



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



THE MEANING AND PROSPECTS OF CULTURAL SECTOR DEVELOPMENT. PROBLEMS AND CHALLENGES OF CULTURAL POLICY IN POLAND

ZNACZENIE I PERSPEKTYWY ROZWOJU SEKTORA KULTURY. PROBLEMY I WYZWANIA POLITYKI KULTURALNEJ W POLSCE

Beata Namyślak

University of Wrocław / Uniwersytet Wrocławski

Namyślak B. (2015), *The meaning and prospects of cultural sector development. Problems and challenges of cultural policy in Poland/ Znaczenie i perspektywy rozwoju sektora kultury. Problemy i wyzwania polityki kulturalnej w Polsce*. Economic and Regional Studies, vol. 8, no. 3, pp. 51-66.

Summary: The article is of a theoretical character. In the first part, the notions used in the article, such as the culture, cultural industries, high and popular culture, have been explained. Thereafter, the meaning of cultural policy, problems of that sector, including the issue of its profitability, and influence on the city/region development have been outlined. The second part of the article is dedicated to the culture development in Poland. The problems and challenges of cultural sector have been discussed. The last part of study concentrated on the image of culture in Poland regarding statistical reports.

Streszczenie: Artykuł ma charakter teoretyczny. W pierwszej części wyjaśniono stosowane w artykule pojęcia takie jak kultura, przemysły kultury, kultura wysoka i popularna. Następnie nakreślono znaczenie polityki kulturalnej, problemy tego sektora, w tym kwestię jego dochodowości oraz wpływ na rozwój miasta/regionu. Drugą część artykułu poświęcono natomiast rozwojowi kultury w Polsce. Omówiono problemy i wyzwania stojące przed sektorem kultury. Ostatnią część opracowania poświęcono wizerunkowi kultury w Polsce w zestawieniach statystycznych.

Keywords: cultural sector, cultural industries

Słowa kluczowe: sektor kultury, przemysły kultury

The culture as the part of economy

Kultura jako część gospodarki

The explanation of applied definitions

Wyjaśnienie stosowanych pojęć

The culture is considered to be an integral part of creative activities. In the subject literature a lot of often divergent definitions of culture occur. In 17th century a German philosopher Johann Herder already wrote in the preface to "Ideas on the Philosophy of the History of mankind": "There is nothing more undefined than the word culture". Maybe this is the reason why so many definitions of this notion, expressing opinions of different scientists including sociologists and culture experts (i.a. Kłoskowska 1981, Throsby 2010), have been provided until present times.

Za integralną część działalności twórczych uznaje się kulturę. W literaturze przedmiotu istnieje wiele, często rozbieżnych, definicji kultury. Już w XVII w. niemiecki filozof Johann Herder napisał w przedmowie do „Myśli o filozofii dziejów”: „Nie ma nic bardziej nieokreślonego niż kultura”. Może właśnie dlatego do dzisiejszych czasów powstało tak wiele definicji tego pojęcia, wyrażających opinie różnych badaczy, w tym socjologów, kulturoznawców (m.in. Kłoskowska 1981, Throsby 2010).

The first meaning of the notion 'culture' refers to anthropology and sociology. In that spirit, we can describe the culture as a set of attitudes, views, customs, values and practices which mark a specific group. Those features are defined through signs, symbols, language, objects and traditions. On their

Pierwsze znaczenie pojęcia kultura odnosi się do antropologii i socjologii. W tym duchu kulturę możemy określić jako zestaw postaw, poglądów, zwyczajów, wartości i praktyk, które charakteryzują pewną grupę osób. Cechy te są definiowane poprzez znaki, symbole, język, przedmioty i tradycje. Na ich podstawie wnioskujemy o tożsamości grupy, którą

Address for correspondence: dr hab. Beata Namyślak, University of Wrocław, pl. Uniwersytecki 1, 50-137 Wrocław, Poland; phone: +48 609 470 695; e-mail: beata.namyslak@uwr.edu.pl

Full text PDF: www.ers.edu.pl; Open-access article.

Copyright © Pope John Paul II State School of Higher Education in Białą Podlaską, Sidorska 95/97, 21-500 Białą Podlaską;

Indexation: Index Copernicus Journal Master List ICV 2014: 70.81 (6.96); Polish Ministry of Science and Higher Education 2014: 4 points.

basis we apply for a group identity determined on the basis of geographical, ethnical, social features. Therefore, we can talk about the Spanish, Asian, corporate or youth culture.

The second definition is based on the functional meaning. In line with that aspect, we define culture as the whole range of activities connected with the artistic and intellectual development and its result. The features of these actions are creativity and the expression of symbolic meanings and the result is - the form of intellectual property. The culture thus comprises, among others, movie making, journalism and events such as ie. festivals.

Both definitions are not mutually exclusive. On the contrary, they overlap in many other important issues, i.e. in the scope of demonstrating the role of artistic creativity in determining the group identity. Sometimes, broader approaches can be found, based on the fact that the culture knows no borders - it surrounds human in each aspect of his or her life. Following this trail, one can say that the culture consists of many fields with which we come into contact on a daily basis, i.e. politics, economics or religion. As it can be seen in definitions, differently than in a colloquial language, the term 'culture' does not have a value character.

Among the products offered by the cultural sector, the products of high and popular culture are distinguished. The high culture is the most important part of culture in a specific group of society, constituting an inspiration for other creators. The high culture uses the resources of national culture and constitutes the basis of traditions' transmission and society's achievements. It is transmitted by the theatre, art gallery, library, concert hall and a common access to information. The high culture is identified with the art which is a product of an artist. It is also believed that the high culture is the culture of intelligence. Potentially, it is addressed to everyone. However, due to the complex content, its transmission can be illegible for the recipients, who do not have a basic knowledge in the field of widely understood art, culture and history. Gaining such knowledge requires a long-term work, i.e. the engagement in the problems of overall nature. Usually, the high culture includes products with high artistic value representing: literature, music, film, theater, visual arts, photography and national heritage.

The popular culture (mass) has a more standardized form of transmission, which is assumed to be readable for different receivers. The products of mass culture, though emitted by few resources, are addressed to the mass receivers - audiences, meaning spatially dispersed collectivity concentrated on a concrete cultural content. The standardization is the feature of those products, which is unifying both form and content. The crucial condition of mass culture creation was the development of mass media, enabling fast diffusion of patterns

wyodrębnia się na podstawie cech geograficznych, etnicznych, społecznych. Możemy zatem mówić o kulturze hiszpańskiej, azjatyckiej, korporacyjnej czy młodzieżowej.

Druga definicja opiera się na znaczeniu funkcjonalnym. Zgodnie z tym ujęciem kulturę określamy jako całość działań, wiążących się z artystycznym i intelektualnym rozwojem oraz ich rezultaty. Cechami tych działań są kreatywność oraz przekaz symbolicznego znaczenia, a rezultatem - forma własności intelektualnej. Na kulturę składają się zatem m.in. muzyka, literatura, taniec, teatr, sztuki wizualne, jak również aktywności, np. kręcenie filmów, dziennikarstwo oraz wydarzenia, m.in. festiwale.

Obie definicje nie wykluczają się wzajemnie. Wręcz przeciwnie, pokrywają w wielu istotnych kwestiach, np. w zakresie ukazania roli twórczości artystycznej w określaniu tożsamości grupy. Niekiedy spotyka się bardziej obszerne ujęcia bazujące na tym, że kultura nie zna granic - otacza człowieka w każdym aspekcie jego życia. Idąc tym tropem można stwierdzić, że na kulturę składa się wiele dziedzin, z którymi stykamy się na co dzień, np. polityka, gospodarka czy religia. Zauważalne jest, że w definicjach, inaczej niż w języku potocznym, termin kultura nie ma charakteru wartościującego.

Wśród produktów oferowanych przez sektor kultury wyróżnia się produkty kultury wysokiej oraz kultury popularnej. Kultura wysoka to najważniejsza część kultury danego społeczeństwa, stanowiąca inspirację dla innych twórców. Kultura wysoka korzysta z zasobów kultury narodowej i stanowi podstawę przekazu tradycji oraz dorobku społeczeństwa. Przekazują ją teatr, galeria sztuki, biblioteka, sala koncertowa i powszechny dostęp do informacji. Kultura wysoka utożsamiana jest ze sztuką będącą wytworem artysty. Uważa się również, że kultura wysoka jest kulturą inteligencji. Potencjalnie adresowana jest do wszystkich. Jednak ze względu na złożoność treści jej przekaz może być nieczytelny dla odbiorcy, który nie posiada podstawowej wiedzy z zakresu szeroko rozumianej sztuki, kultury, historii. Nabywanie takiej wiedzy wymaga długotrwałej pracy, m.in. zaangażowania w problemy natury ogólnej. Zazwyczaj do kultury wysokiej zalicza się wytwory o wysokiej wartości artystycznej reprezentujące: literaturę, muzykę, film, teatr, sztuki plastyczne, fotografię i dziedzictwo narodowe.

Kultura popularna (masowa) ma bardziej standardową formę przekazu, która z założenia ma być czytelna dla różnych odbiorców. Produkty kultury masowej, chociaż emitowane z nielicznych źródeł, adresowane są do masowego odbiorcy - publiczności, czyli rozproszonej przestrzennie zbiorowości skoncentrowanej na konkretnym przekazie kulturowym. Produkty te cechuje standaryzacja, czyli zunifikowanie zarówno co do formy, jak i treści. Istotnym warunkiem powstania kultury masowej był rozwój środków masowego przekazu, umożliwiających szybką dyfuzję wzorów i treści (w kolejności

and contents (in a chronological order there were: printing, radio, television, Internet). It is assumed, that the contents of mass culture are featured by low degree, so they could reach as many receivers as possible. The mass culture is mainly created by: radio, television, advertisement, computer games, newspapers, magazines or popular music.

It is necessary to add, that the borders between different forms of culture expressions become blurred and it is increasingly difficult to differentiate the high and popular culture.

A desirable feature of culture is its uniqueness. The emphasis of specific cultural advantages is strategically significant for the whole city/region. Due to that, the high culture is more attractive, as its competitiveness is the result of professional environment actions and repeatedly global range influence. The influence demonstration of local culture achievements on a global level is possible due to more sophisticated communication technologies.

