



POLSKIE TOWARZYSTWO GEOGRAFICZNE • POLISH GEOGRAPHICAL SOCIETY


czasopismo
geograficzne

geographical
journal

CZYNNIKI I UWARUNKOWANIA ROZWOJU KLASY KREATYWNEJ W MIASTACH EUROPEJSKICH – PRZYKŁAD BIRMINGHAM, LIPSKA I POZNAŃ

FACTORS AND CONDITIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE CREATIVE CLASS IN EUROPEAN CITIES: THE EXAMPLE OF BIRMINGHAM, LEIPZIG AND POZNAŃ

Michał Męczyński

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Wydział Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej, Poznań,  <https://orcid.org/0000-0001-8064-2879>, e-mail: micmec@amu.edu.pl

Abstrakt

Koncepcja klasy kreatywnej, sformułowana przez Floridę (2002), po swoim sukcesie na początku XXI w., stała się przedmiotem krytyki (m.in. Pratt, 2008). Mimo licznych głosów podważających przedstawioną przez Floridę nową stratyfikację społeczną, nadal pozostaje ona inspiracją dla wielu badań. Autor artykułu podjął próbę określenia czynników i uwarunkowań rozwoju klasy kreatywnej w trzech miastach europejskich o różnych ścieżkach rozwoju – Birmingham, Lipsku i Poznaniu. Dobór tych miast nie był przypadkowy, ale celowy ze względu na różne poziomy rozwoju modeli gospodarki wolnorynkowej, dające inne możliwości rozwoju klasy kreatywnej. W artykule tym poddano weryfikacji istniejące w literaturze koncepcje dotyczące rozwoju klasy kreatywnej. Jednocześnie autor starał się określić możliwości sterowania rozwojem klasy kreatywnej i dostrzegł je w prowadzonej polityce miejskiej, związanej z realizacją projektów rewitalizacyjnych oraz programów wspierających działalność inwestycyjną. Wyniki przedstawionych badań wykazały, że mimo wielu niekorzystnych uwarunkowań historycznych i gospodarczych największy udział zatrudnionych w działalnościach kreatywnych w całym zatrudnieniu spośród badanych miast odnotowano w Poznaniu. Natomiast mimo stabil-

Męczyński M. (2021). Czynniki i uwarunkowania rozwoju klasy kreatywnej w miastach europejskich – przykład Birmingham, Lipska i Poznań. *Czasopismo Geograficzne*, 92(2): 353–375. <https://doi.org/10.12657/czageo-92-15>



Otrzymano/Received: 13.11.2021
Zaakceptowano/Accepted: 18.12.2021

nej ścieżki rozwoju, jaka miała miejsce w przypadku Birmingham, udział zatrudnionych w działalnościach kreatywnych był w tym mieście najniższy.

Słowa kluczowe: Birmingham, czynnik, klasa kreatywna, Lipsk, uwarunkowanie, Poznań, rewitalizacja.

Abstract

After its success at the beginning of the 21st century, the concept of the creative class formulated by Florida (2002) became the subject of criticism (e.g., Pratt, 2008). Despite numerous voices questioning this concept, it still remains an inspiration for a great deal of research. In the article, the author focused on the factors and conditions for the development of the creative class in three European cities with different development paths – Birmingham, Leipzig and Poznań. The selection of these cities was not accidental but deliberate, due to the different development levels of free market economy models, providing various opportunities for the development of the creative class. This article verifies the concepts existing in the literature regarding the creative class development. At the same time, the author attempted to determine the possibilities to control the growth of the creative class and saw such an opportunity in the municipal policy related to the implementation of revitalization projects and programs supporting investment activities. The results of the research presented have shown that in spite of numerous unfavourable historical and economic determinants, Poznań had the largest share of the employed in creative activities in total employment among the investigated cities. On the other hand, despite a stable development path in the case of Birmingham, the share of the employed in creative activities in this city was the smallest.

Keywords: Birmingham, factor, creative class, Leipzig, condition, Poznań, revitalization.

WPROWADZENIE: PROBLEM BADAWCZY, CEL I ŹRÓDŁA DANYCH

Na początku XXI w. szczególnego znaczenia w rozwoju miast i regionów nabrała ludzka kreatywność. Na jej istotną rolę zwrócił uwagę m.in. Florida (2002). Według niego ludzka twórczość jest najważniejszym źródłem rozwoju społeczno-gospodarczego (w tym powstawania nowych firm i tworzenia nowych miejsc pracy). W wyniku tego rozwoju pojawia się nowa stratyfikacja społeczno-ekonomiczna, w której coraz ważniejszą pozycję zajmuje tzw. klasa kreatywna (*creative class*). Wyróżniającą cechą tej klasy jest to, że jej członkowie angażują się w pracę, której funkcją jest tworzenie znaczących nowych form, przy czym istotna część wartości dodanej takiej pracy ma charakter niematerialny.

Preferencje lokalizacyjne klasy kreatywnej w odniesieniu do miejsc zamieszkania i miejsc pracy wykazują wyraźną tendencję do koncentracji przestrzennej. Skupiska przedstawicieli tej klasy występują w pewnych specyficznych typach obszarów, nazywanych regionami kreatywnymi, a ich powstawaniu – według Floridy (2002) – sprzyjają czynniki określane jako 3T: Technologia – Talent – Tolerancja.

Takimi obszarami są najczęściej duże ośrodki miejskie, w których przedstawiciele klasy kreatywnej (np. uczeni, artyści, architekci, projektanci, eksperci i analitycy, programiści komputerowi) wzajemnie stymulują swoje przedsięwzięcia, a środowisko zewnętrzne, dzięki swej otwartości, różnorodności, promocji talentów, sprzyja ich pracy, tworząc warunki do awangardowych, niekonwencjonalnych zachowań oraz formułowania śmiałych wizji rozwojowych i koncepcji planistycznych. Szerszą prezentację czynników przyciągających przedstawicieli klasy kreatywnej do miast znaleźć można w pracach Floridy (2002, 2005, 2006), które dotyczyły miast amerykańskich. W przypadku miast europejskich podobne badania prowadzili m.in. Lorenzen i Andersen (2007), Musterd i in. (2007), Clifton (2008) oraz Stryjakiewicz i in. (2008). W badaniach tych koncentrowano uwagę głównie na wybranych aspektach rozwoju klasy kreatywnej, tj. na migracji i przyciąganiu do miast osób kreatywnych. Problem rozwoju tej klasy winien być jednak nieco szerzej badany, gdyż jest to proces złożony i długotrwały (por. Florida, 2014), w którym należy uwzględnić m.in. znaczenie ścieżek rozwoju miast czy politykę władz lokalnych.

Wiele problemów rodzi sposób określania przynależności do klasy kreatywnej. Wynika to m.in. z niejasnych kryteriów odnoszących się do kwalifikacji (Pratt, 2008) czy zbyt ogólnie zdefiniowanych kategorii zawodów związanych z klasą kreatywną (McGranham, Wojan, 2007). W niniejszej pracy wykorzystano metodologię badań przyjętą w projekcie ACRE¹, zgodnie z którą o przynależności do klasy kreatywnej decyduje praca w działalnościach należących do sektora kreatywnego. W związku z tym klasę tę tworzą dwie grupy zatrudnionych w: 1) działalnościach twórczych i 2) o dużym wykorzystaniu wiedzy (tab. 1). Szersze uzasadnienie doboru i podziału działalności znajduje się m.in. w pracy Męczyńskiego (2018).

