

ANNALIS
UNIVERSITATIS MARIAE CURIE-SKŁODOWSKA
LUBLIN – POLONIA

VOL. XXXII, 1

SECTIO K

2025

JOANNA HOŁDA

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie. Wydział Politologii i Dziennikarstwa
ORCID ID: 0000 0001 9334 8441

*Idea Sieci Miast Kreatywnych UNESCO w kontekście miasta
kreatywnego w dziedzinie „sztuka mediów”*

The Idea of the UNESCO Creative Cities Network in the Context of a Creative City
in the Field of “Media Arts”

ABSTRAKT

Współczesne miasta poszukują kierunku rozwoju, wykorzystując tkwiący w nich potencjał, zasoby czy dziedzictwo. Ich konkurencyjność budowana jest również przez nowatorskie rozwiązania bądź angażowanie się w rozmaite projekty, w celu stworzenia wygodnej i bezpiecznej przestrzeni do życia. Istotne w tych okolicznościach są kreatywność i kultura, a odwoływanie się do indywidualnej kreatywności mieszkańców pomaga tworzyć miasto kreatywne (w którym rozwija się także sektor przemysłów kreatywnych i kultury). W tym kontekście warto przybliżyć program Sieci Miast Kreatywnych UNESCO. Przez lata tworzona sieć międzynarodowej współpracy daje inspirację i impuls do rozwoju dla wielu ośrodków miejskich w różnych częściach świata. Ciekawym rozwiązaniem jest wyodrębniony obszar „sztuki mediów”, stanowiący atrakcyjną alternatywę dla rozwoju twórczości, kultury i przedsiębiorczości w miastach (także mniejszych ośrodkach), również dzięki wykorzystywaniu potencjału technologicznego i włączanie w procesy miejskie różnych środowisk.

Słowa kluczowe: sztuka mediów, miasto, współpraca międzynarodowa, kreatywność, miasto kreatywne

WSTĘP

Współczesne miasto, wybierając kierunki rozwoju, wykorzystuje swój potencjał, zasoby i dziedzictwo (historyczne, kulturowe, społeczne), tak by stworzyć wygodne, bezpieczne i atrakcyjne do życia miejsce. Tradycyjnie miasto daje opcje, które gdzie indziej nie występują (szczególnie w środowisku wiejskim).

Obecnie w miastach mieszka ponad połowa ludności świata, a prognozuje się, że w niedługiej perspektywie będzie to większość tej ludności, tu realizuje się trzy czwarte światowej gospodarki, w tym znaczna część gospodarki kreatywnej. Jest to wyzwanie dla polityk (nie tylko lokalnych) i władz, a napływ ludzi, zmiany klimatyczne czy styl życia uzasadniają dostosowanie współczesnej polityki do wymagań przyszłości.

Istotnym obszarem mogącym odpowiedzieć na aktualne wyzwania są kultura i technologie. Stąd wieloletnia już popularność kreatywności w ramach polityk regionalnych i miejskich [Rogowska 2013: 162], a coraz częściej przemysły kreatywne są istotnym punktem strategii rozwoju lokalnego (regionalnego), co zresztą jest także opisywane w literaturze przedmiotu [Dellisanti 2023].

Społeczne znaczenie przemysłów kreatywnych koncentruje się na podnoszeniu jakości życia, kreowaniu idei i koncepcji implementowanych następnie do społeczeństwa. Sektor charakteryzuje się innowacyjnością i tworzeniem nowych rozwiązań, w tym technologicznych. Kształtuje to zarówno potrzeby, jak i współczesny styl życia, gdzie coraz chętniej sięga się po produkty z sektora kreatywnego [Hołda 2025: 34].

Celem niniejszego opracowania jest przybliżenie koncepcji miasta kreatywnego (w którym rozwijają się przemysły kreatywne i kultury) w kontekście Sieci Miast Kreatywnych UNESCO (*Creative Cities Network*). Wzmacniana międzynarodowa współpraca daje inspirację i impuls dla ośrodków z różnych części globu do zdefiniowania się na nowo, czy dostrzeżenia szczególnych możliwości lokalnego potencjału. Odbywa się to także przez wybór jednej z kategorii kreatywnej. Ciekawą alternatywę stanowi dziedzina „sztuki mediów”, również w kontekście coraz większej dostępności rozwiązań technologicznych, szczególnie wobec współczesnego, dynamicznego rozwoju cyfrowego. Można założyć, że orientowanie się na kreatywność i kulturę (w tym przypadku w dziedzinie sztuki mediów) w tworzeniu polityki lokalnej może wzmocnić procesy miastotwórcze, pozytywnie wpływa na poprawę jakości życia i angażuje mieszkańców. Obserwacja poszczególnych miast należących do Sieci pomoże sprawdzić, czy status miasta kreatywnego rzeczywiście przyczynia się do osiągnięcia wymienionych celów i czy sam program – biorąc pod uwagę jego specyfikę i charakter (aplikowanie, uzyskanie tytułu, wymagania, sposób, w jaki miasta przygotowują się do procesu i jak go w następnych krokach realizują itp.), jest instrumentem, który w realny sposób pozwala osiągnąć założone cele.

