

Andrzej Klasik, Adam Drobniaak, Krzysztof Wrona

Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamieckiego w Katowicach

PERSPEKTYWY ROZWOJU AGLOMERACJI GÓRNOŚLĄSKIEJ NA PODSTAWIE SEKTORA GOSPODARKI KREATYWNEJ

Streszczenie: W artykule przedstawiono rozwój miasta i aglomeracji, gospodarkę kreatywną i jej efekty rozwojowe w mieście i aglomeracji, jak również wpływ kultury wysokiej i przemysłu muzycznego na rozwój Katowic.

Słowa kluczowe: miasto, aglomeracja, kultura, gospodarka kreatywna.

1. Rozwój miasta i aglomeracji.

Różnorodność ujęć i perspektyw

Holistyczne podejście do rozwoju miast i aglomeracji wymaga zastosowania różnorodnych ujęć i perspektyw. Z jednej strony jest to definiowanie rozwoju miast (tab. 1):

- rozwoju ilościowego opisującego rosnącą liczbę firm pracujących,
- rozwoju jakościowego opisującego korzystne zmiany jakościowe dotyczące zwłaszcza jakości przestrzeni i jakości życia,
- rozwoju wewnętrznego obejmującego pomnażanie kapitałów różnego typu i polepszanie sytuacji ekonomicznej, społecznej i środowiskowej itd.
- rozwoju zewnętrznego wskazującego na specjalizację funkcjonalną i „eksportową”, na wzmacnianie pozycji konkurencyjnej i polepszanie wizerunku.

Takie wieloaspektowe definiowanie rozwoju miasta pozwala na syntetyczne opisywanie i objaśnianie zmieniającej się (w tym rosnącej) wielkości i rangi miast. Jest to jednak definiowanie rozwoju aglomeracji jako:

- rozwoju horyzontalnego, na który składają się różnego rodzaju udogodnienia i korzyści aglomeracyjne, a także różnicowanie się struktury przestrzennej aglomeracji i rozkładu przestrzennego miast,
- rozwoju wertykalnego manifestującego się przez progresywne zmiany struktury sektorowej, przepływy międzygałęziowe i nowe skupienia firm i instytucji oraz proces terytorializacji dużych przedsiębiorstw,

Tabela 1. Rozwój miasta i aglomeracji. Różnorodność ujęć i perspektyw

Rozwój miasta	Rozwój aglomeracji
<p>Rozwój ilościowy: wzrost liczby firm, pracujących i mieszkańców w mieście, rozwój przedsiębiorczości lokalnej i napływ inwestorów zewnętrznych, wzrost dochodów mieszkańców i dochodów własnych miasta</p> <p>Rozwój jakościowy: polepszanie się jakości przestrzeni, w tym przestrzeni publicznych miasta, polepszanie się jakości życia w mieście (warunków społecznych, kulturalnych i środowiskowych)</p>	<p>Rozwój horyzontalny: rozwój udogodnień zewnętrznych (technicznych, społecznych i informacyjnych) dla ludzi i firm, rozwój korzyści aglomeracyjnych (lokalizacyjnych, urbanizacyjnych i klasteringowych), różnicowanie się pozycji miast i przemysłów w aglomeracji. Rdzeniowe miasta i rdzeniowe przemysły kreatywne</p> <p>Rozwój wertykalny: rozwój wewnątrzsektorowy aglomeracji (stadium industrialne i postindustrialne), rozwój międzysektorowy aglomeracji (przepływy <i>input-output</i> i klastry firm i instytucji)</p>
<p>Rozwój wewnętrzny: rozwój potencjału endogenicznego, pomnażanie kapitałów miasta (ludzkiego, kulturowego, społecznego, ekonomicznego i instytucjonalnego), wzrost intensywności zabudowy, polepszanie się sytuacji ekonomicznej, społecznej i środowiskowej miasta, wzrost spójności gospodarczej, społecznej i terytorialnej miasta, wzrost atrakcyjności miasta do zamieszkania, do podejmowania pracy i prowadzenia biznesu, do spędzania czasu wolnego</p> <p>Rozwój zewnętrzny: rozwój terytorium i promienia oddziaływania miasta, intensyfikacja specjalizacji funkcjonalnej/dywersyfikacja struktury funkcjonalnej, wzrost bazy „eksportowej” miasta, wzmacnianie się pozycji konkurencyjnej, w szczególności konkurencyjności ekonomicznej miasta, polepszanie się wizerunku i marki miasta</p> <p>Ujęcie syntetyczne: wzrost wielkości i rangi miasta</p>	<p>Rozwój restrukturyzacyjny: przekształcenia w strefie węzłowej i strefie zewnętrznej (rewitalizacja terenów i obiektów poprzemysłowych, dzielnic kryzysowych i centrów miast) przekształcenia w strefie zewnętrznej (suburbanizacja i delokalizacja inwestycji), przemiana kulturowa, tożsamości i stylu życia mieszkańców aglomeracji</p> <p>Rozwój globalizacyjny: metropolizacja aglomeracji miejskiej (wytwarzanie się zespołu i obszaru metropolitalnego) rozwój metropolitalnych produktów (dóbr i usług) o zasięgu i znaczeniu regionalnym, narodowym, europejskim i globalnym, rozwój globalnych biznesów w zespole i na obszarze metropolitalnym przez mariaż instytucji nauki i kultury ze środowiskami biznesu oraz przez fuzje sztuki, technologii i biznesu, międzyregionalne i międzynarodowe przepływy urbanizujące idee, ludzi i inwestycji, rozwój komunikacji międzykulturowej</p>

Źródło: opracowanie własne.

- rozwój restrukturyzacyjny obejmujący przebudowę bazy ekonomicznej, procesy kreacyjne i innowacyjne, procesy schyłkowe i likwidacyjne oraz przebudowę dużych układów funkcjonalno-przestrzennych,
- rozwój globalizacyjny, który znamionują procesy metropolizacji przez rozwój funkcji, aktywności, instytucji i produktów o zasięgu i znaczeniu międzynarodowym, zwłaszcza globalnym.

2. Gospodarka kreatywna i jej efekty rozwojowe w mieście i aglomeracji

Gospodarka kreatywna to zbiór działalności opartych wspólnie na różnych formach własności intelektualnej i na nowych technologiach informacyjno-komunikacyjnych (tab. 2). Jest to gospodarka, w której strategiczna rola przypada w największym stopniu i zakresie sektorowi nauki i sektorowi kultury. Indywidualna kreatywność i intelektualny *input* naukowców i artystów oraz technologie cyfrowe, medialne

