

Małgorzata Pięta-Kanurska¹, Dominika Kuźniar²

¹ Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Katedra Ekonomii Ekologicznej

malgorzata.pieta-kanurska@ue.wroc.pl,  <https://orcid.org/0000-0002-8790-2503>

² Willow Pracownia Bizuterii Artystycznej

Wrocław

dominika.qzniar@gmail.com

Miasto jako galeria: sztuka w przestrzeni publicznej a rozwój gospodarki kreatywnej na przykładzie Wrocławia

Zarys treści: Sztuka w przestrzeni publicznej odgrywa coraz istotniejszą rolę nie tylko w kształtowaniu tożsamości kulturowej miast, lecz także jako impuls rozwoju gospodarki kreatywnej. Celem artykułu jest analiza wpływu działań artystycznych realizowanych w przestrzeni miejskiej na rozwój lokalnych podmiotów kreatywnych, przyciąganie inwestorów oraz aktywizację społeczności. W pracy przedstawiono teoretyczne ramy gospodarki kreatywnej oraz studia przypadków z Wrocławia, takie jak neonowe podwórko przy ul. Ruskiej 46, klub Vertigo i galeria Sztuka na Miejscu. Uzupełnieniem jest wywiad ekspercki z twórcami i organizatorami kultury, wskazujący na realny wpływ sztuki publicznej na rozwój miasta. Wyniki badań pozwalają sformułować rekomendacje dla miast, które chcą wykorzystać potencjał sztuki publicznej do wspierania innowacyjności, integracji społecznej oraz rozwoju gospodarki kreatywnej.

Słowa kluczowe: gospodarka kreatywna, sztuka w przestrzeni publicznej, rozwój miasta, kapitał kulturowy, ekonomiczna i symboliczna wartość przestrzeni miejskiej

Wprowadzenie

Współczesne miasta coraz częściej stają się przestrzeniami, w których sztuka nie tylko wzbogaca życie kulturalne, lecz także pełni rolę katalizatora rozwoju społeczno-gospodarczego. Sztuka w przestrzeni publicznej stanowi istotny niematerialny zasób miasta. Jak wskazują badania (Florida 2002, Landry 2008), obecność działań artystycznych sprzyja tworzeniu innowacyjnego środowiska, które przyciąga kreatywne talenty oraz inwestorów. Sztuka wpływa także na wzmacnianie tożsamości lokalnej i integrację społeczną (Zukin 1995, Wali in. 2002, Lindström Sol i in. 2022), co z kolei zwiększa atrakcyjność dzielnic i sprzyja powstawaniu

nowych podmiotów kreatywnych. Ponadto interwencje artystyczne w przestrzeni publicznej aktywizują społeczności lokalne, tworząc warunki dla współpracy międzysektorowej i budowania kapitału społecznego (Evans 2009, Markusen 2013). Tym samym sztuka staje się strategicznym zasobem miejskim, który wspiera rozwój społeczno-ekonomiczny miasta.

Pomimo rosnącej liczby publikacji poświęconych roli sztuki – zwłaszcza w kontekście rewitalizacji (Palicki, Stachowska 2016, Szalwa 2022) oraz jakości przestrzeni miejskiej (Rogowska 2013, 2014) – zauważyć można niedobór opracowań ukazujących wpływ konkretnych interwencji artystycznych na rozwój sektora kreatywnego w miastach. Istniejące analizy skupiają się głównie na wymiarze symbolicznym, estetycznym i społecznym sztuki, rzadziej zaś podejmują próbę powiązania jej z mechanizmami wzrostu przedsiębiorczości, aktywizacji lokalnych środowisk twórczych czy kształtowania warunków sprzyjających innowacji.

Zidentyfikowana luka badawcza dotyczy niedoboru szczegółowych studiów przypadku oraz analiz opartych na wiedzy praktyków, które pozwalałyby zrozumieć, w jaki sposób sztuka w przestrzeni publicznej wpływa na rozwój gospodarki kreatywnej.

W niniejszym artykule przeanalizowano rolę sztuki jako czynnika rozwoju miejskiego na przykładzie Wrocławia – miasta, w którym działania artystyczne w przestrzeni publicznej stanowią istotny element lokalnej gospodarki kreatywnej. Wybór Wrocławia został uzasadniony jego pozycją jako byłej Europejskiej Stolicy Kultury (2016), znaczeniem na mapie polskich metropolii oraz intensywną obecnością sztuki w przestrzeni miejskiej (KPZK PAN 2018). Wrocław zajmuje również wysoką pozycję w rankingach miast, takich jak raport PwC „Wrocław – miasto perspektyw” (2015) czy ranking fDi „Polish Cities of the Future” (2019). Miasto może być zatem traktowane jako ilustracja szerszego zjawiska, łączącego rozwój sztuki w przestrzeni publicznej z przemianami gospodarczymi i kreatywnymi w skali miejskiej.

Celem artykułu jest ukazanie, w jaki sposób sztuka i interwencje artystyczne realizowane w przestrzeni miejskiej wspierają rozwój gospodarki kreatywnej. W ramach przeprowadzonych badań podjęto również próbę odpowiedzi na następujące pytania szczegółowe:

1. Czy sztuka i interwencje artystyczne przyczyniają się do powstawania nowych podmiotów kreatywnych?
2. Czy dzielnice z aktywną sceną artystyczną przyciągają twórców, startupy, inwestorów?
3. Jak mieszkańcy i lokalne władze postrzegają oddziaływanie sztuki na rozwój dzielnicy?
4. Czy obecność sztuki wpływa na wartość symboliczną i ekonomiczną przestrzeni?

Artykuł opiera się na założeniu, że sztuka w przestrzeni publicznej stanowi kluczowy czynnik rozwoju miasta, stymulując innowacyjność, powstawanie i przyciąganie podmiotów kreatywnych, podnosząc spójność i jakość życia społeczności miejskich oraz kształtując wizerunek miasta i przyciągając inwestorów.

W niniejszym badaniu zastosowano trzy główne metody badawcze, które pozwoliły na pogłębioną analizę wpływu sztuki w przestrzeni publicznej na rozwój gospodarki kreatywnej w mieście: krytyczną analizę literatury przedmiotu, studium przypadków wybranych inicjatyw artystycznych we Wrocławiu oraz wywiady eksperckie. Krytyczna analiza literatury przedmiotu, która polegała na selektywnej, problemowej i pogłębionej analizie źródeł w celu identyfikacji luki badawczej oraz oceny podejść teoretycznych w odniesieniu do zjawiska sztuki w przestrzeni publicznej i gospodarki kreatywnej.

