

Zbigniew J. KAMIŃSKI

Politechnika Śląska w Gliwicach

Wydział Architektury

Katedra Urbanistyki i Planowania Przestrzennego

KSZTAŁTOWANIE FUNKCJI METROPOLITALNYCH AGLOMERACJI GÓRNOŚLĄSKIEJ. PRZYKŁAD BUDOWY NOWEGO MUZEUM ŚLĄSKIEGO¹

Streszczenie. Przedmiotem artykułu jest przedstawienie istniejących w polityce przestrzennej województwa śląskiego dążeń do kształtowania regionalnej struktury metropolitalnej i rozwoju funkcji kultury. Problem przedstawiono na przykładzie aktualnie podejmowanych wysiłków dla budowy nowego gmachu Muzeum Śląskiego w Katowicach. Budowanie programu Nowego Muzeum Śląskiego autor oparł na metodzie zarządzania strategicznego i metodzie warsztatowej.

BUILDING THE METROPOLITAN FUNCTIONS OF UPPER SILESIAN AGGLOMERATION. THE EXAMPLE OF BUILDING NEW MUSEUM OF SILESIA

Summary. The subject of the article is presentation of the present aspirations to build regional metropolitan structure and development of the cultural function in the spatial policy of the śląskie voivodeship. The problem was presented on the example of the presently undertaken efforts to construct a new building of the Silesian Museum in Katowice. Building programme of the New Silesian Museum was based on the method of strategic management and workshop method by the author.

1. Wprowadzenie

Problematyka kształtowania i zagospodarowania miejskich metropolii jest jedną z najbardziej aktualnych w polskim planowaniu przestrzennym. Ustawa z dnia 27 marca 2003 roku o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym wprowadziła do planowania przestrzennego w województwie pojęcie „obszaru metropolitalnego” i nakazała opracowywać plan jego zagospodarowania jako część planu zagospodarowania przestrzennego województwa (art. 39.3 pkt. 6 i art. 39.6). W ten sposób rozpętana została dyskusja na temat tego, czym właściwie w polskich warunkach są metropolie i obszary metropolitalne.

¹ W przedstawieniu tematu wykorzystano z opracowań Wydziału Strategii i Planowania Przestrzennego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. Autor jest Konsultantem Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Śląskiego oraz przewodniczącym Zespołu Zadaniowego ds. budowy Nowego Muzeum Śląskiego.

Rzeczowej dyskusji nie ułatwiały ani zawarta we wspomnianej ustawie definicja obszaru metropolitalnego, ani też brak ustaleń w tym zakresie w koncepcji przestrzennego zagospodarowania kraju. Wydaje się, że praktyka planistyczna, a właściwie wymagania stawiane planowaniu przestrzennemu w województwie, znacznie wyprzedziły niezbędne w tym zakresie przygotowanie warsztatu planistycznego, obudowanego pojęciami naukowymi. Nie zostały dostatecznie rozwinięte koncepcje zawarte w pracach Bohdana Jałowieckiego, Jerzego Kołodziejskiego czy Antoniego Kuklińskiego. Nic więc dziwnego, że toczącej się do dziś w Polsce dyskusji – zresztą bez jakichkolwiek ustaleń – towarzyszą równoległe biegnące w województwach prace planistyczne nad opracowaniem planów zagospodarowania przestrzennego obszarów metropolitalnych. Sytuacja ta musi budzić niepokój i obawy, że rezultaty tego planowania w większym stopniu będą przypomnieć plany zagospodarowania przestrzennego miejskich aglomeracji, które prowadzono intensywnie w latach 70. – czyli ponad 30 lat temu – niż to czym rzeczywiście powinny charakteryzować się metropolie i obszary metropolitalne.

Jednym z częścię cytowanych w literaturze przedmiotu ustaleń mówiących o tym czym wyróżniają się metropolie jest zestawienie P. Soldatosa, w którym w 10 punktowym zestawieniu autor przedstawia „cechy i procesy wyznaczające strukturę metropolii”. Istotą tego przedstawienia jest zwrócenie uwagi na: charakterystyczne dla metropolii urządzenia i usługi o zasięgu międzynarodowym, krajowe i regionalne instytucje o międzynarodowej marce oraz miejskie instytucje publiczne uczestniczące w organizacjach międzynarodowych. Dla istnienia metropolii ważne staje się regularne uczestniczenie w międzynarodowych spotkaniach, kongresach, wystawach, imprezach sportowych i artystycznych. W związku z powyższym dążeniom do kształtowania regionalnej struktury metropolitalnej powinno towarzyszyć dostrzeżenie szansy jej rozwoju w promocji kultury i budowanie właściwej temu wyzwaniu infrastruktury. Takie właśnie podejście charakteryzuje aktualną politykę przestrzenną województwa śląskiego. Została ona zapisana w uchwalonym w czerwcu 2004 roku Planie Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Śląskiego i jest aktualnie realizowana przez zapisane w tym Planie zadania o charakterze inwestycyjnym, a w tym budowę nowego gmachu Muzeum Śląskiego w Katowicach². I chociaż budowa Nowego

² Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Śląskiego. Dziennik Urzędowy Województwa Śląskiego nr 68, poz. 2049 (Uchwała nr II/21/2/2004 Sejmiku Województwa Śląskiego z dn. 21 czerwca 2004 roku), s.165.

Muzeum Śląskie ma już długą i pełną perypetii historię³, to jednak związane z nim wydarzenia 2004 roku wydają się potwierdzać determinację województwa śląskiego w doprowadzeniu do jego powstania. Problemem planistycznym i organizacyjnym obecnie jest jednak nadanie politycznym staraniom konkretnego wyrazu w postaci programu funkcjonalnego i przestrzennego, który byłby podstawą do określenia wytycznych projektowych prowadzących do realizacji konkretnej inwestycji. Do poszukiwania pożądanych rozwiązań zastosowana została metoda zarządzania strategicznego. Metodą warsztatów usiłuje się sformułować koncepcję przyszłego Nowego Muzeum Śląskiego⁴.

Za wkład do dyskusji na temat Nowego Muzeum Śląskiego według autora uznać należy włączenie strategicznego podejścia do budowy programu Nowego Muzeum Śląskiego. Jak starano się wykazać, metoda zarządzania strategicznego wyraźnie wskazuje na różnice nieujawnione dotychczas w dyskusji na temat wizji Muzeum jakie dzielą podejście „tradycyjne” oparte na emocjach i intuicji od podejścia opartego na „metodzie strategicznego zarządzania”, które prowadzi do koncepcji nazywanej reformatorską.

2. Zastosowanie metody zarządzania strategicznego

Poniżej przedstawiono wybrane zagadnienia, które pozwoliły autorowi na zwrócenie uwagi na potrzebę poszukiwania nowej koncepcji programowej i przestrzennej Muzeum Śląskiego, która będzie odpowiadać potrzebie kształtowania funkcji metropolitalnych aglomeracji górnośląskiej. Podane informacje zostały przedstawione na posiedzeniu Wojewódzkiej Komisji Urbanistyczno-Architektonicznej w Katowicach w dniu 8 grudnia 2004 roku. Były one dalej rozwijane w podejściu strategicznym. Autor był moderatorem warsztatów, które odbyły się w dniu 12 stycznia 2005 roku i były poświęcone poszukiwaniu koncepcji Nowego Muzeum Śląskiego. Dla organizacji dyskusji przygotowany został zestaw pytań odpowiadający strategicznemu podejściu do zarządzania zmianą. Metoda zarządzania strategicznego zastosowana została do przedstawienia dwóch spolaryzowanych koncepcji Nowego Muzeum Śląskiego.

Punktem wyjścia do tej dyskusji było przedstawienie:

- 1) zgodnych poglądów (tabela 1),
- 2) dwóch konkurencyjnych koncepcji (tabela 2),
- 3) propozycji wytycznych do koncepcji Nowego Muzeum Śląskiego (tabela 3).

³ Patrz: Lipok-Bierwiaczonek M., Szaraniec M.: 80 lat historii Muzeum Śląskiego w Katowicach 20 lat restytucji Muzeum Śląskie w Katowicach, Katowice 2004.

⁴ Warsztaty poświęcone są poszukiwaniu strategicznej koncepcji Nowego Muzeum Śląskiego. Warsztat pierwszy odbył się w dniu 12 stycznia 2005 roku, a drugi w dniu 26 stycznia 2005 roku.

Przedstawiona propozycja była przedmiotem publicznej dyskusji na warsztatach organizowanych przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego w dniu 26 stycznia 2005 roku.