Actions included in the cultural sector, are more often described as "cultural industries"¹. Actions led by museums, galleries, libraries, as well as craft, visual art (painting, sculpture, photography), film, radio, and performative art (opera, orchestra, theatre, dance, circus) and literature (i.e. *Ekonomia...* 2006, *Klasik* 2009, *Smoleń* 2003, *Towse* 2011, *UNESCO...* 2009) form this sector. In German literature they are called "the economy of culture" (*Kulturwirtschaft*). The cultural industries are, in some degree, concurrent with the creative industries. The difference is in the criterion of identification as well as in the scope of those notions. The creative industries are the notion with a broader meaning than the cultural industries (Pic. 1), as they cover not only the culture, but also shape the quality and style of inhabitants' life as well as the heritage preservation and identity strengthening. You can also find another expression in literature, according to which the cultural industries create the traditional fields of art and culture, possessing in result an artistic value, while the creative industries include also the fields which use the culture as a value added to create products beyond the culture.

In a foreign literature, i.e. American, one distinguishes additionally actions connected with a digital technology, linking informational and communication technologies as well as features of digital industries, which include the film and video, photography, electronic games, digital media, musical recordings and actions connected with creating and distributing goods protected by copyright industries which constitute widely understood products of art, film, video, music, and also the recordings, data base and software. One of the better

chronologicznej były to: druk, radio, telewizja, Internet). Z założenia treści kultury masowej cechuje niski poziom, aby mogły dotrzeć do jak największej liczby odbiorców. Kulturę masową tworzą przede wszystkim: radio, telewizja, reklama, gry komputerowe, gazety i czasopisma czy muzyka popularna.

Należy jednak dodać, że granice między różnymi formami ekspresji kulturowej zacierają się i coraz trudniej jest odróżnić kulturę wysoką od popularnej.

Pożądaną cechą kultury jest jej unikatowość. Eksponowanie specyficznych walorów kulturalnych jest strategicznie istotne dla całego miasta/regionu. Bardziej atrakcyjna jest przez to kultura wysoka, której konkurencyjność jest wynikiem działań profesjonalnych środowisk oraz niejednokrotnie globalnego zasięgu oddziaływania. Ukazanie wpływu osiągnięć kultury lokalnej na poziom globalny jest możliwe dzięki coraz bardziej wyrafinowanym technologiom komunikacyjnym.

Działalności, które składają się na sektor kultury, określa się coraz częściej mianem „przemysłów kultury” (*cultural industries*)¹. Do tego sektora zalicza się działalność prowadzoną przez muzea, galerie, biblioteki, a także rzemiosło, sztuki wizualne (malarstwo, rzeźba, fotografia), film, radio oraz sztuki performatywne (opera, orkiestra, teatr, taniec, cyrk) oraz literaturę (m.in. *Ekonomia...* 2006, *Klasik* 2009, *Smoleń* 2003, *Towse* 2011, *UNESCO...* 2009). W literaturze niemieckojęzycznej określa się je jako „gospodarkę kultury” (*Kulturwirtschaft*). Przemysły kultury są w pewnym stopniu zbieżne z działalnościami twórczymi (*creative industries*). Różnica tkwi w kryterium identyfikacji, jak i w zakresie tych pojęć. Działalności twórcze są pojęciem o szerszym znaczeniu niż przemysły kultury (rys. 1), ponieważ obejmują swym zasięgiem nie tylko kulturę, ale również kształtowanie jakości i stylu życia mieszkańców oraz zachowanie dziedzictwa i wzmacnianie tożsamości. Można też spotkać w literaturze inne ujęcie, zgodnie z którym przemysły kultury tworzą tradycyjne dziedziny sztuki i kultury, których wynik posiada wartość artystyczną, zaś do działalności twórczych zalicza się jeszcze dziedziny, które używają kultury jako wartości dodanej w wytwarzaniu produktów pozakulturalnych.

W literaturze zagranicznej, np. amerykańskiej, wyróżnia się dodatkowo działalności związane z technologią cyfrową, łączące technologie informacyjne i komunikacyjne oraz cechy produkcji przemysłowej (*digital industries*), do których należy film i wideo, fotografia, gry elektroniczne, media cyfrowe, nagrania muzyczne oraz działalności związane z tworzeniem i dystrybucją dóbr chronionych reżimem praw autorskich (*copyright industries*), które

¹ The concept of "cultural industries" was first used by T.W. Adorno and M. Horkheimer (1947). (first Polish edition in 1994). Originally it had a negative connotation – it referred to the mass culture in which through standardization people strive for sustainable demand for the products of mass culture. This pejorative connotation disappeared over time, and today the term entered permanently to the literature in the field of cultural studies and management.

¹ Pojęcie „przemysłów kultury” zostało po raz pierwszy użyte przez T. W. Adorno i M. Horkheimera (1947). (pierwsze wydanie polskie w 1994 r.). Posiadało pierwotnie wydźwięk negatywny – odnosiło się do kultury masowej, w której dzięki standaryzacji dąży się do trwałego popytu na produkty kultury masowej. To pejoratywne znaczenie z czasem zanikło i dziś pojęcie to weszło na stałe do literatury z zakresu wiedzy o kulturze i jej zarządzaniu.

known models putting the given notions in order is the model developed in 2005 by the Ministry of Industry and Trade in Singapore, described in literature as the Singapore model (Pic.1).

stanowią szeroko rozumiane wytwory sztuki, filmu, wideo, muzyki, a także nagrania, bazy danych i oprogramowanie. Jednym z bardziej znanych modeli porządkujących wymienione pojęcia jest model opracowany w 2005 r. przez Ministerstwo Handlu i Przemysłu w Singapurze, określane w literaturze jako model singapurski (rys. 1).

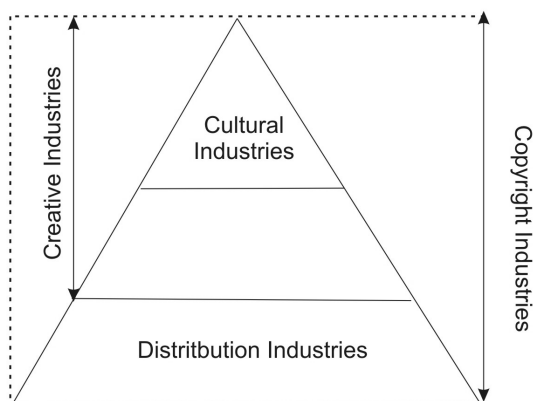


Figure 1. The Singapore's model of the creative sector

Rysunek 1. Model singapurski sektora kreatywnego

Source: Report... 2005.

Źródło: Report... 2005.

The interest in culture as a part of economy led to the birth of statistical and analytical research in that scope. It is believed that the first work regarding the cultural industries was published on the British market. It was a study by A. Nissel: *Facts about Arts* from 1983. Whilst, the first work of theoretical as well as empirical values, extended i.e. to statistical calculations, is also a British work *Economic Importance of Arts* by J. Myerscough from 1987. In that work, the inflows from cultural industries at the national level were counted for the first time. The author estimated the value for the United Kingdom in 1985 at the level of 3.92 billion pounds.

The meaning and challenges for the cultural sector

Nowadays, the culture is one of the basic factors of development in the fields such as the intellectual capital, the equalization of chances, the economic growth, and it influences the increase of attractiveness for the inhabitants, investors and tourists (Polityka... 2006). It shapes metropolitan functions. It influences the meaning of cities in the special, economic and social systems. It affects the citizens behaviour as well as the shape of institutions necessary for the functioning of state simultaneously. Nevertheless, the need for culture does not belong to the needs recognized as essential. There are a lot of people who do not participate in the cultural life, however, on the other hand, even in the most primitive societies, one's own artistic activities were cul-

Zainteresowanie kulturą jako częścią gospodarki doprowadziło do narodzin badań statystyczno-analitycznych z tego zakresu. Uważa się, że pierwsza praca dotycząca przemysłów kultury została wydana na rynku brytyjskim. Było to opracowanie A. Nissel'a: *Facts about Arts* z 1983 r. Natomiast pierwsza praca o walorach teoretycznych jak i empirycznych, poszerzona m.in. o obliczenia statystyczne to również dzieło brytyjskie *Economic Importance of Arts* autorstwa J. Myerscough'a z 1987 r. W pracy tej po raz pierwszy obliczono wpływy z przemysłów kultury na poziomie krajowym. Autor oszacował tę wartość dla Wielkiej Brytanii w 1985 r. na poziomie 3,92 mld funtów.

Znaczenie i wyzwania dla sektora kultury

Kultura jest współcześnie jednym z podstawowych czynników rozwoju w takich obszarach jak kapitał intelektualny, wyrównywanie szans, rozwój ekonomiczny, wpływa na zwiększenie atrakcyjności dla mieszkańców, inwestorów i turystów (Polityka... 2006). Kształtuje funkcje metropolitalne. Wpływa na znaczenie miast w układach przestrzennych, gospodarczych i społecznych. Oddziałuje jednocześnie na postawy obywateli, jak i na kształt instytucji niezbędnych do funkcjonowania państwa. Niemniej jednak potrzeba kultury nie należy do potrzeb uznawanych za niezbędne. Jest wiele osób, które nie uczestniczą w życiu kulturalnym, chociaż z drugiej strony, nawet w najbardziej prymitywnych społeczeństwach uprawiano własną twórczość ar-

tivated. It is a kind of requirement of social nature, but whether the culture will be socially desired and what the real value will be, is depended on many aspects.

The thesis implying that the economy is not depended on the culture, consigned to history. Many researchers claim that it is quite the contrary. Firstly, the economic entities function and decide in a particular cultural environment, which influences i.e. the shaping of preferences. Not all actions circumstances can be captured in the universal theories of macroeconomics. Secondly, the culture is a necessary factor influencing the course of economic history. For instance, the birth of post-war economic miracle in Asia – firstly a spectacular dynamic growth of Japanese economy, then the development of Asian tigers. The cultural features had a huge meaning in those cases.

Besides, the culture and the cultural politics became recently the important factors of urban and social tissue revitalization as well as the new economic basics creation of degenerated areas functioning, i.e. post-industrial. (i.a. Namysłak 2013). D. Throsby (2010) states even, that the meaningful cultural investment can become an important symbol and attraction which has an influence on the city's economy, as well as the area rich in cultural institutions can accelerate the development of surrounding areas. In social issues, the culture can also play a role in creation and maintenance of local society identity, its creativity, vitality and internal coherence.

