

Rozwój Lublina - recepta na sukces

Wstęp

Po tym jak Polska stała się częścią Unii Europejskiej i okazało się że Region lubelski, z jego największym miastem Lublinem jest jednym z najbiedniejszych obszarów Unii, coraz więcej osób zaczęło zadawać sobie pytanie o przyszłość tego miejsca, o to co jest jego szansą na rozwój i wyjście z cywilizacyjnej zapaści? Jednym słowem zaczynamy rozumieć, że Lublin potrzebuje Wielkiego i Odważnego Projektu Cywilizacyjnego.

Warto na to spojrzeć z perspektywy szybko rozwijającego się świata, z perspektywy miejsc które potrafią sprostać wyzwaniom XXI wieku i mogą być przykładem dla innych. Oto na naszych oczach rodzą się nowe ośrodki rozwoju decydujące o kierunku w jakim podąża świat, chodzi tu o tzw. „second cities”, „drugie miasta”. Są to miasta „szyte” na miarę człowieka, bogate pod względem kulturowym i dysponujące rodzajem rozwiniętego „intelektualnego ekosystemu”, na który składają m. in. infrastruktura kulturalna, jakość środowiska społecznego, warunki pracy i warunki wypoczynku po pracy. Miasta będące zaprzeczeniem monstrualnych aglomeracji. To właśnie w takich miastach świetnie się czuje i chce w nich mieszkać nowa grupa społeczna generująca postęp i rozwój we współczesnym świecie.. Możemy wśród nich znaleźć naukowców, projektantów, architektów, nauczycieli, artystów z różnych dziedzin (muzyka, rozrywka, teatr, plastyka), pracowników agencji reklamowych i firm doradczych itp.

Richard Florida autor klasycznej już książki „Wzójście Klasy Kreatywnej” (The Rise of Creative Class) pokazuje, że na scenę dziejową właśnie wchodzi nowa klasa społeczna – ludzi zajmujących się kreacją innowacji czyli pracujących na stanowiskach, których istotą jest twórczość). To właśnie ta kreatywna grupa przyciąga inwestorów i wielki biznes. Firmy ciągną do miast, gdzie są największe społeczności ludzi kreatywnych, a w konsekwencji miasta te stają się Ośrodkami postępu i szybko rozwijającej się gospodarki.

Florida pokazuje, że wygrywają te miejsca, które potrafią stworzyć przyjazne i atrakcyjne warunki dla tych kreatywnych ludzi.

Grupa ta stanowi w samych Stanach Zjednoczonych 30% wszystkich zatrudnionych i w

decydującym stopniu generuje wzrost gospodarczy.

Dlatego też najszybciej rozwijają się w Stanach Zjednoczonych regiony najatrakcyjniejsze dla twórców, bo za nimi ciągną korporacje, kapitał i inwestycje. Tradycyjne instrumenty zachęcające do inwestycji, jak ulgi podatkowe dla firm, są coraz mniej skuteczne.

Pisze Florida:

„Taki sam podstawowy scenariusz rozwoju można odnaleźć w prawie każdym ... regionie o wysokim potencjale technologicznym. Zanim te regiony stały się „gorącymi punktami”, były to miejsca, gdzie kreatywność i ekscentryczność były akceptowane i celebrowane. Boston miał zawsze Cambridge. Seattle było domem Jimi’ego Hendrixa, a potem Nirwany i Pearl Jam tak samo jak firmy Microsoft czy Amazon. Austin było domem Willie’go Nelsona i jego słynnej sceny muzycznej Sixth Street na długo przed tym, jak Michale Dell wstąpił w progi swojego dziś znanego University of Texas Fraternity. Nowy Jork miał Christopher’a Street’a i SoHo na długo przed tym, jak powstała Silicon Alley (klaster nowych mediów ulokowany na Manhattanie). Wszystkie te miejsca były najpierw otwarte na różnorodność i kreatywność kulturową. Potem stały się kreatywnymi technologicznie, a następnie dały początek powstaniu nowych wysoko technologicznych firm i przemysłów.”