MIASTO KREATYWNE – WPROWADZENIE

Punkty odniesienia pomocne przy zdefiniowaniu i zrozumieniu idei miasta kreatywnego znajdują się w jego historii, tradycji czy kulturze. Trudno wskazać jeden model takiego miasta, koncepcja zakłada różnorodność w myśleniu o nim, wykorzystywaniu jego zasobów (materialnych, niematerialnych, ludzkich).

Miasto kreatywne to ośrodek, który w politykach i strategii rozwoju świadomie wykorzystuje kreatywność i innowacyjność, odwołując się przy tym do wartości,

jaką jest indywidualny potencjał jednostki (mieszkańców). Taki status mogą osiągnąć duże ośrodki (reprezentujące np. funkcje metropolitarne bądź stolice – państw, regionów), jak również mniejsze, dla których wartością jest nieszablonowe podejście do polityk miejskich i zarządzania. Wykorzystują swój różnorodny potencjał do tworzenia jak najlepszych warunków do życia, przy tym wpływając na rozwój gospodarczy czy turystykę, co pozostaje w silnej relacji z atrakcyjnością kultury.

Takie miejsca angażują różne podmioty – mieszkańców, twórców, biznes czy środowisko akademickie. Co nie dziwi, kreatywność zawsze była ściśle związana z miastami. Wielcy myśliciele, artyści i przedsiębiorcy gromadzą się i prosperują w miejscach, gdzie rozmowy i kultura są najbardziej stymulujące; przyciągają się i wzajemnie napędzają, tworząc nowe idee i nowe biznesy, które napędzają wzrost i dobrobyt [Florida, Mellander, Adler 2015: 97].

Świadome prowadzenie polityki lokalnej pozwala spojrzeć na kulturę jako szansę i obszar wspierający rozwój. Nie bez znaczenia jest jednak współpraca i szerokie włączenie mieszkańców w procesy miejskie. Ciekawie w tym kontekście wygląda koncepcja R. Floridy, który uzależnia rozwój (gospodarczy) od niezbędnych czynników występujących w danym miejscu, a określonych jako „3 T” – technologia, talent i tolerancja – które tylko występując razem, dają ogromne szanse i możliwości [Florida 2010: 257 i n.], także dla pojedynczych mieszkańców, a łączą wokół wskazanych wartości różne podmioty.

Siłę talentu i potencjału jednostki dostrzegł też Ch. Landry, dla którego podstawowym zasobem są mieszkańcy [Landry 2013: 117 i n.], a ich inteligencja, pragnienia, motywacje, wyobrażenia i kreatywność stają się ważniejsze od lokalizacji, bogactw naturalnych i dostępu do rynku. Na sukces wpływa kreatywność mieszkańców, jak i władz miasta. W mieście kreatywnym nie tylko twórcy są zaangażowani we wspieranie gospodarki kreatywnej, ale także każdy, kto podchodzi do swoich zadań w sposób nowatorski, obojętnie, czy jest pracownikiem administracji, przedsiębiorcą, czy uczonym i artystą [Pawlik 2017: 232].

Z kolei różnorodność w kontekście funkcji miasta, ale także historii, architektury i urbanistyki, dostrzegł J. Jacobs w swojej już klasycznej książce [Jacobs 2014: 157–164]. Istotą jest planowanie miasta z szacunkiem dla otoczenia i obywateli. Wymaga to otwartości, kreatywności i współpracy, poszanowania tradycji i kultury miejsca. To wszystko stanowi elementy składowe współczesnego miasta kreatywnego.

Miasto kreatywne może być bliskie miastu inteligentnemu (*smart city*), szczególnie gdy uwzględnia rozwiązania technologiczne, kluczowe w rozwoju miasta i wpływające na każdą sferę życia [Ilciów 2023: 29]. W przypadku sztuki mediów (nowych mediów) nowe technologie są podstawą twórczości. Miasto inteligentne uwzględnia komponent ludzki, rolę edukacji, nauki, kultury i wiedzy w rozwoju nowoczesnych inicjatyw miejskich, łączy wymiar cyfrowy z wymiarem społecznym, z kolei miasto kreatywne wspiera klimat innowacyjności i przedsiębiorczości, co sprawia, że staje się ono przestrzenią kreatywną [Jedlińska 2020: 10–11].

IDEA SIECI MIAST KREATYWNYCH UNESCO

UNESCO było pomysłodawcą utworzenia w 2004 r. Sieci Miast Kreatywnych, która jest jej sztandarowym i najbardziej prestiżowym programem miejskim. Istotą jest tworzenie i wzmacnianie globalnej współpracy międzymiastowej, wymiana doświadczeń, wiedzy i dobrych praktyk, szczególnie wobec globalnych wyzwań przeniesionych na poziom lokalny, ale także budowanie dumy z miasta przez kreatywność i kulturę. Program ma przyczynić się do promocji produktów kulturalnych w skali globalnej i stworzenia nowych platform współpracy i partnerstwa w celu pokazania konieczności współpracy sieciowej. Cele te są podporządkowane uczynieniu kreatywności istotnym elementem lokalnego rozwoju gospodarczego i społecznego z wykazaniem możliwości działań innowacyjnych opartych na wymianie know-how, doświadczeniach i najlepszych praktykach [Namyślak 2013: 77].