Tabela 2. Gospodarka kreatywna i jej efekty rozwojowe w mieście i aglomeracji

Istota gospodarki kreatywnej (IP + ICT)	Rodzaje generowanych efektów
<p>Gospodarka oparta na: nauce i kulturze, ludziach kreatywnych zawodów („klasie kreatywnej”), lokalnych środowiskach kreatywnych, indywidualnej kreatywności i różnych formach własności intelektualnej („intelektualny <i>input</i>”) oraz na cyfrowych technologiach informacyjnych i komunikacyjnych</p> <p>Gospodarka złożona z: przemysłów kreatywnych, przemysłów kulturalnych i przemysłów technologicznych, przemysłów rdzeniowych i peryferyjnych, z firm zarządzających kapitałem intelektualnym i komercjalizujących innowacje będące skalkulowanymi nowościami</p>	<p>Efekty ekonomiczno-finansowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> – wzrost udziału gospodarki kreatywnej w wytwarzaniu wartości dodanej, tworzeniu nowych miejsc pracy oraz w wymianie międzynarodowej – rekompozycja tradycyjnej struktury przemysłowo-usługowej miast i aglomeracji będąca efektem wyodrębniania się sektora gospodarki i przemysłów kreatywnych – nowe aglomeracyjne i metropolitalne produkty i rynki, atrakcyjne przestrzenie publiczne, nowe powierzchnie parkowe i inkubacyjne dla inwestorów i firm, nowe oferty rezydencjalne, w tym rynek loftów – nowe funkcje i działalności biznesowe, inwestorzy zewnętrzni dywersyfikujący struktury gospodarcze oraz naukowcy i artyści jako startersi nowej gospodarki
<p>Gospodarka metropolitalna: multimedialnej komunikacji społecznej i multimodalnej łączności transportowej, regionalnych i narodowych, europejskich i globalnych sieci kreatywnych miast, metropolitalnych przepływów urbanizujących i globalnego aliansu na rzecz różnorodności kulturalnej</p>	<p>Efekty społeczno-kulturowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> – odnowa dzielnic przemysłowych i kolonii robotniczych, rewitalizacja starówek miast oraz powstawanie nowych miejsc centralnych w miastach aglomeracji – rewitalizacja społeczna dzielnic kryzysowych i środowisk zmarginalizowanych za pośrednictwem środowisk i wydarzeń artystycznych i kulturalnych – innowacyjna i modernizacyjna przemiana tradycji społeczno-zawodowych i tożsamości kulturowej w aglomeracji miejsko-przemysłowej pod wpływem gospodarki kreatywnej

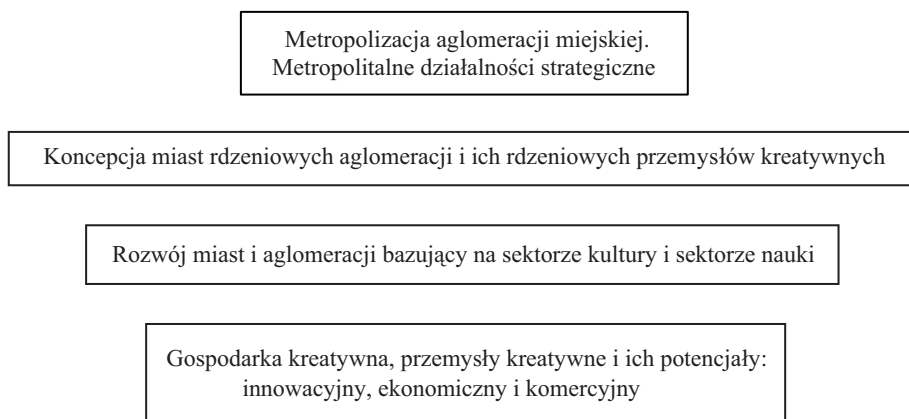
Źródło: opracowanie własne.

i szeroko rozumiany dizajning stanowią czynniki napędowe gospodarki kreatywnej. Sercem sektora gospodarki kreatywnej są przemysły kreatywne i komercjalizowane innowacje. Gospodarka kreatywna ma charakter gospodarki metropolitalnej. Tworzą ją nowe aglomeracyjne i metropolitalne funkcje, działalności i produkty. To obszary metropolitalne stanowią jej najbardziej atrakcyjne podglebie.

Gospodarka kreatywna daje efekty polegające na rosnącym udziale w wytwarzaniu produktu krajowego, rozwoju przedsiębiorczości intelektualnej i tworzeniu nowych miejsc pracy, a także na wzroście wymiany międzynarodowej, w tym wpływów z eksportu. Dzięki sektorowi gospodarki kreatywnej procesy innowacyjne przenikają do przetwórstwa przemysłowego i sektora usług. Następuje rekompozycja tradycyjnej struktury gospodarczej miast i aglomeracji. Odnosi się to jednak przede wszystkim do obszarów metropolitalnych. Ważnymi grupami efektów sektora gospodarki kreatywnej są efekty społeczno-kulturowe, które przejawiają głównie w dziedzinie odnowy miast i ich rewitalizacji społecznej, a także w modernizacyjnej przemianie tożsamości kulturowej.

3. Rozwój miast i aglomeracji oparty na gospodarce kreatywnej. Ramowy schemat koncepcyjny

Ramowy schemat koncepcyjny rozwoju miast i aglomeracji oparty na sektorze gospodarki kreatywnej oraz na jego oddziaływaniu na sektor przetwórczy i sektor usług zawiera cztery fundamentalne składowe (rys. 1).



Rys. 1. Rozwój miast i aglomeracji oparty na gospodarce kreatywnej. Ramowy schemat koncepcji

Źródło: opracowanie własne.

Pierwsza składowa koncentruje się na procesie metropolizacji dużych miast i zespołów miejskich oraz na przekształcaniu aglomeracji miejskich i obszarów zurbanizowanych w obszary metropolitalne.

Druga składowa operacjonalizuje i wdraża koncepcję miast rdzeniowych aglomeracji miejskich i ich rdzeniowych przemysłów kreatywnych. Rdzeniowe miasta aglomeracji i rdzeniowe przemysły kreatywne wprowadzają do schematu koncepcyjnego procesy internacjonalizacji i sieciowania.

Trzecia składowa waloryzuje potencjał kreatywny, naukowo-badawczy i kulturalno-artystyczny, wiążąc go z globalnym rozwojem technologicznym, a także z innowacjami technologicznymi wewnątrz rdzeniowych miast i rdzeniowych przemysłów kreatywnych.

Czwarta składowa koncentruje się na łańcuchach podażowych i łańcuchach kreowania wartości w przemysłach kreatywnych. W tej finalnej składowej analizie poddaje się z jednej strony trendy rozwojowe, którym podlegają te przemysły, a z drugiej – czynniki napędowe kształtujące popyt i model konsumpcji produktów tworzonych, produkowanych (i reprodukowanych) sprzedawanych i dystrybuowanych przez te przemysły.

4. Wpływ kultury wysokiej i przemysłu muzycznego na rozwój Katowic

4.1. Kultura wysoka w Katowicach – przedsiębiorczość i rynek pracy

Określenie wpływu kultury wysokiej na rozwój przedsiębiorczości oraz rynku pracy zostało wstępnie dokonane przez zidentyfikowanie liczby podmiotów (instytucji edukacyjnych, państwowych i samorządowych instytucji kultury, stowarzyszeń, podmiotów gospodarczych) działających w tym sektorze w Katowicach (por. tab. 3). Według szacunków odnoszących się do podmiotów kultury wysokiej działających w Katowicach ich liczbę (około 74) należy uznać za niewielką – przykładowo w porównaniu z liczbą wszystkich podmiotów działających w ramach sekcji 92.3. *Działalność artystyczna i rozrywkowa pozostała* funkcjonujących w mieście (1323 podmioty)¹.

Podmioty te jednak stanowią w wielu przypadkach sektor rdzeniowy dla rozwoju przemysłów kreatywnych i tworzą produkty, tj.: imprezy i wydarzenia o największym ponadregionalnym, a często międzynarodowym oddziaływaniu. Imprez i wydarzeń kultury wysokiej związanej z filmem, literaturą, teatrem, muzyką, plastyką, fotografią odbywa się w mieście ok. 260 w ciągu roku, przy czym najwięcej związanych jest z muzyką (około 36%), następnie z teatrem (około 32%) oraz z literaturą (około 18%).

¹ Na podstawie danych GUS dla sekcji PKD 92.3 (2005 r.).

