

Stefania Środa-Murawska, Daniela Szymańska*

PRZEMYSŁY KULTURY W ROZWOJU MIAST WYBRANE ASPEKTY

Celem niniejszego opracowania jest wskazanie wieloaspektowości pojęcia „przemysły kultury” w świetle literatury przedmiotu oraz przykładów z różnych miast świata. W artykule autorki podejmują próbę określenia, czym są przemysły kultury i podkreślają ich rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym współczesnych miast. Przeprowadzone badania wykazały, że przemysły kultury przyczyniają się do ożywienia społeczno-gospodarczego miast, zmieniają ich wizerunek; tworzą specyficzny *creative milieu*, generują nowe miejsca pracy oraz porządkują przestrzeń publiczną i prywatną oraz podnoszą walor środowiskowy miast.

Słowa kluczowe: przemysły kultury, miasto, rozwój społeczno-gospodarczy

Wprowadzenie

„Miasta stają się środowiskiem życia coraz większej liczby ludności świata, a także miejscem koncentracji różnorodnych form działalności człowieka. Miasta mają decydujący wpływ na przestrzenną organizację społeczeństwa, często są zwierciadłem rozwoju swoich krajów i rejonów, dźwignią i nośnikami postępu. W mieście rodzą się i stąd rozpowszechniają się nowe idee. Główne miasta nazywa się często duchowymi pracowniami ludzkości, twórczymi laboratoriami”¹.

Współczesne miasta konkurują między sobą w przyciąganiu nowych inwestycji krajowych i zagranicznych, wysoko wykwalifikowanych pracowników czy

* Stefania Środa-Murawska, doktor, Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego, Wydział Nauk o Ziemi, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, e-mail: steffi@umk.pl; Daniela Szymańska, prof. dr hab., Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego, Wydział Nauk o Ziemi, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, e-mail: dani@umk.pl.

¹ D. Szymańska, *Urbanizacja na świecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 7.

kapitału oraz podejmują działania, które mają zapewnić im zwycięstwo w globalnym współzawodnictwie, opierając się również na szeroko rozumianej kulturze². W ostatnich latach odnotowuje się wzrost zainteresowania znaczeniem przemysłów kultury w rozwoju miast, a samo pojęcie „przemysły kultury” jest różnie rozumiane.

Celem niniejszego opracowania jest wskazanie wieloaspektowości pojęcia „przemysły kultury” w świetle literatury przedmiotu oraz przykładów z różnych miast świata. W artykule autorki podejmują próbę określenia, czym są przemysły kultury i podkreślają ich rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym współczesnych miast.

Przemysły kultury mają duże znaczenie w rozwoju współczesnych miast, dlatego już od lat siedemdziesiątych XX wieku odnotowuje się spore zainteresowanie tą problematyką wśród przedstawicieli różnych dyscyplin naukowych, w tym ekonomistów, geografów, planistów, socjologów, urbanistów itd. oraz instytucji i działaczy związanych z gospodarką miejską. Od tego momentu znacznie poszerzyła się wiedza na temat znaczenia przemysłów kultury w rozwoju miast i jej praktyczne wykorzystanie, między innymi w strategiach rozwoju wielu miast świata.

Zainteresowanie wpływem społeczno-kulturowych czynników na rozwój gospodarczy miast było i jest związane z nowymi realiami gospodarki postindustrialnej³. Uwidocznilo się to zwłaszcza w latach osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych XX wieku, wówczas to wiele miast europejskich, między innymi Grenoble, Hamburg, Kolonia, Glasgow, Birmingham, Barcelona, Bolonia, wykorzystalo przemysły kultury jako narzędzie do rewitalizacji terenów poprzemysłowych, tworzenia nowego wizerunku miasta, do przyciągnięcia kapitału i wysoko wykwalifikowanych pracowników⁴. Z pewnym opóźnieniem również w krajach postsocjalistycznych, w których nastąpił upadek wielu dużych fabryk, coraz więcej miast upatruje w przemysłach kultury szans na rozwój społeczno-gospodarczy i kreowanie nowego ładu przestrzenno-funkcjonalnego⁵.

² D. Szymańska, *Geografia osadnictwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

³ S. Środa-Murawska, D. Szymańska, *The concentration of the creative sector firms as a potential basis for the formation of creative clusters in Poland*, „Bulletin of Geography. Socio-economic Series” no. 20, Nicolaus Copernicus University Press, Toruń 2013, s. 85–93, DOI:10.2478/bog-2013-0013.

⁴ F. Bianchini, *Remaking European cities: the role of cultural policies*, w: *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*, red. F. Bianchini, M. Parkinson, Manchester University Press, Manchester 1993, s. 15.