A lot of emotions are caused by a system financing the culture, which is much different in particular from national economies. The problem refers to the separation of institutions/fields supported by the country and the amount of given funds. Including the types of financial sources one can divide the cultural sector into two categories. Those are:

- the culture financed by the budget, of which the financial situation on the market is depended on the conducted policy in the scope of culture development as well as on the incomes from other economy departments generating the annual GDP;
- culture goods and services market-oriented, produced/ processed with the aid of print, recordings, Internet. That sector is self-financing through creating and selling goods and services. (Some researchers, though not a majority, claim that the definition of cultural industries should be limited only to the entities, which link the economic aspect of action with the requirements of creativity, i.a. Krzysztofek 2002).

In practice, it is advisable to work out a model with the adequate proportions of two cultural spheres mentioned before. The prevailing suggestions are, that the culture should remain in the sphere of state charges, not cutting off from the changes appear-

tystyczną. Jest to pewien wymóg natury społecznej, ale to, czy kultura będzie pożądana społecznie i jaką będzie miała rzeczywistą wartość zależy od wielu uwarunkowań.

Teza zakładająca, że ekonomia nie jest zależna od kultury, odeszła już w niepamięć. Wielu badaczy twierdzi bowiem, że jest wręcz odwrotnie. Po pierwsze, podmioty gospodarcze funkcjonują i podejmują decyzje w określonym środowisku kulturowym, co wpływa m.in. na kształtowanie preferencji. Nie wszystkie uwarunkowania działalności można uchwycić w uniwersalnych teoriach makroekonomii. Po drugie, kultura jest istotnym czynnikiem wpływającym na bieg historii gospodarczej. Na przykład, narodziny powojennego cudu gospodarczego w Azji – najpierw spektakularna dynamika wzrostu japońskiej gospodarki, później rozwój tygrysów azjatyckich. Cechy kulturowe miały w tych przypadkach olbrzymie znaczenie.

Poza tym, kultura i polityka kulturalna stały się w ostatnich latach ważnymi czynnikami rewitalizacji tkanki urbanistycznej i społecznej oraz tworzenia nowych ekonomicznych podstaw funkcjonowania obszarów zdegradowanych, np. poprzemysłowych (m.in. Namysłak 2013). D. Throsby (2010) stwierdza wręcz, że znacząca inwestycja kulturalna może stać się ważnym symbolem i atrakcją mającą wpływ na ekonomię miasta, jak również obszar zasobny w instytucje kultury może przyspieszać rozwój obszarów otaczających. W kwestiach społecznych, kultura może odgrywać również rolę w tworzeniu i utrzymaniu tożsamości społeczności lokalnej, jej kreatywności, vitalności i wewnętrznej spójności.

Sporo emocji wzbudza system finansowania kultury, który znacznie różni się w poszczególnych gospodarkach narodowych. Problem dotyczy wydzielenia instytucji/dziedzin wspieranych przez państwo oraz wielkości przekazywanych środków. Uwzględniając rodzaje źródeł finansowania można dokonać podziału sektora kultury na dwie kategorie. Są to:

- kultura finansowana przez budżet, której sytuacja finansowa na rynku jest zależna od prowadzonej polityki w zakresie rozwoju kultury oraz od dochodów z innych działów gospodarki generujących coroczny PKB;
- dobra i usługi kultury zorientowane rynkowo, wytwarzane/przetwarzane przy pomocy druku, nagrań, Internetu. Sektor ten finansuje się sam poprzez tworzenie oraz sprzedaż dóbr i usług. (Niektórzy badacze, chociaż nie jest to przeważająca liczebnie grupa, uważają, że definicję przemysłów kultury należy ograniczyć tylko do podmiotów, które łączą ekonomiczny aspekt działania z wymogiem twórczości, m.in. Krzysztofek 2002).

W praktyce wskazane jest wypracowanie modelu o odpowiednich proporcjach wymienionych dwóch sfer kultury. Przeważają sugestie, aby kultura pozostała w sferze obciążeń państwa, nie odcinając się od

ing on the market². In fact, in most countries, the public financial sources are dominating over the private ones. Simultaneously, one searches for new financial sources, such as non-profit organizations or inflows from the lottery. Looking at the culture as a whole, it is necessary to assume that the cultural goods and services are the market goods, having their own value, which undergo the classic law of supply and demand.

Apart from the mentioned division of culture, the issue of culture resources, mostly referred to the problem of cultural heritage is crucial. The cultural heritage is considered as monuments/ works of art and their values: esthetic (i.a. form, harmony), spiritual, societal (character of society, the sense of identity and identification with the place of residence), historical (the character of epoch in which they were created), symbolic (transfer media) and authentic. It is a kind of limited and in its own way non-renewable resource, similarly as the natural resources. Sometimes, one thinks about the cultural heritage in terms of comparative advantage. It is not the right approach. The thinking in terms of competitiveness should be rather dominating. As the amount does not have to be translated by way of functional dependence into the cultural richness.

The creative activities, in order to function and develop properly, have to have an adequate environment, in which the greatest influence is that of the developed human capital of interests and abilities connected with widely understood culture. It is that, which generates the group of creators, both in quantitative and qualitative terms, and also it will influence the demand on the cultural industries offer on the market. In order for the whole system (Pic. 2) to work, there is a need for persons/entities responsible for logistics and marketing, and in further stages, for distribution and selling. In some cases, the system occurring in the reality can be a little bit different from the presented scheme. For instance, for the non-profit entities dealing with the cultural heritage, the meaning of commercial activity will be minimized.

The main purpose is in that case the protection of heritage resources, its rational sharing and shaping the attitude and knowledge in the scope of history and culture in society. The schemes showing the

zmian zachodzących na rynku². Właściwie w większości krajów dominują publiczne źródła finansowania nad prywatnymi. Jednocześnie poszukuje się nowych źródeł finansowania, jak organizacje typu *non-profit* czy wpływy z loterii. Patrząc na kulturę jako całość należy założyć, że dobra i usługi kultury to dobra rynkowe, posiadające swoją wartość, które podlegają klasycznym prawom popytu i podaży.

Poza wspomnianym podziałem kultury istotna jest kwestia zasobów kultury, odnoszona przeważnie do problemu dziedzictwa kulturowego. Za dziedzictwo kulturowe uznaje się zabytki/dzieła sztuki i ich wartości: estetyczną (m.in. forma, harmonia), duchową, społeczną (charakter społeczeństwa, poczucie tożsamości i identyfikacji z miejscem zamieszkania), historyczną (charakter epoki, w której powstały), symboliczną (nośnik przekazu) i autentyczną. Jest to pewien ograniczony i na swój sposób nieodnawialny zasób, podobnie jak zasoby przyrodnicze. O dziedzictwie kultury myśli się niekiedy w kategoriach przewagi komparatywnej. Nie jest to słuszne podejście. Powinno raczej dominować myślenie kategoriami konkurencyjności. Ilość bowiem, nie musi przekładać się na zasadzie zależności funkcyjnej na bogactwo kulturowe.

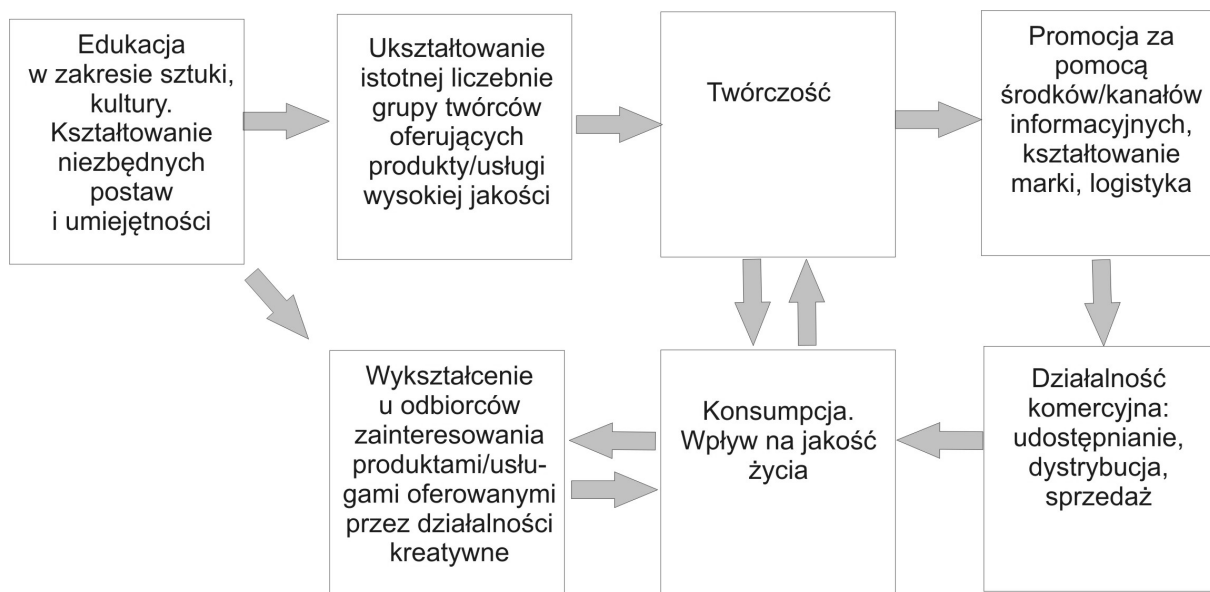
Działalności twórcze, ażeby mogły prawidłowo funkcjonować i rozwijać się, muszą posiadać odpowiednie środowisko, na które w największym stopniu wpływa wykształcony kapitał ludzki o zainteresowaniach i umiejętnościach związanych z szeroko rozumianą kulturą. To właśnie on będzie generował grupę twórców, zarówno w ujęciu ilościowym jak i jakościowym, jak również będzie wpływał na popyt na ofertę przemysłów kultury na rynku. Aby cały układ (rys. 2) mógł działać, potrzebne są jeszcze osoby/podmioty odpowiedzialne za logistykę i marketing, a w dalszym etapie, za dystrybucję i sprzedaż. W pewnych przypadkach układ występujący w rzeczywistości może nieco się różnić od zaprezentowanego schematu. Przykładowo, dla podmiotów typu *non-profit*, zajmujących się dziedzictwem kulturowym znaczenie działalności komercyjnej będzie zminimalizowane. Głównym celem w tym przypadku będzie ochrona zasobów dziedzictwa, jego racjonalne udostępnianie oraz kształtowanie postaw i wiedzy z zakresu historii i kultury w społeczeństwie. Schematy przedsta-

² The system of financing culture was commented by many economic theorists. For example, John Maynard Keynes (1883-1946) believed that subsidizing culture should only be a temporary tool to stimulate demand and supply in the market, until the improvement of the quality of culture and its dissemination. Ultimately, however, the culture should be paying for its actions by itself. John Kenneth Galbraith (1908-2006) recognized that the economy has nothing to do with art, which is good, "craft", not mass, and therefore the development of culture should be supported from above. Lionel Robbins (1898-1984) was also a supporter of public patronage of national heritage. He believed that "art brings the collective benefit of society as a whole." The first serious attempt to apply the methods of economic analysis to the problem of creative activity was a book by W. Baumol and W. Bowen: *Performing arts: The economic dilemma*, published in 1966. It contains the so-called Baumol-Bowen's law, which comes down to the fact that the visual arts have to be subsidized, because the cost of preparation does not decrease (as many other types of activities), together with advances in technology.