Tabela 3. Kultura wysoka w Katowicach – liczba podmiotów, imprez i wydarzeń o zasięgu co najmniej regionalnym (szacunki)

Kategoria	Film	Literatura	Teatr	Muzyka	Plastyka i fotografia	Razem
Podmioty						
Instytucje edukacyjne	1	2	2	13	3	21
Instytucje kultury	6	3	6	11	8	34
Stowarzyszenia związane z kulturą	1	3	6	8	1	19
Razem	8	8	14	32	12	74
Struktura (%)	11	11	19	43	16	100
Aktywność						
Imprezy i wydarzenia o zasięgu co najmniej regionalnym	10	46	84	93	27	260
Struktura (%)	4	18	32	36	10	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji zamieszczonych na: www.wydawca.com.pl; wolniartysty.pl; www.polmic.pl; www.infomusic.pl; music.myspace.com; operismedia.pl; www.pora.pl/katowice/kluby; www.esil.pl; www.firmymuzyczne.pl; www.firmy.net; www.sile-siakultura.pl; www.festivalinfo.pl (2.06.2009).

Tabela 4. Szacunek wielkości zatrudnienia w kulturze wysokiej w Katowicach

Rodzaj instytucji	Liczba podmiotów razem	Najczęściej występujący przedział zatrudnienia (od-do)	Przyjęty w kalkulacjach środek przedziału zatrudnienia	Szacunkowa liczba zatrudnionych
Instytucje edukacyjne	21	10-49	30	630
Instytucje kultury	34	10-49	30	1020
Stowarzyszenia związane z kulturą	19	1-9	5	95
Razem	74	–	–	1745

Wstępne szacunki wielkości zatrudnienia generowanego przez kulturę wysoką (por. tab. 4) wskazują, iż podmioty prowadzące tego rodzaju działalność dają około 1750 miejsc pracy, co w porównaniu z katowickim potencjałem miejsc pracy (tj. 155 tys.) stanowi zaledwie 1,1% ich całkowitej liczby.

4.2. Przemysł muzyczny w Katowicach – przedsiębiorczość i rynek pracy

Z punktu widzenia łańcucha wartości przemysł muzyczny można podzielić na trzy zasadnicze grupy podmiotów; są nimi:

- **twórcy muzyki** obejmujący: autorów piosenek, instytucje edukacyjne oraz instytucje kultury wysokiej związane z muzyką, zespoły muzyczne – muzyków;
- **producenci, dystrybutorzy muzyki, organizatorzy imprez i wydarzeń muzycznych** obejmujący: łowców talentów, dystrybutorów muzycznych, stowarzyszenia związane z muzyką, sklepy muzyczne, specjalistów od mediów zespołu muzycznego – muzyka, menedżera zespołu muzycznego – muzyka, PR-owców zespołu muzycznego – muzyka, kierownika produkcji, producenta i inżyniera dźwięku, studia nagrań, wydawców – wytwórnie fonograficzne (muzyczne), organizatorów koncertów – agencje artystyczne związane z muzyką, agentów specjalizujących się w organizacji koncertów, obsługę techniczną koncertów, producentów i serwis instrumentów muzycznych, kluby muzyczne, specjalistów zespołu muzycznego – muzyka od radia i TV,
- **podmioty świadczące usługi uzupełniające**, w tym: dziennikarze muzyczni, firmy tworzące produkty promocyjne (np. agencje reklamowe), firmy tworzące nośniki nagrań, przemysł wideo (teledyski, nagrania koncertów), kancelarie prawne, księgowi, firmy zajmujące się logistyką zespołów muzycznych – muzyka, szkoły tańca.

Większość z wymienionych podmiotów zorganizowana jest w formie działalności gospodarczej osób fizycznych, spółek cywilnych oraz handlowych. Dokonując wstępnych szacunków liczebności oraz zatrudnienia wśród podmiotów działających w przemyśle muzycznym (por. tab. 5), należy zwrócić uwagę, iż dla wielu z nich dane tego rodzaju są niedostępne (także na poziomie PKD). Dotyczy to w szczególności: łowców talentów, specjalistów od nowych mediów, menedżerów muzycznych, PR-owców zespołu muzycznego – muzyka, kierowników produkcji muzycznej, producentów i inżynierów dźwięku, agentów od organizacji koncertów, specjalistów od radia i TV, firm zajmujących się logistyką wykonawców – muzyków czy też księgowych obsługujących zespoły muzyczne – muzyków. Klasyfikacja PKD dotycząca wymienionych podmiotów objęta jest kategorią *Działalność artystyczna i rozrywkowa pozostała* lub też w ogóle nie wiąże się w sposób bezpośredni z muzyką, jak w przypadku firm księgowych czy też firm organizujących logistykę.

Na podstawie dokonanego zestawienia można stwierdzić, że szacunkowa wielkość zatrudnienia generowanego przez przemysł muzyczny w Katowicach wynosi

Tabela 5. Szacunek liczby podmiotów i wielkości zatrudnienia w przemyśle muzycznym w Katowicach

Rodzaj podmiotu	Liczba podmiotów	Najczęściej występujący przedział zatrudnienia (od ... do)	Przyjęty w kalkulacjach środek przedziału zatrudnienia	Szacunkowa liczba zatrudnionych
1	2	3	4	5
Autorzy piosenek	b.d.	–	–	–
Instytucje edukacyjne i instytucje kultury	24	10-49	30	720
Zespoły muzyczne/muzycy	47	1-9	5	235
Razem (1) – twórcy muzyki	71	–	–	955
Łowcy talentów	b.d.	–	–	–
Dystrybutorzy muzyczni	5	1-9	5	25
Specjaliści od nowych mediów	b.d.	–	–	–
Menedżer muzyczny	b.d.	–	–	–
PR-owcy	b.d.	–	–	–
Kierownik produkcji	b.d.	–	–	–
Producent i inżynier dźwięku	b.d.	–	–	–
Studia nagrań	8	1-9	5	40
Wydawcy – wytwórnie fonograficzne (muzyczne)	3	1-9	5	15
Organizator koncertów, agencje artystyczne	11	1-9	5	55
Agent od koncertów (zespołu/muzyka)	b.d.	–	–	–
Obsługa techniczna koncertów	6	1-9	5	30
Producenci/naprawa sprzętu muzycznego	13	1-9	5	65
Specjaliści od radia i TV	b.d.	–	–	–
Kluby muzyczne	38	1-9	5	190
Sklepy muzyczne	19	1-9	5	95
Stowarzyszenia związane z muzyką	8	1-9	5	40

1	2	3	4	5
Razem (2) – producenci, dystrybutorzy muzyki oraz organizatorzy imprez i wydarzeń muzycznych	111	–	–	555
Przemysł wideo	70	1-9	5	350
Firmy tworzące produkty promocyjne	482	1-9	5	2410
Szkoły tańca	5	1-9	5	25
Kancelarie prawne (związane z obsługą muzyków)	17	1-9	5	85
Księgowi (obsługujący przemysł muzyczny)	b.d.	–	–	–
Firmy tworzące nośniki nagrań	b.d.	–	–	–
Firmy zajmujące się logistyką zespołów muzycznych – muzyka	b.d.	–	–	–
Dziennikarze muzyczni	20	–	1	20
Razem (3)	594	–	–	2890
Razem (1) + (2) + (3)	776	–	–	4400

Źródło opracowanie własne na podstawie: www.wydawca.com.pl; wolnartysty.pl; www.polmic.pl; www.infomusic.pl; www.music.myspace.com; www.operismedia.pl; www.pora.pl/katowice/kluby; www.esil.pl; www.firmymuzyczne.pl; www.firmy.net; www.silesiakultura.pl; www.festivalinfo.pl;

około 4,4 tys. miejsc pracy, co w porównaniu z katowickim potencjałem miejsc pracy (tj. 155 tys.) daje udział na poziomie ok. 2,8%. Wydaje się jednak, iż uwzględnienie w szacunkach brakujących informacji o liczebności firm i generowanym przez nie zatrudnieniu umożliwiłoby oszacowanie – zbliżonej do rzeczywistej – liczby miejsc pracy w Katowicach związanych z przemysłem muzycznym na około 9,0 tys., co stanowiłoby około 6% lokalnego potencjału zatrudnienia. W takim wymiarze skala przemysłu muzycznego byłaby znaczna z punktu widzenia branżowej struktury gospodarki miasta.