Choć koncepcja klasy kreatywnej stworzona przez Floridę stała się po początkowym sukcesie przedmiotem krytyki (Pratt, 2008), to nadal stanowi inspirację dla wielu interesujących badań regionalnych. Ich szersze omówienie zawarte jest w pracy Stryjakiewicza (2008). Problematyka podjęta w niniejszym artykule wpisuje się w zakres tematyki badawczej odnoszącej się do rozwoju sektora kreatywnego i wiąże się z próbą odpowiedzi na trzy pytania: 1) Jakie uwarunkowania i czynniki wpłynęły na rozwój klasy kreatywnej w miastach europejskich o różnych ścieżkach rozwoju – Birmingham, Lipsku i Poznaniu? 2) Czy istnieje możliwość sterowania rozwojem klasy kreatywnej? 3) Jaka jest współcześnie wielkość klasy kreatywnej w tych miastach?

¹ ACRE – międzynarodowy projekt badawczy 6. Programu Ramowego UE realizowany przez zespoły badawcze z 13 ośrodków metropolitalnych Unii Europejskiej, w tym przez zespół prof. Tadeusza Stryjakiewicza z Wydziału Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu (www.acre.socsci.uva.nl; 2010).

Tabela 1. Rodzaje działalności związanych z klasą kreatywną

Działalności twórcze (<i>creative industries</i>) [Definicja według brytyjskiego Departamentu Kultury, Mediów i Sportu (DCMS)]	Działalności o dużym wykorzystaniu wiedzy (<i>knowledge-intensive industries</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • reklama • architektura • dzieła sztuki • rzemiosło artystyczne • wzornictwo i projektowanie mody • wideo, film, działalność muzyczna i fotografia • działalność artystyczna i rozrywkowa • działalność wydawnicza • działalność w zakresie oprogramowania 	<ul style="list-style-type: none"> • produkcja i usługi w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) z wyjątkiem oprogramowania • usługi finansowe • usługi prawne i inne usługi dla biznesu (np. konsulting, badania rynku) • badania i rozwój (B+R) oraz szkolnictwo wyższe

Źródło: na podstawie DCMS (1998), Musterd i in. (2007), Stryjakiewicz (2008) oraz Stryjakiewicz i in. (2009).

Dobór miast, takich jak Birmingham, Lipsk i Poznań, dla potrzeb badań nie jest przypadkowy. Ośrodki te reprezentują różne ścieżki rozwoju, odmienne modele gospodarki rynkowej oraz sytuację społeczno-gospodarczą, co prowadzi do wykształcenia także różnego poziomu rozwoju klasy kreatywnej. Birmingham jest przykładem miasta funkcjonującego w gospodarce o długiej tradycji wolnego rynku i stosunkowo niewielkiej ingerencji państwa w jego funkcjonowanie. Z kolei w Lipsku i Poznaniu na współczesną sytuację ma wpływ dziedzictwo przeszłości związane z funkcjonowaniem do początku lat 90. ubiegłego wieku gospodarek centralnie planowanych. Po upadku systemu komunistycznego oba miasta weszły na ścieżki bardzo szybkich przemian społecznych, gospodarczych i politycznych. W przebiegu tych ścieżek można jednak dostrzec istotne różnice. Przemiany społeczno-gospodarcze, które dotknęły Lipsk, były w znacznym stopniu uzależnione od procesu zjednoczenia RFN i NRD i podlegały silnemu oddziaływaniu rządu centralnego Niemiec. Z kolei przemiany w Poznaniu miały charakter dość gwałtowny, pozbawiony silnej ingerencji państwa i programów pozwalających uniknąć wysokich kosztów społecznych. Wybór trzech europejskich miast o różnych ścieżkach rozwoju pozwala na poznanie różnych czynników i uwarunkowań rozwoju klasy kreatywnej.

Odpowiedź na postawione w pracy pytania była możliwa dzięki analizie zarówno istniejącej literatury przedmiotu, jak i źródeł statystycznych. Część pozycji literaturowych miała charakter przeglądowo-teoretyczny i objęła publikacje, które dotyczą koncepcji klasy kreatywnej i jej roli w mieście (m.in. Florida, 2002, 2005), podejścia krytycznego do tej koncepcji (Glaeser, 2005; Peck, 2005; McGranaham, Wojan, 2007; Pratt, 2008) oraz definicji pojęć: czynnik i uwarun-

kowanie (Parysek, 2018). Cennymi źródłami danych, które zostały wykorzystane do określenia uwarunkowań i czynników rozwoju klasy kreatywnej, były raporty projektu ACRE (Accommodating Creative Knowledge – Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union), dotyczące problematyki rozwoju klasy kreatywnej w Birmingham (m.in. Brown i in., 2008), Lipsku (m.in. Lange i in., 2008) i Poznaniu (m.in. Strykiewicz i in., 2008). Analizę procesu związanego z rozwojem klasy kreatywnej oparto na danych statystycznych z dwóch momentów czasowych (2005 r. i 2017 r.). Dane, w szczególności dla 2017 r., zostały pozyskane dzięki m.in. kwerendzie stron internetowych brytyjskiego Urzędu Statystyki Narodowej (Office for National Statistics – www.ons.gov.uk), Rady Miasta Birmingham (Birmingham City Council – www.birmingham.gov.uk), Urzędu Statystycznego Niemiec (Destatis Statistisches Bundesamt – www.destatis.de), Urzędu Miasta w Lipsku (Stadt Leipzig – www.leipzig.de), Głównego Urzędu Statystycznego (<https://stat.gov.pl>) oraz Urzędu Miasta Poznania (<http://bip.poznan.pl>).

Artykuł składa się z czterech części. Pierwsza obejmuje wstęp, w którym znalazły się hipotezy badawcze, przedmiot badań oraz cele opracowania. Druga dotyczy dyskusji związanej z czynnikami rozwoju klasy kreatywnej w świetle istniejącej literatury. W trzeciej przedstawiono rozwój klasy kreatywnej w badanych miastach wraz z określeniem czynników i uwarunkowań tego rozwoju. Natomiast czwarta część artykułu stanowi zakończenie, w którym znalazły się wnioski wynikające z przeprowadzonych badań.