Sieć na początku 2025 r. liczyła 350 miast z całego świata, budowana jest na osiemiu pól kreatywnych – architektura (od niedawna), literatura, muzyka, film, rzemiosło artystyczne i sztuka ludowa, wzornictwo (design), gastronomia i sztuka mediów.

W ciągu ostatnich lat do programu przystąpiło sześć polskich miast – Kraków i Wrocław (w kategorii literatura), Bydgoszcz i Katowice (muzyka), Gdynia i Łódź (film).

Sieć realizuje założenia *Agendy na rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030*¹ i *Nowej Agendy Miejskiej*², co jest szczególnie istotne wobec wyzwań współczesności, zmian cywilizacyjnych, demograficznych, gospodarczych, politycznych czy klimatycznych.

UNESCO stawia kreatywność jako strategiczny czynnik w dążeniu do zrównoważonego rozwoju. Miasta służą jako laboratoria różnorodności kulturowej dla potwierdzenia swojej tożsamości w zglobalizowanym świecie i mogą rozwijać swój potencjał kulturowy, przekształcając go w branżę kreatywną i przyczyniając się do wzrostu gospodarczego miast. Oprócz bycia dźwignią dla zrównoważonego rozwoju branża kreatywna i kulturalna działają jako „wylęgarnia działań i innowacji” w celu wdrożenia wspomnianej „Agendy na rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030” [Lurdi 2023: 124].

PRZYSTĄPIENIE DO SIECI MIAST KREATYWNYCH UNESCO

Kluczowe dla UNESCO jest tworzenie współpracy międzynarodowej w zakresie kultury, sztuki i nauki, promując dialog pomiędzy narodami i cywilizacjami. W dziedzinie kultury celem jest wypracowywanie i wdrażanie norm prawnych

¹ Agenda została przyjęta w drodze rezolucji przez Zgromadzenie Ogólne ONZ w dniu 25 września 2015 r. Tekst jest dostępny na stronach rządowych: <https://www.gov.pl/web/rozwoj-technologie/agenda-2030> (dostęp: 22.07.2025).

² Deklaracja z *Quioto w sprawie w sprawie zrównoważonych miast i osiedli ludzkich dla wszystkich*, przyjęta w październiku 2016 r., tekst dostępny: <https://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-Polish.pdf> (dostęp: 22.07.2025).

uwzględniających ochronę dziedzictwa kulturowego i ochronę różnorodności kulturowej, budowanie dialogu w oparciu o poszanowanie praw człowieka i demokrację. Wartością jest wzmocnienie związków pomiędzy kulturą a rozwojem, przez upowszechnianie dobrych praktyk i wymianę doświadczeń, na przykład w zakresie polityki kulturalnej³.

Sieć Miast Kreatywnych obejmuje problematykę urbanizacji i polityk miejskich. Do programu mogą przystąpić wszystkie miasta z państw członkowskich UNESCO, jak również z państw (członków) stowarzyszonych. Oprócz możliwości rozwijania współpracy międzynarodowej program daje szansę wymiany doświadczeń, dobrych praktyk itp. Przystąpienie do Sieci ma również znaczenie prestiżowe i wizerunkowe, szczególnie dla miast, które pozycjonują się jako miasta kultury, kreatywności i innowacji.

Nabór do omawianego projektu jest prowadzony regularnie co dwa lata⁴ (ostatni w 2025 r.). Od miasta ubiegającego się o obecność w Sieci wymagane jest złożenie stosownych dokumentów (wraz ze specjalnie przygotowaną na ten proces aplikacją), które w następnych krokach są weryfikowane przez Sekretariat Generalny i niezależnych ekspertów wskazanych przez UNESCO. Miasto kandydat powinno wykazać zaangażowanie i zdolność do efektywnego przyczynienia się do realizacji celów i misji Sieci. Cała procedura trwa kilka miesięcy.

Decyzję o przystąpieniu do Sieci podejmuje się lokalnie, z reguły jest to inicjatywa i decyzja miejscowych władz, które najlepiej wiedzą, jakim potencjałem, zasobami czy możliwościami dysponuje miasto. Również na poziomie lokalnego urzędu przygotowywana jest stosowna aplikacja. Przystąpienie do Sieci jest elementem polityki miejskiej czy szerszej strategii rozwoju.

POJĘCIE SZTUKI MEDIÓW I NOWYCH MEDIÓW

Terminy, jak kreatywność, oryginalność, wyobraźnia czy inspiracja, są kluczowe dla współczesnej branży mediów i kultury. Są używane jako przewodnia zasada organizacyjna, wyznacznik specyficznej formy produkcji, motywator dla pracowników i motto odróżniające od innych branż. Produkcja kreatywna wspiera tworzenie nowych narracji, obrazów i produktów, inicjowanie zmian w organizacji medialnej czy tworzenie nowych możliwości rynkowych [Ben-Ari, Otmazgin 2020: 3].