Ponadto, aby pogłębić analizę wpływu sztuki w przestrzeni publicznej na rozwój gospodarki kreatywnej we Wrocławiu, zastosowano jakościową metodę zogniskowanego eksperckiego wywiadu otwartego w formie korespondencyjnej. Polegała ona na przesłaniu mailowo zestawu siedmiu pytań otwartych (zob. zał. 1) do celowo dobranej grupy ekspertów z obszarów kultury, sztuki, administracji miejskiej i biznesu. Metoda ta pozwoliła uzyskać pogłębione, indywidualne refleksje dotyczące roli sztuki w przestrzeni publicznej w kontekście rozwoju gospodarki kreatywnej. Ze względu na ograniczoną dostępność czasową badanych oraz elastyczność formy, wywiad pisemny okazał się najbardziej adekwatny. Do udziału zaproszono osoby z doświadczeniem w realizacji projektów artystycznych i współpracy międzysektorowej. Wśród respondentów znaleźli się przedstawiciele Wrocławskiego Instytutu Kultury (Agnieszka Jamroszczak), Wydziału Kultury Urzędu Miejskiego Wrocławia (Wioletta Biernacka), Departamentu Różnorodności Społecznej UM (Katarzyna Śmigielska), a także osoby ze środowisk artystycznych i biznesowych – animator kultury związany z zespołem Małe Instrumenty i przestrzenią Ruska 46 (Paweł Romańczuk) oraz przedstawiciel klubu muzycznego Vertigo i galerii Sztuka na Miejscu (Piotr Karwat). Tematyczna analiza odpowiedzi ekspertów pozwala na konfrontację ujęcia teoretycznego z doświadczeniem praktyków z różnych sektorów kultury i przestrzeni miejskiej.

Badania wnoszą istotny wkład teoretyczny i praktyczny, ukazując sztukę w przestrzeni publicznej jako realny czynnik kształtujący procesy urbanistyczne, społeczne i ekonomiczne. Uzupełniają lukę badawczą poprzez jakościową analizę ekspercką i studium przypadku Wrocławia oraz dostarczają praktycznych rekomendacji wspierających rozwój gospodarki kreatywnej i polityk miejskich.

Istota koncepcji miasta jako galerii w kontekście rozwoju gospodarki kreatywnej

Gospodarka kreatywna to ewoluująca koncepcja rozwoju gospodarki oparta na kreatywnych aktywach, potencjalnie generujących wzrost i rozwój gospodarczy. Stanowi obszar gospodarki, który w dużej mierze opiera się na kulturze, twórczości, kapitale intelektualnym oraz innowacjach, będąc nieodłączną częścią rozwoju nowoczesnych społeczeństw i zrównoważonego rozwoju (Castells 1996, Howkins 2001, Throsby 2008, Sneha, Kavitha 2024). Jednym z fundamentalnych komponentów gospodarki kreatywnej jest wykorzystanie kapitału ludzkiego w postaci

talentów oraz jego kompetencji twórczych w procesie wytwarzania dóbr i usług o charakterze kreatywnym, definiowanego jako klasa kreatywna. Zalicza się do niej m.in. artystów, projektantów, naukowców i wszystkie inne osoby, które kreują znaczące nowe formy w przestrzeni lokalnej, regionalnej, a także międzynarodowej (Florida 2002). Klasa kreatywna, rozumiana jako zbiorowość profesjonalistów wykorzystujących twórcze kompetencje i wiedzę w procesach produkcyjnych, tworzy podstawowe zaplecze zasobów ludzkich sektora kreatywnego, obejmującego m.in. sztukę, design, modę, muzykę, film, teatr, literaturę oraz technologie cyfrowe, w tym gry komputerowe i produkcje multimedialne. Obecnie branże kreatywne stają się kluczową siłą napędową, ponieważ wspierają innowacje, które są niezbędne do rozwoju także innych gałęzi gospodarki. Gospodarka kreatywna stanowi w ten sposób fundament współczesnych gospodarek opartych na wiedzy i technologii, przyczyniając się do wzrostu wartości ekonomicznej, w tym poprzez eksport dóbr kulturowych oraz rozwój nowych gałęzi przemysłu (Pięta-Kanurska 2013, Świącicki i in. 2023).

Gospodarka kreatywna nie tylko wspiera rozwój ekonomiczny miast, lecz także odgrywa kluczową rolę w ich przemianach przestrzennych i społecznych. Przyczynia się do wzrostu atrakcyjności dzielnic poprzez działania rewitalizacyjne, w których istotną funkcję pełni kultura – zarówno jako narzędzie integracji społecznej, jak i budowania lokalnej tożsamości. Wspiera też procesy inkluzywności, tworzenia wartościowych przestrzeni publicznych oraz poprawy jakości życia mieszkańców (Pięta-Kanurska 2013, Klasik i in. 2023).

W tak rozumiany paradygmat gospodarki kreatywnej wpisuje się koncepcja „miasta jako galerii”, ukazując związek między przestrzenią publiczną a procesami rozwoju społeczno-ekonomicznego (Rewers 2010, Porębski 2023). Podstawowe założenie tej koncepcji polega na traktowaniu przestrzeni publicznej jako swoistej „wystawy sztuki” – dynamicznej, otwartej i partycypacyjnej. Różnorodne formy i działania artystyczne – od murali, instalacji, rzeźb i działań performatywnych i in. – stają się integralną częścią miejskiego krajobrazu, przekształcając go w przestrzeń aktywnej komunikacji i współtworzenia tożsamości poprzez odniesienia do lokalnej historii, postaci czy aktualnych problemów społecznych, a działania artystyczne pozwalają mieszkańcom lepiej identyfikować się z miejscem (Porębski 2023, Kasperczyk-Brodecka 2023). Chodzi tu o estetyzację, lecz przede wszystkim o jej aktywizację kulturową i społeczno-ekonomiczną, w której artystyczne zagospodarowanie przestrzeni publicznej pełni równocześnie funkcję społeczną, kulturową i ekonomiczną (Rewers 2010, Dwutygodnik 2017, Porębski 2023). Może być realnym wsparciem rozwoju lokalnej aktywności i sektorów kreatywnych, stając się motorem innowacji, inwestycji i turystyki kulturalnej (Rogowska 2014, Stachowiak 2015, Pięta-Kanurska 2019, Rembeza 2019). „Miasto jako galeria” staje się inkubatorem innowacji kulturowych i ekonomicznych, otwierając przestrzeń dla działań nowych podmiotów: od niezależnych galerii, kolektywów i studiów projektowych, po agencje zajmujące się designem, sztuką cyfrową, rozszerzoną rzeczywistością (AR/VR), turystyką kreatywną czy edukacją artystyczną, organizacji pozarządowych, startupów i in. Koncepcja ta sprzyja również rozwojowi współpracy międzysektorowej – pomiędzy artystami,

instytucjami kultury, samorządami, uczelniami i sektorem prywatnym (Szultka 2012). Transformacja przestrzeni miejskiej w kierunku „galerii” znajduje również zastosowanie w strategiach urbanistycznych, szczególnie w działaniach rewitalizacyjnych i tożsamościowych (Landry 2008, Klasik 2009, Zukin 2010, Pięta-Kanurska 2013).