CZYNNIKI I UWARUNKOWANIA ROZWOJU KLASY KREATYWNEJ W ŚWIETLE ISTNIEJĄCEJ LITERATURY

W literaturze poświęconej rozwojowi klasy kreatywnej pojawiają się koncepcje, w których autorzy tłumaczą przyczyny tego rozwoju. Wiodąca jest wspomniana już we wstępie koncepcja 3T (Technologia – Talent – Tolerancja) autorstwa Florydy (2002). Należy jednak zauważyć, że już w 1983 r. Törnqvist wprowadził do literatury naukowej pojęcie *creative milieu*, tłumaczone jako środowisko kreatywne lub środowisko twórcze. Obszar, który obejmuje takie środowisko, cechują trojaki zasoby: 1) informacji i możliwości jej przekazywania; 2) wiedzy, koncentrowanej np. w ośrodkach akademickich; 3) kompetencji z zakresu wybranych dziedzin. Połączenie tych trzech zasobów jest warunkiem wyłonienia się czwartego – kreatywności, tj. zdolności tworzenia nowych form i wartości, zarówno materialnych (np. produktów), jak i niematerialnych (np. wartości symbolicznych, pomysłów, idei). Z kolei Asheim i Hansen (2009) wskazują na istotną rolę w rozwoju kreatywnych regionów przyjaznej atmosfery do życia, która obejmuje tolerancyjność, zróżnicowanie kulturowe i ochronę socjalną pracowników. Cechy te wpływają pozytywnie na integrację społeczną i jakość życia, które two-

rzą pozytywny klimat społeczny miasta. Asheim i Hansen twierdzą, że właśnie ten dobry klimat społeczny przyciąga i zatrzymuje kreatywnych ludzi i tworzy m.in. rozwinięty rynek pracy.

Z kolei wyniki projektu ACRE, oparte na rozległych badaniach empirycznych, wskazują, że uwarunkowania lokalizacji i rozwoju sektora kreatywnego w miastach europejskich różnią się od tych w Stanach Zjednoczonych. Naukowcy z zespołu ACRE proponują określić je jako 3P (od angielskich słów: Pathways, Place, Personal Networks; Musterd, Kovács, 2013). Zatem do najważniejszych uwarunkowań rozwoju sektora kreatywnego należą: a) ścieżki rozwoju miast i regionów; b) zespoły specyficznych cech miejsc zamieszkania i pracy (nazywane przez urbanistów przestrzeniami kreatywnymi); c) sieci związków przedstawicieli klasy twórczej z miastem/regionem o charakterze osobistym.

Wydaje się, że dotychczasowe ujęcie rozwoju klasy kreatywnej dotyczy głównie wskazania czynników związanych z wyborami lokalizacyjnymi jej przedstawicieli. Uzasadnia to m.in. Clifton (2008, s. 63), który stwierdza, że zdolność do przyciągania i zatrzymywania wysoko wykwalifikowanej siły roboczej jest postrzegana jako kluczowa dla obecnego i przyszłego dobrobytu regionów, a także całych narodów. Przyjmując jednak, że rozwój winien być rozumiany w wymiarze ilościowym albo jakościowym, poprzez który jest postrzegany i oceniany (Goodal, 1987; Chojnicki, 1989; Parysek, 2018), należy rozwój klasy kreatywnej rozpatrywać w różnych aspektach. Rozwój ten powinien być związany z ukie-
runkowanymi zmianami o nieodwracalnym charakterze, którym podlega przede wszystkim struktura branego pod uwagę obiektu (Chojnicki, 1989), w tym przypadku klasa kreatywna. Istnieje zatem potrzeba zbadania także innych przyczyn rozwoju klasy kreatywnej poza wskazanymi w koncepcjach Floridy (2002), Asheima i Hansena (2009) czy zidentyfikowanymi w ramach realizacji projektu ACRE, takich jak wpływ procesów o charakterze globalnym czy zmiany systemu społeczno-gospodarczego.

W przedstawionych koncepcjach można dostrzec brak możliwości określenia, w jakim stopniu część tych przyczyn może mieć deterministyczny i w wielu wypadkach także sterowalny charakter. W literaturze przedmiotu przyczyny te określa się mianem czynnika, w odróżnieniu od uwarunkowania, na które nie można wpłynąć. Jak stwierdza Parysek (2018), czynnikiem rozwoju jest przyczyna, mająca wpływ na stan rzeczy, zdarzenie (zmianę stanu rzeczy) oraz proces, bezpośrednio z nich wypływa lub jest umiejscowiona w bezpośrednim ich środowisku. Jest to endogeniczna w swym charakterze i bezpośrednia w oddziaływaniu przyczyna zmian właściwości: rzeczy, zdarzenia lub procesu, jakie miały miejsce w konkretnym miejscu i w określonym czasie (przedziale czasowym; Parysek 2018, s. 38). W takim ujęciu czynnikiem rozwoju klasy kreatywnej jest np. przedsiębiorczość przedstawicieli tej klasy przejawiająca się wysoką liczbą jednoosobowych podmiotów w regionie. Natomiast przez uwarunkowanie rozwoju

(zmiany) rozumie się zewnętrzne w stosunku do rzeczy, zdarzenia czy procesu okoliczności mające wpływ na obserwowane zmiany. Innymi słowy, w przypadku rozwoju klasy kreatywnej jest to jakaś egzogeniczna względem tej klasy okoliczność sprzyjająca dokonującej się zmianie. Ponadto uwarunkowania są w zasadzie stochastycznej natury, dlatego możliwości sterowania ich oddziaływaniem są niewielkie, a w wielu przypadkach wręcz żadne (Parysek, 2018). Stąd warunkiem rozwoju klasy kreatywnej może być np. zmiana system gospodarczego. Rodzi się zatem potrzeba weryfikacji obowiązujących dotychczas koncepcji związanych z przyczynami wyborów lokalizacyjnych i rozwoju klasy kreatywnej. Istnieje bowiem możliwość wpływu np. na politykę miejską, tak aby była w większym stopniu dopasowana do potrzeb klasy kreatywnej. Pojawia się zatem pytanie, jakie czynniki i uwarunkowania mają wpływ na rozwój klasy kreatywnej w różnych pod względem ścieżek rozwoju miastach europejskich – Birmingham, Lipsku i Poznaniu? Ponadto warto znaleźć odpowiedź na pytanie: czy istnieje możliwość i w jakim stopniu sterowania tym rozwojem?

ROZWÓJ KLASY KREATYWNEJ W WYBRANYCH MIASTACH

Birmingham

Pierwszym z miast, w którym podjęto próbę zbadania czynników i uwarunkowań rozwoju klasy kreatywnej, jest postindustrialne Birmingham. Jest ono drugim ośrodkiem miejskim w Wielkiej Brytanii po Londynie pod względem liczby ludności (1 140 500 osób – 2020 r.; Birmingham City Council, 2021). Miasto ma bogatą historię związaną z jego funkcją handlową i rzemieślniczą, głównie z zakresu sztuki złotniczej i jubilerskiej. W XIX w. określane było mianem Miasta Tysiąca Zawodów (The City of a Thousand Trade) lub Warsztatu Świata (The Workshop of the World) i to wówczas ukształtował się duch przedsiębiorczości i otwartość mieszkańców Birmingham.