3. Strategiczne pytania

Formułowanie strategii wiąże się z poszukiwaniem odpowiedzi na następujące pytania:

1. Gdzie jesteśmy jako muzeum?
2. Gdzie chcielibyśmy być w przyszłości?
3. Co mogłoby przeszkodzić w osiągnięciu tej pozycji?
4. Co powinniśmy uczynić, aby przesunąć się z pozycji zajmowanej obecnie na pozycję postulowaną?

Podstawowe pytania to:

1. Jaka jest wizja muzeum w bliższej i dalszej perspektywie?
2. Jakie jest pole działania muzeum – w jakich domenach chcemy działać?
3. Jak chcemy wygrać z konkurencją w tych domenach?

Sformalizowany sposób podejścia strategicznego do zarządzania zmianą obejmuje następujące podstawowe stwierdzenia i pytania, które mają zastosowanie do budowy Nowego Muzeum Śląskiego⁵:

A. USTALANIE CELÓW STRATEGICZNYCH

1. Formułowanie celów

Czego chcemy?

B. USTALENIE CO NALEŻY ROBIĆ INACZEJ NIŻ DOTYCHCZAS, ABY OSIĄGNĄĆ ZAMIERZONE CELE

2. Bieżąca strategia organizacji

Co robimy teraz, aby osiągnąć to czego chcemy?

3. Analiza otoczenia

Co wymaga zrobienia „tam na zewnątrz”?

⁵ Według: Stoner A. F., Wankel Ch.: Kierowanie. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1996.

4. Analiza zasobów

Co możemy zrobić?

5. Identyfikacja strategicznych szans i zagrożeń

Co możemy zrobić z tego, co wymaga zrobienia?

6. Ustalanie potrzebnych zmian w strategii

Czy robienie nadal tego, co robimy obecnie, doprowadzi nas tam, dokąd chcemy dojść?

C. PODEJMOWANIE DECYZJI KSZTAŁTUJĄCYCH ZMIANY STRATEGII

7. Podejmowanie strategicznych decyzji

Co powinniśmy robić, żeby osiągnąć to, czego chcemy?

8. Wdrażanie strategii

Róbmy to!

D. MONITOROWANIE WPROWADZANYCH ZMIAN

9. Pomiar i kontrola postępu

Często sprawdzamy postęp wprowadzanych zmian, aby upewnić się, czy robimy to dobrze.

Przełożenie postawionych powyżej zagadnień i pytań bezpośrednio na sprawy dotyczące budowy Nowego Muzeum Śląskiego, powinno być związane z jego pozycjonowaniem i poszukiwaniem konkurencyjnej przewagi w stosunku do otoczenia. Konkurencyjność Nowego Muzeum Śląskiego jest istotnym elementem budowy metropolii. Nie chodzi bowiem o muzeum w aglomeracji, ale o muzeum mające szersze powiązania krajowe i europejskie oraz mogące być atrakcyjną instytucją na kulturalnej mapie Europy.

Biorąc to pod uwagę, powinny zostać podstawiane następujące pytania:

✓ WIZJONERSKA MISJA – Czego chcemy?

- Czym ma być Nowe Muzeum Śląskie?
- Jaka jest rola Muzeum Śląskiego? – rodzaje działalności, których należy unikać, a nie tylko tych, w które należy się angażować.
- Generalny cel budowy Nowego Muzeum Śląskiego?

- ✓ **IDENTYFIKACJA OBECNYCH ZADAŃ I STRATEGII – Co robimy teraz (bieżąca strategia organizacji), aby osiągnąć to czego chcemy?**
 - Czym się zajmujemy, a czym powinniśmy się zajmować?
 - Kim są nasi odbiorcy, a kim powinni być?
 - Dokąd zmierzamy?
 - Co stanowi naszą konkurencyjną przewagę?
 - W jakich dziedzinach kompetencji wyróżniamy się?

- ✓ **ANALIZA OTOCZENIA – Co należy zrobić na zewnątrz Muzeum, aby osiągnąć cele organizacji? – Jak zmiany na zewnątrz organizacji wpłyną na funkcjonowanie Muzeum w przyszłości? – Jakie są obecnie zewnętrzne uwarunkowania funkcjonowania Nowego Muzeum Śląskiego (społeczne, ekonomiczne techniczne, polityczne)?**
 - Prognozowanie konsekwencji zmian społecznych – rosące zróżnicowanie dochodów i stylów życia oraz wielość możliwości zaspokojenia zróżnicowanych potrzeb społecznych, a w konsekwencji potrzeba wpisania się w trend odchodzenia od koncepcji tradycyjnych muzeów na rzecz koncepcji centrów artystycznych i kulturalnych?
 - Prognozowanie zmian w możliwościach gospodarczych – konkurencyjność miast i regionów a szanse pozyskania większej ilości środków na zakup eksponatów, rozszerzenie działalności oraz zagospodarowanie nowych powierzchni dla ekspozycji i zaplecza?
 - Prognozowanie zmian w technice – informatyzacja społeczeństwa a celowość sięgania po nowe technologie w muzealnictwie?
 - Prognozowanie zmian w polityce – gdy na znaczeniu zyskują zagadnienia jakości środowiska, wówczas w polityce koniecznością stają się zagadnienia wzmacniania tożsamości kulturowej miejskiej i regionalnej?