Należy zauważyć, że rozwój działalności kreatywnej w przestrzeni publicznej może mieć także negatywne strony, zwłaszcza w kontekście gentryfikacji. Rozwój usług i produktów sektora kreatywnego staje się czynnikiem przyciągającym inwestycje i nowych mieszkańców, co zwiększa wartość nieruchomości w danej dzielnicy. Z kolei wzrost cen może skutkować wypieraniem dotychczasowych, często mniej zamożnych, mieszkańców. W takich przypadkach kultura i działalności kreatywne, choć zasadniczo pełnią rolę integracyjną i wspierającą tożsamość lokalną, mogą też przyczyniać się do marginalizacji społeczności, które wcześniej kształtowały charakter miejsca. Dlatego istotne jest, aby procesy artystyczne w przestrzeni publicznej były realizowane z uwzględnieniem wszystkich grup społecznych, tak aby nie prowadziły do pogłębiania nierówności społecznych i ekonomicznych (Pięta-Kanurska 2011, Kasperczyk-Brodecka 2023).

Gospodarka kreatywna istotnie wpływa na wartość symboliczną i ekonomiczną przestrzeni miejskiej, zmieniając jej funkcję oraz znaczenie w lokalnej gospodarce. Przestrzeń nabiera wartości, gdy staje się nośnikiem tożsamości – wyraża wartości ważne dla jej użytkowników. Symboliczny wymiar przestrzeni kształtują m.in. pomniki, murale, zabytki, miejsca pamięci oraz artystyczne interwencje, które nadają jej unikalny charakter i sprzyjają budowaniu dumy lokalnej oraz integracji społecznej (Kowalski, Nowak 2021). Sztuka, design, muzyka czy wydarzenia kulturalne ożywiają miejskie przestrzenie, wzmacniając ich tożsamość i atrakcyjność. Działania artystyczne, odwołujące się do lokalnych tradycji czy problemów społecznych, wpływają na postrzeganie przestrzeni, budując więź mieszkańców z miejscem i zwiększając jego wartość również z perspektywy turystycznej i inwestycyjnej.

Współczesne miasta postrzegają przestrzeń także jako zasób o istotnym znaczeniu ekonomicznym. Wartość ekonomiczna przestrzeni to jej zdolność do generowania korzyści finansowych i rozwojowych, takich jak przyciąganie inwestycji, wspieranie działalności gospodarczej, tworzenie miejsc pracy oraz zwiększanie efektywności lokalnej gospodarki. Na wzrost tej wartości wpływają liczne czynniki, m.in.: modernizacja infrastruktury miejskiej, tworzenie nowych obiektów użyteczności publicznej, redefinicja funkcji zdegradowanych obszarów poprzez działania rewitalizacyjne, a także organizacja wydarzeń kulturalnych przyciągających mieszkańców i turystów – wpływających na podnoszenie jakości usług (Zukin 2010, Pięta-Kanurska 2019, Adamus, Przygodzki 2022). W tym kontekście przestrzeń miejska staje się platformą dla innowacyjnych działań, w których kultura i kreatywność stanowią motor napędowy zmian społeczno-gospodarczych i rozwojowi nowoczesnych branż kreatywnych (Landry 2008, Klasik 2009). Obecność kreatywnych przedsiębiorstw przyczynia się do tworzenia nowych miejsc pracy i przyciąga wykwalifikowanych specjalistów. W efekcie przestrzeń miejska zyskuje na atrakcyjności i funkcjonalności, a jej ekonomiczna wartość rośnie.

Miasta inwestujące w sektor kreatywny stają się dynamicznymi centrami rozwoju gospodarczego, oferującymi przestrzeń do współpracy, twórczości i wymiany idei. To przekłada się nie tylko na ich rosnącą atrakcyjność, ale także na trwały rozwój ekonomiczny, społeczny i kulturowy (Landry 2008, Klasik 2009, Zukin 2010, Pięta-Kanurska 2013).

Inicjatywy miasta i biznesu dla artystów we Wrocławiu – studium przypadków

Wrocław jest jednym z największych ośrodków kulturalnych i intelektualnych w Polsce o wielowiekowej tradycji. Kultura staje się kluczowym czynnikiem kształtującym miasto, wpływając na przestrzeń, procesy społeczne oraz gospodarkę. Jej rola wykracza poza estetykę, oddziałując na rozwój gospodarczy, relacje społeczne i tożsamość mieszkańców oraz miejsca (Diagnoza 2023).

Przykładem ścisłej współpracy miasta i artystów jest Podwórko Ruska 46 (Strefa Kultury Wrocław 2020). Inicjatywa powstania centrum kultury w miejscu dawnej fabryki neonów należała do Urzędu Miasta Wrocławia, Zarządu Zespołu Komunalnego i Strefy Kultury Wrocław (od 2022 r. częściowo przemianowanej na Wrocławski Instytut Kultury). Celem stworzenia miejsca było ułatwienie dostępu do kultury i zwiększenie udziału mieszkańców w różnorodnych inicjatywach o charakterze artystycznym i kulturalnym. Dzięki współpracy fundacji Neon Side, której misją jest ratowanie historycznych reklam świetlnych, wybór lokalizacji galerii nie był przypadkowy – w podwórku ul. Ruskiej 46 funkcjonowało nieistniejące już przedsiębiorstwo Reklama, które od połowy lat 60. XX w. było największym producentem neonów na Dolnym Śląsku. Budynki mieszczące się pod adresami Ruska 46a, b i c przeszły kompleksową renowację. Aktualnie na przestrzeni ponad 7000 m² działa ponad 40 organizacji, instytucji i pracowni artystycznych (m.in.: Studio BWA, Atelier Ceramiczne Tyc-Klekot, Art Brut, Teatr Ad Spectatores, CUKR, Surowiec, Strefa Kultury Wrocław). Niektóre z nich są unikalnymi miejscami w skali świata, jak na przykład Galeria Toy Piano. Ponadto Ruska 46 to miejsce spotkań zarówno zawodowych, jak i prywatnych, w którym można znaleźć informacje o organizacjach, instytucjach i pracowniach artystycznych działających w podwórku, a także wziąć udział w wernisażach, pokazach filmowych czy warsztatach. W podwórku działa klubokawiarnia Recepcja, współtworzona przez Wrocławski Instytut Kultury.