Rozwój klasy kreatywnej pod koniec XX w. w Birmingham z jednej strony kształtował się w oparciu o wspomniane dziedzictwo historyczne, z drugiej politykę władz lokalnych prowadzoną pod koniec lat 80. XX w. Wówczas na skutek niekorzystnych procesów społeczno-gospodarczych związanych z podupadaniem zakładów motoryzacyjnych w Birmingham władze rozpoczęły wprowadzanie programów, które wsparły m.in. międzynarodową turystykę biznesową poprzez rozwinięcie zaplecza hotelowego i konferencyjnego (Spencer, 1987). Zaproponowano także realizację projektów, nakierowanych częściowo na rozwój sektora kreatywnego poprzez stworzenie nowej i atrakcyjnej oferty widowisk teatralnych i operowych w istniejących instytucjach kultury. Obszarem wsparcia stało się też środowisko naturalne. Przy realizacji projektów dotyczących jego ochrony miejsca pracy znaleźli architekci, urbaniści oraz inżynierowie (w ramach

projektów związanych z tworzeniem zielonych przestrzeni miejskich i ekologicznej komunikacji publicznej; Barber, 2006; Brown i in., 2007, s. 7). Zaczęto również realizację programów rewitalizacyjnych, mających na celu ożywienie zdegradowanych dzielnic śródmieścia. W tym celu zaangażowano lokalnych oraz napływowych, głównie z Londynu, przedstawicieli klasy kreatywnej, w szczególności architektów, architektów krajobrazu, specjalistów w zakresie obsługi imprez artystycznych. Dzięki realizacji tych programów udało się ożywić tradycje miasta związane m.in. z projektowaniem i wzornictwem artystycznym (przejawiającym się m.in. w postaci sztuki jubilerskiej). Działalności opierające się na wspomnianym dziedzictwie historycznym miasta wykorzystane zostały w celu promocji dwóch projektów rewitalizacyjnych w centrum miasta.

Pierwszy z nich dotyczył dzielnicy Eastside, w której wokół zaprojektowanego terenu parkowego skoncentrowano firmy związane z produkcją multimedialną, telewizyjną, grafiką komputerową, sztukami wizualnymi, produkcją muzyczną oraz sztukami performatywnymi. Drugim z przedsięwzięć było zrewitalizowanie starej Dzielnicy Jubilerskiej (Jewellery Quarter), będącej jednym z największych skupisk producentów biżuterii i wyrobów złotniczych. W dzielnicy tej zlokalizowano ponad 400 podmiotów gospodarczych zajmujących się sztuką jubilerską. W latach 90. XX w. wytwarzały one ponad 40% krajowej produkcji jubilerskiej w Wielkiej Brytanii (Brown i in., 2007).

Mimo początkowych sukcesów programów wspierających lokalną przedsiębiorczość proces wychodzenia miasta z kryzysu uległ spowolnieniu po serii bankructw przedsiębiorstw z branży motoryzacyjnej, takich jak MG Rover w Longbridge w okolicy Birmingham, LDV i Alstom. Dalszy spadek zatrudnienia, tym razem w sektorze usługowym, nastąpił w 2008 r., kiedy miasto dotknęły skutki światowego kryzysu gospodarczego. Oba te wydarzenia przyczyniły się do utraty pracy ponad 70 tys. osób, w tym prawie 12 tys. w sektorze kreatywnym (Chapain i in., 2010).

W odpowiedzi na pogłębiające się problemy społeczno-gospodarcze w Birmingham władze lokalne zaproponowały program, który miał na celu wsparcie inwestycji prowadzonych przez duże międzynarodowe i krajowe przedsiębiorstwa, w tym należące do sektora kreatywnego. Program ten podniósł atrakcyjność miasta, które stało się jednym z najważniejszych obszarów inwestycyjnych w Wielkiej Brytanii. Działania władz polegały na wsparciu pięciu kategorii działalności: 1) produkcja i projektowanie zaawansowanych technologii (*advanced engineering*), 2) obsługa biznesu (*business, professional and financial services* – BPFs), 3) informacja i komunikacja (*tech and digital*), 4) biotechnologia (*life sciences*), 5) przetwórstwo spożywcze (*food and drink*). Pierwsze cztery kategorie działalności związane były bezpośrednio z sektorem kreatywnym. W ramach udzielonego przez władze lokalne wsparcia możliwy był wzrost zatrudnienia w firmach na terenie miasta i jego aglomeracji, m.in. w Longbridge,

na obszarze, który wcześniej zajmowany był przez fabrykę MG Rover. Powstał tam park technologiczny (Longbridge Technology Park) i centrum innowacji (Innovation Centre), gdzie znalazło zatrudnienie kilkudziesięciu specjalistów. Ponadto dzięki wsparciu udzielonemu ze strony władz miasta możliwe było stworzenie w aglomeracji Birmingham klastra ponad 600 firm związanych z branżą biotechnologiczną, zatrudniających kilkuset specjalistów (Chapain i in., 2010).

Realizacja szeregu programów (m.in. *Kreatywne Miasto Birmingham* z 2001 r., *Regionalna Strategia Kulturalna West Midlands* z 2001 r., *Strategia dla Kultury* z 2007 r.) oraz poprawa koniunktury gospodarczej na świecie pozwoliły na wzrost zatrudnienia w Birmingham. W latach 2010–2013 powstało ponad 25 tys. nowych miejsc pracy, w tym m.in. dzięki rozwojowi mikro i małych firm prowadzonych przez przedstawicieli klasy kreatywnej (m.in. architektów, twórców oprogramowania). Podmioty te lokalizowane były w pomieszczeniach użytkowych i mieszkalnych znajdujących się w zrewitalizowanych budynkach w centrum miasta.

Badania w oparciu o dane pochodzące z projektu ACRE, opracowań Rady Miasta Birmingham (Birmingham City Council) oraz brytyjskiego Urzędu Statystyki Narodowej (Office for National Statistics) pozwoliły zauważyć, że w ciągu 12 lat, od 2005 r. do 2017 r., wielkość klasy kreatywnej w Birmingham wzrosła prawie o 30%, do ponad 134 tys. osób (25,9% pracujących w mieście; tab. 2). W podziale na działalności twórcze i o dużym wykorzystaniu wiedzy

Tabela 2. Struktura zatrudnienia w działalnościach kreatywnych w Birmingham w latach 2005 i 2017

Działalności kreatywne	2005		2017		Zmiana 2005–2017 (w %)
	liczba zatrudnionych	udział w całkowitym zatrudnieniu w %	liczba zatrudnionych	udział w całkowitym zatrudnieniu w %	
Działalności twórcze	25925	5,2	33687	6,5	29,9
Działalności o dużym wykorzystaniu wiedzy	77062	15,6	100050	19,4	29,8
Razem – zatrudnienie w działalnościach kreatywnych	102987	20,8	133737	25,9	29,9
Zatrudnienie ogółem w Birmingham	495329		517000		4,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie Brown i in. (2007) i danych Birmingham City Council (2018).

nastąpił prawie jednakowy wzrost zatrudnienia w przypadku obu typów działalności w latach 2005–2017 (odpowiednio o 29,9% i 29,8%). Jednocześnie w obu badanych momentach czasowych występowało większe zatrudnienie w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy (15,6% w 2005 r. i 19,4% w 2017 r.) niż w działalnościach twórczych (5,2% w 2005 r. i 6,5% w 2017 r.). Na nadwyżkę zatrudnienia w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy wpłynęło zatrudnienie w usługach prawnych i innych usługach dla biznesu. Firmy związane z tą branżą lokalizowały się w dostępnych i relatywnie tanich w porównaniu z pobliskim Londynem nowych obiektach biurowych. Wzrost liczby tego typu obiektów w Birmingham był możliwy m.in. dzięki wdrożeniu w 2011 r. krajowego programu wspierania inwestycji w wyznaczonych obszarach na terenie głównych miast w Wielkiej Brytanii (*Enterprise Zone; Birmingham City Council*, 2018).