⁵ S. Środa-Murawska, *Usługi kulturalne w małych miastach*, „Wiadomości Statystyczne” nr 11, GUS, Warszawa 2013.

1. Przemysły kultury

Jakkolwiek określenie „przemysły kultury” po raz pierwszy pojawiło się w pracy Maxa Horkheimera i Theodora W. Adorno *Dialectic of enlightenment* z 1947 roku, to dopiero w ostatnich latach nabiera ono nowego znaczenia w kontekście poszukiwania nowych ścieżek rozwoju współczesnych miast.

W literaturze przedmiotu do tej pory nie ma jednoznacznej definicji dotyczącej pojęcia „przemysły kultury”. Funkcjonujące określenia ogólnie można podzielić na trzy ujęcia: ze względu na kategoryzację dóbr kultury; ze względu na sposoby wytwarzania tych dóbr oraz ze względu na efektywność rynkową.

Odnosząc się do pierwszego ujęcia, wielu autorów definiuje przemysły kultury przez pryzmat dóbr i usług kulturalnych. Tu też lokuje się stworzony przez Davida Throsby'ego⁶ koncentryczny model przemysłów kultury, w którego centrum znajduje się sztuka, a kolejne okręgi obrazują przemysły kultury powiązane ze sztuką. Promień tych okręgów rośnie wraz z powstawaniem nowych twórczych idei.

W drugim ujęciu, to jest ze względu na sposób wytwarzania dóbr kultury, przyjmuje się, że „pojęcie przemysły kultury dotyczy tylko dóbr i usług kultury zorientowanych rynkowo i wytwarzanych masowo przy użyciu technik przemysłowych”⁷.

Trzecie, najbardziej rozpowszechnione, biorąc pod uwagę efektywność rynkową, obejmuje wszystkie przedsięwzięcia z dziedziny kultury, sztuki i mediów funkcjonujące w ramach reguł rynkowych.

W świetle tych definicji trudno sformułować jedną, uniwersalną, która obejmowałaby całe spektrum znaczeniowe przemysłów kultury.

Pojęcie „przemysły kultury” jest zmienne (podobnie jak ewoluuje kultura) i zależne od epoki, gustów i upodobań. Zmienia się zakres tego, co można nazwać kulturą, dziełem sztuki, a co zwykłą odtwórczością. A zatem nie należy dążyć do sformułowania zamkniętego pojęcia „przemysły kultury”, gdyż ono samo w sobie zawiera potencjał otwartości i zmienności. Jakże aktualne jest tu stwierdzenie Richarda Floridy, że obecnie podstawowym kapitałem ekonomicznym jest ludzka kreatywność i powstała na jej bazie klasa kreatywna i przemysły kreatywne⁸. Ludzka inteligencja, wiedza i kreatywność to główne przesłanki pod-

⁶ D. Throsby, *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s. 104.

⁷ M. Smoleń, *Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003, s. 25.

⁸ R. Florida, *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.

noszenia stopy życiowej i rozwoju społeczno-gospodarczego miast i regionów. W tym miejscu wypada nadmienić, że to między innymi z przemysłów kultury wywodzi się określenie „przemysły kreatywne”⁹.

2. Płaszczyzny oddziaływania przemysłów kultury na organizację i rozwój miast

Niezależnie od tego, które ujęcie zostanie przyjęte jako wiodące, można stwierdzić, że przemysły kultury tworzą mnożnikowy efekt, wpływając na przemiany demograficzno-społeczne, gospodarcze i przestrzenno-funkcjonalne miast. W niniejszym opracowaniu autorki przemiany te zagregowały do dwóch umownych płaszczyzn, a mianowicie demograficzno-społecznej i szeroko rozumianej gospodarczej, które razem tworzą komplementarną całość.

Należy pamiętać, że rozwój przemysłów kultury jest przede wszystkim związany z obszarami miejskimi, to bowiem w miastach od zawsze istniały i stnieją „ogniska wysokiej kultury”¹⁰, kształtowało i kształtuje się życie kulturalne.

Płaszczyzny oddziaływania przemysłów kultury są ze sobą sprzężone, przenikają jedna w drugą i uzupełniają się. Związane jest to z jednej strony z ich specyfiką, z drugiej natomiast ze złożonością samego tworu miasta, w którym zachodzą różnorodne złożone procesy społeczne i demograficzne¹¹.