Dobrze w ten kontekst wpisuje się program Sieć UNESCO i wskazana w nim kategoria sztuki mediów, która dynamicznie ewoluuje i odgrywa transformacyjną rolę w kształtowaniu współczesnego społeczeństwa. Ma wpływ na demokratyzację ekspresji artystycznej, zmiany społeczne i polityczne. Sztuka mediów silnie związa-

³ www.unesco.pl/unesco/misja-unesco (dostęp: 22.07.2025).

⁴ Informacje dotyczące kwestii formalnych przystąpienia do Sieci Miast Kreatywnych UNESCO pochodzą ze strony tej organizacji: <https://www.unesco.org/en/creative-cities> (dostęp: 22.07.2025).

na z rozwojem technologicznym umożliwia jednostkom wyrażanie swojego głosu, kwestionowanie tradycyjnych narracji i przyczynianie się do bardziej integracyjnego i połączonego świata [Wang, Tang, Ji, 2023: 258 i n.].

Sztuka mediów to rodzaj komunikacji za pomocą takich form, jak: film, video, fotografia, audio, sztuka cyfrowa/komputerowa i media interaktywne. Charakteryzuje się interdyscyplinarnością, otwartością na łączenie się (multimedia) i przenikanie różnych mediów (intermedia). Twórczość w takim obszarze wykorzystuje światło, ruch, dźwięk, kolor itp.

Coraz większe znaczenie, również ze względu na stosunkowo łatwą dostępność technologii cyfrowych i atrakcyjność dla młodszych pokoleń, zyskuje twórczość wykorzystująca nowe media – cyfrowe (opierające się na technologii komputerowej, internecie) – grafikę komputerową, gry video czy animację komputerową. Jako sztuka interaktywna zakłada współudział odbiorcy w jej tworzeniu. Jest sztuką intermedialną, gdzie ścierają się różne media, nauki czy zjawiska, tworząc spójny komunikat. Nowa kultura wizualna łączy filozofię, politykę, ekonomię, estetykę, feminizm, teorię sztuki, medioznawstwo, fotografię, film, animację itd. Sztuka nowych mediów przekroczyła granice sztuki tradycyjnej, a dzięki wyjściu z instytucji i rozwojowi komunikacji w sztuce podniosła się świadomość wpływu sztuki na życie wśród osób spoza kręgów artystycznych. Jej otwartość i sukcesywne wnikanie w przestrzeń społeczną i pozaartystyczną uutorowało szlak, po którym teraz sztuka nowych mediów może wkraczać na kolejne obszary życia społecznego [Miastkowska 2013: 41]. Nowe technologie medialne zmieniają charakter i przebieg procesów twórczych oraz właściwości powstających w ich rezultacie dzieł, w zasadniczy sposób przekształcając sposoby ich ujmowania przez odbiorców, wyznaczając w ten sposób zupełnie nowe ramy dla tworzonej sztuki. W rezultacie całkowicie przeobrażają one także pojmowane doświadczenie estetyczne, zarówno jego strukturę, jak i wszystkie elementy składowe [Kluszczyński 2014: 194].

Jako przykłady sztuki mediów (nowych mediów) można wskazać twórczość w obszarze – video (video art., w tym video-instalacje), szeroko pojętej sztuki cyfrowej, instalacji audiowizualnych i interaktywnych, animację komputerową, rozszerzoną rzeczywistość, sztukę cybernetyczną. Ze względu na wykorzystywanie różnych narzędzi i mediów można tu także włączyć bioart – formę łączącą naukę (technologię) ze sztuką.

Do omawianego nurtu można między innymi zaliczyć artystów, jak: Krzysztof Wodiczko, Edward Ihnatowicz, Józef Robakowski, Zbigniew Rybczyński, Bruce Nauman, Bill Viola, Eduardo Kuc, Roy Ascott, Masaki Fujihata, Olafur Eliasson. Polskim przykładem skomercjalizowanej twórczości w omawianym obszarze jest gra komputerowa „Wiedźmin” (bohater Andrzeja Sapkowskiego), która zrobiła międzynarodową karierę.

MIASTA KREATYWNE UNESCO W OBSZARZE SZTUKI MEDIÓW

Na początku 2025 r. do Sieci UNESCO w kategorii sztuka mediów należało 25 miast. Porównując z pozostałymi dziedzinami (z wyjątkiem najnowszej – architektura), największą popularnością cieszy się muzyka (75), natomiast omawiana kategoria jest jedną z najmniej liczebnych.