² Na temat systemu finansowania kultury wypowiedało się już wielu teoretyków ekonomii. Przykładowo, John Maynard Keynes (1883-1946) uważał, że subsydiowanie kultury powinno być jedynie tymczasowym narzędziem stymulowania popytu i podaży na rynku, do momentu poprawy jakości kultury i jej upowszechnienia. Docelowo jednak kultura powinna zarabiać na siebie. John Kenneth Galbraith (1908-2006) uważał, że ekonomia nie ma nic wspólnego ze sztuką, która jest dobrem „rzemieślniczym”, a nie masowym, a zatem rozwój kultury należy wspierać odgórnie. Lionel Robbins (1898-1984) również był zwolennikiem publicznego mecenatu nad dziedzictwem narodowym. Uważał on, że „sztuka przynosi zbiorową korzyść całemu społeczeństwu”. Pierwszą poważną próbą zastosowania metod analizy ekonomicznej do problematyki działalności twórczych była książka W. Baumola i W. Bowena: *Performing arts: The economic dilemma*, opublikowana w 1966 r. Zawarto w niej tzw. prawo Baumola-Bowena, którego istota sprowadza się do tego, że sztuki wizualne muszą być dotowane, ponieważ ich koszt przygotowania nie obniża się (jak wielu innych typów działalności) wraz z postępem technologicznym.

process of shaping the demand on products/services of creative activities were made by i.a Brecknock (2004) or Klasik (2011). For obvious reasons they are convergent to a large extent, however, the differences also appear, i.e. Brecknock stands for the blurring boundaries between the particular stages, which is in some degree the result of blurring the boundaries between the creators and participants of cultural life. The difference is – in his opinion – between the creative sector and the remaining part of economy.

wiające proces kształtowania zapotrzebowania na produkty/usługi działalności twórczych sporządzili m.in. Brecknock (2004) czy Klasik (2011). Są one z przyczyn oczywistych w dużym stopniu zbieżne, ale pojawiają się również różnice, np. Brecknock opowiada się za nieostryimi granicami pomiędzy poszczególnymi etapami, co jest wynikiem w pewnym stopniu zacierania się granicy między twórcami i uczestnikami życia kulturalnego. Odróżnia to – jego zdaniem – sektor kreatywny od pozostałej części gospodarki.



Edukacja w zakresie..-Education in the scope of art., culture. Shaping the necessary attitudes and skills
Ukształtowanie istotnej licznie..- Shaping of a significantly large group of artists who offer products/services of high quality
Twórczość-Creativity
Promocja za pomocą..- Promotion via means/information channels, shaping of the brand, logistics
Działalność komercyjna..- Commercial activity, access, distribution, sale
Konsumpcja....- Consumption, Impact on quality of life
Wykształcenie u odbiorców..- Creating interest among recipients with products/services offered by relative actions

Figure 2. Forming of demand for the creative products/services
Rysunek 2. Etapy kształtowania zapotrzebowania na produkty/usługi działalności twórczych
 Source: based on Brecknock (2004) and Klasik (2011).
 Źródło: opracowanie własne na podstawie Brecknock (2004) i Klasik (2011).

Currently, the problem of culture profitability is intensely discussed. The opinions about the subject are different. Certainly, one should not generalize, that in the pursuit of profit, we deprive the art of quality. There are some crucial advantages resulting in the increased access to the culture such as: the artistic and thematic variety, acceleration of product circulation between a creator and a receiver, the decrease of production costs. Among others, for that reason the symbolic goods market increases sharply, which means goods are satisfying aesthetic, expressive needs. Their supply increases owing to the possibility of duplication and the growth of society richness and socio-cultural changes man-

Aktualnie żywo dyskutowany jest problem dochodowości kultury. Opinie na ten temat są różne. Na pewno, nie można generalizować, że w pogoni za zyskiem pozbawiamy sztukę jakości. Są istotne zalety wynikające ze zwiększonego dostępu do kultury jak: różnorodność artystyczna i tematyczna, przyspieszenie obiegu produktu między twórcą a odbiorcą, zmniejszenie kosztów tworzenia. Między innymi z tego powodu szybko rozwija się rynek dóbr symbolicznych, czyli dóbr zaspokajających potrzeby estetyczne, ekspresywne. Ich podaż zwiększa się

ifested by the increase of cultural competences, cause bigger interest. Of course, there are some deficiencies of increased access to the culture, i.a. the promotion mainly of the big entities/ projects, lowering the level of difficulty especially of high culture, reducing the receivers to the consumer function, not a participant. The market studies indicate that the most attractive product for the receivers, is one including the element of entertainment. The increase in need for some *novum*, preferably that novelty should not be too difficult in receiving, has been also observed. The analysts pay attention to that priorities. It depends on creators, whether the products and services will be related to them.

It is very often claimed that the business should not enter the process of production too fast, although on the other hand, work on request can be created, produced from the beginning for the commercial reasons. Besides, not always the level of high culture is proportional to the achieved profits. The artists claim even that such situation happens relatively rarely, that is why they create some of works (paintings, books, music) in order to realize the creative aspirations and some, less ambitious, for selling. The cultural value essentially possesses some economic value. There is no simpler explanation – the more important product, the higher price will be. The classical music is the obvious example of high culture, though it has a low economic price. In turn, the soap opera successfully broadcasted in television will be featured by reversed dependency. Therefore, an interesting future stands before the idea of foundation for non-profit culture, so-called *Business Angels*, which means the private investors who allocate the capital on the foundation of projects which are at the early phase of development, in return for the minor package of shares in a 'creative' entity. Not always is the local government's attitude right. The aim of culture should state that the culture development is worth in each dimension, not that the one should earn money in a short period of time. D. Throsby (1990) presented his opinion, that in order to understand the art market and the labour market of artists, it is necessary to include that the people appreciate the cultural value, which is something more than the economic one.

Generally speaking, the cultural development should be connected with the economic one. The full growth of city/ region should be based on the technological development, the economy based on the knowledge as well as the development of creative sectors, including the culture and new media³. Be-

³ In some countries special institutions which coordinate the actions taking place between the culture and business were launched, such as for example *Kulturarrarum Niederrhein e. V.* and *Aktion Musterland e. V.* in Germany, which operate, among others, with an objective of improving the information flow between business and culture, promoting cultural events and cultural policy as well as implementing specific projects, such as for example the regional ticket system for cultural objects (Smoleń 2003). Both of these organizations have a quasiNGO status (*quasi non-governmental organization*), which constitutes a structure functioning as a non-governmental organization, however, created by the public sector, equipped in governmental competencies or local governmental ones and operating on the basis of public financial resources.

dzięki możliwości powielania, a wzrost zamożności społeczeństwa i zmiany socjokulturowe objawiające się wzrostem kompetencji kulturowych, powodują, że zainteresowanie nimi wzrasta. Oczywiście, są też mankamenty zwiększonego dostępu do kultury, m.in. promocja głównie dużych podmiotów/przedsiębiorstw, obniżenie poziomu trudności szczególnie kultury wysokiej, sprowadzenie odbiorcy do funkcji konsumenta, a nie uczestnika. Badania rynku wskazują, że najbardziej przyciąga odbiorców produkt zawierający pierwiastek rozrywkowy. Zaobserwowano również wzrost zapotrzebowania na pewne *novum*, i najlepiej, aby nowość ta nie była zbyt trudna w odbiorze. Na takie priorytety zwracają uwagę analitycy. Od twórców zależy jednak, czy produkty i usługi kulturalne będą do nich nawiązywać.

Dość często podnosi się, że biznes nie powinien zbyt wcześnie wkraczać do procesu twórczego, chociaż z drugiej strony może powstać dzieło na zamówienie, od początku tworzone w celach komercyjnych. Poza tym, nie zawsze poziom kultury wysokiej jest proporcjonalny do osiągniętych zysków. Artyści twierdzą nawet, że taka sytuacja ma miejsce relatywnie rzadko, przez co część dzieł (obrazów, książek, muzyki) tworzą dla realizacji twórczych aspiracji, a część mniej ambitną na sprzedaż. Wartość kulturowa zasadniczo posiada pewną wartość ekonomiczną. Nie ma jednak prostego przełożenia - im bardziej ważny produkt, tym wyższa cena. Muzyka klasyczna to ewidentny przykład wysokiej wartości, a ma jednak niską cenę ekonomiczną. Z kolei, nadawaną z powodzeniem w telewizji operę mydlaną będzie cechowała zależność odwrotna. Ciekawa przyszłość rysuje się zatem przed pomysłem fundacji na rzecz kultury niedochodowej, tzw. *Business Angels*, czyli prywatnych inwestorów, którzy przeznaczają kapitał na finansowanie przedsięwzięć będących we wczesnych fazach rozwoju, w zamian za mniejszościowy pakiet udziałów w podmiocie „twórczym”. Nie zawsze też podejście władz lokalnych jest słuszne. Założenie powinno być takie, że rozwój kultury opłaca się we wszystkich wymiarach, a nie, że na kulturze trzeba zarobić, i to w krótkim czasie. D. Throsby (1990) wyraził pogląd, że aby zrozumieć funkcjonowanie rynku sztuki oraz rynku pracy artystów, należy uwzględnić, że ludzie cenią wartość kulturalną, która jest czymś więcej niż wartość ekonomiczna.