Na uwagę zasługuje uwidoczniła dysproporcja w liczebności i wielkości zatrudnienia między grupą 1. (twórcy muzyki) a grupą 2. (producenci, dystrybutorzy muzyki oraz organizatorzy imprez i wydarzeń muzycznych) na niekorzyść drugiej z wyróżnionych grup. Twórcy muzyki rozumiani jako: autorzy piosenek, instytucje edukacyjne oraz instytucje kultury wysokiej związane z muzyką, a także zespoły muzyczne – muzycy, pomimo zdecydowanie mniejszej liczebności, tworzą większą liczbę miejsc pracy, głównie za sprawą instytucji kultury i instytucji edukacyjnych związanych z muzyką. Wiąże się to niewątpliwie z brakiem bezpośredniego komer-

cyjnego charakteru ich działalności i z ich finansowaniem ze środków publicznych. W porównaniu z instytucjami kultury i instytucji edukacyjnych producenci, dystrybutorzy muzyki, a także organizatorzy imprez i wydarzeń muzycznych, mimo iż stanowią grupę liczebniejszą, przyczyniają się do tworzenia mniejszej liczby miejsc pracy, co może być skutkiem zdecydowanie bardziej komercyjnego charakteru ich działalności i rynkowych źródeł dochodów. Opisana dysproporcja świadczy także o słabym poziomie rozwoju (pod względem liczebności i generowanego zatrudnienia) podmiotów komercyjnych działających w branży muzycznej, np. takich jak: dystrybutorzy muzycy, studia nagrań, wydawcy – wytwórnie fonograficzne czy też obsługa techniczna koncertów.

Pomimo bardzo dobrze rozwiniętego potencjału kultury wysokiej związanej z muzyką (tj. licznych instytucji edukacyjnych i instytucji kultury) nie znajduje on adekwatnego przełożenia na poziom rozwoju przemysłu muzycznego w Katowicach (w rozumieniu liczebności i zatrudnienia generowanego przez producentów, dystrybutorów muzyki oraz organizatorów imprez i wydarzeń muzycznych), przez co można go uznać za niezadowolający.

4.3. Inwestycje publiczne w dziedzinie kultury wysokiej i przemysłu muzycznego w Katowicach

Wielkość inwestycji publicznych ponoszonych przez miasto Katowice w dziedzinie kultury w latach 2000-2009 charakteryzowała się dużą zmiennością. Przykładowo w latach 2000-2003 wydatki inwestycyjne związane z kulturą kształtowały się na poziomie zaledwie kilkuset tysięcy złotych (około 300-380 tys. zł), co stanowiło poniżej 0,5% całkowitej kwoty wydatków inwestycyjnych miasta. Znaczny wzrost wydatków inwestycyjnych w dziedzinie kultury nastąpił dopiero w 2005 r. (21,9 mln zł) i był związany głównie z budową kopuły na rondzie generała J. Ziętka (obecnie jest to rondo sztuki). W roku 2009 planowane wydatki związane z realizacją inwestycji publicznych w dziedzinie kultury wyniosły ponad 44,3 mln zł, co stanowiło około 9,5% wielkości wydatków inwestycyjnych.

Zgodnie z planami inwestycyjnymi miasta to właśnie w latach 2009-2015 nastąpi największy wzrost wydatków publicznych związanych z projektami infrastrukturalnymi (kubaturowymi) dotyczącymi kultury. Przewiduje się, iż we wskazanym okresie instytucje miejskie i zewnętrzne (tj. Muzeum Śląskie, Uniwersytet Śląski wraz z Akademią Ekonomiczną, Akademią Sztuk Pięknych, Filharmonią Śląską) łącznie wydadzą na ten cel ponad 1 mld zł. Do największych inwestycji w tym zakresie należy zaliczyć: nową siedzibę Muzeum Śląskiego, nowy budynek Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia, Międzynarodowe Centrum Kongresowe, modernizację obiektu SPODEK. Projekty związane z muzyką i przemysłem muzycznym będą stanowiły około 40% publicznych wydatków inwestycyjnych. Szczegółowe informacje na temat inwestycji publicznych w dziedzinie kultury wysokiej i przemysłu muzycznego zaprezentowano w tab. 6.

Tabela 6. Inwestycje publiczne w dziedzinie kultury wysokiej i przemysłu muzycznego w Katowicach w latach 2009-2015

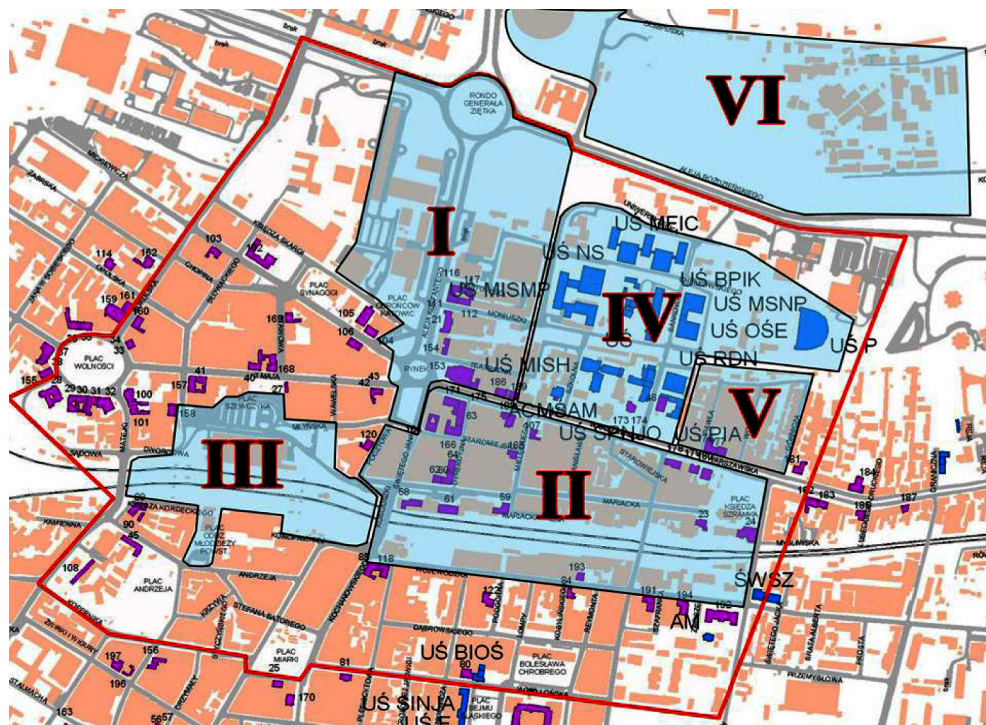
Nazwa zadania	Koszt	Udział (%)
Inwestycje miejskie		
MDK Zawodzie-Bogucice	8 581 690	0,8
MDK Koszutka-Dąb	7 681 720	0,8
Plac Wolności 12	21 906 260	2,2
Muzeum Historii Katowic – Serce Nikiszowca	3 913 313	0,4
Narodowa Orkiestra Symfoniczna Polskiego Radia	163 000 002	16,1
Pałac Młodzieży	43 692 000	4,3
Spodek	102 615 698	10,1
Międzynarodowe Centrum Kongresowe	188 520 389	18,6
GCK	57 500 000	5,7
Razem inwestycje miejskie	597 411 072	59,0
Inwestycje zewnętrzne		
Muzeum Śląskie	240 000 000	23,7
Biblioteka UŚ i AE	72 320 000	7,1
Nowy Wydział Radia i Telewizji UŚ	24 000 000	2,4
Obiekty dydaktyczne i kulturalne ASP	50 000 000	4,9
Filharmonia Śląska	29 500 000	2,9
Razem inwestycje zewnętrzne	415 820 000	41,0
Razem	1 013 231 072	100,0
– w tym inwestycje związane z muzyką	396 307 700	39,1

Źródło: opracowano na podstawie danych wewnętrznych Urzędu Miasta Katowice, Wydział Rozwoju Miasta.