1.1. Płaszczyzna demograficzno-społeczna

Jak już wcześniej wspomniano, przemysły kultury pośrednio lub bezpośrednio oddziałują na procesy demograficzne, wzmacniając siłę napływu lub niekiedy ubytku artystów. Z badań Ann Markusen i Grega Schrocka¹² wynika, że w obszarach metropolitalnych miast amerykańskich odnotowuje się napływ artystów. Autorzy ci stwierdzili, badając 27 obszarów metropolitalnych w USA, że w latach 1995–2000 odnotowano przyrost liczby artystów od około 11,5% w Cleveland do około 28,1% w San Jose (tabela 1).

⁹ A. Klasik, *Od sektora kultury do przemysłów kreatywnych*, w: *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, red. A. Gwóźdź, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s. 50.

¹⁰ D. Szymańska, *Urbanizacja na świecie...*, s. 10.

¹¹ Tamże.

¹² A. Markusen, G. Schrock, *The artistic dividend: urban artistic specialization and economic development implications*, „Urban Studies” 2006, vol. 43 (10), s. 1661.

Tabela 1

Udział napływu artystów w latach 1995–2000 na obszary metropolitalne miast w USA w ogólnej liczbie artystów w 2000 r.

A	B	A	B	A	B
Los Angeles	21,8	San Diego	24,5	Pittsburgh	15,7
Phoenix	22,8	Atlanta	26,0	Detroit	12,3
Portland–Vancouver	23,8	Kansas City	22,8	Chicago	15,9
Orange County	25,9	Washington	23,6	Philadelphia	14,5
New York/Bergen	21,4	Seattle	21,7	San Jose	28,1
Dallas	26,6	Newark	25,7	St. Louis	14,5
San Francisco–Oakland	27,8	Boston	24,2	Cleveland	11,5
Riverside–San Bernardino	21,7	Minneapolis–St. Paul	16,2	Nassau	12,5
Tampa–St Petersburg	21,1	Baltimore	20,7	Houston	20,6
średnia					20,9

Objaśnienia: A – obszary metropolitalne miast w USA; B – udział napływu artystów na obszary metropolitalne miast w USA w latach 1995–2000 w ogólnej liczbie artystów w 2000 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie A. Markusen, G. Schrock, *The artistic dividend...*

Również w Europie, na przykład w Berlinie, odnotowuje się stały napływ artystów i młodych kreatywnych twórców¹³, którzy wzmacniają swoją obecnością i działalnością społeczno-kulturową atrakcyjność miasta.

Przemysły kultury wnikają także w warstwę społeczną danych jednostek osadniczych. Odzwierciedla się w nich między innymi jakość kapitału ludzkiego. Warto nadmienić, że już w latach sześćdziesiątych XX wieku w koncepcjach wzrostu gospodarczego podkreślano znaczenie akumulacji kapitału ludzkiego dla rozwoju miast i regionów. Wiele gospodarek świata, w tym również Unia Europejska, uznaje powszechne uczestnictwo w kulturze za jeden z priorytetów polityki społecznej. Przemysły kultury zapewniają odpowiedni potencjał dla kształtowania kapitału ludzkiego, a przez to wpływają na sferę gospodarczą miast, podnosząc ich konkurencyjność w regionie.

Otwartość na uczestnictwo w kulturze przejawia się między innymi w liczbie beneficjentów imprez kulturalnych. I tak, na przykład Festiwal Filmowy „Dwa Brzegi” organizowany od 2007 roku w Kazimierzu Dolnym i Janowcu przyciąga ogromne rzesze odbiorców: mieszkańców oraz przyjezdnych gości, którzy uczestniczą w różnych wydarzeniach festiwalowych. Jednocześnie podczas badań wyrazili oni chęć ponownego uczestnictwa w festiwalach filmowych.

¹³ S. Krätke, *The creative capital of cities: interactive knowledge creation and the urbanization economies of innovation*, Wiley-Blackwell 2011, s. 187.

Mamy więc tu do czynienia z aktywizacją społeczno-kulturową nie tylko mieszkańców tych dwóch jednostek administracyjnych, ale i mieszkańców okolicznych terenów¹⁴.

Omawiając warstwę społeczną, należy nadmienić, że rozwój przemysłów kultury wpływa na przyciąganie przedstawicieli klasy kreatywnej. Według R. Floridy, klasa kreatywna, której obecność na terenie miasta zdecydowanie zwiększa jego szanse na odniesienie sukcesów gospodarczych, migruje do miejsc cechujących się tak zwanymi 3T (talent, technologia, tolerancja). Duże skupiska klasy kreatywnej R. Florida koreluje z dobrze znanymi ośrodkami artystycznymi. Podkreśla także, że dla przedstawicieli tej klasy szczególnego znaczenia nabiera „kultura uliczna”, która rozwija się w różnych dzielnicach miast. Określone ulice czy całe dzielnice oferują wydarzenia kulturalne, których można być nie tylko widzem, ale często i współtwórcą. Ulica tworzy wiele scen: scenę muzyczną, scenę artystyczną, scenę filmową itd., które, wzajemnie się przenikając i uzupełniając, tworzą „przestrzenie hybrydowe”¹⁵ wypełnione kulturą.