Generalnie rozwój kulturalny powinno się łączyć z rozwojem gospodarczym. Pełny rozwój miasta/regionu powinien być oparty o rozwój technologiczny, gospodarkę opartą na wiedzy oraz o rozwój sektora kreatywnego, w tym kultury i nowych mediów³. Mimo niestabilnej sytuacji na rynkach prze-

³ W niektórych krajach powoływane są specjalne instytucje koordynujące działania między kulturą i biznesem, np. w Niemczech są *Kulturarrarum Niederrhein e. V.* oraz *Aktion Musterland e. V.*, które działają m.in. w celu poprawy przepływu informacji między biznesem a kulturą, promocji wydarzeń kulturalnych i polityki kulturalnej, a także w celu wdrożenia konkretnych projektów, np. regionalnego systemu biletowego dla obiektów kultury (Smoleń 2003). Obie mają status *quaNGO* (*quasi non-governmental organization*), czyli struktury działającej jak organizacja pozarządowa, jednak utworzonej przez sektor publiczny, wyposa-

side the unstable situation, the increase of cultural industries' expenses is predicted on the market, especially in the new media category or broadly *digital industries*.

To sum up, the meaning of cultural industries in the modern economy increases. The important thing is that their condition has a direct and indirect influence on the city/ region development as well as it strengthens its competitiveness by:

- creating new workplaces in the cultural industries and in the activities connected with them;
- developing complementary sectors directly connected with the culture (i.e. tourism and leisure);
- using the cultural heritage of region;
- drawing the attention to the need of renewal and urban revitalization as well as stimulating the revitalization of post-industrial objects;
- shaping metropolitan functions, including facilitating the choice of city's economy profile;
- participating in creating the positive image of city/ region;
- improving the inhabitants' quality of life;
- and supporting social and educational actions.

The cultural sector in Poland

The current condition – problems and challenges

The bright future stands before the activities connected with the culture development in Poland. In our cities, they usually are in the phase of growth, which means the well-thought actions in that sphere should bring the expected positive results in a relatively short time. The connection of economy development with the cultural development seems to be a desired direction of urban structure transformation, of which the Western Europe cities have realized much sooner, intensely developing the media sector and services for business.

In Poland the cultural sector is financed primarily from the public budget – national and local. The decentralization of culture in Poland began in 1990. At that time, the municipalities overtook some of the cultural institutions, especially those of which the organizers were the town halls and municipalities. These were above all: the municipal libraries, cultural centers, smaller museums. The beginnings of transformation are also the privatization of publishing and musical market. The second stage of decentralization happened at the turn of 1998 and 1999. After the introduction of administrative division reform, most of institutions, earlier belonging to the ministry or regional authorities, were transferred to newly separated regions and districts. As the result of those reforms, currently only 16 entities belong to the Minister of central level and other 11 are co-managed by ministerial and local

widuje się wzrost wydatków na przemysły kultury, szczególnie w kategorii nowych mediów, czy szerzej *digital industries*.

Podsumowując, znaczenie przemysłów kultury we współczesnej gospodarce wzrasta. Co ważne, ich stan wpływa bezpośrednio lub pośrednio na rozwój miasta/regionu, jak również wzmacnia jego konkurencyjność poprzez:

- tworzenie miejsc pracy w przemysłach kultury i w działalnościach z nimi związanych;
- rozwój sektorów komplementarnych związanych pośrednio z kulturą (np. turystyki i rekreacji);
- wykorzystanie dziedzictwa kulturowego regionu;
- zwrócenie uwagi na potrzebę odnowy i rewitalizacji urbanistycznej oraz stymulowanie rewitalizacji obiektów poprzemysłowych;
- kształtowanie funkcji metropolitalnych, w tym ułatwianie wyboru profilu gospodarki miasta;
- udział w tworzeniu pozytywnego wizerunku miasta/regionu;
- poprawę jakości życia mieszkańców;
- oraz wspieranie działalności społecznej i edukacyjnej.

Sektor kultury w Polsce

Stan obecny – problemy i wyzwania

Przed działalnościami związanymi z rozwojem kultury w Polsce rysuje się ciekawa przyszłość. W naszych miastach są one zazwyczaj w fazie wzrostu, a zatem przemyślane działania w tej sferze powinny przynieść spodziewane pozytywne rezultaty w relatywnie krótkim czasie. Połączenie rozwoju gospodarczego z rozwojem kulturalnym wydaje się pożądanym kierunkiem przeobrażeń struktur miejskich, z czego miasta Europy Zachodniej zdały sobie już wcześniej sprawę rozwijając intensywnie sektor mediów oraz usług dla biznesu.

W Polsce sektor kultury jest finansowany przede wszystkim ze środków publicznych - państwowych i samorządowych. Decentralizacja kultury w Polsce rozpoczęła się w 1990 r. Wówczas gminy przejęły część instytucji kultury, w szczególności te, których organizatorami były urzędy miast i gmin. Były to przede wszystkim gminne biblioteki i domy kultury, mniejsze muzea. Początki transformacji to również prywatyzacja rynku wydawniczego i muzycznego. Drugi etap decentralizacji nastąpił na przełomie 1998 i 1999 r. Po wprowadzeniu reformy podziału administracyjnego nowo wyodrębnionym województwom i powiatom przekazano większość instytucji należących wcześniej do ministerstwa lub do organów wojewódzkich. W efekcie tych reform aktualnie jedynie 16 jednostek znajduje się w gestii

zonej w kompetencje rządowe lub samorządowe i działającej w oparciu o publiczne środki finansowe.

government level⁴. Generally, in the public sphere, of different level, there are i.a. almost all libraries, almost 90% of museums and around 55% of galleries and salons of art. However, the financial resources with an appropriate amount did not follow those changes: the share of expenses on the culture in 1995-2012 varies between 0,41 and 0,88% GDP⁵. It is worth to mention that in the eighties values were higher and estimated between 1,2 and 1,8% GDP. Such low GDP interest has a direct effect in a simple way on the cultural institution's finances, which in $\frac{3}{4}$ come from the public budget, and only in $\frac{1}{4}$ from households budget (Gierat-Bieroń, Kowalski eds. 2005, Głowacki et al. 2008).

Controversial is also the structure of public outlays on the culture. 20 years ago 90% of funds on the culture were under the Ministry of Culture control. Now, it is only 25%. Around 60% belongs to the local governments of different level. The rest are funds which come from the private institutions. Jointly, from those three sources financing the culture, 12.8 billion zł⁶ were spent in Poland in 2012. The funds transferred to the local governments are divided between municipalities, poviats and regional authorities. The dissatisfaction of some environments is caused by a disproportion between the finances received by regions and big cities. The last one because they are at the same time municipalities and cities with powiat rights, they receive – in the opinion of various bodies – too high donations. The poviats receive the lowest funds in that category (1-2%). It is worth to add, that according to the EUROSTAT research, Poland, similarly to the Hungary, is generally featured by a very low share in central donation on culture and a very high share of local government side. In case of other EU countries, the share of local governments is estimated between 30 and 50%. The higher is though the share of central donations (Bodo 2011).

The ministry donations at the end of 2012 funded the realization of around 200 projects in the

ministra szczebla centralnego, a kolejnych 11 jest współzarządzanych przez szczebel ministerialny i samorządowy⁴. Ogólnie w sferze publicznej, różnego szczebla, znajdują się m.in. prawie wszystkie biblioteki, prawie 90% muzeów oraz około 55% galerii i salonów sztuki. Jednak w ślad za tymi zmianami nie poszły środki finansowe odpowiedniej wielkości; udział wydatków na kulturę w latach 1995-2012 wahał się w granicach od 0,41 do 0,88% PKB⁵. Warto nadmienić, że nawet w latach 80. wartości te były wyższe i wynosiły od 1,2 do 1,8% PKB. Tak niski odsetek PKB przekłada w prosty sposób na finanse instytucji kultury, które w $\frac{3}{4}$ pochodzą ze środków publicznych, a tylko w $\frac{1}{4}$ z budżetu gospodarstw domowych (Gierat-Bieroń, Kowalski red. 2005, Głowacki i in. 2008).

Kontrowersje budzi też struktura publicznych nakładów na kulturę. Jeszcze 20 lat temu 90% środków na kulturę było w gestii Ministerstwa Kultury. Teraz jest to już zaledwie 25%. Około 60% jest w rękach samorządów różnego szczebla. Reszta to fundusze pochodzące od instytucji prywatnych. Łącznie z tych trzech źródeł finansujących kulturę w Polsce wydatkowano w 2012 r. 12,8 mld zł⁶. Fundusze kierowane do samorządów są rozdzielane pomiędzy gminy, powiaty grodzkie i ziemskie oraz organy wojewódzkie. Niezadowolenie niektórych środowisk budzi dysproporcja między finansami otrzymywanymi przez województwo i duże miasta. Te ostatnie przez to, że są jednocześnie i gminami, i miastami na prawach powiatu, otrzymują – w opinii różnych gremiów - zbyt wysokie dotacje. Najmniej dofinansowane są w tej kategorii powiaty ziemskie (1-2%). Warto dodać, że według badań EUROSTAT-u Polskę, podobnie jak i Węgry, cechuje ogólnie bardzo niski udział dotacji centralnych na kulturę i bardzo wysoki udział strony samorządowej. W przypadku pozostałych krajów UE udział samorządów wynosi od 30 do 50%. Większy jest natomiast udział dotacji centralnych (Bodo 2011).

⁴ It is the responsibility of the Minister responsible for culture and national heritage to protect the National Museum in Krakow, National Museum in Warsaw, the National Museum in Poznan, Wawel Royal Castle - State Art Collection in Cracow, the Royal Castle in Warsaw - Monument of National History and Culture Museum of the Royal Baths Palace and Garden in Warsaw, Wilanów Palace Museum, the Museum of the Krakow Salt Mine, Central Maritime Museum in Gdansk, Malbork Castle Museum, the Museum of Stutthof, the State Museum at Majdanek, the State Museum Auschwitz-Birkenau and the Museum of Hunting and Horsemanship in Warsaw. Besides, the minister said the body współprowadzącym the following museums: the National Museum in Gdansk, the National Museum in Kielce National Museum in Wrocław, Silesian Piast Museum in Bech, Museum of Art, the Museum - Castle in Łańcut, Museum of the History of Polish Jews, Museum of Literature. Adam Mickiewicz Institute in Warsaw, the National Museum in Szczecin, Silesian Museum and Lublin Museum. The same minister also exercises oversight of the Museum of Japanese Art and Technology Manggha in Krakow. In addition, the Minister responsible for national defense is the organizer of Polish Army Museum (Rozporządzenie... 1998 ... Zarządzenie... 2004).

