

dr Józef Chwedorowicz
(Akademia Muzyczna w Łodzi)

INNOWACYJNE ZARZĄDZANIE W KULTURZE ELEMENTEM STYMULACJI ROZWOJU GOSPODARCZEGO NA PRZYKŁADZIE ŁODZI I DUBLINA

1. Wstęp

Na użytek niniejszego opracowania zastosowano następującą definicję innowacyjnego zarządzania w kulturze:

Innowacyjne zarządzanie w kulturze to kreatywne użycie posiadanych zasobów ludzkich, finansowych, materialnych oraz implementacja procesów artystycznych, projektowych i relacji międzyludzkich prowadzących do powstania nowej wartości kulturalnej.

W Unii Europejskiej kultura jest sferą narodowej suwerenności i dlatego nie dąży się do jej ujednolicenia ani wprowadzenia wspólnego prawa regulującego politykę kulturalną. UE włącza się jedynie do tych projektów kulturalnych, które przekraczają możliwości i kompetencje poszczególnych krajów. Kulturowy wymiar integracji europejskiej został uznany po raz pierwszy przez zapis w Traktacie z Maastricht w 1992 r., a później potwierdzony w Traktacie Amsterdamskim w 1997 r. (*Unia Europejska* 2004).

Język, muzyka, literatura, teatr, sztuki wizualne, architektura, rzemiosło, kino oraz audycje radiowe i telewizyjne każdego kraju składają się na różnorodność kulturową Europy. Stanowią część wspólnego, europejskiego dziedzictwa kulturowego.

Unijna polityka kulturalna ma podwójny cel:

- zachowanie i wspieranie tej różnorodności,
- troskę o wzajemne poznawanie, rozwój, akceptację i dostępność wszystkich kultur.

Działania Unii Europejskiej nastawione są na zagospodarowanie wspólnej przestrzeni kulturalnej przez rozwój współpracy kulturalnej

w Europie. W tym kontekście wspierane są projekty współpracy pomiędzy podmiotami kulturalnymi z krajów członkowskich Unii Europejskiej oraz innych krajów uczestniczących w danym projekcie. Celami szczegółowymi tych działań są:

- podkreślanie różnorodności kultur,
- promocja twórczości,
- ponadnarodowe propagowanie kultury i mobilności artystów, twórców, innych podmiotów i osób profesjonalnie związanych z kulturą oraz ich dzieł, przy szczególnej opiece nad osobami młodymi, pochodzącymi ze środowisk najbardziej potrzebujących,
- promocja dialogu kulturalnego i wzajemnego poznawania kultur i historii narodów Europy,
- wykorzystanie nowych technologii w dobie „społeczeństwa informacyjnego” dla celów komunikacji, globalnego porozumienia się i twórczej aktywności zawodowej w dziedzinie kultury,
- uznanie kultury jako czynnika ekonomicznego oraz czynnika integracji społecznej i obywatelskiej.

Kulturowa integracja europejska jest wspierana przez pośredników, takich jak: teatry, muzea, stowarzyszenia zawodowe, ośrodki badawcze, uniwersytety, instytuty kulturalne, władze państwowe itp., przez których dociera do obywateli.

Nie bez powodu UE uznała w swoich działaniach kulturę za czynnik rozwoju ekonomicznego. Na przykładzie Irlandii i Polski pokazano, jak kultura wpływa na podjęcie przez inwestorów decyzji gospodarczych

2. Dublin – Irlandia

Uważa się, że powodem irlandzkiego boomu jest wejście Irlandii do UE. Pomoc Unii Europejskiej miała oczywiście pozytywny wpływ, ale tajemnica irlandzkiego sukcesu tkwi znacznie głębiej.