4.4. Wpływ kultury wysokiej i przemysłu muzycznego na procesy rewitalizacji Katowic

Realizacja inwestycji publicznych związanych z kulturą wysoką, w tym z przemysłem muzycznym, wpisuje się, aczkolwiek w odmiennym stopniu, w procesy rewitalizacji Śródmieścia Katowic, a także dzielnic sąsiednich. Z punktu widzenia rewitalizacji obszar Śródmieścia został zdelimitowany na pięć następujących stref: I – rondo-Rynek, II – kwartał Dworcowa-Mariacka, III – dworzec PKP, IV – kampus UŚ, V – Pawła-Wodna-Górnicza (por. rys. 2). Strefa szósta, tj. VI – MCK-NOSPR-Muzeum Śląskie, obejmuje tereny zlokalizowane w dzielnicy bez-

pośrednio sąsiadującej ze Śródmieściem, tj. Koszutka. W jej ramach planowane są największe (z punktu widzenia wielkości nakładów inwestycyjnych) inwestycje łączące się z kulturą wysoką, które obejmują: modernizację obiektu SPODEK, nową siedzibę Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia, nową siedzibę Muzeum Śląskiego oraz Międzynarodowe Centrum Konferencyjne. Należy nadmienić, iż obszar lokalizacji tych inwestycji stanowi w większości teren zdegradowany po działalności byłej Kopalni Katowice.



Rys. 2. Obszary rewitalizacji Śródmieścia Katowic

Źródło: dane Urzędu Miasta Katowice.

W odniesieniu do strefy IV wpływ inwestycji publicznych związanych z kulturą realizowanych w pozostałych strefach rewitalizacji Śródmieścia należy uznać za relatywnie mniejszy. Niemniej pojawiają się tego rodzaju przedsięwzięcia, jak chociażby – dla strefy I – funkcjonujące już obecnie rondo sztuki czy też planowane zagospodarowanie zachodniej pierzei alei W. Korfanteo obejmujące elementy przestrzeni publicznych tworzących warunki do rozwoju działalności kulturalnej i obiekty kubaturowe o charakterze kulturalnym (teatr).

Inwestycje związane z kulturą, w szczególności z rozwojem instytucji edukacyjnych, przewidziane są także dla strefy IV, tj. kampusu Uniwersytetu Śląskiego, gdzie

planuje się lokalizację wspólnej biblioteki UŚ i Akademii Ekonomicznej. W przypadku pozostałych stref zrealizowane bądź też planowane działania nie mają obecnie bezpośredniego powiązania z kulturą wysoką i z przemysłem muzycznym.

4.5. Produkty metropolitalne kultury wysokiej i przemysłu muzycznego

Identyfikacja produktów metropolitalnych kultury wysokiej i przemysłu muzycznego została dokonana na podstawie dwóch zasadniczych kryteriów, z których pierwsze odnosiło się do co najmniej krajowego (najlepiej międzynarodowego) oddziaływania danego produktu kultury lub przemysłu muzycznego (tj. wydarzenia, imprezy), zaś drugie – do jego potencjału komercyjnego². Oba kryteria były traktowane zarówno łącznie, jak i rozłącznie. W tabeli 7. zaprezentowano zestawienie produktów metropolitalnych kultury wysokiej i przemysłu muzycznego w Katowicach.

Tabela 7. Kultura wysoka i przemysł muzyczny w Katowicach – produkty metropolitalne

Dziedzina kultury	Wydarzenie, impreza	Zasięg oddziaływania
Muzyka	Koncerty Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia w Katowicach	Europa, Azja, Ameryka Pn. i Pd.
	Rawa Blues Festival	Europa, USA
	Koncerty Filharmonii Śląskiej	Europa, Ameryka Pn.
	Śląski Festiwal Jazzowy	Europa, USA
	Międzynarodowy Festiwal Harfowy	Europa
	Międzynarodowy Festiwal Młodych Laureatów Konkursów Muzycznych	Europa Środkowa
	Mayday Festiwal	Europa Środkowa
	Metalmania	Europa Środkowa
Teatr	Międzynarodowy Festiwal Teatrów A’PART	Europa, Ameryka Pd.
	Międzynarodowy Festiwal Teatrów Lalek	Europa Środkowa
	Letni Ogród Teatralny	Europa
	Ogólnopolski Festiwal Sztuki Reżyserskiej „Interpretacje”	Polska
Film	Festiwal Filmów Kultowych	Polska

Źródło: opracowanie własne.

² Oba kryteria były traktowane zarówno łącznie, jak i rozłącznie, np. Rawa Blues Festival spełnia oba kryteria równocześnie, zaś np. Międzynarodowy Festiwal Teatrów Lalek spełnia głównie kryterium zasięgu oddziaływania.

Podobnie jak w przypadku badania liczebności instytucji (podmiotów) związanych z kulturą wysoką oraz ich aktywności – w rozumieniu organizowanych imprez i wydarzeń kulturalnych – najczęściej produktów metropolitalnych związanych jest z muzyką i przemysłem muzycznym. W zasadzie każdy ze wskazanych produktów w dziedzinie muzyki spełnia kryterium ponadregionalnego oddziaływania i cechuje się znacznym potencjałem komercyjnym. W odniesieniu do dwóch pozostałych dziedzin kultury, tj. teatru i filmu, liczbę produktów metropolitalnych należy uznać za małą, ich zakres oddziaływania zaś – za ograniczony wyłącznie do krajowego. W grupie produktów metropolitalnych nie są reprezentowane takie dziedziny kultury, jak: literatura, plastyka, fotografia. Niekorzystnie wygląda także porównanie liczby zidentyfikowanych produktów metropolitalnych związanych z kulturą wysoką i przemysłem muzycznym (tj. 13) z aktywnością katowickich instytucji i podmiotów działających w tych sektorach mierzoną liczbą wydarzeń i imprez o znaczeniu ponadregionalnym (260).