1.2. Płaszczyzna gospodarcza

Oprócz wymienionej płaszczyzny demograficzno-społecznej, przemysły kultury, poprzez na przykład generowanie nowych miejsc pracy, dywersyfikację lokalnej gospodarki, przyciąganie nowych inwestycji krajowych i zagranicznych, wpływają na rozwój gospodarczy miast i regionów. Przemysły kultury często bezpośrednio wpływają na zyski w branży turystycznej i stanowią główny motyw przyjazdów turystów (na przykład Festiwal Filmowy „Dwa Brzegi”, Ta-trzańska Jesień).

Przemysły kultury były postrzegane w latach dziewięćdziesiątych XX wieku jako główne źródło tworzonych miejsc pracy. W Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej, w tych latach, wygenerowały więcej nowych miejsc pracy niż usługi zdrowotne oraz sześć razy więcej niż przemysł motoryzacyjny¹⁶.

Również w miastach europejskich, na przykład w Amsterdamie, Rotterdamie, Hadze i Utrechcie, w latach 1993–2001 odnotowano wzrost zatrudnienia w przemysłach kultury. W Amsterdamie liczba zatrudnionych wzrosła z 364 800

¹⁴ A. Kwiatkowska, *Postrzeganie Festiwalu Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” w Kazimierzu Dolnym i Janowcu nad Wisłą przez mieszkańców oraz gości przyjezdnych*, praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. dr hab. D. Szymańskiej, Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego, Wydział Nauk o Ziemi, UMK, maszynopis, 2011.

¹⁵ R. Florida, *Narodziny klasy kreatywnej...*, s. 190.

¹⁶ M. Keith, *After the Cosmopolitan? Multicultural cities and the future of racism*, Routledge, London and New York 2005, s. 115.

w 1993 roku do 476 100 w 2001 roku. W Utrechcie (z wyjątkiem nieznacznego spadku zatrudnienia w latach 1999 i 2000) obserwowano wzrost liczby zatrudnionych z 158 900 w 1993 roku do 212 200 w 2001 roku. W Rotterdamie natomiast odnotowano najpierw zmniejszenie się liczby zatrudnionych w przemysłach kultury z 300 600 w 1993 roku do 292 200 w 1995 roku, a następnie wzrost do 339 100 w 2001 roku. Z kolei w Hadze liczba zatrudnionych w przemysłach kultury również początkowo zmniejszyła się z 197 600 w 1993 roku do 195 800, by następnie osiągnąć poziom 244 800 osób¹⁷.

W świetle przedstawionych danych przemysły kultury mogą być postrzegane, zwłaszcza w okresach stagnacji gospodarki, jako potencjalne źródło nowych miejsc pracy i rozwoju gospodarczego. Należy jednak pamiętać, że specyfika czynników wpływających na ich rozwój jest bardzo zróżnicowana i zależy od panujących w danym czasie trendów społeczno-kulturalnych, od subiektywnego odbioru produktu finalnego przez konsumentów i od innowacji technologicznych. Zatrudnienie w przemysłach kultury jest markerem, który odzwierciedla poziom rozwoju gospodarczego. W czasach recesji gospodarczej obserwuje się spadek uczestnictwa w kulturze i ograniczenie konsumpcji dóbr kultury, co może poważnie wpływać na wielkość produkcji, a co za tym idzie – na wielkość zatrudnienia w przemysłach kultury. W czasach prosperity zaś ożywienie gospodarcze wpływa na wzrost zatrudnienia.

Przemysły kultury przyczyniają się również do dywersyfikacji lokalnej gospodarki. W zasadzie każdy wzrost aktywności w sektorze kultury wysyła bodźce do innych sektorów gospodarki miejskiej. Wydarzenia kulturalne generują wzrost zapotrzebowania na wiele usług niezwiązanych bezpośrednio z organizacją danej imprezy (na przykład usługi handlowe, gastronomiczne, noclegowe, transportowe) i przyczyniają się nie tylko do wzrostu zatrudnienia w innych branżach, ale i wytworzenia większych zysków.