Na podstawie analizy wielu źródeł można przyjąć, że jest to efekt splotu rozmaitych czynników, z których kluczowymi są:

- członkostwo w Unii Europejskiej,
- napływ inwestycji zagranicznych, głównie amerykańskich, traktujących Irlandię jako „lotniskowiec”, z którego dokonywano ekspansji na rynek UE (w Irlandii uważa się, że wynaleziono tutaj i po raz pierwszy zastosowano model wzrostu oparty na eksporcie pochodzącym z bezpośrednich inwestycji zagranicznych – FDI),
- efektywne wykorzystanie funduszy UE w powiązaniu z racjonalnym systemem zarządzania gospodarką, które dało Irlandii wysoką

pozycję w porównaniu z innymi krajami UE pod względem wykorzystania tych funduszy (por. *Irlandia...* 2003).

Członkostwo w UE i bezpośrednie inwestycje zagraniczne przyniosły Irlandii:

- powstanie infrastruktury technicznej i prawnej sprzyjającej rozwojowi biznesu i rozwojowi wysoko kwalifikowanych kadr,
- zmiany regulacyjne w gospodarce,
- wysoki, oparty na eksporcie, wzrost gospodarczy,
- bardzo duży wzrost miejsc pracy, eliminację bezrobocia i emigracji,
- nowe technologie, techniki zarządzania, orientację na rynek globalny,
- zachętę do dynamicznego rozwoju sektorów gospodarki miejscowej,
- mimo niskich stawek, znaczne dochody budżetowe z podatku od przedsiębiorstw, podatku dochodowego i podatków pośrednich.

Na konferencji IBEC (*Irish Business and Employers' Confederation*) we wrześniu 2002 r. Pat Cox, przewodniczący Parlamentu Europejskiego stwierdził, że przystąpienie do EWG stanowiło drugą deklarację niepodległości Irlandii w XX w. Jak powiedział „inteligentna niepodległość zastąpiła stary izolacjonizm jako nić przewodnią polityki społecznej” (Cox 2002).

W latach 20. XX w. Irlandia uzyskała polityczną niepodległość, lecz jeszcze na długie lata pozostawała w zależności gospodarczej od Wielkiej Brytanii. Do 1960 r. 75% irlandzkiego handlu zagranicznego przypadało na Wielką Brytanię, a większość irlandzkiego eksportu stanowiła tania żywność i artykuły rolno-spożywcze. Brak perspektyw, stagnacja gospodarcza, wysokie bezrobocie i niski standard życia powodowały, że wielu młodych Irlandczyków emigrowało z kraju. Przełomem w tej polityce było otwarcie gospodarki, orientacja w kierunku wolnego rynku i polityki prorynkowej. W latach 50. rząd irlandzki zniósł ograniczenia wobec bezpośrednich inwestycji zagranicznych oraz stymulował rozwój inwestycji i eksportu. W 1957 r. Irlandia przystąpiła do Banku Światowego i Międzynarodowego Funduszu Walutowego, a w 1961 r. złożyła wniosek o przystąpienie do EWG, co ostatecznie osiągnęła w 1973 r.

Największy kryzys dotknął Irlandię 10 lat po przystąpieniu do Unii. Wobec tej trudnej sytuacji nastąpiło połączenie wszystkich sił politycznych kraju zarówno lewicy, jak i prawicy. Doszło do porozumienia ponad podziałami. Najlepszych negocjatorów Irlandczycy wysłali do Brukseli, ci sztucznie podzielili Irlandię na dwa obszary: rozwinięte

wybrzeże i zacofaną część wewnętrzną. Na wyrównanie poziomów między tymi obszarami dostali pieniądze od Unii. Sukces w negocjacjach był możliwy dzięki temu, że Irlandczycy są pogodni, umieją się porozumieć z każdą nacją.