W ramach sztuki mediów jest tworzona swoista globalna sieć współpracy, choć najwięcej jest tu miast europejskich (Enghien-les-Bains, Linz, York, Braga, Koszyce, Karlsruhe, Viborg, Hamar, Modena, Namur, Tbilisi, Nowy Sad, Caen, Oulu), są miasta z Azji (Changsha – Chiny, Sapporo – Japonia, Gwangju – Korea Południowa), Ameryki Południowej (Guadalajara – Meksyk, Campina Grande – Brazylia, Santiago de Cali – Kolumbia), Afryki (Casablanca – Maroko, Dakar – Senegal), z Izraela (Tel Awiw), USA (Austin) i Kanady (Toronto). Charakteryzują się różną wielkością (od milionów mieszkańców po mniejsze ośrodki), specyfiką, historią i tradycją, wykazują różne możliwości finansowe i znaczenie w swoich krajach. Pierwszymi w Sieci w obszarze sztuki mediów były francuskie Enghien-les-Bains i japońskie Sapporo w 2013 r. W kolejnych latach Sieć się powiększała: o pięć miast w 2014 r., jedno w 2015 r., pięć w 2017 r., dwa w 2019 r., jedno w 2020 r., pięć w 2021 r. i cztery w 2023 r. Aktualna reprezentacja pozwala na refleksję, że to co łączy to wybór kultury (kreatywności) jako ważnego aspektu prorozwojowego. Miasta, które pozycjonują się jako kreatywne, w podobny sposób patrzą na swoje potencjały i zasoby. Charakterystyczne jest prowadzenie świadomej polityki miejskiej, dzięki której poprawia się infrastruktura materialna, tworzone są instytucje działające w obszarze sztuki mediów, programy wsparcia dla twórców, organizowane są festiwale i inne wydarzenia, co również jest lokomotywą rozwoju kreatywności i kultury w ogóle.

To, co różnicuje miasta kategorii sztuka mediów, to punkty odniesienia – europejskie częściej odwołują się do tradycji, kultury czy historii miejsca, natomiast azjatyckie, nie zapominając o swojej tożsamości, w większym stopniu stawiają na nowe technologie i innowacyjność rozwiązań, co wydaje się konsekwencją kierunku rozwojowego wielu państw azjatyckich, które są globalnymi liderami nowych technologii.

Ze względu na bliskość innowacji i technologii (w tym oprogramowania) widoczna jest współpraca międzysektorowa ze środowiskiem biznesowym (np. start-upami) i akademickim. Charakterystyczne jest wspieranie ekosystemu kreatywnego angażującego podmioty ze świata kultury, akademii i biznesu. Wzmacnia to lokalną gospodarkę, zwiększa poziom uczestnictwa w kulturze, wykorzystuje kapitał ludzki (np. pochodzący ze środowiska naukowego) i materialny, co dodatkowo przyczynia się do poprawy jakości życia.

Miasto jest swoistym „laboratorium”, w którym odbywają się rozmaite eksperymenty, sprawdzane są różne rozwiązania związane z jego funkcjonowaniem i organizacją. Takie miasto to „kreatywny tygiel”, gdzie tworzone są klastry kre-

atywne, przestrzeń dla rozwoju startupów, ścierają się wizje i idee. Testowane są różne rozwiązania, wprowadzane programy wsparcia, tworzone miejsca działań dla artystów, przedsiębiorców czy instytucji kultury [Hołda 2017: 231–233].

Budowanie ekosystemu kreatywnego wpływa na rozwój gospodarczy, a obecność firm technologicznych ma przełożenie na twórczość w obszarze sztuki mediów. Miastem szczególnie zaangażowanym w rozwój startupów jest Tel Awiw, a norweski Hamar podjął strategiczną decyzję o inwestowaniu w infrastrukturę, w celu wsparcia rozwoju sztuki mediów i firm kreatywnych. Uważany jest za krajowe centrum i inkubator dla start-upów. Takie działania wspierają lokalne talenty, jednocześnie wspierając tworzenie nowych miejsc pracy.

Warto podkreślić, że wspomniany Tel Awiw (Izrael) jest jednym z najważniejszych w skali globalnej ośrodków z silnym ekosystemem start-upów technologicznych. Od lat angażuje się w ich rozwój, również na poziomie rządowym przyjmowane są instrumenty wsparcia sektora. Organizowane są inkubatory, akceleratorzy, wprowadzane ułatwienia podatkowe. Miasto pozycjonuje się jako *smart city*, stawiając na technologie komunikacyjno-informacyjne, wdrażane są nowe technologie w celu poprawy funkcjonowania miasta i podniesienia jakości życia [Oren 2025]. Przy tym Izrael jest także jednym z liderów rozwoju sztucznej inteligencji. Zintegrowane strategie angażują różne środowiska, czego naturalną konsekwencją jest rozwój sztuki mediów w oparciu o nowe technologie. Współpraca na styku sztuki, technologii i nauki jest także wzmacniana w innych miastach, gdzie włącza się ośrodki akademickie, np. w: Campina Grande (Brazylia), Karlsruhe (Niemcy), Namur (Belgia) czy Austin (USA).

Charakterystyczna jest otwartość i demokratyzacja uczestnictwa w kulturze. Polityka miejska jest tworzona w oparciu o rozwój sztuki mediów, a kreatywność jest traktowana jako wartość, podobnie jak zrównoważony rozwój, szacunek do praw człowieka i angażowanie różnych odbiorców (japońskie Sapporo, koreańskie Gwangju). Stwarza to poczucie wspólnoty. Szczególnie że dzięki narzędziom, jakimi dysponuje sztuka (nowych) mediów, znacznie łatwiej jest angażować potencjalnych odbiorców (którym bliskie są narzędzia cyfrowe), co tworzy inkluzyny charakter tego obszaru, dając szansę tym, którzy z różnych powodów nie mogli czy nie chcieli uczestniczyć w kulturze.