⁵ The highest percentage of public expenditure on culture within the EU, exceeding 1% of GDP, is characteristic for Estonia and France. In case of France this gives the highest nominal value- 12 billion Euro. The leader is Denmark with 294 Euro capita, while in Central-Eastern Europe- it is Slovenia (135 Euro per capita) (Ilczuk 2012).

⁶ Excluding a donation from EU

⁴ W gestii ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego znajduje się: Muzeum Narodowe w Krakowie, Muzeum Narodowe w Warszawie, Muzeum Narodowe w Poznaniu, Zamek Królewski na Wawelu – Państwowe Zbiory Sztuki w Krakowie, Zamek Królewski w Warszawie – Pomnik Historii i Kultury Narodowej, Muzeum Łazienki Królewskie Zespół Pałacowo-Ogrodowy w Warszawie, Muzeum Pałac w Wilanowie, Muzeum Żup Krakowskich w Wieliczce, Centralne Muzeum Morskie w Gdańsku, Muzeum Zamkowe w Malborku, Muzeum Stutthof w Sztutowie, Państwowe Muzeum na Majdanku w Lublinie, Państwowe Muzeum Oświęcim-Brzezinka oraz Muzeum Łowiectwa i Jeździectwa w Warszawie. Poza tym, wymieniony minister jest organem współprowadzącym następujące muzea: Muzeum Narodowe w Gdańsku, Muzeum Narodowe w Kielcach, Muzeum Narodowe we Wrocławiu, Muzeum Piastów Śląskich w Brzegu, Muzeum Sztuki w Łodzi, Muzeum – Zamek w Łańcut, Muzeum Historii Żydów Polskich w Warszawie, Muzeum Literatury im. Adama Mickiewicza w Warszawie, Muzeum Narodowe w Szczecinie, Muzeum Śląskie w Katowicach i Muzeum Lubelskie w Lublinie. Ten sam minister sprawuje też nadzór nad Muzeum Sztuki i Techniki Japońskiej Manggha w Krakowie. Ponadto, minister właściwy do spraw obrony narodowej jest organizatorem Muzeum Wojska Polskiego w Warszawie (Rozporządzenie... 1998, Zarządzenie... 2004).

⁵ Największy odsetek wydatków publicznych na kulturę w UE przekraczający 1% PKB cechuje Estonię i Francję. W przypadku Francji daje to najwyższą wartość nominalną – 12 mld euro. W przeliczeniu na 1 mieszkańca liderem jest Dania (294 euro na osobę), a w Europie Środkowo-Wschodniej – Słowenia (135 euro na osobę) (Ilczuk 2012).

⁶ Z wyłączeniem dotacji z UE.

whole country. The priorities were: musical schools of I and II degree, art and drama schools, objects representing the high culture in places lacking it (i.e. the Podlaska Opera in Białystok) but also in other cities. (A very cost-consuming investment is the construction of the Modern Art Museum in Warsaw). Moreover, the ministry decided to introduce to primary schools the obligatory – after years of break – music and art lectures for IV-VI classes and the knowledge about the drama and film as an optional subject for the secondary school⁷. An emphasis was placed on the programmes for children, including “Buy an instrument for a child”. Donations for the museums can be received only by those institutions, which possess an educational programme for children and youth. The programme “Biblioteka+”⁸ was also realized, the aim of which was to transform the local libraries into the modern centers of access to knowledge, culture and institutions of social life as well as to introduce the certifying system and the internetisation of libraries. A serious challenge which stands before the ministry is the process of data digitalization. For that process, more and more funds will be spent in the next years. Currently, only the data of National Library are partly digitalized (around 30%), though archives and photos (National Digital Archive), theatre and music (National Audiovisual Institute) as well as cultural heritage (National Heritage Institute) in a very low degree. It is worth to add that in 2012 not many good applications were submitted in different spheres, especially for the co-financing of urban and municipal cultural centres (only 12). As a result, around 50 million zł of that pool remained in the ministry.

On the scale of the whole country there are several problems of different importance. The possibility of long-term planning of cultural process, defining clear rules of public financing, higher independence and relieving the cultural objects from restrictions, which will lead to better efficiency and access to the culture, is essential for the creators of this environment. In theory it should help to expand the influence of culture to build identity and shape civil society. Relations between the cultural resources, industries and the network of institutions are crucial. The cohesion of this system determines the political success including the strategy of cultural development.

Dotacje ministerialne na koniec 2012 r. kierowane były na realizację około 200 projektów w całym kraju. Priorytetowo traktowano: szkoły muzyczne I i II stopnia, szkoły plastyczne i teatralne, obiekty reprezentujące kulturę wysoką w miejscach wcześniej ich pozbawionych (np. Opera Podlaska w Białymstoku), ale również w innych miastach. (Bardzo kosztowną inwestycją jest budowa Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie). Ponadto ministerstwo podjęło decyzję o obowiązkowym wprowadzeniu do szkół podstawowych - po latach przerwy - muzyki i plastyki w klasach IV-VI i przedmiotów fakultatywnych z wiedzy o teatrze, filmie w szkołach gimnazjalnych⁷. Położono nacisk na programy dla dzieci, w tym „Kup dziecku instrument”. Dotacje dla muzeów mogą dostać jedynie te placówki, które posiadają program edukacyjny dla dzieci i młodzieży. Przystąpiono również do realizacji programu „Biblioteka+”⁸, którego celem jest przekształcenie bibliotek gminnych w nowoczesne centra dostępu do wiedzy, kultury oraz ośrodki życia społecznego, a także wprowadzenie systemu certyfikującego oraz internetyzacja bibliotek. Poważnym wyzwaniem, przed którym stoi ministerstwo jest proces cyfryzacji zbiorów. Na proces ten w kolejnych latach będzie wydawanych coraz więcej środków. Aktualnie jedynie zbiory Biblioteki Narodowej są już częściowo zdigitalizowane (w około 30%), zaś archiwa i fotografie (Narodowe Archiwum Cyfrowe), teatr i muzyka (Narodowy Instytut Audiowizualny) oraz dziedzictwo narodowe (Narodowy Instytut Dziedzictwa) w bardzo niewielkim stopniu. Warto jeszcze dodać, że w 2012 r. złożono do Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego mało dobrych wniosków w różnych sferach, ale w szczególności na dofinansowanie miejskich i gminnych domów kultury (jedynie 12). W rezultacie w ministerstwie pozostało w tej puli nie wykorzystanych około 50 mln zł.

W skali całego kraju na realizację czeka kilka istotnych problemów różnej wagi. Istotne dla środowiska twórców jest m.in. znalezienie możliwości długofalowego planowania działalności kulturalnej, ustabilizowanie sytuacji finansowej, określenie przejrzystych zasad publicznego finansowania, większa niezależność i odciążenie obiektów kultury od dotychczasowych ograniczeń prowadzące do ich większej wydajności i tym samym do większej dostępności kultury. W założeniu powinno przyczynić się to do poszerzenia wpływu kultury na budowanie tożsamości i kształtowanie społeczeństwa obywatelskiego. Kluczowe wydają się jednak relacje między zasobami kultury, przemysłami kultury i siatką instytucji. Spójność tego układu warunkuje powodzenie prowadzonej polityki, w tym strategii rozwoju kultury.

⁷ The problem is the selection of the appropriate teaching staff. For a few hours per week it does not pay off to hire a qualified teacher. As a result, these classes are often performed by teachers of other subjects.

⁸ Preparation and implementation of the “Biblioteka +” has been entrusted to the Book Institute in Krakow.

⁷ Problemem pozostaje dobór właściwej kadry nauczycielskiej. Dla kilku godzin zajęć w tygodniu nie opłaca się zatrudniać wykwalifikowanego nauczyciela. W konsekwencji zajęcia te prowadzą niejednokrotnie wykładowcy innych przedmiotów.

⁸ Przygotowanie i wdrożenie programu „Biblioteka+” zostało powierzono Instytutowi Książki w Krakowie.

The picture of culture in statistics

According to the data from National Strategy of Cultural Development for years 2004 - 2013, the percentage share of GDP performed in culture is shaped on 4,5% level and gross value added on 5,2% level (Narodowa... 2004). The biggest part in creating GDP from cultural industries is played by publishing business (about 18%). It is claimed that every Polish zloty which was invested in the well-managed sphere of culture, on a national scale, gives an income of few Polish zlotys. The reports prove that spending money on culture should be treated as an investment. However, it is essential to create the coherent political strategy for this sector.

The market of particular goods and services connected to culture is presented in a different way. In some cases there is a positive trend noticed, for example every year the interest in particular cultural service or product is increasing, in some others just the opposite. Following the statistics data of CSO from 2005 to 2012 referred to the cultural sector in Poland, some things can be noticed:

- every year the expenses for culture and protection of cultural heritage are increasing (referring to GDP%);
- the number of books titles which appear on Polish market is increasing;
- the number of libraries with the Internet access is increasing;
- the number of people visiting museums is increasing (but it should be emphasized that it is mostly thank to the fact that the number of free tickets is rising for example during the night of museums);
- the number of cinema halls is increasing – mostly because of mini and multi plexes;
- the number of seances in cinemas is increasing;
- the number of spectators in cinemas is increasing;
- the number of people who use the services of cultural objects is also increasing because of concerts, exhibitions, dance courses.

But at the same time:

- the number of libraries (mostly the small ones) is falling at about few tens a year;
- the edition of newspapers and magazines is getting lower;
- the number of readers in libraries is also falling, especially among students;
- the number of theaters is falling;
- the number of concerts/performances abroad is falling, mostly because of lower number of place in Polish operas and philharmonics;
- the number of cinemas is falling
- the number of radiophony and tv subscribers is also falling

Obraz kultury w zestawieniach statystycznych

Zgodnie z danymi przytaczanymi w Narodowej Strategii Rozwoju Kultury na lata 2004-2013, udział procentowy PKB wytwarzanego w kulturze kształtuje się średnio na poziomie 4,5%, a udział w wartości dodanej brutto na poziomie 5,2% (Narodowa... 2004). Największy udział w tworzeniu PKB z przemysłów kultury ma działalność wydawnicza (około 18%). Uznaje się, iż każda złotówka zainwestowana w sferę prawidłowo zarządzanej kultury, w skali kraju, daje zwrot w postaci kilku złotych. Raporty dowodzą, że wydawanie pieniędzy na kulturę należy traktować jak inwestycję. Niezbędne jest jednak opracowanie spójnej strategii politycznej dla tego sektora (Mackiewicz i in. 2009).