Od 1987 r. Irlandia przeżywa stały wzrost gospodarczy. Pod koniec 1996 r. dochód narodowy Irlandii wzrastał średniorocznie o 5%. W latach 1994–1999 przyrost ten wynosił średnio 9,1%. w skali rocznej, by w roku 2000 osiągnąć wartość 10,7%. W 2001 r., po małym osłabieniu, tempo wzrostu wynosiło 5,7%. Średnia wzrostu gospodarczego Irlandii w ostatnich latach przekraczała dwu-trzykrotnie wskaźniki wzrostu gospodarczego krajów Unii Europejskiej (*Irlandia...* 2003).

W 1972 r. PKB na jednego mieszkańca Irlandii sięgał zaledwie 60% średniej unijnej. W 1999 r. o 11% przekroczył średnią wartość PKB w UE i wynosił 22 500 USD, w 2002 r. ukształtował się już powyżej 121% średniej unijnej (*Irlandia...* 2003).

W latach 90. dzięki inwestycjom zagranicznym nastąpił szybki rozwój sektora wysokich technologii (*high-tech*), sektora chemiczno-farmaceutycznego, informatycznego (komputery, oprogramowanie) oraz instrumentów i przyrządów elektrycznych. Dzięki temu udział przemysłu w tworzeniu PKB Irlandii w tym czasie wzrósł z 32,7% do 42,0 %, a sektora *high-tech* z 10,8 do 23,1%. Ponad 70% produkcji przemysłowej Irlandii wytwarzane jest przez firmy należące do kapitału zagranicznego, w sumie ponad 50% wartości produkcji przypada na firmy amerykańskie (*Irlandia...* 2003).

O zdolności Irlandii do absorpcji środków UE może świadczyć fakt, że w statystykach dotyczących wysokości pomocy uzyskanej ze środków budżetowych UE, na jednego rolnika (WPR) czy mieszkańca (fundusze strukturalne), Irlandia zajmuje pierwsze miejsce wśród wszystkich państw członkowskich.

Sektorami spełniającymi rolę „lokomotywy” w gospodarce irlandzkiej w ostatnich latach są następujące działy:

- produkcyjny: informatyczny, elektroniczny, chemiczny, farmaceutyczny,
- usługowy: telekomunikacja, oprogramowanie komputerowe, nowoczesne usługi finansowe, handel elektroniczny itd.¹

Według Barry O'Dowd, Senior Vice President, Investment and Development Agency (IDA) przyciągnięcie zagranicznych inwestycji do Irlandii to efekt synergii następujących elementów:

- wsparcie ze strony samorządowej i rządowej (np. gdy zabiegano

¹ Barry O'Dowd, Senior Vice President IDA, spotkanie z gośćmi z Polski, Dublin 2006.

o pierwszą większą inwestycję zagraniczną, jaką była budowa biura IBM, to pozwolenie na budowę wydano w ciągu 14 dni),

- wysoko wykwalifikowany personel,
- 12,5% podatku od przedsiębiorstw (CIT),
- **zaplecze kulturalne** (podkreślenie autora),
- zaplecze uniwersyteckie przygotowujące młode, dobrze wykształcone kadry,
- powszechne posługiwanie się językiem angielskim,
- umiejętność pracy zespołowej,
- elastyczność i umiejętność dogadania się, umiejętność zdobywania sympatii.

Na pytanie: dlaczego wybraliście Irlandię?, dr Declan J. Farrell (generalny manager niemieckiego inwestora ALTANA Pharma Limited Manufacturing Company) odpowiedział, że zdecydowały następujące czynniki:

- wysoko wykwalifikowany personel – 19 tys. ludzi pracujących w farmacji,
- język angielski,
- wsparcie rządu,
- wsparcie ze strony IDA,
- wiele międzynarodowych firm farmaceutycznych wybudowało swe zakłady w Irlandii (17 z 20 największych na świecie),
- stabilność polityczna,
- dobra infrastruktura,
- wsparcie ze strony samorządów,
- niskie podatki – 12,5%,
- pierwszy był Pfizer,
- campus uniwersytecki (zaplecze dla nowych kadr),
- **interesująca oferta kulturalna (puby, teatry, koncerty)** (podkreślenie autora),
- kraj ciekawy turystycznie².