Największa dynamika zatrudnienia w Birmingham w latach 2005–2017 w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy występowała w podmiotach zajmujących się badaniami i rozwojem (B+R) oraz w szkolnictwie wyższym. Przyczyniło się do tego głównie 36 jednostek badawczych, w tym centra doskonałości (*academic excellence*), kliniki medyczne (m.in. Szkoła Medyczna Uniwersytetu w Birmingham (zatrudniająca prawie 800 naukowców), Szpital Królowej Elżbiety, Instytut Medycyny Translacyjnej, centrum laboratoryjne BioHub mieszczące firmy typu start-up, w których prowadzono badania z zakresu medycyny (*The BioHub Birmingham*, 2018).

Znacznie mniejszą grupę w stosunku do zatrudnionych w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy w Birmingham stanowili pracujący w działalnościach twórczych. W 2017 r. ich udział w całkowitym zatrudnieniu wyniósł 6,5%. Największe zatrudnienie wśród tych działalności w 2017 r. odnotowano w firmach architektonicznych oraz świadczących usługi telekomunikacyjne i informatyczne (w obu przypadkach odsetek zatrudnionych wynosił 1,7%). Jedną z przyczyn, dla której występował tak wysoki odsetek osób pracujących w firmach architektonicznych, była realizacja licznych inwestycji związanych z zagospodarowywaniem i projektowaniem lokali znajdujących się w rewitalizowanych kwartałach zabudowy miejskiej. Przykładami dużych projektów urbanistycznych, w których uczestniczyli przedstawiciele klasy kreatywnej wykonujący zawody architektów i urbanistów, są m.in. Kampus Nauk Przyrodniczych (Life Sciences Campus) w Birmingham, centrum handlowe (Lakeside Centre). Ponadto w 2016 r. rozpoczęto budowę kolei dużych prędkości (High Speed 2 – HS2), która w 2026 r. ma skrócić czas przejazdu między Birmingham i Londynem z 1 godziny 21 minut do 59 minut. Inwestycja ta wiąże się z zaangażowaniem około 30 tys. pracowników, w tym inżynierów specjalistów z branży architektonicznej oraz kolejowej (Birmingham Live, 2018).

Jedną z dynamicznie rozwijających się w Birmingham branż pod względem zatrudnienia były usługi telekomunikacyjne i informatyczne. W ramach tego

typu działalności istotną rolę odgrywały firmy zajmujące się tworzeniem gier komputerowych. Birmingham wraz z całym obszarem West Midlands od 2005 r. uznane zostało za centrum rozwoju branży informatycznej w Wielkiej Brytanii. W mieście powstało 20 firm tworzących każdego roku przynajmniej jedną grę komputerową, która była rozpoznawalna w skali międzynarodowej (Oakley, 2018). Jedną z takich firm była Rare Ltd., która powstała w 1985 r. i założyła m.in. ze stworzenia znanej gry o Jamesie Bondzie. Firma ta zatrudniała ponad 200 osób (Rare Ltd., 2018).

Lipsk

Drugie z miast, w którym badano rozwój klasy kreatywnej – Lipsk – uznawane jest od wieków za ważny ośrodek uniwersytecki, handlowy, targowy i siedzibę ważnych instytucji kultury w niemieckiej Saksonii. W 2020 r. Lipsk miał 605,4 tys. mieszkańców (www.leipzig.de, 2021) i był jednym z trzech miast tzw. Trójkąta Saksońskiego (Sachsen-Dreieck), który składa się z Lipska, Drezna oraz Chemnitz/Zwickau, stanowiącego część Regionu Metropolitalnego Środkowe Niemcy (Metropolregion Mitteldeutschland). Miasto od wieków pełniło ważną funkcję handlową na szlaku komunikacyjnym łączącym zachód ze wschodem Europy i od XVIII w. było znaczącym centrum targowo-wystawienniczym Europy Wschodniej i Centralnej. Ścieżka rozwoju miasta w istotnym stopniu warunkowała rozwój klasy kreatywnej, a jej przebieg, podobnie jak w innych miastach położonych w Europie Wschodniej i Centralnej, miał nieco inny charakter aniżeli w miastach Europy Zachodniej.

Rok 1989 okazał się dla rozwoju klasy kreatywnej w Lipsku przełomowy, bowiem wówczas nastąpił upadek muru berlińskiego i początek okresu transformacji systemowej. W wyniku zjednoczenia Niemiec 3 października 1990 r. w landach wschodnich Niemiec rozpoczął się proces deindustrializacji, restrukturyzacji i prywatyzacji niekonkurencyjnych przedsiębiorstw państwowych związanych z tradycyjnymi gałęziami przemysłu. Skutki przemian gospodarczych dotknęły także Lipsk, w którym nastąpił znaczący wzrost bezrobocia (z 10,2% w 1991 r. do 20,6% w 2005 r.; Statistik der Bundesagentur für Arbeit, 2009).

Niekorzystna sytuacja gospodarcza spowodowała masową ucieczkę ludności Lipska do zachodnich landów Niemiec, gdzie istniała możliwość znalezienia lepiej płatnej pracy. Te uwarunkowania społeczno-ekonomiczne przyczyniły się do odpływu pracowników, w tym wysoko wykwalifikowanych. Wpłynęło to negatywnie na rozwój klasy kreatywnej w mieście. Emigracji z Lipska, podobnie jak z innych miast byłego NRD, nie udało zatrzymać się mimo transferu prawie 1 bln marek niemieckich w latach 1991–1995 do wschodnich Niemiec, w ramach procesów zjednoczeniowych i restrukturyzacji gospodarki (Lange i in., 2007).

Odptyw ludności z Lipska i niska stopa przyrostu naturalnego spowodowały spadek liczby mieszkańców o prawie 15%, z 511 tys. w 1990 r. do 437 tys. w 1998 r. (Leipzig-Sachsen, 2018). Konsekwencją spadku populacji był wzrost powierzchni pustostanów. W 1995 r. w Lipsku pustych było prawie 60 tys. mieszkań i ponad 800 tys. m² powierzchni biurowych. Ponadto rosnące dysproporcje społeczne między „nowymi elitami” i niewykwalifikowanymi, zmarginalizowanymi grupami mieszkańców pogarszały i tak trudny obraz sytuacji społeczno-gospodarczej. W celu poprawy tej sytuacji rozpoczęto na terenie miasta realizację jednego z pierwszych we wschodnich landach Niemiec programów rewitalizacyjnych (Lange i in., 2007).