5. Znaczenie przemysłów kreatywnych dla rozwoju miasta Bytomia

Bytom należy do tych miast aglomeracji górnośląskiej, które w ostatnich kilkunastu latach w największym stopniu zostały dotknięte przez konsekwencje procesów transformacji społeczno-gospodarczej. Skutki tych procesów odcisnęły swoje piętno na wielu płaszczyznach. Na pierwszy plan wysuwają się problemy gospodarcze wywierające silnie negatywny wpływ na inne sfery rozwoju Bytomia. Wśród najważniejszych problemów gospodarczych miasta wskazać należy:

- destabilizację rynku pracy, która jest skutkiem występowania rażącej dysproporcji między tempem kształtowania się nowej gospodarki, powstawania nowych podmiotów gospodarczych i nowych miejsc pracy a tempem redukcji „starej” gospodarki, upadkiem dużych przedsiębiorstw przemysłu ciężkiego z sektora publicznego i postępującą w ślad za tym likwidacją miejsc pracy;
- likwidację głównych przedsiębiorstw tworzących bazę ekonomiczną miasta oraz decydujących o funkcjonowaniu lokalnej sieci kooperacyjnej, a w konsekwencji zdestabilizowanie całej struktury gospodarczej i stworzenie problemów dla przedsiębiorstw okołogórniczych i okołohutniczych;
- utratę wartości lokalnych zasobów pracy spowodowaną niedostosowaniem kwalifikacji pracowników zwalnianych z przemysłu ciężkiego do wymagań rynku pracy;
- niską atrakcyjność inwestycyjną znacznej części obiektów i terenów poprzemysłowych związaną m.in. z utrudnieniami w opracowaniu i we wdrożeniu spójnej koncepcji rewitalizacji ze względu na rozproszenie praw własności;
- relatywnie niski poziom przedsiębiorczości mieszkańców Bytomia, zwłaszcza na tle innych miast aglomeracji górnośląskiej;

- zdewastowanie infrastruktury technicznej będące wynikiem zaniedbań i szkód górniczych;
- nieatrakcyjny wizerunek miasta, na który duży wpływ ma dewastacja obiektów – zwłaszcza zlokalizowanych w centrum miasta – i znaczne zanieczyszczenie środowiska;
- utratę potencjału demograficznego wynikającą z ujemnego przyrostu naturalnego i ujemnego salda migracji, co doprowadziło w ostatnich 10. latach do spadku liczby mieszkańców Bytomia o około 20 tys. osób; tempo tego procesu maleje, ale jego charakter pozostaje niezmienny;
- pojawienie się dzielnic kryzysowych, o wysokim poziomie bezrobocia i koncentracji patologii społecznych; zjawisko to dotyczy głównie dzielnic, których mieszkańcy byli związani z likwidowanymi kopalniami i hutami.

Poszukując nowych możliwości dla rozwoju Bytomia, warto zwrócić uwagę na potencjał kulturalny miasta. Rozwój przemysłów kultury nie doprowadzi oczywiście do zrekompensowania utraty miejsc pracy w tradycyjnych dla Bytomia branżach, ale może stanowić istotny impuls do odrodzenia miasta tak na płaszczyźnie gospodarczej, jak i społecznej. Funkcje kulturalne stają się już teraz czynnikiem wpływającym na zmianę wizerunku miasta i sprzyjają wzmocnieniu jego pozycji w otoczeniu regionalnym. Realizacja tego kierunku nie jest jednak łatwa, a Bytom, mimo wielu atutów, musi się uporać także z dużą liczbą barier i problemów. Zaliczyć do nich należy:

- utrwalony, stereotypowy, nieatrakcyjny wizerunek miasta, które nie kojarzy się odbiorcy z aktywnościami kulturalnymi, w szczególności z wyspecjalizowanymi działalnościami związanymi z kulturą muzyczną oraz z organizacją widowisk scenicznych i plenerowych,
- małą atrakcyjność Bytomia dla ludzi kultury spoza miasta, która utrudnia przyciąganie artystów i personalne wzmocnianie zespołów instytucji kultury,
- brak dzielnic bohemy, osiedli koncentrujących ludzi kultury, a także brak oferty mieszkaniowej dla twórców, która wykorzystywałaby zabytki Śródmieścia i walory dzielnic robotniczych,
- niski poziom komercjalizacji działań kulturalnych przejawiający się w słabej korelacji między rozwojem kultury i funkcjonowaniem środowisk twórczych a rozwojem przemysłów kultury,
- pozostającą na relatywnie niskim poziomie – w stosunku do możliwości – intensywność współpracy między istniejącymi w mieście instytucjami kultury a placówkami edukacyjnymi,
- ograniczony lokalny popyt na produkty kultury wynikający z niskiego poziomu dochodów mieszkańców Bytomia.

Pożądany wpływ przemysłów kultury na rozwój Bytomia został zaprezentowany w tab. 8. przy uwzględnieniu sześciu kluczowych dla miasta problemów: zdegradowanej przestrzeni miasta, niskiej konkurencyjności struktury gospodarczej, małej biznesowej atrakcyjności, nieatrakcyjnego środowiska życia, niskiego poziomu ko-

mercyjnego wykorzystania potencjału kreatywnego miasta oraz relatywnie niskiej pozycji miasta w aglomeracji górnośląskiej.

Tabela 8. Wpływ przemysłów kultury na rozwój Bytomia

Problem rozwoju miasta	Rola przemysłów kultury w rozwiązywaniu problemu	Proces rozwoju
Zdegradowana przestrzeń miasta	Wykorzystywanie dziedzictwa kulturowego i wyjątkowych cech przestrzeni poprzemysłowych dla rozwoju oferty kulturalnej	Rewitalizacja
Niska konkurencyjność struktury gospodarczej miasta	Wzbogacanie lokalnych dóbr i usług o wartości intelektualne podwyższające konkurencyjność rynkową	Restrukturyzacja
Mała biznesowa atrakcyjność miasta	Dostarczanie kreatywnych korzyści zewnętrznych opierających się na potencjalnych sieciach kooperacji międzysektorowej	Partnerstwo lokalne
Nieatrakcyjne środowisko życia	Wzbogacenie oferty spędzania wolnego czasu o elementy atrakcyjne dla klasy kreatywnej	Jakość życia
Niski poziom komercyjnego wykorzystania potencjału kreatywnego miasta	Stworzenie miejsc pracy dla kapitału ludzkiego nowej generacji	Rozwój endogeniczny
Relatywnie niska pozycja miasta w aglomeracji górnośląskiej	Stworzenie przestrzennych i funkcjonalnych wyróżników wzmacniających pozycję i rangę miasta w aglomeracji górnośląskiej oraz tworzących nowy wizerunek Bytomia	Metropolizacja

Źródło: opracowanie własne.

Wśród działalności kulturalnych o najwyższym potencjale rozwojowym i komercyjnym w Bytomiu należy zwrócić uwagę na wydarzenia sceniczne i plenerowe. Specyfika miasta i podejmowane dotychczas działania pozwalają dokonać podziału tych wydarzeń na takie segmenty, jak:

1. Wydarzenia w obiektach instytucji kultury, w tym kultura wysoka.
2. Kulturalne, rozrywkowe i sportowo-rekreacyjne wydarzenia plenerowe na terenach poprzemysłowych.
3. Widowiska kulturalno-rozrywkowe w obiektach poprzemysłowych.
4. Kulturalno-rozrywkowe wydarzenia w Śródmieściu Bytomia.
5. Widowiska sportowe i rozrywkowe w obiektach sportowych.
6. Amatorska aktywność kulturalna w dzielnicach miasta.

W odniesieniu do każdego z nich miasto ma inne predyspozycje rozwojowe. Każdy z wymienionych segmentów cechuje też odmienny potencjał komercjalizacji.

Warto zwrócić uwagę na to, że część wyróżnionych segmentów sprzyja tworzeniu swoistej równowagi między działaniami zorientowanymi na pielęgnowanie dziedzictwa kulturalnego miasta z równoczesnym rozwojem kultury współczesnej. Zadaniem tej ostatniej jest kreowanie nowych wartości, nawiązywanie do aktualnych problemów społecznych, komentowanie współczesnego świata. Ten kierunek działalności jest bardzo wyraźnie widoczny w Bytomiu, gdzie np. takie instytucje sektora kultury, jak Śląski Teatr Tańca Współczesnego i Galeria Kronika, należą do najważniejszych placówek sztuki współczesnej w kraju.