Fakt, że kultura jest wymieniana jako czynnik sprzyjający inwestycjom zagranicznym zarówno przez przedstawiciela administracji państwowej, jak i przez zagranicznego inwestora, jest kolejnym potwierdzeniem jej istotnego udziału w rozwoju gospodarczym Irlandii.

Respondenci nie mówili, o jakie inicjatywy kulturalne chodzi. Ale dla obcokrajowca są one widoczne już podczas pierwszego spaceru ulicami Dublina czy innych miast i miasteczek Irlandii. W każdym prawie pubie

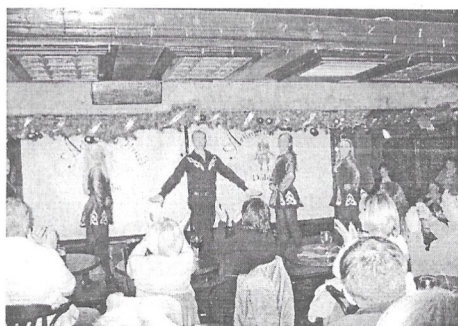
² Declan J. Farrell, General Manager ALTANA Pharma, spotkanie z gośćmi z Polski, Dublin 2006.

można spotkać muzyków amatorów grających wśród stołów zastawionych piwem i śpiewających w wesołej kompanii. Powszechnym zwyczajem pracowników biznesu czy administracji w Dublinie jest wspólne muzykowanie. Po dniu pracy spotykają się w pubach grają i śpiewają. Dzięki temu muzykowaniu ich życie nabiera sensu, dopełnia się, nie są już tylko bezimiennymi trybami w bezdusznej kapitalistycznej maszynie pracy. Gdy nie muzykują, to śpiewają albo tańczą tradycyjne tańce irlandzkie.

Do specjalnej rangi urosła w Dublinie tradycja tańca solowego z charakterystycznym stukotem podkutych butów. W renomowanych pubach jest to często hit programu. Irlandczycy kochają muzykę i śpiew w towarzystwie Guinnessa (por. fot. 1–2).



Fot. 1. Wspólne muzykowanie amatorów w gronie przyjaciół w dublińskim pubie



Fot. 2. Dublin Arlington Hotel – Irish dance

2. Przykłady z Łodzi

W Polsce jest inna tradycja. Polskim fenomenem jest kultura i sztuka przez duże „S”, realizowana przez duże masowe produkcje – festiwale. Dla tych wielkoformatowych produkcji powstają nowe „pałace” sztuki, jak np. gmach Nowej Filharmonii Łódzkiej wybudowany od podstaw według bardzo nowoczesnej koncepcji. Jest ona nie tylko miejscem koncertów i artystycznych wzruszeń. Filharmonia stała się miejscem spotkań biznesowych i konferencji.

Jak zauważył słusznie jeden z jej menadżerów: Filharmonia w Łodzi, to 70-milionowa inwestycja w szeroko rozumianą kulturę, może przynieść czysto wymierne korzyści. Należy jedynie pobudzić wyobraźnię i korzystać z potencjału obiektu ulokowanego przy ul. Narutowicza, a filharmonia okaże się lokatą wyjątkowo długoterminową. Nie wszyscy potrafili

z takiej perspektywy spojrzeć na filharmonię. Pozbawieni dalekowzroczności reprezentanci „większości” społeczeństwa podczas realizacji inwestycji pisali na ulotkach:

Rodacy! Historia nie może się powtórzyć. Było tak, że Titanic tonął, a orkiestra grała, dzisiaj Łódź tonie, a filharmonia zaczyna grać. Nie dajmy się zatopić – jest jeszcze szansa!