Gospodarzem miejsca jest Wrocławski Instytut Kultury, który czuwa nad artystami i ich potrzebami, często jest też ogniwem pośrednim między twórcami a urzędnikami. Wydarzenia organizowane na Ruskiej 46 odbywają się według standardów wypracowanych wraz z zarządcą obiektu, którym jest Zarząd Zespołu Komunalnego. Jego rola polega przede wszystkim na opracowaniu wytycznych dotyczących bezpieczeństwa użytkowania z zachowaniem odpowiednich warunków technicznych, przeciwpożarowych i sanitarnych, a także istotne jest ograniczenie uciążliwości generowanych wydarzeń dla mieszkańców sąsiadujących

nieruchomości. Jednym z priorytetów działalności podwórka jest bowiem bezpieczeństwo i szacunek do sąsiadów.

Mimo że artyści działający w hubie narzekają na brak elastyczności i otwartości miasta na dialog, a wiele inicjatyw jest narzucanych odgórnie, eksperymentalny charakter Ruskiej 46 zwiększył atrakcyjność tego miejsca, nadając mu symboliczną i ekonomiczną wartość oraz oferując szeroką ofertę kulturalną.

Kolejny przykład stanowią dwie inicjatywy biznesu (inicjatorem obu jest prywatny inwestor: spółka Save the World Real Estates) aktywizujące kreatywne podmioty oraz opierające się na współpracy biznes–kultura–miasto: Vertigo Jazz Club & Restaurant i Sztuka na Miejscu (Vertigo n.d., Sztuka 2021). Wrocław od zawsze był miejscem kojarzonym ze sceną jazzową. Od 1964 r. odbywa się tu Festiwal Jazz nad Odrą, który od lat przyciąga artystów z całego świata. Przez dziesięciolecie w mieście działał Jazz Klub Rura, gdzie można było słuchać jazzu na żywo. Po jego zamknięciu w 2010 r. brakowało tego typu miejsca dla licznych fanów jazzu. W odpowiedzi na potrzebę rynku i odbiorców powstał w 2015 r. Vertigo Jazz Club & Restaurant, który w tej chwili jest jednym z większych klubów jazzowych w Europie. W miejscu tym odbywają się koncerty towarzyszące oraz imprezy partnerskie Jazzu nad Odrą, Przeglądu Piosenki Aktorskiej, New York Jazz Masters International Workshop, Dolnośląskiego Festiwalu Teatrów Improwizacji, Bass & Beat Festival. Na co dzień klub jest miejscem spotkań, jazz session muzyków, koncertów kameralnych, a także spotkań biznesowych i różnego rodzaju eventów. Od 2017 r. stale występuje na scenie Vertigo Teatr Improwizacji „Improkracja”. Klub angażuje się w muzyczne inicjatywy Wrocławia. We współpracy z Wydziałem Kultury Urzędu Miasta Wrocławia od 2018 r. współorganizuje Vertigo Summer Jazz Festival, który z każdym rokiem przyciąga coraz większą rzeszę fanów. Festiwal odbywa się w wielu lokalizacjach, w tym na dachach galerii handlowych Renomy oraz Galerii Dominikańskiej. Ponadto w lokalu odbywają się liczne wystawy i wernisaże fotografii i grafiki jazzowej. Klub współpracuje również z wieloma fundacjami, wspierając działania charytatywne. W 2019 r. uzyskał patronat Polskiego Stowarzyszenia Jazzowego oraz tytuł „30 Kreatywnych Wrocławia”. Od 2023 r. Vertigo jest również członkiem prestiżowej Europe Jazz Network. Tytuły te dodają prestiżu nie tylko miejscu i muzycznej scenie Wrocławia, ale samemu miastu, które na całym świecie jest kojarzone z jazzem. Po kilku latach od rozpoczęcia działalności Vertigo Jazz Club & Restaurant, spółka Save the World Real Estates postanowiła stworzyć nieopodal miejsce przyciągające fanów sztuki wizualnej. Wraz z Wydziałem Kultury Urzędu Miasta Wrocławia stworzona została koncepcja Galerii Sztuki ściśle powiązanej z Akademią Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu. To działanie miało na celu promowanie sztuki młodych artystów, zwiększenie dostępności do poznania twórczości wrocławskich artystów przez mieszkańców i koneserów sztuki. Sztuka na Miejscu powstała w 2018 r. i była pierwszą tego typu inicjatywą biznesu dla rynku sztuki we Wrocławiu. Odbywają się tu cykliczne wystawy i wernisaże nie tylko studentów wrocławskiej ASP, ale także znanych i cenionych artystów. W przestrzeni galerii jest też miejsce przeznaczone na eventy, spotkania autorskie czy biznesowe.

Obie inicjatywy są przykładem ścisłej współpracy międzysektorowej: administracja samorządowa–biznes–artyści. Przedstawione inicjatywy miejskie i biznesowe we Wrocławiu znacząco przyczyniają się do rozwoju gospodarki kreatywnej, wzmacniając symboliczny i ekonomiczny potencjał przestrzeni miejskiej (Działdza i in. 2015). Korzyści z tych działań czerpią różne grupy: mieszkańcy zyskują dostęp do bogatej oferty kulturalnej, artyści – przestrzeń do działania i ekspresji, a przedsiębiorcy – prestiż, rozpoznawalność i potencjalne zyski wynikające z udziału w rynku kreatywnym. Perspektywy dalszych działań opierają się na pogłębianiu współpracy między sektorami, zwiększeniu autonomii środowisk artystycznych, uproszczeniu procedur administracyjnych oraz dalszym wspieraniu inicjatyw oddolnych.

Rola sztuki w gospodarce kreatywnej – analiza tematyczna wywiadu eksperckiego

Wpływ sztuki w przestrzeni publicznej na rozwój gospodarki kreatywnej był głównym tematem przeprowadzonych wywiadów eksperckich (zob. zał. 1). Poniższa prezentacja tematyczna ukazuje kluczowe obszary, w których działania artystyczne przyczyniają się do powstawania nowych inicjatyw i podmiotów kreatywnych, wzrostu atrakcyjności dzielnic oraz budowania symbolicznej i ekonomicznej wartości przestrzeni.