Realizowane na początku lat 90. projekty rewitalizacyjne w centrum Lipska były istotnym czynnikiem lokalizacji na terenie miasta licznych małych, często jednoosobowych firm należących do sektora kreatywnego. Były one zakładane przez młodych migrantów z innych landów Niemiec lub z zagranicy. Wśród tych młodych przedsiębiorców znaleźli się m.in. architekci, którzy angażowali się w realizację projektów rewitalizacyjnych (m.in. pracownie architektoniczne: L21, KARO, URBIKOM), oraz aktorzy, malarze, którzy zostali włączeni w realizację projektów kulturalnych (m.in. pracownia artystyczna NIKO 31). Rozkwitowi przedsiębiorczości sprzyjało obniżanie kosztów wynajmu mieszkań i lokali na działalność gospodarczą. W ten sposób udało się zagospodarować część pustostanów w mieście (por. Lange i in., 2007).

Już w 1995 r. nastąpiła nieznaczna poprawa sytuacji społeczno-ekonomicznej w Lipsku. Natomiast od 2001 r. zaczęła wzrastać liczba jego mieszkańców, co pozwoliło zatrzymać niekorzystną tendencję kurczenia się miasta (Lütke-Daldrup, 2004, s. 13).

Duże znaczenie w zahamowaniu procesu kurczenia się miasta i w poprawie sytuacji społeczno-gospodarczej w Lipsku na początku XXI w. miało wprowadzenie strategii polegającej na wsparciu (m.in. poprzez obniżenie podatków lokalnych, zaoferowanie wysokiej jakości przestrzeni biurowych) kluczowych sektorów lokalnej gospodarki, skupiających firmy związane z: 1) ochroną zdrowia i biotechnologią, 2) produkcją samochodów i dotyczącą jej działalnością badawczo-rozwojową oraz 3) sektorem mediów i kreatywnym. Działania wspierające rozwój pierwszego sektora obejmowały promocję w kraju i za granicą wyższych uczelni, w tym Uniwersytetu, Szpitala Uniwersyteckiego, Centrum Serca, Instytutu Badań i Immunologii Fraunhofera oraz Instytutu Maxa Plancka. Z kolei wsparcie dla sektora motoryzacyjnego przyczyniło się do zlokalizowania w Lipsku działu badawczo-rozwojowego BMW, w którym zatrudniono wysoko wykwalifikowanych inżynierów projektantów i konstruktorów, będących w większości absolwentami lokalnych uczelni. Wsparciem władz lokalnych zostały objęte także sektory medialny i kreatywny, w ramach których funkcjonowały instytucje kultury zlokalizowane w Lipsku (m.in. Akademia Sztuk Wizualnych oraz Lipska Orkiestra

– Gewandhaus), a także instytucje organizujące corocznie Lipskie Targi Książki, nawiązujące do targowej tradycji miasta.

Poprawiająca się sytuacja gospodarcza w Lipsku w drugiej dekadzie XXI w., co wynikało m.in. z dobrej koniunktury gospodarczej na świecie oraz polityki prowadzonej na poziomie lokalnym, spowodowała napływ ludności do miasta, w tym cudzoziemców. Pochodzili oni m.in. z państw europejskich nienależących do Unii Europejskiej (1,2% przyznanych niemieckich obywatelstw w 2017 r.), państw azjatyckich (1,2% obywatelstw), Rosji (0,4% obywatelstw). Nastąpił też wzrost wskaźników demograficznych. W efekcie napływu imigrantów z kraju i z zagranicy wzrosła liczba mieszkańców miasta (w latach 2000–2017 o 15% – z 494 795 do 581 980; Stadt Leipzig, 2018) oraz zróżnicowanie etniczne, sprzyjające rozwojowi ludzkiej kreatywności (por. Florida, 2002).

W 2017 r. klasa kreatywna liczyła w Lipsku 95 076 osób, czyli ponad 35% całkowitego zatrudnienia w mieście (tab. 3; Destatis Statistisches Bundesamt, 2018). Natomiast w badanym okresie (lata 2015–2017) wzrost zatrudnienia w działalnościach kreatywnych wyniósł prawie 40%. Należy go wiązać zarówno z rosnącym popytem na pracę twórczą i o wysokim wykorzystaniu wiedzy w nowo powstających firmach (m.in. w jednostkach badawczo-rozwojowych Porsche i BMW), jak i ogólnym przyrostem liczby mieszkańców miasta (Lange i in., 2007).

W podziale klasy kreatywnej na pracujących w działalnościach twórczych i o dużym wykorzystaniu wiedzy dostrzec można większy udział w całkowitym

Tabela 3. Struktura zatrudnienia w działalnościach kreatywnych w Lipsku w latach 2005 i 2017

Działalności kreatywne	2005		2017		Zmiana 2005–2017 (w %)
	liczba zatrudnionych	udział w całkowitym zatrudnieniu w %	liczba zatrudnionych	udział w całkowitym zatrudnieniu w %	
Działalności twórcze	22711	12,0	35533	13,3	56,5
Działalności o dużym wykorzystaniu wiedzy	45751	24,2	59543	22,2	30,1
Razem – zatrudnienie w działalnościach kreatywnych	6842	36,3	95076	35,5	38,9
Zatrudnienie ogółem w Lipsku	188800		267823		41,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie Lange i in. (2007) i danych Destatis Statistisches Bundesamt (2018).

zatrudnieniu w 2017 r. pracujących w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy (22,2% całkowitego zatrudnienia w mieście). Wśród nich największy udział mieli zatrudnieni w usługach prawnych (12,7% ogólnego zatrudnienia w mieście), co wynikało m.in. z obecności w Lipsku od początku lat 90. XX w. oddziałów czterech największych międzynarodowych firm prowadzących doradztwo finansowe, prawne i rachunkowo-księgowo (Ernst & Young (EY), Deloitte & Touche, KPMG oraz Pricewaterhouse Coopers (PwC)). Ponadto odnotowano duży udział zatrudnionych w podmiotach zajmujących się działalnością badawczo-rozwojową i szkolnictwem wyższym (12,7% ogólnego zatrudnienia w mieście). Osoby związane z tymi działalnościami pracowały na ośmiu wyższych uczelniach, z których największym pracodawcą był Uniwersytet w Lipsku (prawie 5100 zatrudnionych) oraz w dwudziestu czterech instytucjach badawczych, do których należy m.in. park naukowo-technologiczny Bio City Leipzig skupiający 34 firmy (Bio City Leipzig, 2018).

Z kolei w działalnościach twórczych w 2017 r. pracowało w Lipsku ogółem ponad 35 tys. osób. Spośród tych działalności największy udział w całkowitym zatrudnieniu w 2017 r. mieli pracownicy zatrudnieni w firmach należących do kategorii dzieła sztuki (3,2% całkowitego zatrudnienia w mieście). Osoby te pracowały w antykwariatach, prowadząc handel dziełami sztuki oraz wyspecjalizowanymi towarami. Zatrudnienie w działalnościach twórczych cechowało się także dużą dynamiką zmian. W latach 2005–2017 wzrosła liczba pracujących w tych działalnościach o ponad 56%. Na wzrost ten w największym stopniu wpływ miał przyrost zatrudnienia w firmach reklamowych (wzrost o 136,4%), co wynikało m.in. z popytu zgłaszanego przez władze miasta na prowadzenie akcji marketingowych i reklamowych oraz realizację wybranych etapów projektów rewitalizacyjnych, w które zaangażowane były firmy reklamowe. W 2017 r. działało w mieście około 700 agencji reklamowych (Stadt Leipzig, 2018).