Widzimy więc, że aby ta kreatywna grupa pojawiła się i rozwijała w konkretnym miejscu musi w nim być jakaś niepowtarzalna atmosfera tworzona przez kulturę. Jednym z ważnych elementów tej atmosfery jest tolerancja, którą Florida określa jako „otwarcie, chęć do integracji, różnorodność etniczną, rasową i stylu życia”.

Spróbujmy wyciągać dla Lublina wnioski z obserwacji miast, które potrafiły przyciągnąć do siebie tę „kreatywną grupę”.

Rozwój Lublina

W kontekście powyższych rozważań wydaje się, że są dwa podstawowe czynniki, które mogą zdecydować o rozwoju Lublina:

1. Obecność w Lublinie Uniwersytetów i innych wyższych uczelni. To dzięki nim podnosi się prestiż miasta. To dzięki nim do Lublina przyjeżdża studiować kilkanaście tysięcy młodych osób. Uczelnie wytwarzają cenny kapitał społeczny będący impulsem rozwojowym dla miasta zarówno w obszarze kultury jak i gospodarki. Oczywiście dzieje się to tylko wtedy gdy uczelnie reprezentują odpowiednio wysoki poziom. Pamiętajmy też, że potencjalny student jednej z lubelskich uczelni

mając do dyspozycji kilka działających w różnych miastach i na dobrym poziomie Uniwersytetów będzie wybierał ten, który jest otoczony bardziej atrakcyjną „przestrzenią kulturową”.

2. Kultura, Dziedzictwo Kulturowe

To właśnie kultura staje się kołem zamachowym rozwoju miast. To właśnie kultura, niezwykła „przestrzeń kulturowa” przyciągają najbardziej opisaną wyżej grupę kreatywną a w konsekwencji inwestorów. Tą przestrzeń kulturową”, specyficzną aurę miejsca tworzy kultura i dziedzictwo kulturowe miasta.

Prezydent Wrocławia, Rafał Dutkiewicz tak o tym mówi: „O sukcesie dużych miast decyduje dziś jakość życia. Na kulturę, jak na drogi i kanalizację, pieniądze po prostu muszą się znaleźć.”

Dodajmy jeszcze, że w oparciu o dziedzictwo kulturowe można wytworzyć zainteresowanie turystów Lublinem. Turystyka powinna stać się ważną częścią gospodarki Lublina. Miasto będzie tym bardziej interesujące dla turystów im więcej im zaoferuje w obszarze kultury.

Kultura, edukacja, poziom wykształcenia mieszkańców wpływają zarówno na gospodarkę jak i na jakość życia. Tak więc Uczelnie, Kultura i Edukacja powinny stać się wręcz kołem zamachowym rozwoju Lublina!

Na koniec jeszcze refleksja dotycząca przestrzeni miasta , w którą jesteśmy na co dzień zanurzeni i która w sposób zasadniczy wpływa na odbiór i wizerunek naszego miasta. To właśnie ta przestrzeń jest jednym z najciekawszych i najcenniejszych zasobów Lublina. W tym kontekście przytoczmy słowa architekta:

„W wielu miastach na świecie zmiany jakościowe i ilościowe, dotyczące przestrzeni publicznej stały się fundamentem przemian prowadzących do sukcesu ekonomicznego i kulturalnego. Za przykład niech posłuży Barcelona, gdzie konsekwentna polityka przestrzenna opierająca się na poprawie jakości przestrzeni publicznej doprowadziła do aktywizacji lokalnych społeczności i stała się elementem decydującym o sukcesie miasta również w aspekcie ekonomicznym.” [Marcin Gałkowski „Pomiędzy architekturą” Architektura i Biznes 2006 nr. 5 s. 32]