Tekst pochodzi z 2003 r. Był wezwaniem do wiecu politycznego, który miał zablokować budowę nowego gmachu filharmonii w Łodzi. Nie udało się zatopić filharmonii razem z muzykami. Łódź też jakoś jeszcze nie utonęła, wręcz przeciwnie – ma się lepiej! Gmach nowej filharmonii otworzył przed Łodzią nowe możliwości (Bęben 2005).

Bez większego ryzyka można stwierdzić, że Filharmonii Łódzkiej nie budowano przede wszystkim dla muzyków i wąskiego grona melomanów zainteresowanych wysłuchaniem muzyki „na żywo”. Nie stać naszego kraju na inwestycje przeprowadzane z myślą o bardzo wąskim gronie odbiorców, choć jest oczywistością, że uświadamiano sobie ich potrzeby. Jeśli zmieniać świadomie perspektywę, z której analizuje się decyzje o wielce kosztownych przedsięwzięciach, dostrzec można dalekowzroczność wspartą naprawdę dużą wyobraźnią decydentów.

W tym kontekście ważne staje się również rozumienie wielowątkowej roli, którą zobowiązana jest wypełnić Filharmonia Łódzka jako miejsce na mapie Łodzi oraz jako miejsce w wyobraźni pokoleń, z którym od 90 lat wiąże się wielkie emocje. Wymiar Filharmonii Łódzkiej jest wartością ponadczasową, która wielu ludziom pomaga budować poczucie tożsamości oraz łączności z wartościami kultywowanymi dłużej niż jedno życie. Dlatego zawsze rację będą mieli ci, którzy dbać będą o utrzymanie odpowiednio wysokiego poziomu produkcji artystycznych, filharmonicznych zespołów, dobrą atmosferę wokół instytucji, świetne relacje z mediami, których efektem będzie dobre *publicity*. Jeśli tylko zaistnieją wspomniane okoliczności, Filharmonia Łódzka ma szansę stać się sprawnym narzędziem budowania marki całego województwa, za czas jakiś być może również naszego kraju. Życzymy tego sobie wszyscy! (Bęben 2005).

Cytowana wypowiedź nie jest gołosłowna, miejsca wyróżniające się tak, jak Filharmonia Łódzka, wypełnione ofertą kulturalną wysokiej klasy, działają jak magnes i przyciągają ludzi i instytucje wysokiej klasy, za którymi podąża biznes i pieniądze. Stają się dla miejscowości, z którymi są związane znakiem jakości. Pozwalają wyróżnić się, przez co podnoszą ich atrakcyjność dla organizatorów najróżniejszych przedsięwzięć

biznesowych i inwestorów. Są doskonałą wizytówką ułatwiającą promocję miasta.

Festiwal Aleksandra Tansmana. Międzynarodowy Festiwal i Konkurs Indywidualności Muzycznych im. Aleksandra Tansmana jest prestiżowym wydarzeniem muzycznym, w którego trakcie wybitni muzycy otrzymują okazję zaprezentowania swoich umiejętności w Łodzi. W ramach festiwalu odbywają się koncerty promujące twórczość Aleksandra Tansmana oraz szereg imprez towarzyszących.

„To szczególne wydarzenie. Nasze miasto wkracza nie tylko w sferę sztuki innowacyjnej wizualnie – poprzez festiwal Biennale, ale także w świat dźwięków” – powiedział wiceprezydent Włodzimierz Tomaszewski (www.uml.lodz.pl).

Festiwal jest organizowany w Łodzi co dwa lata przez Stowarzyszenie Promocji Kultury im. Tansmana, którego dyrektorem artystycznym jest Andrzej Wendland. Głównym założeniem imprezy jest prezentacja wybitnych muzyków krajowych i zagranicznych, twórców o znaczącym i uznanym dorobku, zasługujących na miano indywidu- alności. Artysta wyjątkowo zasłużony odbiera od organizatorów nagrodę „Tansmana”. W programie koncertów zawsze znajdują się utwory patrona konkursu; niejednokrotnie są to prawykonania polskie lub nawet światowe.