Analizując udzielone przez ekspertów odpowiedzi w kontekście pytania badawczego: czy sztuka i inne działania artystyczne przyczyniają się do powstawania nowych podmiotów kreatywnych? – można zauważyć wyraźny obraz roli sztuki jako katalizatora przemian. Eksperci zgodnie podkreślają, że obecność sztuki w przestrzeni publicznej pełni funkcje inicjujące i społeczno-ekonomiczne, jest katalizatorem współpracy między artystami, instytucjami kultury, organizacjami

Tabela 1. Sztuka w przestrzeni publicznej jako impuls dla rozwoju sektora kreatywnego

Obszar oddziaływania	Charakterystyka
Funkcja uruchamiająca	Sztuka w przestrzeni publicznej inicjuje procesy społeczne, ekonomiczne i symboliczne związane z kreatywnością, współpracą i tożsamością miejsca
Funkcja edukacyjna i społeczna	Sztuka działa jako element codziennego życia, komunikacji i edukacji kulturowej; staje się formą spędzania czasu oraz narzędziem budowania wspólnoty
Katalizator współpracy międzysektorowej	Sztuka ułatwia współpracę między artystami, instytucjami kultury, organizacjami pozarządowymi, biznesem i mieszkańcami
Wzmocnienie sektora kreatywnego	Zwiększa zapotrzebowanie na usługi twórcze, sprzyja powstawaniu nowych podmiotów, poprawia warunki pracy artystów oraz ich widoczność w przestrzeni miejskiej
Wpływ na rozwój gospodarczy	Kreuje atrakcyjny wizerunek miasta, przyciąga turystów i inwestorów, buduje „miękką” infrastrukturę innowacji opartą na kapitale symbolicznym i społecznym

Źródło: opracowanie własne.

pozarządowymi, biznesem i mieszkańcami oraz stanowi istotny impuls dla rozwoju sektora kreatywnego, wpływając na zwiększenie zapotrzebowania na usługi twórcze (zob. tab. 1).

Charakteryzując odpowiedzi odnoszące się do drugiego pytania badawczego: czy dzielnice z aktywną sceną artystyczną przyciągają twórców, startupy i inwestorów? – można stwierdzić, że eksperci dostrzegają wyraźny związek między obecnością sztuki a rosnącą atrakcyjnością miejskich przestrzeni. Ich zdaniem działania artystyczne wpływają zarówno na symboliczny, jak i funkcjonalny wymiar dzielnic, czyniąc je bardziej otwartymi, inspirującymi i prestiżowymi. Przestrzenie te są chętnie wybierane przez twórców, przedsiębiorców z sektora kre-

Tabela 2. Atrakcyjność dzielnic a działania artystyczne

Obszar oddziaływania	Charakterystyka
Funkcja wizerunkowa i tożsamościowa	Sztuka zmienia postrzeganie miejsca, wzmacnia lokalną tożsamość i może inicjować zmiany infrastrukturalne i społeczne Działania artystyczne zwiększają atrakcyjność i rozpoznawalność dzielnic, zwłaszcza mniej oczywistych turystycznie i peryferyjnych
Rewitalizacja symboliczna	Sztuka nadaje przestrzeniom nowe znaczenia, przyciąga uwagę mediów, inwestorów i mieszkańców, także z innych części miasta
Zakorzenie i inkluzywność	Skuteczność działań zależy od ich autentyczności, zakorzenienia w lokalnym kontekście i współpracy z mieszkańcami. Sztuka nie powinna prowadzić do gentryfikacji
Autentyczność i lokalność	Atrakcyjność dzielnicy wzrasta, gdy działania artystyczne są osadzone lokalnie i wynikają z potrzeb społeczności
Procesualność działań	Trwały efekt wizerunkowy i społeczny przynosi ciągłość działań artystycznych, a nie pojedyncze interwencje
Aktywizacja społeczności	Sztuka może wspierać integrację mieszkańców, wzmacniać poczucie współodpowiedzialności za przestrzeń i angażować lokalne społeczności

Źródło: opracowanie własne.

atywnego oraz inwestorów. Jednocześnie eksperci zwracają uwagę, że sztuka nie jest jedynym czynnikiem decydującym – kluczowe znaczenie mają infrastruktura, dostępność komunikacyjna czy lokalizacja (zob. tab. 2).

Odnosząc się do trzeciego pytania badawczego: jak mieszkańcy i lokalne władze postrzegają wpływ sztuki na rozwój dzielnicy? – eksperci podkreślali, że percepcja sztuki w przestrzeni publicznej jest zróżnicowana i zależy od wielu czynników, w tym kontekstu społecznego, rodzaju działań artystycznych oraz formy zaangażowania lokalnej społeczności.

Z jednej strony, zarówno mieszkańcy, jak i przedstawiciele samorządu dostrzegają potencjał sztuki jako narzędzia ożywiania przestrzeni i budowania lokalnej tożsamości. Z drugiej strony, eksperci zwracali uwagę na przypadki nieufności, dystansu lub wręcz sprzeciwu wobec inicjatyw artystycznych – zwłaszcza wtedy, gdy pojawiają się one bez konsultacji z mieszkańcami lub gdy ingerują w przyzwyczajenia codziennego użytkowania przestrzeni. Kluczowe okazuje się tu długofalowe myślenie, otwartość na działania oddolne oraz tworzenie ram instytucjonalnych, które pozwolą lepiej integrować sztukę z politykami miejskimi.

Dodatkowo eksperci zostali poproszeni o refleksję nad tym, jakie działania – artystyczne, programowe i infrastrukturalne – najbardziej sprzyjają aktywizacji lokalnej społeczności. Odpowiedzi jednoznacznie wskazują, że kluczem do budo-