Istotą rozwoju są inwestycje, a wartością dodaną takich procesów jest jednocześnie angażowanie mieszkańców. Przykładem może być Toronto, które na najwcześniejszym etapie planowania urbanistycznego bierze pod uwagę kulturę, np. przez utrzymanie niedrogiej przestrzeni kulturalnej w centrum miasta w celu wzmocnienia klastrów kreatywnych (Toronto). Zrównoważony rozwój miasta i wartości demokratyczne są wartością także dla wielu innych, jak: Namur, Tel Awiw, Koszyce, Viborg, Santiago de Cali, Hamar, Oulu, Tbilisi, Nowy Sad, Caen czy Casablanca.

Ciekawy jest przykład austriackiego Linz, który jest jednym z najbardziej rozpoznawanym na świecie i wiodącym w sztuce mediów ośrodkiem w Europie (w Sieci od 2014 r.). Miasto konsekwentnie od kilkadziesiąt lat wspiera rozwój sztuki

cyfrowej, stąd warto poświęcić mu nieco więcej uwagi. Najważniejsze w tym kontekście jest centrum kulturalne Ars Electronica (działające od końca lat 70. XX w.) i Ars Electronica Festival, które przyciągają tysiące zainteresowanych. W 2009 r. został otwarty nowy obiekt Ars Elektronika wraz z Muzeum Przyszłości, który ze względu na charakterystyczną bryłę można uznać za ikoniczny pod względem architektonicznym. Linz jednak od lat prowadzi zintegrowaną politykę kulturalną (pierwszy taki dokument został przyjęty w 2000 r., nie bez znaczenia było uzyskanie przez miasto tytułu Europejskiej Stolicy Kultury w 2009 r. – program realizowany w Unii Europejskiej, i proces przygotowania obchodów). Poza tym w strategiach rozwoju miasta kultura konsekwentnie zajmuje ważne miejsce (ze wspomnianą wyżej instytucją jako ważnym ośrodkiem innowacji zintegrowanym ze strategiami rozwoju kulturalnego i gospodarczego) obok wsparcia rozwoju gospodarczego, innowacji i technologii, stawiania na zielone i zrównoważone miasto (do 2040 r. chce być neutralny klimatycznie) – to rodzaj transformacji miasta poprzemysłowego. Kultura tworzy tkankę miejską, jest motywatorem przemian.

Podążanie taką ścieżką rozwoju jest szansą dla tych miejsc, które z różnych przyczyn na nowo się definiują, szukają tożsamości. Znamiennym przykładem jest rewitalizacja ośrodków poprzemysłowych, które za wiodące wybierają przemysły kreatywne, co daje dobre efekty społeczne i gospodarcze (Vibor, Koszyce). Pozycjonowanie się jako kreatywne przez wcześniejsze miasto przemysłowe jest zjawiskiem co najmniej interesującym i zostało dostrzeżone w literaturze [Pyka 2018: 11 i n.; Michalska-Żyła 2018: 308 i n.; Sokołowicz, Zasina 2016: 5 i n.].

ZAKOŃCZENIE

Wszystkie współczesne miasta są mniej lub bardziej kreatywne. Jednak świadomy wybór kierunku rozwoju w oparciu o określoną ideę i wartości jest dobrą decyzją, szczególnie gdy zakłada zaangażowanie mieszkańców w owe procesy, co wspiera wspólnotę lokalną. Dzieje się tak, gdy taką ideą jest status miasta kreatywnego, wykorzystującego potencjał i zasoby infrastrukturalne i ludzkie. Pozostaje to w powiązaniu z prowadzoną polityką, tu przede wszystkim polityką kulturalną, gdzie dyskursy dotyczące przemysłów kreatywnych są wplecione w wizję gospodarki miejskiej napędzanej przez sektor usług łączący wszelkiego rodzaju działalność kulturalną [O'Brien 2014: 51–52].

Doprecyzowaniem kierunku rozwoju jest określenie wiodącej dziedziny kreatywnej. Wydaje się, że obszar „sztuki mediów”, ze względu na zaangażowanie nowych technologii, technologii cyfrowych, stanowi interesującą opcję, zwłaszcza dla ośrodków, w których dotychczas nie było rozwiniętej infrastruktury kulturalnej albo tych tradycyjnie kojarzonych z dziedzictwem przemysłowym. Redefiniowanie siebie przez kreatywność, kulturę i technologię może dać nowy impuls w rozwoju.

Wiąże się to, na poziomie decyzji władz miejskich, np. z poprawą infrastruktury materialnej (nowe instytucje, rewitalizacja części miasta), ale także dzięki środowiskom kreatywnym czy technologicznym wspiera rozwój miasta w ogóle (np. tworzone są nowe podmioty gospodarcze i miejsca pracy).