Choć pracujący w firmach związanych z radiem i telewizją nie mieli dużego udziału w całkowitym zatrudnieniu w Lipsku w 2017 r. (1,7%), jednak powstały w oparciu o te działalności klaster medialny Media City Leipzig zaczął odgrywać istotną rolę w skali ogólnokrajowej, a nawet międzynarodowej ze względu na realizowaną produkcję filmową (Stryjakiewicz 2010). W ten sposób działalność klasy kreatywnej z branży medialnej w Lipsku nabrała wymiaru ponadlokalnego. Istotny wpływ na utworzenie i rozwój tego klastra miało zlokalizowanie w Lipsku siedziby regionalnego, publicznego kanału telewizyjnego MDR (Mitteldeutscher Rundfunk). Skoncentrowanie tego typu działalności w Lipsku przyczyniło się do nazywania miasta niemiecką fabryką snów, podobną do Hollywood w Stanach Zjednoczonych (Stadt Leipzig, 2018).

Poznań

Poznań jest jednym z najstarszych polskich miast, w którym w 2020 r. mieszkało 534,8 tys. osób, co plasowało je na piątym miejscu w Polsce pod względem liczby ludności (Urząd Miasta Poznania, 2021). Miasto, podobnie jak Lipsk, od wieków spełniało funkcję ważnego ośrodka gospodarczego, ze względu na korzystne położenie na styku głównych w tej części kontynentu szlaków handlowych, oraz ośrodka administracyjnego, ze względu na siedzibę władz świeckich i duchownych. Miasto nabrało akademickiego charakteru w XVI w. dzięki utworzeniu Akademii Lubrańskiego. W odróżnieniu od Birmingham i Lipska Poznań doświadczył ponadstuletniego okresu zaborów, który w istotny sposób wpłynął na późniejszy rozwój miasta i jego klasy kreatywnej.

Procesy kształtowania się klasy kreatywnej przebiegały w Poznaniu w inny sposób niż w większości miast Europy Zachodniej. Wynikało to z zakłóconej przez wprowadzenie systemu komunistycznego ścieżki rozwoju miasta oraz izolacji gospodarczej i społecznej Polski trwającej od 1945 do 1989 r. Zapoczątkowana w 1989 r. transformacja społeczno-gospodarcza, podobnie jak w Lipsku, stanowiła istotne uwarunkowanie rozwoju klasy kreatywnej w Poznaniu. Wraz z przemianami gospodarczymi zachodzącymi w okresie transformacji klasa kreatywna rozwijała się w sposób bardzo żywiołowy i obecnie stanowi odzwierciedlenie dynamicznie zachodzących procesów doganiania przez miasto gospodarek miast Europy Zachodniej (por. Stryjakiewicz, 2010).

Transformacja systemowa wiązała się w początkowym okresie z restrukturyzacją przedsiębiorstw produkcyjnych lub ich prywatyzacją. Ponadto pobudzony został duch przedsiębiorczości wśród mieszkańców Poznania. Skutkiem tego był gwałtowny wzrost liczby prywatnych jednoosobowych podmiotów gospodarczych należących głównie do sektora usług specjalistycznych w zakresie pośrednictwa finansowego, handlu oraz obsługi nieruchomości (ok. 60%; US w Poznaniu, 1996). Napływ kapitału zagranicznego do Poznania i wzrost inwestycji na początku lat 90. XX w. przyczyniły się do napływu przedstawicieli klasy kreatywnej z zagranicy, a w szczególności pracowników działalności o dużym wykorzystaniu wiedzy (Stryjakiewicz i in., 2007).

Istotnym uwarunkowaniem dla rozwoju klasy kreatywnej w Poznaniu było wstąpienie Polski do Unii Europejskiej w 2004 r. Z jednej strony pojawiła się możliwość korzystania z funduszy unijnych, a z drugiej strony Polacy uzyskali swobodę przemieszczania się między państwami Unii w celach zarobkowych i turystycznych. Dostęp do funduszy unijnych pozwolił na przeprowadzenie inwestycji, których celem stało się dogonienie gospodarek starych członków UE (Stryjakiewicz, 2010). Władze Poznania uzyskały w latach 2004–2014 dofinansowanie na realizację 201 projektów w wysokości prawie 2,2 mld zł. Dla rozwoju klasy kreatywnej w Poznaniu duże znaczenie miał Fundusz Spójności i inne fundusze (m.in.

Norweski Mechanizm Finansowy, Program EQUAL, Program LEONARDO DA VINCI, Program COMENIUS, PROGRAM URBACT, 5 Program Ramowy i kolejne jego edycje). Fundusze te stały się źródłem finansowania tzw. projektów miękkich, tj. takich, których rezultatem nie są środki trwałe, a np. nowa wiedza, umiejętności i kompetencje (Churski, 2014). W szczególności te ostatnie programy stanowiły źródło finansowania badań i rozwoju, dzięki czemu wsparcie otrzymały osoby pracujące w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy. Od 2004 r. rozwój miasta oraz mieszkającej na jego terenie klasy kreatywnej stymulowany był także czynnikami pozafinansowymi, np. rosnącą jakością warunków życia, dostępnością instytucji kultury, rozwojem uczelni wyższych.

Udział pracujących w działalnościach kreatywnych w Poznaniu w 2017 r. wyniósł 38,7%. Jednocześnie większy udział w grupie zatrudnionych, należących do tej klasy, mieli pracownicy działalności o dużym wykorzystaniu wiedzy (21,8%), niż działalności twórczych (16,9%; tab. 4).

Tabela 4. Struktura zatrudnienia w działalnościach kreatywnych w Poznaniu w latach 2005 i 2017

Działalności kreatywne	2005		2017		Zmiana 2005–2017 (w %)
	liczba zatrudnionych	udział w całkowitym zatrudnieniu w %	liczba zatrudnionych	udział w całkowitym zatrudnieniu w %	
Działalności twórcze	31 606	14,2	41 289	16,9	30,6
Działalności o dużym wykorzystaniu wiedzy	46 392	20,9	53 244	21,8	14,8
Razem – zatrudnienie w działalnościach kreatywnych	77 998	35,1	94 533	38,7	21,2
Zatrudnienie ogółem w Poznaniu	222 248		244 100		9,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie Stryjakiewicz i in. (2007) i danych Urzędu Miasta Poznania (2018).

Na wysoki odsetek osób pracujących w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy w Poznaniu istotny wpływ miał wysoki poziom zatrudnienia w usługach prawnych i innych usługach dla biznesu (9,2%). Wśród tych działalności znaczna liczba osób zatrudniana była w 60 centrach usług biznesowych (CB), z których CB Carlsberga w momencie otwarcia w 2006 r. było jednym z pierwszych w Polsce.