Ideą przewodnią części konkursowej jest promowanie wyróżniających się indywidu- alności muzycznych, niezależnie od ich specjalności. Głównym kryterium oceny jest osobowość artysty, a w drugiej kolejności technika gry i umiejętności interpretacji utworów. Celem festiwalu jest również propagowanie muzyki Aleksandra Tansmana. Każda edycja przeznaczona była dla artystów innej specjalności. W konkursie brali już udział m.in. wiolonczeliści, skrzypkowie, gitarzyści, muzycy grający na flecie, fortepianie i klarnecie. Najważniejszą częścią festiwalu jest Konkurs Indywidualności Muzycznych. W 2006 r. o miano „indywidu- alności muzycznej” ubiegali się kompozytorzy (www.polmic.pl).

Sukces festiwalu wiąże się niewątpliwie ze światową sławą kompozytora, któremu jest poświęcony. Utwory Aleksandra Tansmana należą do najczęściej wykonywanych na świecie dzieł kompozytorów polskich. Nie Lutosławskiego, nie Pendereckiego, ale właśnie Tansmana. Należy on do piątki najczęściej wykonywanych współczesnych kompozytorów. Urodzony w Łodzi w 1897 r., zmarł 15 listopada 1986 r. w Paryżu. Jako 22-letni młodzieniec opuścił Polskę na zawsze i osiadł w Paryżu. Tutaj zrobił światową karierę, ale nigdy nie przestał myśleć o sobie jako kompozytorze polskim. Za polskiego kompozytora – najwybitniejszego w owym czasie obok K. Szymanowskiego – uchodził też w oczach opinii publicznej na całym świecie.

J. Cegiełka (2006) w biografii Tansmana napisał o nim:

Uczył więcej niż ktokolwiek inny w jego czasach dla propagandy sztuki polskiej w świecie. Jego utwory rozbrzmiewały na najtrudniej dostępnych scenach i estradach, wykonywane przez najlepsze orkiestry i najslawniejszych wirtuozów, dyrygowane przez mistrzów batuty, których nazwiska stały się już legendą. Wszędzie pisano o nim „kompozytor polski Aleksander Tansman.

Festiwal adresowany jest do międzynarodowej elity świata muzycznego i melomanów. Przyciąga do Łodzi gości zagranicznych i sprawia, że zatrzymują się w niej na kilka dni jako odbiorcy usług hotelarskich i gastronomicznych. Łódź staje się dla nich rozpoznawalnym miejscem na mapie Europy.

Festiwal Dialogu Czterech Kultur. W roku 2004 z inicjatywy Fundatorów: Witolda Knychalskiego i Barbary Knychalskiej powołana została Fundacja Festiwal Dialogu Czterech Kultur, która postawiła sobie za główny cel swojej statutowej działalności organizację Festiwalu Dialogu Czterech Kultur. Festiwal ten powstał jako wspomnienie dialogu, który w Łodzi toczył się nieprzerwanie przez wiele kolejnych dekad. Ludzie pochodzący z czterech odmiennych kultur: polskiej, żydowskiej, rosyjskiej i niemieckiej żyli i pracowali obok siebie, budując wspólnie fabryki, świątynie, kina, teatry i stadiony. Festiwal nawiązuje do tej pięknej wieloletniej tradycji Łodzi i zmierza do odnowienia dialogu i zainspirowania dzieła kreacji. Twórcy festiwalu chcą, aby dialog ten toczył się w uniwersalnym języku sztuki, chcą zbudować nową markę, chcą, aby Festiwal stał się znakiem nie tylko Łodzi, ale także Polski. Marką, która będzie rozpoznawalna na całym świecie (www.4kultury.pl).