W kolejnych tabelach (tab. 9-14) zaprezentowano czynniki decydujące o możliwościach rozwoju konkretnego segmentu oraz perspektywy komercjalizacji, a co za tym idzie – oddziaływania na przebudowę struktury gospodarczej miasta i poprawę sytuacji na lokalnym rynku pracy. Należy zaznaczyć, że w każdym z analizowanych segmentów Bytom może zająć wysoką pozycję konkurencyjną wynikającą zarówno z jego specyficznych zasobów, jak i posiadanych doświadczeń.

Analiza wyróżnionych segmentów w układzie dwu kryteriów przedstawiona na rys. 3. wskazuje, że dla rozwoju czterech spośród sześciu wziętych pod uwagę segmentów Bytom ma istotne, wyróżniające się potencjały. Są nimi (w kolejności siły potencjałów miasta):

- wydarzenia w obiektach instytucji kultury, w tym kultura wysoka,
- widowiska kulturalno-rozrywkowe w obiektach przemysłowych,
- kulturalne, rozrywkowe i sportowo-rekreacyjne wydarzenia plenerowe na terenach przemysłowych,
- kulturalno-rozrywkowe wydarzenia w Śródmieściu Bytomia.

Na potencjały te składa się przede wszystkim atrakcyjność i wyjątkowość miejsc, którymi dysponuje Bytom. Unikatowa zabudowa secesyjna centrum miasta oraz liczne nieźle zachowane kolonie robotnicze bądź będące w gorszym stanie, ale bardzo oryginalne zabytki przemysłowe tworzą dla analizowanych wydarzeń niecodzienną scenerię. Imprezy organizowane w takich przestrzeniach są niepowtarzalne i mogą stanowić dużą atrakcję o randze ponadregionalnej.

Nieco gorzej należy ocenić potencjały miasta w rozwijaniu segmentów *Widowiska sportowe i rozrywkowe w obiektach sportowych* oraz *Amatorska aktywność kulturalna w dzielnicach miasta*. Na taką ocenę rzutuje głównie stan infrastruktury miasta. Szczególnie dotyczy to obiektów sportowych, które nie spełniają kryteriów umożliwiających rozgrywanie zawodów sportowych o randze międzynarodowej, a nawet z trudem spełniają wymagania stawiane rozgrywkom krajowym. Brakuje zwłaszcza obiektów wielofunkcyjnych, w których możliwa byłaby organizacja widowisk zarówno sportowych, jak i kulturalnych i rozrywkowych.

Oceniając potencjał komercyjny wyróżnionych segmentów, należy zauważyć, że obecnie funkcje kulturalne są w znacznej części wyłączone z pełnego działania mechanizmu rynkowego. Do zajęcia przez te działalności należyj roli w strukturze gospodarczej miasta pozostała jeszcze daleka droga. Niemniej kilka segmentów rozwijających się w mieście wykazuje duży potencjał komercjalizacji. Przede wszyst-

Tabela 9. Perspektywy rozwoju segmentu *Wydarzenia w obiektach instytucji kultury, w tym kultura wysoka*

Potencjał miasta predestynujący do rozwoju segmentu		Komercyjny potencjał segmentu	
+	-	+	-
<ul style="list-style-type: none"> • Silne instytucje kultury w mieście • Szkolnictwo muzyczne i baletowe na różnych poziomach • Kontakty instytucji kultury z otoczeniem • Markowe imprezy kulturalne (baletowe i muzyczne) 	<ul style="list-style-type: none"> • słaby wizerunek miasta i aglomeracji górnośląskiej jako miejsca kultury wysokiej • braki infrastrukturalne – brak wielkich sal widowiskowych, ograniczone techniczne możliwości realizacji nowoczesnych spektakli 	<ul style="list-style-type: none"> • unikatowość, a co za tym idzie – wysoka konkurencyjność produktów opartych na kulturze wysokiej • możliwości kształtowania produktu elitarnego mającego wysoką jakość • duży prestiż produktów, w tym efekt zaspokojenia potrzeb snobistycznych • sponsoringowy potencjał kultury wysokiej 	<ul style="list-style-type: none"> • relatywnie ograniczona liczba odbiorców • wysokie koszty realizowania wydarzeń z zakresu kultury wysokiej obniżające atrakcyjność ekonomiczną segmentu

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 10. Perspektywy rozwoju segmentu *Kulturalne, rozrywkowe i sportowo-rekreacyjne wydarzenia plenerowe na terenach przemysłowych*

Potencjał miasta predestynujący do rozwoju segmentu		Komercyjny potencjał segmentu	
+	-	+	-
<ul style="list-style-type: none"> • Doświadczenia w wykorzystywaniu terenów przemysłowych na cele sportowo-rekreacyjne (np. <i>Dolomity – sportowa dolina</i>), • Imprezy plenerowe organizowane przez Operę Śląską • Sporty ekstremalne na terenach przemysłowych (np. turbogolf) 	<ul style="list-style-type: none"> • dysproporcja pomiędzy skalą dostępnych terenów przemysłowych w mieście a podejmowanymi działaniami kulturalnymi • słabe zaawansowanie procesów rewitalizacji • niski poziom dostosowania terenów do potrzeb widowisk 	<ul style="list-style-type: none"> • unikatowość produktu – możliwość realizacji wydarzeń w niekonwencjonalnej scenarii • rosnąca popularność wydarzeń w niekonwencjonalnej scenarii • potencjalnie duża liczba uczestników wydarzeń • różnorodność możliwych do realizacji wydarzeń 	<ul style="list-style-type: none"> • wysokie koszty realizacji wielkich widowisk na „trudnych” terenach, w tym konieczność podejmowania nadzwyczajnych środków na rzecz zapewnienia bezpieczeństwa uczestników

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 11. Perspektywy rozwoju segmentu *Widowiska kulturalno-rozrywkowe w obiektach przemysłowych*

Potencjał miasta predestynujący do rozwoju segmentu		Komercyjny potencjał segmentu	
+	-	+	-
<ul style="list-style-type: none"> • Duża aktywność bytomskich instytucji sektora kultury w poszukiwaniu nowych przestrzeni dla swojej aktywności • Obiekty przemysłowe o wyjątkowej wartości architektonicznej i historycznej 	<ul style="list-style-type: none"> • zły stan większości obiektów przemysłowych • słabe zaawansowanie procesów rewitalizacji 	<ul style="list-style-type: none"> • unikatowość produktu – możliwość realizacji wydarzeń w niekonwencjonalnej scenerii • rosnąca popularność wydarzeń w niekonwencjonalnej scenerii • różnorodność możliwych do realizacji wydarzeń 	<ul style="list-style-type: none"> • ograniczenia techniczne i wysokie koszty realizacji widowisk w nietypowych obiektach

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 12. Perspektywy rozwoju segmentu *Kulturalno-rozrywkowe wydarzenia w Śródmieściu Bytomia*