Rynek poszczególnych dóbr i usług związanych z kulturą przedstawia się różnie. W niektórych przypadkach zauważalny jest pozytywny trend, tzn. z każdym rokiem wzrasta zainteresowanie daną usługą czy produktem kulturalnym, w innych – wręcz przeciwnie. Śledząc dane statystyczne GUS z lat 2005-2012 dotyczące sektora kultury w Polsce zauważalnych jest kilka prawidłowości, a mianowicie:

- z każdym rokiem rosną wydatki na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego w odniesieniu do PKB w %;
- wzrasta liczba tytułów książek, które co roku ukazują się na polskim rynku;
- rośnie liczba bibliotek z dostępem do Internetu;
- wzrasta liczba odwiedzających muzea (choć trzeba zaznaczyć, że w dużej mierze dzięki zwiększeniu liczby bezpłatnych wejść, np. podczas Nocy Muzeów);
- rośnie liczba sal kinowych głównie za sprawą budowy mini- i multipleksów;
- wzrasta liczba seansów filmowych w kinach;
- wzrasta liczba widzów w kinach;
- rośnie również liczba korzystających z ośrodków i centrów kultury za sprawą organizowanych tam koncertów, wystaw, kursów tańca, ale jednocześnie:
- o kilkadziesiąt spada z każdym rokiem liczba bibliotek, głównie tych najmniejszych;
- zmniejsza się całkowity nakład gazet i czasopiśm;
- spada liczba czytelników w bibliotekach, szczególnie w grupie uczniów i studentów;
- zmniejsza się liczba scen teatralnych;
- spada liczba koncertów/występów artystycznych za granicą, głównie za sprawą mniejszej liczby przedstawień polskich oper i filharmonii;
- zmniejsza się liczba kin;
- jak również zmniejsza się liczba abonentów RTV.

Co roku GUS oblicza, ile przeciętnie mieszkańców naszego kraju wydaje na kulturę, np. w 2010 r. była to kwota 406,56 zł. Jednak na wartość tą składają się zarówno opłaty abonamentowe (np. opłaty za telewizję kablową stanowią aż 30% ogółu wydatków),

Every year CSO calculates how much the usual inhabitant of our country spends on culture, for example in 2010 it was about 406.56 Polish zlotys. But that value includes the subscription fees (i.e. cable TV is about 30% of that spending), the cost of buying TVs, DVDs and other audiovisual equipment and costs of tickets to cultural institutions. It occurs that the real participation in cultural events is very low. The usual cost of tickets to theatres, cinemas and musical institutions was (in 2010) almost 20 Polish zlotys per one inhabitant. Similar cost was counted to be spent for books and two times more for magazines and newspapers.

In regional frames the following two regions are the best – Mazowieckie, where every fifth theatre in Poland is located, every sixth art gallery, where 40% of all publishing titles and 36% titles of newspapers/ magazines are edited. Malopolskie, where indicators connected to people who visit museums are definitely the highest in Poland (6,5 million of people which is 30% of all museums visitors in Poland).

One other indicator should also be investigated – the number of people working in cultural industries. In this case it is essential to notice that the number of people in this group is not increasing every year as from 2005 there have been three falls recorded, in comparison with a year before. In 2009 there was the biggest fall recorded – about 30 thousand of people which is 16% (2008 = 100%). Generally, the group of cultural and art employees is very low – about 1% from all people working in Poland (from 0,92% in 2009 to 1,26% in 2004).

Analyzing the statistics data it can be concluded that the representatives of cultural industry do not work very hard because on average they work about 35% hours a week. According to the hard rules of statistics, only farmers and woods people work less (31,5 hours). Usually Polish people work about 38,5 hours a week. For some professions it is more than 40 hours i.e. builders (42,6 hours), transport workers (42,3) or traders (40,5). It occurs that jobs connected to culture are presented as those where people can work less. The statistics is not even similar to the reality. Physical workers, shop assistants finish the working day and go home, taking care of their everyday life issues. In some professions the intellectual effort, skills improvement and other forms of training matter. Those points are not in the statistics.

It is also very difficult to measure the real level of payment in all industries connected to culture. The salaries of people working for the national heritage (museums, archives, libraries) have been low for years (about 300 Polish zlotys less than country average) and in case of art professions only average values of payment are published because only some of the employees are paid regularly. Mostly they are offered to sign contracts. That is why i.e. the representative of art profes-

koszty zakupu telewizorów, DVD i innego sprzętu audiowizualnego, jak i koszty poniesione na zakup biletów wstępu do instytucji kulturalnych. Zatem okazuje się, że prawdziwe uczestnictwo w kulturze jest tak naprawdę niskie. Przeciętny koszt związany z zakupem biletów wstępu do teatrów, kin i instytucji muzycznych wyniósł np. w 2010 r. niespełna 20 zł na 1 mieszkańca. Podobne środki wydatkowano na zakup książek, zaś na zakup gazet i czasopism – mniej więcej dwa razy więcej.

W ujęciu regionalnym niezmiennie najlepiej wypadają dwa województwa: mazowieckie, na obszarze którego zlokalizowany jest co piąty teatr w Polsce, co szósta galeria sztuki, co szóste muzeum, i gdzie wydawanych jest 40% ze wszystkich tytułów wydawniczych i 36% tytułów gazet/czasopism oraz małopolskie, gdzie wskaźniki dotyczące liczby odwiedzających muzea są zdecydowanie najwyższe (6,5 mln osób, co stanowi 30% ogółu zwiedzających muzea w Polsce).

Można prześledzić jeszcze jeden wskaźnik - liczbę pracujących w kulturze. W tym przypadku należy stwierdzić, że liczebność tej grupy pracujących nie wzrasta z każdym rokiem, bowiem począwszy od 2005 r. trzykrotnie notowano spadek w relacji do roku wcześniejszego: w 2001, 2005 i największy w 2009 r. Gwałtowny spadek w 2009 r. osiągnął wielkość około 30 tys. osób, czyli 16% (2008 = 100%). Ogólnie grupa pracujących w kulturze i działalności artystycznej w relacji do pracujących ogółem w kraju stanowi znikomą, bo zaledwie około jednoprocenową udział (od 0,92% w 2001 r. do 1,26% w 2004 r).

Analizując dane statystyczne można również dojść do wniosku, że reprezentanci działalności związanej z kulturą i rozrywką nie pracują zbyt ciężko, bowiem przeciętnie pracownik tej sfery pracuje zaledwie 35,3 godzin w tygodniu. Według twardych reguł statystyki krócej pracują jedynie rolnicy i leśnicy (31,5). Przeciętnie Polak pracuje 38,5 godziny w tygodniu. Dla niektórych profesji wartości te przekraczają 40 godzin, np. specjaliści od budownictwa (42,6 godz./tydzień), transportu (42,3) czy handlowcy (40,5). Okazuje się zatem, że zawody zaliczane do sektora kultury prezentują się jako te, gdzie można pracować w tygodniu o kilka godzin mniej. Statystyka z trudem dostosowuje się do realiów. Pracownik taśmy produkcyjnej czy sprzedawca w sklepie po zakończeniu pracy może iść do domu i zająć się innymi problemami życia codziennego. W niektórych jednak zawodach istotny jest wysiłek intelektualny, doskonalenie umiejętności, a także różne formy doształcania. Statystyka już tego nie uwzględni.

Również trudno zbadać realny poziom wynagrodzeń we wszystkich branżach związanych z kulturą. O ile zarobki osób pracujących na rzecz dziedzictwa narodowego (muzea, archiwa, biblioteki) od lat prezentują się słabo (około 300 zł mniej niż średnia krajowa), o tyle w przypadku zawodów artystycznych publikowane średnie wartości wynagrodzenia mają niską wartość poznawczą, ponieważ tylko część pracujących otrzymuje stałe wynagrodzenie.

sion can work part time at school and at the same time sign more profitable contract. It should be also mentioned that in Polish statistics only two sources of salaries are taken under consideration. Restrictions concern also the amount of payment. People, who earn less than established amount are not taken under consideration and professions connected to culture are generally paid very low. Profits usually go to small groups of art directors and well-known designers⁹.

Conclusion

In the strategy of Polish cities it is usually said that there is an indirect influence of art industry on the economy i.e. for tourism or city picture. Other possible forms of influence like increasing the level of living, inflow of new citizens or investors are rarely discussed. Also not enough attention is paid to cultural industry as a sphere which has been a part of economy for a long time but not so long time ago it was extracted as a whole which has its own rules. For a long time the cultural industries were considered to be not so essential for the economy. Somehow it may have been influenced by the fact that in other fields – automotive, informatics or many others, the progress of civilization is a catalyst of changes, when *cultural industries* or at least some parts of them remain passive.

Although the underestimation of creative fields is *passé* (as well as not being a part of culture), there are still a lot of problems to be solved. One of them is how to classify the results of creative work, which usually are impossible to be measured. We will never get the proper answer for questions like when and how reading a book will help us with rising the income of the region/ city. Not to mention that defining the relation between creators living and the effects of their work is a challenge not so easy to be fulfilled. Another problem is the matter of culture subsidizing. Most parts of the creative sector are non-commercial, so most of the institutions will not be able to survive with their own income. It is not only a problem of theatres, operas and museums, but also publishers, galleries or libraries. Generally, it should be said that creative activities influence Polish economy less than in other countries in Western Europe. But it is important for the society and its identity. Especially the cultural industries

Częściej oferowane są różnego rodzaju kontrakty niż praca na etat. Co w konsekwencji może powodować, że przedstawiciel zawodów artystycznych będzie pracował np. na niepełny etat w szkole i w tym samym czasie na bardziej opłacalną umowę zlecenie i drobną pracę w ramach umowy o dzieło. W tym miejscu trzeba również wspomnieć, że w polskiej statystyce uwzględniane są wynagrodzenia maksymalnie z dwóch źródeł. Ograniczenia dotyczą też wysokości zarobków. Osoby, które zarabiają poniżej ustalonej kwoty, nie są brane pod uwagę, a w zawodach związanych z kulturą generalnie nie zarabia się dużo. Profity zbiera relatywnie mała grupa osób, przede wszystkim dyrektorzy artystyczni i wzięci projektanci⁹.