O ile jednak poprawa infrastruktury, łączenie środowisk i prowadzenie długofalowej polityki wpływa na ogólną poprawę jakości życia, a także dumę ze swojego miasta, to rozwój przemysłów kreatywnych i kultury uruchamia tworzenie nowych miejsc pracy, co już można wykazać na podstawie twardych danych (np. pokazujących wzrost zatrudnienia).

Należy mieć jednak świadomość, że wskazywane w niniejszym tekście miasta stanowią szczególną kategorię wyselekcjonowanych i świadomie podążających w kierunku rozwoju sztuki mediów ośrodków, które swoje działania konsekwentnie prowadzą od wielu lat. Stanowią też prawdopodobnie najlepsze światowe przykłady rozwoju przez zintegrowane programy, aktywizację mieszkańców czy wykorzystywanie zasobów i potencjału. Niemniej jednak mogą być inspiracją dla ośrodków mniej zaawansowanych w procesach kreatywnych. A rozwijanie kreatywności w obszarze sztuki mediów może stanowić ciekawą alternatywę dla miast „na dorobku” czy poszukujących (być może na nowo) swojej tożsamości.

Jednak trzeba mieć świadomość, że program Sieć Miast Kreatywnych UNESCO w swojej istocie, tj. założeniach dotyczących wymagań aplikacji, sposobu przygotowania do uzyskania tytułu i prowadzenia tego procesu, jak i działalności już po uzyskaniu tytułu, nie jest instrumentem wprost wpływającym na rozwój miasta (np. nie przewiduje gratyfikacji finansowej, co mogłoby motywować do podejmowania decyzji i determinować realizowanie inwestycji). Może mieć taki charakter, jednak zależy to w znacznej mierze od samych władz lokalnych i sposobu wykorzystania obecności w Sieci. Co prawda program zakłada monitorowanie działań i zobowiązuje do składania stosownych raportów, przewidziana jest nawet, w ostateczności, utrata statusu miasta kreatywnego, gdyby np. miasto zeszło z drogi rozwoju kultury i kreatywności, jednak nie idą za tym konsekwencje, które mogłyby np. zahamować procesy prorozwojowe (np. związane z utratą środków finansowych).

Bez wątpienia jednak udział w programie ma charakter prestiżowy, co może wpłynąć na pozycję i wizerunek. Jest to swego rodzaju przynależność do atrakcyjnego, międzynarodowego „klubu” i sposób potwierdzenia („certyfikacji”) dotychczasowej (często wieloletniej) działalności.

Konkludując, tematyka miast kreatywnych w obszarze sztuki mediów, ze względu na pojawiające się różne aspekty, ma duży potencjał badawczy. Dotyczy to jakości życia, zarządzania miastem, rozwoju kultury, kreatywności, przedsiębiorczości czy organizowania miast pod względem urbanistycznym. Ta interdyscyplinarność wyraźnie wybija. Szczególnie ważny jest kontekst rozwoju nowych mediów i innowacji medialnych i ich wpływ na współczesne ośrodki miejskie.

Badania nad miastami kreatywnymi dotyczą ośrodków z różnych regionów i części świata, o różnej specyfice, tradycji, zamożności czy modelu zarządzania,

znajdujących się także w różnych kontekstach politycznych. Trudno więc stworzyć jeden model czy strategię miasta kreatywnego w obszarze sztuki mediów, jednak w mojej ocenie omawiana problematyka ma coraz większe praktyczne znaczenie, zatem zasługuje na dalszą, pogłębioną analizę badawczą.