Tabela 3. Działania sprzyjające aktywizacji lokalnej społeczności

Rodzaj działania	Charakterystyka
Artystyczne	- projekty o charakterze partycypacyjnym – wspólne tworzenie murali, instalacji, wystaw plenerowych, które angażują mieszkańców jako współtwórców, a nie jedynie odbiorców - sztuka oparta na lokalnych narracjach – działania artystyczne nawiązujące do historii dzielnicy, codziennych doświadczeń mieszkańców, ich wspomnień i tożsamości: „Sztuka ma siłę, jeśli mówi o czymś, co ludzie uznają za swoje” - interwencje artystyczne w przestrzeni codziennej – obecność sztuki na placach zabaw, podwórkach, przystankach czy skwerach, która staje się częścią życia codziennego
Programowe	- warsztaty i spotkania twórcze – formy otwarte i dostępne dla różnych grup wiekowych i społecznych, pozwalające rozwijać umiejętności, ale też budować relacje międzyludzkie - spacery sąsiedzkie, działania performatywne i animacyjne – łączące edukację o miejscu z doświadczeniem wspólnoty - programy tworzone we współpracy z lokalnymi liderami i organizacjami – dające poczucie realnego wpływu i odpowiedzialności za efekty działań
Infrastrukturalne	- udostępnianie przestrzeni na działania twórcze – np. nieużywanych lokali, pustostanów, podwórek czy przestrzeni półpublicznych - tworzenie tzw. miejsc niskoprogowych – dostępnych bez barier finansowych i formalnych, w których można eksperymentować, spotykać się i działać niezależnie - stała obecność animatorów i instytucji wspierających oddolne inicjatywy – jako element stabilizujący i ułatwiający rozwój projektów

Źródło: opracowanie własne.

wania trwałego zaangażowania mieszkańców są działania oddolne, zakorzenione w kontekście lokalnym i prowadzone w sposób otwarty oraz partycypacyjny (zob. tab. 3).

Wśród tematów poruszanych w wywiadach eksperckich znalazło się również zagadnienie współpracy między miastem, środowiskiem artystycznym i sektorem prywatnym w kontekście realizacji działań artystycznych w przestrzeni publicznej. Eksperci byli zgodni, że choć istnieją przykłady udanych inicjatyw partnerskich, to współpraca ta nie jest jeszcze wystarczająco rozwinięta ani systematyczna. Eksperci wskazywali na kluczowe w tym obszarze wyzwania, m.in.:

- brak zaufania i wspólnego języka między stronami – artyści często czują się niezrozumiani przez urzędników, natomiast miasto oczekuje realizacji celów administracyjnych, które nie zawsze są spójne z logiką twórczą;
- biurokracja i trudności w zdobywaniu zgód administracyjnych jako główne przeszkody w realizacji działań artystycznych;
- niedostateczne zaangażowanie instytucji publicznych w rozwój sztuki w przestrzeni publicznej, a szczególnie brak trwałych mechanizmów współpracy między miastem, artystami i sektorem prywatnym;

- ograniczona otwartość sektora prywatnego na finansowanie działań artystycznych – sponsorzy rzadko postrzegają sztukę w przestrzeni publicznej jako wartość dodaną dla swojego wizerunku czy lokalnego otoczenia;
- potrzeba koordynacji – brakuje instytucji lub osób pełniących rolę łącznika pomiędzy artystami, urzędem a potencjalnymi partnerami biznesowymi;
- potrzeba stworzenia systemowych rozwiązań – takich jak programy mecenatu, miejskie bazy artystów i inwestorów czy trwałe modele współpracy oparte na zaufaniu i długofalowym planowaniu.

W odpowiedziach ekspertów na ostatnie pytanie badawcze: czy obecność sztuki wpływa na wartość symboliczną i ekonomiczną przestrzeni – pojawia się

Tabela 4. Symboliczna i ekonomiczna wartość przestrzeni publicznej miasta

Wartość przestrzeni	Charakterystyka
symboliczna	• wartość przestrzeni wzrasta dzięki estetyzacji, unikalności oraz aktywnemu uczestnictwu społeczności • obecność sztuki nadaje miejscu nową tożsamość i wyróżnia je w miejskim krajobrazie – zyskuje ono unikalny charakter, staje się elementem tożsamości lokalnej i źródłem dumy społecznej, staje się rozpoznawalne na arenie międzynarodowej • sztuka transformuje przestrzeń – z zaniedbanych lub przemysłowych w miejsca spotkań i życia kulturalnego
ekonomiczna	• obecność sztuki może przyczynić się do wzrostu zainteresowania inwestorów i wartości nieruchomości, choć zależy to od wielu czynników (takich jak lokalizacja, infrastruktura i trendy rynkowe) • wzrost ekonomicznej wartości przestrzeni nie jest automatyczny i może mieć negatywne skutki społeczne, może uruchamiać procesy gentryfikacyjne, jeśli nie zostanie odpowiednio zarządzony

Źródło: opracowanie własne.

wyraźne przekonanie, że obecność sztuki w przestrzeni publicznej może znacząco wpływać zarówno na symboliczny, jak i – w określonych warunkach – ekonomiczny wymiar danej lokalizacji (zob. tab. 4).

Sztuka i działania artystyczne przyczyniają się do budowania nowej tożsamości miejsc, często nadając im unikalny charakter, zwiększając ich atrakcyjność i wartość symboliczną i ekonomiczną. Wzrost wartości miejsca nie jest jednak zjawiskiem automatycznym, lecz zależy od wielu czynników, m.in. infrastruktury, lokalizacji czy spójności działań instytucjonalnych. Jednocześnie eksperci zwracali uwagę na potrzebę prowadzenia działań artystycznych w sposób odpowiedzialny społecznie, z uwzględnieniem lokalnej wspólnoty i jej potrzeb.

Zakończenie

Celem artykułu była analiza wpływu sztuki i działań artystycznych w przestrzeni publicznej na rozwój gospodarki kreatywnej – szczególnie w kontekście aktywizacji podmiotów twórczych, poprawy atrakcyjności dzielnic oraz budowania symbolicznej i ekonomicznej wartości przestrzeni. Wyniki badań potwierdzają,

że sztuka pełni nie tylko funkcję estetyczną, lecz także istotną rolę społeczną i ekonomiczną, stając się impulsem dla rozwoju sektora kreatywnego.