- ✓ **ANALIZA ZASOBÓW – Co możemy zrobić?**
 - Jaki jest profil najważniejszych zasobów i umiejętności w obszarach: finansów (inwestycji); materialno-organizacyjno-ludzkim; technologii. Musimy zadać pytanie, co robimy lepiej lub gorzej niż inni, a nie co robimy dobrze lub źle.

- Podstawowy warunek powodzenia – Nowe Muzeum powinno być nowoczesne. W czym Muzeum Śląskie już konkuruje, a Nowe Muzeum Śląskie mogłoby konkurować?
 - Porównanie obecnego profilu zasobów z podstawowym warunkiem powodzenia – na czym możemy oprzeć skuteczną strategię i co wzmacniać (atuty-siły), a co przewycięzać (braki-słabości)?
 - Jakie zasoby i umiejętności wystarczą do uzyskania konkurencyjnej przewagi nad głównymi konkurentami?
- ✓ **IDENTYFIKACJA STRATEGICZNYCH SZANS I ZAGROŻEŃ – Co możemy zrobić z tego, co wymaga zrobienia? – Jakie okazje są możliwe do wykorzystania przez Muzeum Śląskie, ale też w związku z tym, jakie stają przed nim zagrożenia?**
- Jakie zagrożenia stają przed Muzeum Śląskim w związku z pojawiającymi się okazjami do pozyskania nowych powierzchni muzealnych na terenie dawnej kopalni „Katowice”, nowych źródeł finansowania muzeum, możliwości sięgnięcia po nowe technologie, wpisania się w trend tworzenia centrów artystycznych oraz kulturalnych?
- ✓ **USTALENIE POTRZEBNYCH ZMIAN W STRATEGII – Czy robienie nadal tego, co robimy obecnie, doprowadzi nas tam, dokąd chcemy dojść? – Jaka jest prognoza skutków obecnej strategii? – Jaka jest „luka efektywności”?**
- ✓ **PODEJMOWANIE STRATEGICZNYCH DECYZJI – Co powinniśmy robić, żeby osiągnąć to, czego chcemy?**
- Identyfikacja strategicznych wariantów – kierunków działań.
 - Ocena strategicznych wariantów według określonych kryteriów:
 - a) zgodność celów, zadań i polityk;
 - b) koncentracja zasobów na najważniejszych sprawach;
 - c) odpowiedniość strategii do zasobów i umiejętności;
 - d) skuteczność strategii.
 - Wybór strategicznych wariantów przy maksymalnym wykorzystaniu rozpoznanych, silnych stron. Który z możliwych kierunków działania będzie najlepiej odpowiadać naszej strategii?

✓ WDRAŻANIE STRATEGII – Róbmy to!

- Profil Nowego Muzeum?
- Funkcje Nowego Muzeum?
- Urządzenia wystawiennicze, wystawy stałe i czasowe Nowego Muzeum?
- Możliwości edukacyjne i rekreacyjne Nowego Muzeum?
- Technologie Nowego Muzeum?
- Strategicznymi celami i zadaniami Nowego Muzeum są edukacja i rekreacja, czy rozwijanie wyobraźni, a jeśli inne, to jakie?
- Podstawowymi zasadami leżącymi u podstaw filozofii Nowego Muzeum są:
 - integracja celów (realizacja równoległe więcej niż jednego celu)?
 - dynamiczność prezentacji (przeciwieństwo tradycyjnych statycznych ujęć)?
 - tematyczność (ścieżki zwiedzania – priorytety muzealne)?

✓ POMIAR I KONTROLA POSTĘPU – Często sprawdzamy postęp wprowadzanych zmian, aby upewnić się czy robimy to dobrze.