Badania społeczno-geograficzne dotyczące Festiwalu Filmowego „Dwa Brzegi” wykazały, że przyczynił się on do powstania nowych miejsc pracy, do rozwoju bazy noclegowej, gastronomicznej, handlowej, kulturalnej itd. Zarówno mieszkańcy, jak i goście do pozytywnych zjawisk związanych z organizowaniem festiwalu zaliczyli również promocję zabytków i innych atrakcji. Podkreślić należy, że zdecydowana większość festiwali filmowych organizowanych na terenie Polski zlokalizowana jest w dużych miastach, gdzie codzienne życie tych

¹⁷ R.C. Kloosterman, *Recent employment trends in the cultural industries in Amsterdam, Rotterdam, the Hague and Utrecht a first exploration*, „Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie” 2004, no. 95 (2), s. 243–252.

miast toczy się równolegle z wydarzeniami festiwalowymi, podczas gdy Festiwal „Dwa Brzegi” zmienia oba miasteczka festiwalowe (Kazimierz Dolny i Janowiec) w jedno wielkie kino i scenę, łącząc mieszkańców i przyjezdnych gości¹⁸.

Podobne ożywienie gospodarcze odnotowuje się w Mrągowie, w którym od 1983 roku odbywa się Międzynarodowy Piknik Country. Oprócz poszerzenia oferty kulturalnej, wydarzenie to wpłynęło na kondycję gospodarczą Mrągowa, przyczyniając się do powstania wielu nowych podmiotów gospodarczych z branży gastronomicznej, hotelarskiej oraz wzmocniło pozytywny wizerunek miasta w kraju i za granicą¹⁹.

Oddziaływanie przemysłów kultury na płaszczyznę gospodarczą miasta w szczególny sposób jest zogniskowane na turystyce miejskiej. Najważniejszą cechą strategii ukierunkowanych na rozwój turystyki są nie tyle efekty kulturalne, ile przede wszystkim gospodarcze. Potwierdzeniem tej tezy jest przytaczany przez Monikę Smoleń²⁰ za Gregiem Richardsem i Julie Wilson²¹ przykład projektu Europejska Stolica Kultury, dla którego początkowo najważniejszym celem było pokazanie kultury różnych krajów europejskich i powiązana z tym integracja przez kulturę. Jednakże od roku 1990, kiedy tytuł Europejskiej Stolicy Kultury przypadł miastu Glasgow, główne założenia projektu zostały zmodyfikowane. Władarze miasta skupili się bowiem na wykorzystaniu działań w ramach projektu do poprawy wizerunku miasta, przyciągnięcia inwestycji i turystów.

Przykładem miasta, którego rozwój bardzo mocno jest związany z rozwojem przemysłów kultury, jest również Nowy Orlean w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej. Znaczenie turystyki miejskiej dla gospodarki tego miasta odzwierciedla między innymi wartość wpływu²² rocznych podatków z branży turystycznej w roku 2005 oraz liczba 85 tys. osób zatrudnionych wówczas w turystyce. Przejście w 2005 roku huraganu Katrina i zniszczenie dużej części miasta²³ mogło znacznie ograniczyć rozwój turystyki, jednakże już w 2010

¹⁸ A. Kwiatkowska, *Postrzeżanie Festiwalu Filmu i Sztuki...*

¹⁹ D. Pękała, *Postrzeżanie Mrągowa i Międzynarodowego Festiwalu Muzyki Country w opinii mieszkańców miasta i uczestników festiwalu*, praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. dr hab. D. Szymańskiej, Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego, Wydział Nauk o Ziemi, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, maszynopis, 2005.

²⁰ Smoleń M., *Przemysły kultury...*

²¹ G. Richards, J. Wilson, *The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001*, "Urban Studies" 2004, vol. 41 (10), s. 1931–1951.

²² Około 221 mln dol., za: <http://www.neworleansonline.com/pr/releases> (dostęp: 20.08.2012).

²³ J.M. Zaninetti, *Human settlement at risk: the New Orleans case study*, "Bulletin of Geography Socio-economic Series" 2007, no. 8, s. 179–190.

roku wpływy z podatków z branży turystycznej²⁴ znacznie przekroczyły poziom z roku 2005, a liczba zatrudnionych wyniosła około 70 tys. osób. Odnosząc te dane do liczby mieszkańców Nowego Orleanu, która zmniejszyła się z 484 674²⁵ osób w roku 2005 do 343 829²⁶ osób w 2010 roku, należy podkreślić, że nastąpił wzrost liczby osób zatrudnionych w branży turystycznej w przeliczeniu na 1000 mieszkańców – z 170 zatrudnionych w roku 2005 do 206 w roku 2010.