Artykuł wypełnia lukę badawczą dotyczącą braku pogłębionych studiów przypadku i eksperckich analiz ukazujących realny wpływ sztuki na gospodarkę kreatywną. Wnioski pozwalają lepiej zrozumieć mechanizmy działania sztuki publicznej oraz stanowią podstawę do integrowania polityk kulturalnych, urbanistycznych i gospodarczych. Analiza konkretnych inicjatyw dostarcza również praktycznych rekomendacji dla decydentów, instytucji kultury i środowisk twórczych, takich jak:

1. Rozwijanie systemów współpracy między sektorem publicznym, artystycznym i prywatnym, np. poprzez bazy kontaktów, wspólne platformy projektowe lub fundusze partnerstwa lokalnego.
2. Wprowadzenie miejskiego programu mecenatu artystycznego, który zapewniłby wsparcie finansowe i promocyjne dla niezależnych działań w przestrzeni publicznej.
3. Tworzenie otwartych stref artystycznych w miejskich planach zagospodarowania, z przeznaczeniem pod działania twórcze i infrastrukturalne (pracownie, galerie, warsztaty).
4. Uproszczenie procedur formalnych związanych z realizacją projektów artystycznych w przestrzeni publicznej, m.in. skrócenie czasu uzyskiwania zezwoleń, jasne ścieżki decyzyjne.
5. Edukacja kulturalna i estetyczna mieszkańców, inwestorów oraz urzędników, która budowałaby świadomość wartości sztuki publicznej i jej roli w rozwoju miejskim.
6. Zwiększenie dostępności lokali miejskich dla organizacji twórczych i organizacji pozarządowych, na preferencyjnych warunkach w zamian za działania na rzecz społeczności lokalnych.
7. Instytucjonalizacja konsultacji społecznych w procesie planowania interwencji artystycznych, by lepiej odpowiadały na potrzeby i oczekiwania lokalnych społeczności.
8. Stworzenie miejskiej strategii rozwoju sztuki w przestrzeni publicznej, powiązanej z polityką rewitalizacji, partycypacji i rozwoju gospodarczego.
9. Zachęty podatkowe dla firm inwestujących w sztukę w przestrzeni publicznej, np. możliwość odliczenia kosztów sponsorowania wydarzeń artystycznych czy instalacji.
10. Monitoring i ewaluacja wpływu sztuki publicznej na rozwój dzielnic, oparty na danych społecznych, ekonomicznych i przestrzennych – w celu wypracowania długofalowych polityk miejskich.

Należy stwierdzić, że badania wymagają dalszych analiz, ponieważ dostrzeżono pewne ograniczenia, które mogą oddziaływać na sformułowane wnioski. Przede wszystkim dotyczą one doboru ekspertów do wywiadów – istnieje ryzyko jednostronnego spojrzenia na problem wpływu sztuki i działań artystycznych na rozwój gospodarki kreatywnej, gdyż wybrani respondenci mogli być bezpośrednio zainteresowani potwierdzeniem tego wpływu. Istotnym uzupełnieniem badań mogłoby być zastosowanie ankiet skierowanych bezpośrednio do mieszkańców

oraz inwestorów, np. deweloperów. W związku z tym wskazana jest kontynuacja badań w tym zakresie. Szczególnie ważne jest także zbadanie efektywności współpracy międzysektorowej oraz pogłębione badanie wpływu inicjatyw kulturalnych na gospodarkę lokalną. Taka analiza umożliwi lepsze projektowanie trwałych polityk kulturalnych w kontekście strategii rozwoju gospodarki kreatywnej miasta.

Załącznik 1. Pytania do wywiadu eksperckiego: „Sztuka w przestrzeni publicznej jako impuls rozwoju gospodarki kreatywnej – perspektywa praktyka”

1. Jakie znaczenie – z Państwa perspektywy – mają działania artystyczne w przestrzeni publicznej dla rozwoju lokalnych inicjatyw kreatywnych (NGO, start-upów, pracowni)?
2. Czy zauważyli Państwo, że obecność sztuki w przestrzeni miejskiej wpływa na atrakcyjność dzielnicy jako miejsca pracy i życia dla osób kreatywnych oraz inwestorów?
3. Jakie działania (artystyczne, programowe, infrastrukturalne) najbardziej sprzyjają aktywizacji lokalnej społeczności wokół sztuki i kultury?
4. Czy współpraca między miastem, artystami i sektorem prywatnym w kontekście sztuki publicznej jest – Pana/Pani zdaniem – wystarczająca? Co można by poprawić?
5. Jak sztuka uliczna i działania twórcze wpływają na symboliczny i ekonomiczny wymiar przestrzeni miejskiej? Czy obserwują Państwo zjawiska takie, jak wzrost zainteresowania nieruchomościami, gentryfikacja, zmiana funkcji przestrzeni?
6. Jakie bariery i wyzwania najczęściej napotykają Państwo w kontekście prowadzenia działań artystycznych w przestrzeni miejskiej?
7. Jakie widzą Państwo możliwości rozwoju inicjatyw artystycznych w przyszłości? Jakie wsparcie – instytucjonalne lub społeczne – byłoby kluczowe dla ich dalszego funkcjonowania i wpływu na gospodarkę kreatywną miasta?

Konflikt interesów

Autorki deklarują brak występowania konfliktu interesów. Podział pracy przy artykule wyglądał następująco:

- konceptualizacja: MPK,
- metodologia: MPK, DK,
- organizacja badań: DK,
- analiza formalna: MPK,
- pisanie: MPK, DK – (część dot. charakterystyki studiów przypadków).