BIBLIOGRAFIA

- Ben-Ari, E., Otmazgin, N. 2020. *Creativity and Innovation in the Media and Cultural Industries: Setting an Agenda for the Social and Human Sciences*, [w:] *Creative Context Creativity and Innovation in the Media and Cultural Industries*, E. Ben-Ari, N. Otmazgin (red.), Springer Nature, Singapore. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-981-15-3056-2>.
- Dellisanti, R. 2023. *Cultural and Creative Industries and Regional Development Creativity Where and Why*, Springer Nature Switzerland. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-031-29624-6>.
- Florida, R. 2010. *Narodziny klasy kreatywnej*, T. Krzyżanowski, M. Penkala (tłum.), Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Florida, R., Mellander, CH., Adler, P. 2015. *Creativity in the city*, [w:] *The Oxford handbook of creative industries*, C. Jones, M. Lorenzen, J. Sapsed (red.), Oxford University Press, Oxford.
- Hołda, J. 2017. *Miastotwórcza rola przemysłów kreatywnych*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio K – Politologia” nr 24 (2), ss. 225–236. DOI: <https://doi.org/10.17951/k.2017.24.2.225>.
- Hołda, J. 2025. *Media jako sub-sektor przemysłów kreatywnych*, [w:] *Media w ekonomii – ekonomia w mediach*, J. Głuchowski, K. Zdanowicz-Cyganiak (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice, <https://www.sbc.org.pl/dlibra/publication/1004043> (dostęp: 22.07.2025).
- Iłciów, A. 2023. *Nowoczesne technologie w rozwoju miasta. Strategie – realizacje – oczekiwania*, „Środokowoeuropejskie Studia Polityczne”, nr 2, ss. 27–50. DOI: <https://doi.org/10.14746/ssp.2023.2.2>.
- Jacobs, J. 2014. *Śmierć i życie wielkich miast Ameryki*, Ł. Mojsak (tłum.), Centrum Architektury, Warszawa.
- Jedlińska, R. 2020. *Inteligentne miasta – wybrane zagadnienia*, [w:] *Inteligentne miasta*, Agnieszka Budziewicz-Guźlecka (red.), Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
- Kluszczyński, R. W. 2014. *Paradygmat sztuk nowych mediów*, „Kwartalnik Filmowy”, nr 85, ss. 194–205. DOI: <https://doi.org/10.36744/kf.2471>.
- Landry, Ch. 2013. *Kreatywne miasto*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Luerdi, L. 2023. *Enhancing sustainable development at local level: a study of UNESCO's initiative through Creative Cities Network*, „Journal EL-RIYASAH”, nr 14(2), ss. 118–133. DOI: 10.24014/jel.v14i2.29463.
- Michalska-Żyła, A. 2018. *Procesy transformacji miasta poprzemysłowego jego wizerunek. Przykład Łodzi*, „Miscellanea Anthropologica et Sociologica”, nr 19 (1), ss. 308–326, <https://czasopisma.bg.ug.edu.pl/index.php/maes/issue/view/209> (dostęp: 22.07.2025).
- Miaskowska, M. 2013. *Sztuka a media*, „Rynek – Społeczeństwo – Kultura”, nr 4 (8), ss. 38–42, www.academia.edu/63352147/Sztuka_a_media (dostęp: 22.07.2025).
- Namyślak, B. 2013. *Działalności twórcze a rozwój miast. Przykład Wrocławia*, Uniwersytet Wrocławski, Wrocław.
- O'Brien, D. 2014. *Cultural policy. Management, value and modernity in the creative industries*, Routledge, Londyn–Nowy Jork.
- Oren, H. 2025. *Collaboration, Technology, and Vision: Tel Aviv's journey to becoming a leading Smart City and innovation ecosystem*, <https://citiesofthefuture.eu/tel-aviv-journey-to-smart-innovation/> (dostęp: 11.07.2025).
- Pawlik, A. 2017. *Kreatywne miasto podstawą rozwoju*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 490, ss. 231–238. DOI: <https://doi.org/10.15611/pn.2017.490.21>.

- Pyka, R. 2018. *Kultura jako czynnik miejskiej rezyliencji na przykładzie dawnych miast przemysłowych należących do Sieci Miast Kreatywnych UNESCO. Przypadek dwóch miast: Katowice i Saint-Étienne*, „Kultura i Społeczeństwo”, t. 62, nr 3, ss. 3–27. DOI: <https://doi.org/10.35757/KiS.2018.62.3.1>.
- Rogowska, M. 2013. *Koncepcja kreatywnego miasta w teorii i praktyce*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 320, ss. 156–165.
- Sokołowicz, M., Zasina, J. 2016. *Sektor kultury jako czynnik transformacji miasta przemysłowego w kierunku miasta kreatywnego i inteligentnego? Przykład Łodzi*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oecoomica”, nr 4 (234), ss. 5–19. DOI: <https://doi.org/10.18778/0208-6018.324.01>.
- Wang, X., Tang, M., Ji, Y. 2023. *The Role and Impact of Media Arts in Today's Global Society*, [w:] *Proceedings of the 2023 3rd International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2023)*, S. A. Qalati i in. (red.), „Advances in Social Science, Education and Humanities Research 807”. DOI: https://doi.org/10.2991/978-2-38476-178-4_32.

THE IDEA OF THE UNESCO CREATIVE CITIES NETWORK IN THE CONTEXT OF A CREATIVE CITY IN THE FIELD OF “MEDIA ARTS”

Abstract: Modern cities are looking for a direction of development using the inherent potential, resources, or heritage. Their competitiveness is also built through innovative solutions or engaging in various projects to create a comfortable and safe space for living. Creativity and culture are important in these circumstances, and appealing to the individual creativity of residents helps create a creative city (in which the creative and cultural industries sector is also developing). In this context, it is worth introducing the program of the UNESCO Creative Cities Network. Over the years, the network of international cooperation created gives inspiration and impetus to the development of many urban centers in different parts of the world. An interesting solution is the separate area of “media arts”, which is an attractive alternative for the development of creativity, culture and entrepreneurship in cities (including smaller centers), also thanks to the use of technological potential and the inclusion of various communities in urban processes.

Keywords: media art, city, international cooperation, creativity, creative city

BIOGRAM

Joanna Holda, doktor nauk prawnych, pracuje na Wydziale Politologii i Dziennikarstwa (Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach) UMCS w Lublinie. W latach 2015–2019 twórczyni i dyrektor Lubelskiego Instytutu Designu działającego w Lubelskim Parku Naukowo-Technologicznym S.A. Ekspertka w obszarze przemysłów kreatywnych (również w kontekście strategii miejskich). Zainteresowania badawcze: własność intelektualna, media, design, communication design, smart city i miasto przyszłości, przemysły kreatywne. Kontakt e-mail: joanna.holda@mail.umcs.pl