Skalę wydarzeń kulturalnych Nowego Orleanu pokazuje liczba uczestników różnych festiwali. I tak na przykład, uwzględniając tylko trzy festiwale: French Quarter Festival, Jazz and Heritage Festival oraz Essence Music Festival, które cyklicznie (rocznie) odbywają się na terenie miasta, należy stwierdzić, że z roku na rok przyciągają one coraz większe rzesze uczestników (tabela 2). Zestawiając łączną sumę uczestników tych festiwali, należy zauważyć, że w latach 2007–2012 odnotowano ich wzrost o ponad jedną trzecią – z 1 mln osób w roku 2007 do 1,4 mln osób w roku 2012.

Tabela 2

Wybrane festiwale zorganizowane w Nowym Orleanie w latach 2007–2012

Wydarzenie	Liczba uczestników (tys.)				
	rok				
	2007	2008	2010	2011	2012
French Quarter Festival	400	435	512	533	574
Jazz and Heritage Festival	375	400	375	400	450
Essence Music Festival	200	270	400	400	413
suma	975	1105	1287	1333	1437

Źródło: opracowanie własne na podstawie <http://www.neworleansonline.com/pr/releases> (dostęp: 20.08.2012).

Przyjęta po przejściu huraganu Katrina strategia odbudowy i rozwoju miasta, oparta głównie na sektorze kultury, bardzo szybko przyniosła pozytywne efekty. Na terenie Nowego Orleanu udział wydarzeń kulturalnych w generowaniu wzrostu liczby turystów i uczestników imprez jest tym bardziej istotny, że ma miejsce w czasach ogólnej stagnacji gospodarczej.

Pojawienie się i aktywna działalność przedstawicieli sektora kultury podnosi wartość przestrzeni miejskiej, staje się magnesem przyciągającym inwesto-

²⁴ Około 300 mln dol., za: <http://www.neworleansonline.com/pr/releases> (dostęp: 20.08.2012).

²⁵ Tamże.

²⁶ <http://www.census.gov> (dostęp: 20.08.2012).

rów z innych branż (dzielnice kultury Old City w Filadelfii, Rope Walks Quarter w Liverpoolu).

Wymienione przykłady miast europejskich i amerykańskich wskazują jednoznacznie, że bogata i zróżnicowana oferta wydarzeń kulturalnych stanowi czynnik wpływający zarówno na wzrost zainteresowania danym miastem ze strony potencjalnych turystów, jak i zainteresowania potencjalnych inwestorów, a więc przemysły kultury wpływają na przyciąganie nowych inwestycji.

Potencjalni inwestorzy coraz częściej zwracają uwagę na tak zwane miękkie czynniki lokalizacji, do których – obok atrakcji turystycznych – jest zaliczana szeroka oferta kulturalna, która pozwala nie tylko spędzić czas wolny, ale również wzbogacić wiedzę.

Współczesne miasta w warunkach ustawicznie zmieniającego się otoczenia, wzrastającej mobilności osób i kapitału coraz częściej poszukują bardziej skutecznych możliwości rozwoju, aby lepiej konkurować, między innymi o wzrost liczby turystów, inwestycje, nowych mieszkańców, lokalizację instytucji oraz organizacji rządowych i pozarządowych, krajowych i międzynarodowych. Te nowe wymagania stojące przed miastami zaowocowały powstaniem marketingu terytorialnego, czyli rynkowej koncepcji zarządzania jednostką osadniczą²⁷. W myśli tej koncepcji niezwykle istotne miejsce zajmuje odpowiedni *image* (wizerunek) jednostki osadniczej (miasta), analogicznie do znaczenia wizerunku produktu oraz wizerunku oferującego go przedsiębiorstwa dla potencjalnego kupującego. Niezwykle ważne dla rozwoju miasta są endogeniczna i egzogeniczna siła oddziaływania wizerunku miasta. Z jednej strony jest on jego rozpoznawalną marką na zewnątrz i determinuje decyzje związane z wyborem miejsca (inwestycji, wypoczynku, zamieszkania), z drugiej natomiast wpływa na pozytywne (lub negatywne) postrzeganie miejsca swojego zamieszkania przez lokalną społeczność, co może kształtować poczucie satysfakcji z faktu zamieszkiwania w mieście i przynależności do miejskiej wspólnoty.

Ogólnie, w obrębie przemysłów kultury, które kształtują wizerunek miasta, podejmowane inicjatywy można podzielić na związane:

- z lokalizacją *flagship* obiektu kultury (na przykład New Jersey Performing Arts Center w Newark, Tech Museum of Innovation w San Jose);
- z organizacją wydarzeń kulturalnych (na przykład imprezy organizowane przez miasta posiadające tytuł Europejska Stolica Kultury, Edinburgh Festivals, The Gion Matsuri w Kioto, Cannes Film Festival);

²⁷ A. Szromnik, *Marketing terytorialny: miasto i region na rynku*, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2007.