Festiwal jest także wydarzeniem gospodarczym. Jako jedyna impreza kulturalna z terenu województwa łódzkiego ma certyfikat „Produkt Turystyczny Roku” przyznany w 2004 r. przez Polską Organizację Turystyczną. Zamierzeniem organizatorów Festiwalu jest, aby znaczenie tego wydarzenia wybiegało daleko poza granice regionu i naszego kraju. Już dziś możemy powiedzieć, że Festiwal ma rangę wydarzenia kulturalnego o wymiarze europejskim, przez co staje się pomostem pomiędzy Polską a innymi krajami.

Celem Festiwalu Dialogu Czterech Kultur jest: rozbudowa i modernizacja infrastruktury służącej wzmocnieniu konkurencyjności regionu, jak i samego działania: rozwój turystyki i kultury. Dzięki inicjatywie organizatorów festiwalu, to wydarzenie kulturalne powoduje wzrost znaczenia kultury jako czynnika stymulującego rozwój społeczno-gospodarczy w regionie. Liczne imprezy kulturalne organizowane w obiektach zabytko-

wych, jak i infrastruktury kulturalnej, umożliwiają uczestnikom Festiwalu dostęp nie tylko do samej oferty programowej wydarzenia kulturalnego, ale także przybliżają, dzięki kompleksowemu systemowi informacji, samą infrastrukturę kulturalną regionu. Festiwal realizuje założenia i cele wskazane w działaniu będącym przedmiotem działania UE.

Festiwal Dialogu Czterech Kultur, przyciąga do Łodzi turystów z Polski i z zagranicy. Są oni odbiorcami usług hotelarskich i gastronomicznych, co ma wpływ na sytuację gospodarczą regionu.

Camerimage. Festiwal Camerimage jest miejscem spotkania sztuki i technologii, tworząc niepowtarzalny tandem. Wiedza i doświadczenie operatorów z całego świata oraz ich sugestie dotyczące oczekiwień podczas kręcenia filmów, teledysków czy programów telewizyjnych, pozwalają na opracowanie długofalowej strategii rozbudowy bazy sprzętowej oraz ludzkiej pod kątem, wynajmu sprzętu, obsługi planów filmowych i telewizyjnych oraz realizacji produkcji telewizyjnych. Obecność podczas festiwalu najpoważniejszych na rynku firm produkujących sprzęt filmowy i telewizyjny: ARRI, Sachtler, Movie Tech, Panavision, Avid, Apple czy Panther, pozwala na prezentację najnowszej technologii i rozwiązań w branży (www.camerimage.pl).

Podczas festiwalu prezentowane są filmy i wręczane są nagrody dla najwybitniejszych operatorów. Prowadzona jest też różnorodna działalność gospodarcza związana z przebiegiem festiwalu, np. wypożyczanie sprzętu do montażu i produkcji filmowej i telewizyjnej. Festiwal ma rangę międzynarodową, przyciąga do Łodzi tysiące gości zagranicznych i sprawia, że zatrzymują się w niej na kilka dni jako odbiorcy usług hotelarskich i gastronomicznych. Łódź staje się dla nich rozpoznawalnym miejscem na mapie Europy.

W *Dzienniku Łódzkim* z dnia 12.08.2005 r. jest wzmianka o podpisaniu listu intencyjnego w sprawie przekształcenia EC1 przy Dworcu Fabrycznym w Centrum Festiwalowe (Kongresowe). List podpisały władze miasta, fundacja Tumult (organizator Camerimage), Stowarzyszenie Dialogu Czterech Kultur i Atlas Sztuki. Podpisanie listu intencyjnego jest pierwszym krokiem w celu utworzenia Centrum Festiwalowego. Pieniądze na ten cel mają pochodzić częściowo z UE oraz z Ministerstwa Kultury.

