzin twórczości, tj. sztuk wizualnych, sztuk performatywnych i dziedzictwa kulturowego poszczególnych krajów.**

² Za: <http://www.biznes.banzaj.pl/Amerykianie-wciaz-kochaja-magie-Hollywood-4535.html>

³ sklep internetowy, w którym można kupić cyfrowe pliki muzyczne, filmy, seriale telewizyjne, książki audio, gry na iPod a czy podcasty

⁴ Za: <http://gospodarka.gazeta.pl/gospodarka/1,33181,4844067.html>

⁵ Ibidem.

⁶ <http://www.polityka.pl/swiat/obyczaje/277162,1,sukces-kina-indyjskiego.read>

⁷ Ibidem

⁸ Ibidem

⁹ http://swiatmarketingu.pl/index.php?rodzaj=01&id_numer=627349

¹⁰Za: A. Toffler, *Trzecia fala*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2003

Sztuka **spełnia rozmaite funkcje**: estetyczne, społeczne, edukacyjne, terapeutyczne, dydaktyczne, komunikacyjne, poznawcze, użytkowe, itp. Narodziła się wraz z rozwojem ludzkiej cywilizacji. **Uczy myślenia** symbolicznego, abstrakcyjnego, metaforycznego – poszerza wyobraźnię i krąg skojarzeń. **Posługuje się różnymi językami**: obrazem, dźwiękiem, ruchem, przestrzenią. Sztuka jako krytyczne odbicie rzeczywistości **jest motorem napędzającym wszelkie przemiany świata ludzkiego**: od przemian estetycznych, poprzez społeczne, technologiczne, gospodarcze, cywilizacyjne wreszcie.

Dla harmonijnego rozwoju cywilizacji konieczna jest równowaga pomiędzy postępem technologicznym i rozwojem humanistycznym – czyli pracą nad wartościami etycznymi i estetycznymi jednostki i społeczeństw.

Kultura jest jedyną dziedziną która w naturalny sposób dyskontuje istnienie sprzeczności. Może bowiem służyć wszelkim ideom integracyjnym, wspólnotowym, łączeniowym przy jednoczesnym prolongowaniu dbałości o elementy autonomiczne, narodowe. Różnice są w kulturze źródłem kreatywnego myślenia zarówno w stronę ich zacierania jak i eksponowania. Ta naturalna sprzeczność w każdej innej dziedzinie życia bywa zarzewiem konfliktu – w kulturze zaś jest źródłem rozwoju.

Nieobecność sztuki i kultury, tzn. nieobecność humanistycznego „płuca” cywilizacji w priorytetach „Strategii Gospodarczej UE do 2020” napawa niepokojem. Naszym zdaniem zadania wyróżnione w dokumencie KWE: edukacja, przestrzeń badawcza, gospodarka cyfrowa, innowacja, kreatywność, umiejętności, produktywność – przedstawione są wyłącznie w ujęciu technokratycznym, zgodnie z tradycyjnym rozumieniem pojęcia ‘gospodarka’.

Jak staraliśmy się wykazać, sektory kultury pochodne wytwarzają realny dochód, a potencjał czyni je najbardziej konkurencyjnymi sektorami dzisiejszego świata. **Wnosimy zatem o uwzględnienie sztuki oraz kultury europejskiej jako istotnego elementu dla wzrostu gospodarczego i podnoszenia konkurencyjności UE.**