- z kompleksową, „kulturalną” rewitalizacją miast (na przykład Glasgow, Bilbao) oraz fragmentaryczną rewitalizacją (na przykład wznoszenie pojedynczych budowli: Tate Modern w Londynie, Łódź Art Center, Kaape-litehdas/Cable Factory w Helsinkach, odnowa wybranych dzielnic Probenou w Barcelonie), przyczyniającą się do ożywiania tych przestrzeni, które zostały „dotknięte spadkiem aktywności społeczno-ekonomicznej, w wyniku transformacji strukturalnej miasta”²⁸;
- z tworzeniem dzielnic kulturalnych – *cultural quarter* (Rope Walks Quarter w Liverpoolu, El Raval w Barcelonie, Cité du Multimédia w Mont-realu).

Przemysły kultury kształtują wizerunek miasta przez podkreślanie oryginalności, odrębności miasta; budowanie lokalnego patriotyzmu, dumy; przez zmianę dotychczasowego postrzegania miasta.

Podkreślić należy, że rewitalizacja w kontekście przemysłów kultury może się odbywać również w sposób niezaplanowany. Jako przykład może służyć dzielnica Old City w Filadelfii. Położona w północno-wschodniej części centrum Filadelfii dzielnica z wieloma historycznymi budowlami stanowiła centrum handlu i przemysłu do lat powojennych. Następnie zaczęła podupadać i wyludniać się, aż na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku niskie czynsze i duże pofabryczne przestrzenie przyciągnęły artystów i przedsiębiorców. Od lat osiemdziesiątych lofty zaczęto zmieniać w apartamenty, obok galerii zaczęły powstawać biura, sklepy, bary, restauracje, a liczba mieszkańców zwiększyła się z 656 w 1980 roku do 2400 w 1986 roku²⁹. Główną rolę odegrały tu organizacje *non-profit*: Painted Bride Art Center oraz Clay Studio, które przemieniły Old City w dzielnicę kultury³⁰.

Podsumowując, należy podkreślić, że działalność przemysłów kultury przejawia się nie tylko w warstwie demograficzno-społecznej i gospodarczej, ale ma również ogromny ładunek w podnoszeniu jakości życia i ekologizacji środowiska. Jakość życia jest bowiem warunkowana między innymi przez czyste środowisko, a działalność przedsiębiorstw z zakresu przemysłów kultury nie obciąża środowiska naturalnego, a wręcz przeciwnie – przyczynia się do jego poprawy.

²⁸ M. Smoleń, *Przemysły kultury...*, s. 75.

²⁹ SIAP, *Arts-in-place: Philadelphia's cultural landscape*, A summary of the University of Pennsylvania Urban Studies Program Third Annual Public Conversation, 2003–2004, University of Pennsylvania, Philadelphia 2005.

³⁰ M.J. Stern, S.C. Steifert, *Cultural clusters: The implications of cultural assets agglomeration for neighborhood revitalization*, „Journal of Planning Education and Research” 2010, vol. 29, no. 3, s. 262–279.

Jest to niezwykle ważne, szczególnie dla miast przemysłowych, dla których lokalizacja przemysłów kultury przyjaznych środowisku naturalnemu jest bardzo pożądana.

Jednym ze szczególnych przykładów wprowadzenia przemysłów kultury oraz innych „czystych” działalności na tereny zajęte dotychczas przez zakłady zanieczyszczające środowisko przyrodnicze miasta jest – położony w zachodniej części Pekinu – Capital Recreation District. Od roku 1958 funkcjonowała w tym rejonie fabryka produkująca stal Capital Steel Factory, która została zamknięta decyzją władz w 2008 roku. Zajmowała ona 8 km² dzielnicy Shijingshan, emitowała do atmosfery 108 tys. ton pyłu PM10 i zużywała 50 mln ton wody w ciągu roku. Opuszczony przez relokowaną fabrykę teren został przeznaczony pod działalność związaną z przemysłem *high-tech* i usługami opartymi na wiedzy, a w szczególności dla firm z branży kulturalnej, biznesu, usług technologicznych i turystyki³¹. Decyzja władz o całkowitej odmianie wizerunku dzielnicy, dotychczas kojarzonej z rozwojem przemysłu ciężkiego, wydatnie przyczyniła się również do znacznego ograniczenia zanieczyszczenia środowiska stolicy Chin – Pekinu.