Literatura

- Adamus J., Przygodzki Z. 2022. Ekonomiczna wartość przestrzeni publicznych: Kapitał, wycena, zarządzanie. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. Łódź.
- Castells M. 1996. *The rise of the network society*. Blackwell, Oxford.
- Departament Spraw Społecznych Urzędu Miasta Wrocławia. 2023. Diagnoza samorządowego pola wrocławskiej kultury za lata 2019–2023+.
- Dziadzia B., Glyda-Żydek B., Piskorek-Oczko S. 2015. *Sztuka w przestrzeni publicznej. Artystyczne wymiary wytwarzania kapitału społecznego i kulturowego*. Fundacja Animacji Społeczno-Kulturalnej, Poznań.
- Evans G. 2009. Creative Cities, Creative Spaces and Urban Policy. *Urban Studies*, 46(5–6): 1003–1040.
- fDi Intelligence. 2019. Polish Cities of the Future 2019/20. Financial Times Ltd., London (<https://www.fdiintelligence.com>; dostęp: 29.04.2025).
- Florida R. 2002. *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books, New York.
- Hawkins J. 2001. *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books, London.
- Kasperczyk-Brodecka Z. 2023. Tymczasowe użytkowanie na cele kultury jako narzędzie miastotwórcze wspierające aktywizację społeczno-przestrzenną. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 68(1): 1–15.
- Klasik A. 2009. *Miasta kreatywne – koncepcja i wyzwania*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.
- Klasik A., Kuźnik F., Ochojski A. 2023. *Wehikuły rozwoju miejskiego*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice.
- Kowalski P., Nowak M. 2021. Wartość symboliczna przestrzeni publicznej w miastach. Analiza przypadków. *Studia nad Gospodarką Przestrzenną*, 32(2): 45–60.
- KPZK PAN. 2018. *Polska metropolia: diagnoza i kierunki rozwoju*. Komitet Przestrzennego Zagospodarowania Kraju Polskiej Akademii Nauk, Warszawa.
- Landry C. 2008. *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan, London.
- Lindström Sol H., Gibson R., Lind T. 2022. Bonding and bridging: Social cohesion in collaborative cultural practices in shared local spaces. *Nordic Journal of Arts, Culture and Health*, 4(1): 31–45. <https://doi.org/10.18261/nkt.26.1.3>
- Markusen A. 2013. *Fuzzy Concepts, Proxy Data: The Problems of Measuring Creative Placemaking*. Humphrey School of Public Affairs, Minneapolis.
- Miasto jako galeria sztuki – spotkanie z nowoczesnymi instalacjami (<https://travelalert.pl/miasto-jako-galeria-sztuki-spotkanie-z-nowoczesnymi-instalacjami/>; dostęp: 29.04.2025).
- Miasto jako wystawa. 2017. Dwutygodnik (<https://www.dwutygodnik.com/artukul/7268-miasto-jako-wystawa.html>; dostęp: 29.04.2025).
- Palicki S., Stachowska P. 2016. Estetyzacja artystyczna w procesach rewitalizacji miast. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 418.
- Pięta-Kanurska M. 2013. Wpływ sektora kreatywnego na kształtowanie się polskich metropolii. *Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, Wrocław.
- Pięta-Kanurska M. 2011. Proces gentryfikacji w miastach. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 152: 395–405.
- Pięta-Kanurska M. 2019. *Przestrzeń publiczna współczesnego miasta – istota, rodzaje i czynniki jej atrakcyjności*. [W:] T. Klasik (red.), *Budowanie atrakcyjności przestrzeni miejskich*. Studia KPZK PAN, 194: 35–52.
- Polski Instytut Ekonomiczny. 2023. *Rola przemysłów kreatywnych w gospodarce i możliwości wsparcia publicznego*. Warszawa.
- Porębski J. 2023. *Miasto jako przestrzeń kultury. Formy* (<https://formy.xyz/abstrakt/miasto-jako-przestrzen-kultury/>; dostęp: 29.04.2025).
- PwC. 2015. Wrocław – miasto perspektyw. PwC, Polska, październik (<https://www.pwc.pl/pl/pdf/wroclaw-miasto-perspektyw.pdf>; dostęp: 29.04.2025).
- Rada ds. Przedsiębiorczości. 2019. *Przedsiębiorczy Wrocław 2030*. Urząd Miejski Wrocławia, Wrocław.
- Rembeza M. 2019. Creative placemaking in Poland. Can art become an effective tool of urban regeneration? Gdańsk University of Technology, Gdańsk.
- Rewers E. 2010. *Miasto w sztuce – sztuka miasta*. Universitas, Kraków.

- Porębski J. 2023. Miasto jako przestrzeń kultury. Formy (<https://formy.xyz/abstrakt/miasto-jako-przestrzen-kultury/>; dostęp: 29.04.2025).
- Rogowska M. 2013. Przestrzeń publiczna w rozwoju kreatywnych miast. *Biblioteka Regionalisty*, 13: 179–188.
- Rogowska M. 2014. Jakość przestrzeni publicznej w rozwoju aglomeracji miejskich. *Prace Naukowe UE Wrocław*, 341: 245–253.
- Ruska46 (<https://www.ruska46.pl>; dostęp: 29.04.2025).
- Sneha V., Kavitha R. 2024. Exploring the economy of creativity and culture in the light of Industry 5.0: a systematic literature review of the setup of creative industries. *Journal of Strategy and Management*. <https://doi.org/10.1108/JSMA-05-2023-0095>
- Stachowiak K. 2015. Przestrzenny wymiar sektora kreatywnego. [W:] A. Klasik (red.), *Sektor kreatywny jako katalizator przemian strukturalnych w regionie*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice, s. 144–162.
- Święcicki I., Ilnicki R., Krawczyk S., Włodarczyk A., Biga B., Wojnar K. 2023. Rola przemysłów kreatywnych w gospodarce i możliwości wsparcia publicznego. *Polski Instytut Ekonomiczny*, Warszawa.
- Szalwa A. 2022. Sztuka wizualna w procesach rewitalizacyjnych miasta Wrocław. [W:] K. Solarek, C. Głuszek (red.), *Architektura i urbanistyka wobec sytuacji kryzysowych*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa, s. 153–166.
- Sztuka na miejscu 2021. *Akademia Sztuk Pięknych im. Eugeniusza Gepperta we Wrocławiu* (https://www.asp.wroc.pl/sites/default/files/documents/sztuka_na_miejscu_2021.pdf; dostęp: 29.04.2025).
- Szultka S. 2012. *Klasy w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Throsby D. 2008. *The economics of cultural policy*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Vertigo Jazz Club & Restaurant. n.d. (<https://www.vertigojazzclub.pl>; dostęp: 29.04.2025).
- Wali A., Severson R., Longoni M. 2002. *Informal Arts: Finding Cohesion, Capacity and Other Cultural Benefits in Unexpected Places*. Chicago Center for Arts Policy at Columbia College, Chicago.
- Zukin S. 1995. *The Cultures of Cities*. Blackwell.
- Zukin S. 2010. *Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places*. Oxford University Press, Oxford.

The City as a Gallery: Public Art and the Development of the Creative Economy – A Case Study of Wrocław

Abstract: This article investigates the concept of the city as a gallery, emphasizing the multifaceted role of public art in shaping urban space and catalyzing the development of the creative economy. Drawing on the theoretical foundations of the creative economy, the study explores how diverse artistic interventions – ranging from murals and installations to performances and site-specific projects – contribute to the growth of creative industries, support urban revitalization, enhance spatial quality, and reinforce the cultural identity of city districts. Through detailed case studies from Wrocław, combined with qualitative interviews conducted with artists, cultural managers, and representatives of public institutions, the research demonstrates that public art extends beyond aesthetic enhancement to generate significant social, cultural, and economic value. The findings highlight that public art initiatives frequently act as catalysts for grassroots creative activity, foster cross-sector collaboration, and attract diverse audiences, including tourists and investors. By conceptualizing public space as a participatory and symbolic arena for expression, the “city as a gallery” framework promotes social integration, intercultural dialogue, and community engagement, while simultaneously serving as an incubator for innovation and creative entrepreneurship. The article ultimately argues that embedding art within the urban fabric is a strategic approach to inclusive urban development, contributing to the resilience and sustainability of creative sectors and the broader socio-economic vitality of cities.

Keywords: creative economy, public art, urban development, cultural capital, economic and symbolic value of urban space