Potencjał miasta predestynujący do rozwoju segmentu		Komercyjny potencjał segmentu	
+	-	+	-
<ul style="list-style-type: none"> • Cykliczne wydarzenia kulturalne realizowane od wielu lat w Śródmieściu przez instytucje kultury • Średniowieczny układ urbanistyczny centrum miasta i liczne zabytkowe obiekty 	<ul style="list-style-type: none"> • zaniedbanie Śródmieścia, zdewastowane obiekty, niski poziom estetyki, negatywne oddziaływanie szkód górniczych 	<ul style="list-style-type: none"> • atrakcyjność strefy centralnej miasta dla przedsiębiorstw działających w sektorze kultury • możliwości rozwoju towarzyszących działalności gospodarczych (np. gastronomia) • koncentracja odbiorców w centrum miasta 	<ul style="list-style-type: none"> • oczekiwania odbiorców na wydarzenia w centrum miasta niewymagające zakupu biletów

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 13. Perspektywy rozwoju segmentu *Widowiska sportowe i rozrywkowe w obiektach sportowych*

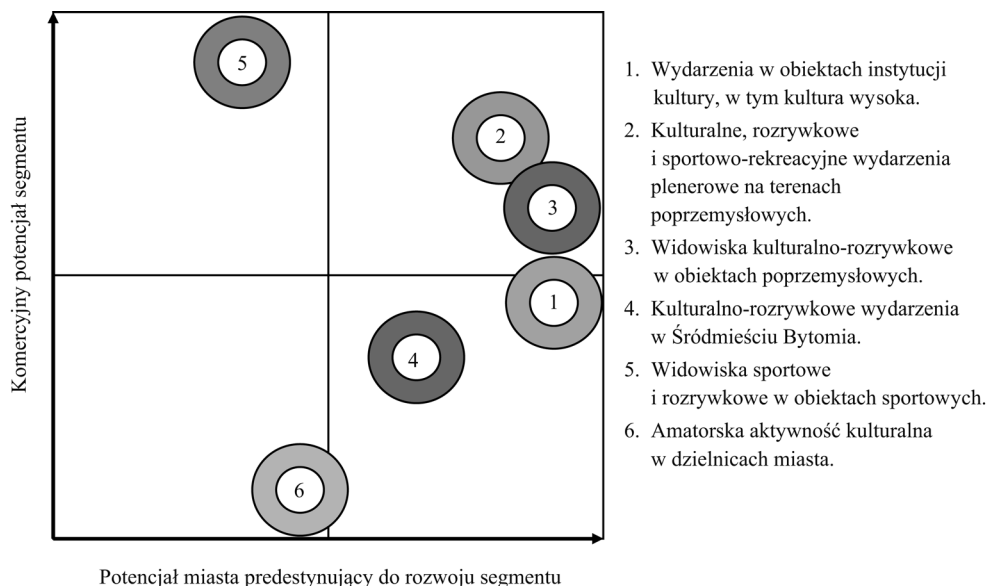
Potencjał miasta predestynujący do rozwoju segmentu		Komercyjny potencjał segmentu	
+	-	+	-
<ul style="list-style-type: none"> • Sportowe tradycje miasta, kluby sportowe o wyrobionej marce, rozwinięte szkolenie młodzieży • Różne dyscypliny sportu rozwijane w mieście 	<ul style="list-style-type: none"> • niski standard obiektów sportowych, w szczególności niedostosowanie obiektów do standardów umożliwiających organizowanie wielkich imprez międzynarodowych • brak doświadczeń w wykorzystywaniu obiektów sportowych na cele kulturalne i rozrywkowe 	<ul style="list-style-type: none"> • dynamiczny wzrost liczby widzów na imprezach sportowych • lojalność odbiorców – wierność kibiców barwom klubowym • możliwość organizowania imprez o wysokich cenach biletów • sponsoringowy potencjał sportu 	<ul style="list-style-type: none"> • wysokie koszty organizacji wielkich imprez sportowych • duża konkurencja między miastami ubiegającymi się o organizację imprez sportowych • konieczność rozwijania infrastruktury towarzyszącej • koszt zapewniania bezpieczeństwa

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 14. Perspektywy rozwoju segmentu *Amatorska aktywność kulturalna w dzielnicach miasta*

Potencjał miasta predestynujący do rozwoju segmentu		Komercyjny potencjał segmentu	
+	-	+	-
<ul style="list-style-type: none"> • Tradycje dzielnic i wysoki stopień utożsamiania mieszkańców z dzielnicami • Duże nasycenie w obiekty kulturalne w dzielnicach • Tradycyjne, cykliczne i doraźne imprezy organizowane w dzielnicach • Zaangażowanie instytucji sektora kultury w organizację imprez dzielnicowych 	<ul style="list-style-type: none"> • standard obiektów kulturalnych w dzielnicach wymagający radykalnej poprawy • kryzysowe zjawiska społeczne w dzielnicach 	<ul style="list-style-type: none"> • duże zainteresowanie społeczności dzielnicowych wydarzeniami organizowanymi w sąsiedztwie • możliwość rozwoju drobnej gastronomii w otoczeniu wydarzeń 	<ul style="list-style-type: none"> • mała atrakcyjność rynku zbytu, oczekiwania mieszkańców na imprezy darmowe • małe zainteresowanie odbiorców zewnętrznych wydarzeniami dzielnicowymi

Źródło: opracowanie własne.



Rys. 3. Perspektywy rozwoju segmentów przemysłów kultury w Bytomiu – podsumowanie

Źródło: opracowanie własne.

kim są to widowiska sportowe i rozrywkowe w obiektach sportowych, a w nieco mniejszym stopniu – kulturalne, rozrywkowe i sportowo-rekreacyjne wydarzenia plenerowe na terenach przemysłowych oraz widowiska kulturalno-rozrywkowe w obiektach przemysłowych. Pozostałe trzy segmenty mają mniejszy potencjał komercjalizacji, ale ich rozwój jest ważny dla spełniania innych celów miasta.

Rozwój kultury wysokiej stanowi podstawę rozwoju innych segmentów, wydarzenia organizowane w centrum miasta wpływają na wizerunek miasta, amatorska aktywność kulturalna jest zaś ważna z punktu widzenia kształtowania spójności społecznej i zacieśniania związków mieszkańców z miastem.

Analiza możliwości rozwoju wyróżnionych segmentów wskazuje, że obejmują one działalności, które z punktu widzenia sytuacji miasta i tendencji rynkowych są realne, a ponadto dobrze skorelowane z preferowanymi kierunkami rozwoju Bytomia. Przemysły kultury mogą pozytywnie wpłynąć na zmianę opinii o mieście i nawet jeżeli efekty ich rozwoju nie będą przekładały się bezpośrednio na wzrost możliwości miasta czy powstawanie nowych miejsc pracy, to będą zwiększały atrakcyjność mieszkaniową i inwestycyjną Bytomia.

Literatura

Aktywność przedsiębiorcza i konkurencyjność ekonomiczna miast w procesie restrukturyzacji aglomeracji miejskiej, red. A. Klasik, AE, Katowice 2008.

Kreatywne miasta i aglomeracje. Studia przypadków, red. A. Klasik, AE, Katowice 2009.
Kreatywne miasto – kreatywna aglomeracja, red. A. Klasik, AE, Katowice 2009 (w druku).
music.myspace.com.
www.esil.pl.
www.festivalinfo.pl.
www.firmy.net.
www.firmymuzyczne.pl.
www.infomusic.pl.
www.operismedia.pl.
www.polmic.pl.
www.pora.pl/katowice/kluby.
www.silesiakultura.pl.
www.wolniartysci.pl.
www.wydawca.com.pl.

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF UPPER SILESIA AGGLOMERATIONS ON THE BASIS OF CREATIVE ECONOMY SECTOR

Summary: The article presents the evolution of city and agglomeration, creative economy and development effects in city and agglomeration, as well as the influence of high culture and music industry on the development of the city of Katowice.