Kontrola strategiczna:

1. Czy jest zapewniona zgodność wdrażania z planem?
2. Czy są osiągnięte zamierzone wyniki?

Postawione pytania pozwoliły na przedstawienie dwóch spolaryzowanych koncepcji Nowego Muzeum Śląskiego w Katowicach.

4. Spolaryzowane koncepcje Nowego Muzeum Śląskiego

Tabela 1

Zgodne poglądy na koncepcję Nowego Muzeum Śląskiego (oprac. autor)

<p>Potrzeba rozwijania nowoczesnego muzeum</p>	<p>Muzeum o atrakcyjnym programie: program atrakcyjny dla turystów; kształtujący emocje, postawy i edukujący; tworzący nową jakość kulturową</p> <p>Muzeum nowoczesnie wyposażone: muzeum wykorzystujące nowoczesne technologie</p> <p>Architektura muzeum o najwyższej jakości przestrzennej i funkcjonalnej: oryginalna architektura promująca region i podkreślająca metropolitalny charakter Katowic i aglomeracji górnośląskiej; muzeum dziełem sztuki</p> <p>Ośrodek w sieci: instytucja międzynarodowej sieci wymiany kulturalnej i naukowej</p>
<p>Potrzeba uwzględnienia bliższego i dalszego kontekstu urbanistycznego</p>	<p>Ścisłe powiązania funkcjonalne z otoczeniem miejskim: Drogowa Trasa Średnicowa, tereny sąsiednie i centrum Katowic, tereny Uniwersytetu Śląskiego; dobra dostępność komunikacyjna, w tym komunikacją publiczną</p> <p>Powiązania krajobrazowe i ideowe: eksponowana lokalizacja na wyniesieniu, lokalizacja przy „bramie Katowic”; kontekst przemysłowy, kontekst kulturowy dzielnicy Bogucice, nowe muzeum na przecięciu ważnych „ścieżek edukacyjnych i tematycznych” Katowic i regionu; symboliczny wymiar architektury i kompozycji urbanistycznej, atrakcyjne zagospodarowanie działki muzeum, konieczna adaptacja istniejących obiektów zabytkowych; dopuszczalny szeroki zakres dowolności przekształceń powierzchni terenu, jak i pod nią</p>
<p>Potrzeba uwzględnienia warunków i sił jakimi już dysponuje muzeum</p>	<p>Zasoby ludzkie: wysoko wykwalifikowana i doświadczona kadra muzeum</p> <p>Zasoby materialne: kolekcje i zbiory muzeum</p>

Tabela 2

Różne koncepcje budowy Nowego Muzeum Śląskiego (oprac. autor)

I <i>KIERUNEK ZACHOWAWCZY</i>	II <i>KIERUNEK REFORMATORSKI</i>
Przyjęta perspektywa	
<p>Perspektywa funkcjonalna:</p> <ul style="list-style-type: none"> - perspektywa społeczeństwa i potrzeby gromadzenia, przechowywania, konserwowania, udostępniania i upowszechniania dóbr kultury, - kultura istnieje poza nami lub nakłada się na zachowania ludzi 	<p>Perspektywa strukturalna:</p> <ul style="list-style-type: none"> - perspektywa pojedynczego człowieka – współczesnego odbiorcy dóbr kultury i jego preferencji, - kultura nie istnieje bez nas i jest częścią rzeczywistości społecznej
Wizja muzeum	
<p>Kontynuowanie koncepcji muzeum międzywojennego:</p> <ul style="list-style-type: none"> - „śląskie” w nazwie muzeum to silna marka i obowiązek kontynuacji tradycyjnej koncepcji - wizja działowa i generowanie nowych działów muzeum <p>Kierunek wzmocnienia funkcji muzeum:</p> <ul style="list-style-type: none"> - muzeum to nie dom kultury, ani nie Disneyland <p>Muzeum regionalne – „Śląsk na tle Polski”:</p> <ul style="list-style-type: none"> - przedstawienie kultury Śląska na tle ogólnopolskiej syntezy 	<p>Odejście od koncepcji muzeum międzywojennego:</p> <ul style="list-style-type: none"> - „śląskie” w nazwie muzeum to śląski fenomen i możliwość wykreowania silnej marki - wizja całościowa i generowanie silnej tożsamości muzeum <p>Kierunek budowy centrum artystycznego:</p> <ul style="list-style-type: none"> - muzeum to centrum wydarzeń artystycznych i „dziania się” 24 godziny na dobę <p>Muzeum regionalne - „Śląsk dla Europy”:</p> <ul style="list-style-type: none"> - przedstawienie wkładu Śląska w rozwój Europy (fenomen Śląska i jego wielokulturowość, współczesne osiągnięcia)
Priorytety muzealne	
<p>Wiele priorytetów:</p> <ul style="list-style-type: none"> - priorytety oparte na istniejących zasobach muzeum 	<p>Kilka priorytetów:</p> <ul style="list-style-type: none"> - priorytety oparte na wyborze spośród istniejących zasobów muzeum (specjalizacja)
Program użytkowy	
<p>Program użytkowy jest już opracowany, (możliwa jest jedynie jego korekta, a zatem konkurs może być jednoetapowy):</p> <ul style="list-style-type: none"> - program użytkowy: 5 - 8 i więcej działów, - dziedzictwo postindustrialne: jednym z działów, - ekspozycje stałe: wystawy stałe stanowią większą część powierzchni, 2/3 powierzchni lub więcej, - ekspozycje czasowe: wystawy czasowe są uzupełnieniem programu (statyczność muzeum), - możliwości rekreacyjne i rozrywkowe muzeum: mało istotne 	<p>Program użytkowy dopiero trzeba opracować (może to być zadanie konkursowe, a zatem konkurs musi być dwuetapowy):</p> <ul style="list-style-type: none"> - program użytkowy: maksymalnie 3 - 4 działy, - dziedzictwo postindustrialne: jako kontekst, - ekspozycje stałe: wystawy stałe stanowią mniejszą część powierzchni, - ekspozycje czasowe: wystawy czasowe dominują w programie muzeum (dynamizm muzeum), - możliwości rekreacyjne i rozrywkowe muzeum: bardzo istotne