Podsumowanie

Przeprowadzone badania wykazały, że przemysły kultury przyczyniają się do ożywienia społeczno-gospodarczego miast, zmieniają ich wizerunek, tworzą specyficzny *creative milieu*, generują nowe miejsca pracy oraz porządkują przestrzeń publiczną i prywatną, podnoszą walor środowiskowy miast.

Literatura

- Bianchini F., *Remaking European cities: the role of cultural policies*, w: *Cultural policy and urban regeneration. The West European experience*, red. F. Bianchini, M. Parkinson, Manchester University Press, Manchester 1993.
- Florida R., *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- Keith M., *After the Cosmopolitan? Multicultural cities and the future of racism*, Routledge, London and New York 2005.

³¹ P. Zhao, *Building knowledge city in transformation era: Knowledge-based urban development in Beijing in the context of globalisation and decentralization*, „Asia Pacific Viewpoint” 2010, vol. 51, no. 1, s. 73–90.

- Klasik A., *Od sektora kultury do przemysłów kreatywnych*, w: *Od przemysłów kultury do kreatywnej gospodarki*, red. A. Gwóźdź, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- Kloosterman R.C., *Recent employment trends in the cultural industries in Amsterdam, Rotterdam, the Hague and Utrecht a first exploration*, "Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie" 2004, no. 95 (2).
- Krätke S., *The creative capital of cities: interactive knowledge creation and the urbanization economies of innovation*, Wiley-Blackwell, 2011.
- Kwiatkowska A., *Postrzeżenie Festiwalu Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi” w Kazimierzu Dolnym i Janowcu nad Wisłą przez mieszkańców oraz gości przyjezdnych*, praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. dr hab. D. Szymańskiej, Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego, Wydział Nauk o Ziemi, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, maszynopis, 2011.
- Markusen A., Schrock G., *The artistic dividend: urban artistic specialisation and economic development implications* "Urban Studies" 2006, vol. 43 (10).
- Pękala D., *Postrzeżenie Mrągora i Międzynarodowego Festiwalu Muzyki Country w opinii mieszkańców miasta i uczestników festiwalu*, praca magisterska napisana pod kierunkiem prof. dr hab. D. Szymańskiej, Katedra Studiów Miejskich i Rozwoju Regionalnego, Wydział Nauk o Ziemi, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, maszynopis, 2005.
- Richards G., Wilson J., *The impact of cultural events on city image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001*, "Urban Studies" 2004, vol. 41 (10).
- SIAP, *Arts-in-place: Philadelphia's cultural landscape*, A summary of the University of Pennsylvania Urban Studies Program Third Annual Public Conversation, 2003–2004, University of Pennsylvania, Philadelphia 2005.
- Smoleń M., *Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2003.
- Środa-Murawska S., *Usługi kulturalne w małych miastach*, „Wiadomości Statystyczne” nr 11, GUS, Warszawa 2013.
- Środa-Murawska S., Szymańska D., *The concentration of the creative sector firms as a potential basis for the formation of creative clusters in Poland*, "Bulletin of Geography. Socio-economic Series" no. 20, Nicolaus Copernicus University Press, Toruń 2013, DOI:10.2478/bog-2013-0013.
- Stern M.J., Steifert S.C., *Cultural clusters: The implications of cultural assets agglomeration for neighborhood revitalization*, "Journal of Planning Education and Research" 2010, vol. 29, no. 3.

- Szromnik A., *Marketing terytorialny: miasto i region na rynku*, Wolters Kluwer Polska, Kraków 2007.
- Szymańska D., *Urbanizacja na świecie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Szymańska D., *Geografia osadnictwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Throsby D., *Ekonomia i kultura*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
- Zaninetti J.M., *Human settlement at risk: the New Orleans case study*, "Bulletin of Geography. Socio-economic Series" no. 8, Nicolaus Copernicus University Press, Toruń 2007.
- Zhao P., *Building knowledge city in transformation era: Knowledge-based urban development in Beijing in the context of globalisation and decentralization*, "Asia Pacific Viewpoint" 2010, vol. 51, no. 1.

CULTURAL INDUSTRIES AND THE DEVELOPMENT OF CITIES AND TOWNS – SELECTED ASPECTS

Summary

The paper aims to indicate the multi-aspects of the concept "cultural industries" on the basis of literature and examples from many cities in the world. In the paper the authors attempt to determine what "cultural industries" are emphasize their role in the socio-economic development of contemporary cities. The conducted research has demonstrated that cultural industries contribute to the socio-economic revival of cities and towns, change their image, create a special *creative milieu* and generate new jobs. They also organize public and private space in cities and towns and increase the value of urban environments.

Keywords: cultural industries, city, socio-economic development