Zakończenie

W strategiach polskich miast mówi się zazwyczaj o pośrednim wpływie działalności twórczych na gospodarkę, np. o wpływie na turystykę czy na wizerunek miasta. Rzadziej zaś omawia się inne możliwe formy oddziaływania jak podnoszenie jakości życia, napływ nowych ludzi czy inwestorów. Jak również zdecydowanie zbyt mało miejsca poświęca się przemysłom kultury jako sferze, która mimo że od dawna stanowi część gospodarki, to jednak stosunkowo niedawno została wyodrębniona jako całość rządząca się swoimi prawami. Przez długi czas bowiem przemysły kultury uważane były za mało istotny komponent gospodarki. W jakiś sposób wpływał na to – być może – fakt, że w innych dziedzinach, np. motoryzacji, informatyce czy w wielu innych postęp cywilizacyjny jest wyraźnym katalizatorem zmian. Podczas gdy *culture industries*, a przynajmniej ich część, pozostają w tym względzie bardziej bierne.

Mimo że niedocenianie dziedzin twórczych jest myśleniem w stylu *passé*, podobnie jak chwalenie się brakiem uczestnictwa w kulturze, nadal pozostaje wiele problemów do rozwiązania. Jednym z nich jest problem z klasyfikacją rezultatów pracy twórczej, które mają niejednokrotnie charakter niemierzalny. Na pytania typu: kiedy i w jaki sposób przeczytane książki przełożą się na wzrost dochodu w mieście/regionie, nie uzyskamy nigdy dokładnej odpowiedzi. Pomijając fakt, że określenie zależności między zamieszkaniem twórców a efektami oddziaływania ich pracy jest wyzwaniem, któremu trudno sprostać. Inny problem to kwestia subsydiowania kultury. Znaczna część sektora twórczego ma bowiem z założenia charakter niekomercyjny, co przekłada się na fakt, że wiele instytucji kultury nie utrzyma się z własnych środków. I nie dotyczy to tylko teatrów, oper i muzeów, ale również wydawnictw,

⁹ R. Towse (2011) conducted a study in this field in the United States, on the basis of which you can apply for some interesting regularities: 1) Despite the low wages in artistic professions and their representatives so relatively rarely go into other professions, generating oversupply, 2) There is a faint relationship between age and earnings, and between education and earnings in artistic professions, 3) Women earn twice less than men, with the exception of the dancers.

⁹ R. Towse (2011) przeprowadziła badania z tego zakresu w USA, na podstawie których można wnioskować o kilku interesujących prawidłowościach: 1) Mimo niskich zarobków w zawodach artystycznych i tak ich reprezentanci relatywnie rzadko przechodzą do innych zawodów, generując nadpodaż, 2) Istnieje nikiły związek między wiekiem i zarobkami oraz między wykształceniem a zarobkami w zawodach artystycznych, 3) Kobiety zarabiają dwukrotnie mniej niż mężczyźni, z wyjątkiem tancerek.

are activities influencing personality development or even society assets.

It is also very important to say that the development of cultural sector in creating the city picture became almost obligatory. The products of culture are treated as a very attractive good and some kind of cities' logo type, which influences its recognition. Usually big cities have much more to offer in this matter, but it is not a rule. Nevertheless, the relationship between the size of the city and the importance of culture is noticed. In the scale of world it is possible to find the cases of cultural surfeit and not necessarily in big cities i.e. in Italian towns. On the other hand we can find reduction of cultural functions i.e. in Detroit. However, big Polish cities are neither in one nor in another group. There is a lot to improve in the field of creative activities.

Nowadays, in Poland there are a lot of changes made in the cultural sector. The necessity of those changes comes from different kind of delays i.e. the digitalization of cultural goods and national heritage is in a bad shape and it is a problem which cannot be solved very fast. Moreover, it was not so long time ago when our society started to pay attention to cultural education. As an effect of that, there were changes in teaching programmes at schools (mostly primary) assuming that it is important to raise the future generation in a close relation to the culture.

All of the activities mentioned in this paper should be stimulated by well-managed cultural politics, which should help to increase the production, investments, employment and incomes for economic subjects in the cultural industries and to break the stereotypes about its lack of profitability.

galerii czy bibliotek. Generalnie należy stwierdzić, że działalności twórcze mają obecnie w warunkach polskich mniejszy wpływ na gospodarkę niż w wielu krajach Europy Zachodniej. Natomiast istotny jest ich wpływ na społeczeństwo i jego tożsamość. Szczególnie przemysły kultury jawią się jako działalności wpływające na rozwój osobowości czy nawet szeroko rozumianego kapitału społecznego.

Należy również dodać, że rozwój sektora kultury w kreowaniu wizerunku miasta stał się już niemal obowiązkowy. Wytwory kultury traktuje się jako atrakcyjny towar i jako swojego rodzaju logo miasta, które będzie miało wpływ na jego rozpoznawalność. Dużo do zaoferowania mają w tej kwestii zazwyczaj miasta duże, choć nie jest to regułą. Niemniej jednak dostrzega się zależność między wielkością miasta a znaczeniem kultury. W skali świata można, co prawda, spotkać przypadki przesylenia kulturą, i to niekoniecznie w miastach dużych, np. w miastach włoskich, a z drugiej strony, degradacji funkcji kulturalnych, m.in. w Detroit. Niemniej jednak polskie duże miasta nie należą jednak ani do jednej, ani do drugiej grupy. Jest w nich jeszcze dużo do nadrobienia w zakresie działalności twórczych.

Aktualnie w Polsce dokonywanych jest szereg zmian w zakresie kultury. Konieczność przeprowadzenia tych zmian jest wynikiem różnorodnych zapóźnień, np. niezwykle słabo przedstawia się kwestia cyfryzacji dóbr kultury i dziedzictwa narodowego, a nie jest to brak, który w krótkim czasie można nadrobić. Ponadto, dopiero niedawno zwrócono baczniejszą uwagę na miejsce kultury w wychowaniu i edukacji. W efekcie poczyniono zmiany w programie nauczania w szkołach, głównie podstawowych, wychodząc z założenia, że koniecznie jest wychowanie nowych pokoleń w bliższym kontakcie z kulturą, aby w przyszłości było komu kulturę polską i międzynarodową odbierać.

Ogół działań wymienionych w tym artykule potrzebnych do realizacji powinien być stymulowany za sprawą umiejętnie prowadzonej polityki kulturalnej, która docelowo ma przyczynić się do wzrostu produkcji/twórczości, nakładów inwestycyjnych na kulturę, zatrudnienia, a co za tym idzie wzrostu dochodowości podmiotów gospodarczych w sektorze przemysłów kultury i przełamania stereotypu o niedochodowości tego sektora.

References/Literatura:

1. Adorno T. W., Horkheimer M. (1994), *Dialektyka oświecenia: fragmenty filozoficzne*. Instytut Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa.
2. Bodo C. (2011), *Kto się boi wydatków na kulturę?* W: B. Jung (red.), *Ekonomika kultury. Od teorii do praktyki*. Narodowe Centrum Kultury, Instytut Adama Mickiewicza, Warszawa, s. 101-110.
3. Brecknock R. (2004), *Creative Capital: Creative Industries in the Creative City*. Brecknock Consulting Australia, Brisbane.
4. *Ekonomia kultury w Europie. Raport (2006), Economy of culture in Europe*: www.keanet.eu/en/ecoculturepage.html (dostęp: 23.02.2012).
5. Gierat-Bieroń B., Kowalski K. red. (2005), *Europejskie modele polityki kulturalnej*. Uniwersytet Jagielloński, Kraków.
6. Głowacki J., Hausner J., Jakóbiak K., Markiel K., Mituś A., Żabiński M. (2008), *Finansowanie kultury i zarządzanie instytucjami kultury. Raport opracowany na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego*. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Małopolska Szkoła Administracji Publicznej, Kraków.
7. Ilczuk D. (2012), *Ekonomika kultury*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

8. Klasik A. (2009), *Przemysły kreatywne oparte na nauce i kulturze*. W: A. Klasik (red.), *Kreatywne miasto – kreatywna aglomeracja*. Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice, 31-41.
9. Klasik A. (2011), *The Culture Sector and Creative Industries as a New Foundation of Development of Large Cities and Urban Agglomerations*. W: A. Klasik (red.), *The Cities and Agglomerations Development based on the Culture Sector and Creative Industries*. Studia Regionalia 30, Polish Academy of Science, Warszawa, s. 14-41.
10. Kłoskowska A. (1981), *Socjologia kultury*. Wydawnictwo PWN, Warszawa.
11. Krzysztofek K. (2002), *Przemysły kultury a globalizacja – wnioski dla Polski*. W: J. Szomburg (red.), *Kultura i przemysły kultury szansą rozwojową dla Polski*. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Warszawa, s. 59-64.
12. Mackiewicz M., Michorowska B., Śliwka A. (2009), *Analiza potrzeb i rozwoju przemysłów kreatywnych. Raport końcowy*. Warszawa.
13. Namyślak B. (2013), *Działalności twórcze a rozwój miast. Przykład Wrocławia*. Rozprawy Naukowe Instytutu Geografii i Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Wrocławskiego, nr 30, Wrocław.
14. *Narodowa Strategia Rozwoju Kultury na lata 2004-2013* (2004), Ministerstwo Kultury, Warszawa.
15. *Report of Ministry of Trade and Industry* (2005), Singapore.
16. Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 8 grudnia 1998 r. w sprawie wykazu instytucji kultury wpisanych do rejestrów prowadzonych przez ministrów i kierowników organów centralnych, niepodlegających przekazaniu jednostkom samorządu terytorialnego ze względu na ogólnonarodowy charakter zadań przez nie wykonywanych. Dz. U. nr 148, poz. 970.
17. Smoleń M. (2003), *Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
18. Throsby D. (1990), *Perception of Quality in Demand for the Theatre*. Journal of Cultural Economics 14/1, s. 65-82.
19. Throsby D. (2010), *Ekonomia i kultura*. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
20. Towse R. (2011), *Ekonomia kultury. Kompendium*. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
21. UNESCO (2009), *Framework for Cultural Statistics*, <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001840/184082e.pdf>, (dostęp: 22.09.2011).
22. Zarządzenie nr 21 Ministra Kultury z dnia 13 września 2004 r. w sprawie utworzenia Centrum Sztuki i Techniki Japońskiej MANGGHA. Dz. U. MK z 2004 r. nr 7, poz. 37 z późniejszymi zmianami.

Submitted/ Zgłoszony: June/ czerwiec2014

Accepted/ Zaakceptowany: February/ luty 2015