Tabela 3

Propozycje wytycznych do koncepcji Nowego Muzeum Śląskiego (oprac. autor)

Generalny cel	<p>Celem jest stworzenie kompleksu wystaw i urządzeń – nazywanych tutaj skrótowo Nowym Muzeum Śląskim – które zapewnią dostęp do informacji i wiedzy</p> <p>Zastosowanie nowoczesnych technologii umożliwi pozyskanie informacji w sposób bardziej efektywny i pozwoli na to, aby Nowe Muzeum Śląskie było dla odwiedzających je osób źródłem radości, rozrywki, edukacji i kulturalnych doświadczeń</p>
Koncepcja Nowego Muzeum Śląskiego	<p>Profil: nowoczesne muzeum XXI wieku o profilu centrum artystycznego</p> <p>Funkcje: nowe funkcje muzeum związane z dziedzictwem postindustrialnym</p> <p>Wystawy stałe: Dzieje Śląska, Galeria sztuki</p> <p>Wystawy czasowe: Centrum sztuki widowiskowej i multimedialnej</p> <p>Technologie: nowe technologie ekspozycji, przechowywania i zabezpieczania zbiorów – inteligentne Nowe Muzeum Śląskie</p>
Strategiczne cele	<p>Edukacja i rekreacja oraz rozwijanie wyobraźni</p> <p>Promocja Śląska w Europie</p>
Podstawowe zasady projektu Nowego Muzeum Śląskiego (filozofia muzeum)	<p>Modularność (możliwość zapewnienia elastyczności muzeum i etapowania jego realizacji)</p> <p>Tematyczność (prezentacja wkładu Śląska dla Europy)</p> <p>Dynamizm (możliwość stworzenia atrakcyjnego miejsca wydarzeń kulturalnych, w którym zmienność ekspozycji dominuje nad statycznością)</p> <p>Networking (możliwość uczestnictwa w międzynarodowej wymianie kulturalnej)</p>
Struktura Nowego Muzeum Śląskiego	<p>Zaprojektowana przestrzeń powinna być wystarczająca dla pomieszczenia najważniejszych kolekcji Nowego Muzeum Śląskiego i umożliwiać prowadzenie zwiedzających w sposób najtrafniej oddający generalny cel i koncepcję tego muzeum</p>
Zwiedzający w Nowym Muzeum Śląskim	<p>Możliwość korzystania z urządzeń realizujących cele i koncepcję Nowego Muzeum Śląskiego</p>

Abstract

The term “metropolitan area” recently introduced to the Polish planning practice is still a vogue notion. In spite of this, in the spatial policy of the Silesian Voivodeship attempts are made to give upper silesian agglomeration metropolitan functions, among others, by development of the cultural function and building New Museum of Silesia.