Wszystkie omówione festiwale mają charakter innowacyjny. Kreatywnie wykorzystują posiadane zasoby: historię, lokalną infrastrukturę, dorobek artystyczny, wiedzę i doświadczenie związanych z Łodzią ludzi. Są narzędziem promocji. Działania te przekładają się na działania gospodarcze. Łódź i region łódzki jest teraz dynamicznie rozwijającym się obszarem. Powstaje szereg inwestycji zagranicznych, np. centrum

finansowe Philipsa, czy budowa fabryki laptopów firmy Dell. Ale te i następne inwestycje nie powstają w próżni. Jest tutaj bogate życie kulturalne, jeśli weźmiemy pod uwagę wymienione wcześniej inicjatywy.

Według Instytutu Turystyki w Warszawie zajmującego się statystyką turystyczną w Polsce, w 2003 r. Łódź odwiedziło ok. 600 tys. turystów krajowych i 600 tys. turystów zagranicznych. Głównym celem przyjazdów turystów zagranicznych do Łodzi były interesy i inne sprawy służbowe. Łódź była miastem o najdłuższej średniej długości pobytu, która wynosiła 4–5 nocy. Turyści zagraniczni przebywali w Łodzi najczęściej 5–8 dni (ponad 55 % przyjazdów) (Frączyk 2005).

Zdaniem Z. Frączyka (2005), dyrektora Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Łódzkiego:

gdyby tylko jakiś procent, jakąś część przyjeżdżających do Łodzi udało się zainteresować ofertą muzyczną Łodzi – jako formą spędzania wolnego, wieczornego (najczęściej po zajęciach) czasu, byłby to niewątpliwie sukces nie tylko finansowy, ale również ogromny sukces promocyjny miasta i jego oferty kulturalnej.

4. Zakończenie

Innowacyjne zarządzanie w kulturze można znaleźć w zarządzaniu festiwalami. O kształcie festiwalu decydują zespoły ludzi, którzy zintegrowani wokół idei mogą lepiej, kreatywnie zarządzać dostępnymi zasobami ludzkimi, finansowymi i materialnymi w celu tworzenia nowej jakości kulturalnej. Poprzez nią mogą propagować i rozwijać zadania istotne dla przyszłości. Dzięki innowacyjnemu zarządzaniu poprzez implementację procesów artystycznych, projektowych, finansowych oraz relacji międzyludzkich działają efektywniej i wydajniej, tworząc nową jakość.

Innowacje kulturalne przyciągają turystów krajowych i zagranicznych do miejsc, w których się odbywają, co ma wpływ na sytuację gospodarczą całego regionu. Zachęcają zagranicznych inwestorów do zakładania swoich firm tam, gdzie są ludzie z wysoką kulturą techniczną, ale i wysoką kulturą narodową. Dzisiejsze globalne organizacje nie poszukują już „ciemnej”, taniej siły roboczej.

Na wybranych przykładach Dublina i Łodzi wyraźnie widać, że innowacyjne zarządzanie w kulturze w synergii z innymi czynnikami stymuluje rozwój gospodarczy.

Literatura

- Bęben T., 2005, *Zarobić na marce – okiem praktyka*, [w:] *Kultura i edukacja artystyczna w rzeczywistości rynkowej*, pod red. J. Chwedorowicza, AM, Łódź.
- Cegięła J., 1996, *Dziecko szczęścia. Aleksander Tansman i jego czasy*, Wyd. „Press”, Łódź.
- Cox P., 2002, *Irish Business and Employers' Confederation*, Dublin.
- Frączyk Z., 2005, *Związki turystyki z kulturą*, [w:] *Kultura i edukacja artystyczna w rzeczywistości rynkowej*, pod red. J. Chwedorowicza, AM, Łódź.
- Irlandia, Informator dla polskiego przedsiębiorcy*, 2003, Wydział Ekonomiczno-Handlowy Ambasady RP w Dublinie, Dublin.
- Unia Europejska*, 2004, Wyd. „Europa”, Wrocław.

Strony internetowe

www.uml.lodz.pl
www.polmic.pl
www.4kultury.pl
www.camerimage.pl