Obecnie centrum to zatrudnia 350 pracowników, głównie specjalistów z branży księgowości. Natomiast do największych centrów biznesowych w Poznaniu należą CB Ikea, w którym zatrudnienie znalazło około 500 pracowników (Pogrzebny, 2017) i CB IT GlaxoSmithKline, które również zatrudnia około 500 pracowników (propertynews.pl, 2016). Ponadto w Poznaniu występuje liczna grupa mikrofirm, w tym podmiotów jednoosobowych świadczących usługi księgowe. Ważnymi pracodawcami na rynku usług prawnych i innych usług dla biznesu były także parki naukowo-technologiczne oraz technologiczne (Poznański Park Naukowo-Technologiczny Fundacji UAM; Poznański Park Technologiczno-Przemysłowy; Centrum Zaawansowanych Technologii Nobel Tower), których działalność opiera się głównie na ludzkiej kreatywności i innowacyjności. Ponadto na rozwój klasy kreatywnej istotny wpływ miały poznańskie uczelnie, a przede wszystkim Uniwersytet im. Adama Mickiewicza, na którym zatrudnionych jest prawie 3 tys. pracowników naukowych (w tym 918 profesorów).

Choć udział pracujących w działalnościach twórczych w całkowitym zatrudnieniu w Poznaniu w 2017 r. był niższy aniżeli pracujących w działalnościach o dużym wykorzystaniu wiedzy, to jednak w przypadku działalności twórczych wystąpiła większa dynamika wzrostu zatrudnienia. Spośród działalności twórczych największym udziałem zatrudnionych (3,5% całkowitego zatrudnienia w mieście) i dynamiką wzrostu (przyrost na poziomie 83,9% w latach 2005–2017) charakteryzowały się firmy świadczące usługi telekomunikacyjne i informatyczne. Na taką sytuację istotny wpływ miał głównie rozwój małych (w tym opierających się na samozatrudnieniu) przedsiębiorstw z branży teleinformatycznej (por. Stryjakiewicz, 2009). Część z nich skupiona była w Wielkopolskim Klastrze Teleinformatycznym. Miejsca pracy w usługach telekomunikacyjnych i informatycznych generują także takie przedsiębiorstwa, jak Poznańskie Centrum Superkomputerowo-Sieciowe wraz z otwartym w 2015 r. Centrum Innowacji PCSS-Huawei (300 pracowników), przedsiębiorstwo ZETO (Zakład Elektronicznych Technik Obliczeniowych) oraz firmy z dynamicznie rozwijającej się branży gier komputerowych (m.in. Robot Gentleman, Monster Couch, Huckleberry Games, Setapp, AtomicJelly). Duży udział w całkowitym zatrudnieniu w Poznaniu miały też firmy architektoniczne (2,7%) oraz związane z działalnością artystyczną i rozrywkową (również 2,7%). W przypadku pierwszej z tych działalności było to ponad 1800 firm architektonicznych, z których tylko niektóre zatrudniały powyżej 5 architektów (m.in. Studio ADS, które projektowało budynki Centrum Handlu i Sztuki Stary Browar). Dość wysoki udział zatrudnionych w działalności artystycznej i rozrywkowej związany był z budowaniem funkcji kulturalnej miasta (Namyślak, 2013). Zlokalizowane na terenie Poznania instytucje kultury z jednej strony generują miejsca pracy dla klasy kreatywnej (2,7% całkowitego zatrudnienia), a z drugiej oferują rozrywkę kulturalną dla jej przedstawicieli. W Poznaniu działa 80 instytucji kultury (m.in. teatry, muzea, biblio-

teki; Urząd Miasta Poznania, 2018), które odpowiedzialne są za tworzenie twórczej atmosfery poprzez organizowane corocznie w mieście imprezy kulturalne (m.in. Malta Festival – Festiwal Teatrów Ulicznych, Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny). Należy podkreślić, że w Poznaniu udział zatrudnionych w działalności artystycznych i rozrywkowych był najwyższy spośród badanych miast. Jednocześnie znaczenie tych działalności nie powinno być rozpatrywane tylko z punktu widzenia udziału w ogólnym zatrudnieniu w mieście czy liczby pracujących, ale w większym stopniu ze względu m.in. na doniosłość wydarzeń kulturalnych, występy znanych artystów, jakość repertuaru operowego czy teatralnego.

ZAKOŃCZENIE

Cel artykułu został sformułowany w postaci trzech pytań badawczych. Pierwsze z nich dotyczyło wskazania uwarunkowań i czynników, które wpłynęły na rozwój klasy kreatywnej w miastach europejskich o różnych ścieżkach rozwoju – Birmingham, Lipsku i Poznaniu.

Dzięki przyjęciu w części wprowadzającej artykułu rozróżnienia znaczenia pojęć: uwarunkowanie i czynnik możliwe okazało się dokonanie podziału przyczyn wpływających na rozwój klasy kreatywnej w badanych miastach. Jak wskazują przeprowadzone badania, trudno jest wymienić jedno uwarunkowanie lub czynnik, który oddziaływał na rozwój klasy kreatywnej w każdej z badanych aglomeracji miejskich. Z powodu złożoności procesów rozwojowych związanych z klasą kreatywną należy uwzględnić szereg uwarunkowań oraz czynników, często następujących po sobie, które decydują o przebiegu tego procesu. Współcześnie każde z badanych miast rozwija się w oparciu o tylko dla niego charakterystyczne kombinacje sterowalnych czynników oraz niezależnych uwarunkowań.

W świetle argumentacji przedstawionej w pracy można stwierdzić, że istotnym uwarunkowaniem są odmienne ścieżki rozwoju klasy kreatywnej w Birmingham, Lipsku i Poznaniu. Trajektoria ścieżki rozwoju Birmingham miała względnie stabilny i długofalowy charakter i przebiegała w oparciu o utarte reguły gospodarki wolnorynkowej oraz historyczne dziedzictwo budowane od XIX w., a także ducha przedsiębiorczości i tolerancji. Z kolei w przypadku Lipska, miasta mającego również tradycje handlowe i targowe oraz muzyczne, rozwój został zahamowany przez wprowadzenie w 1945 r. gospodarki centralnie planowanej. Ograniczyło to możliwości tworzenia warunków podobnych do tych, jakie powstały w Birmingham dla pojawienia się klasy kreatywnej. Zbliżone uwarunkowania związane z rozwojem klasy kreatywnej zaistniały w 1945 r. w Poznaniu. Dopiero nagła zmiana systemu w 1989 r. pozwoliła na pojawienie się nowych możliwości i różnych kierunków przyszłego rozwoju klasy kreatywnej w Lipsku i Poznaniu (Strykiewicz, 2010). Natomiast późniejsze wejście na ścieżkę trwałego rozwoju obu tych miast, podobnie jak w przypadku Birmingham, nie zostało znacząco zakłócone global-

nym kryzysem, który pojawił się w 2008 r. W przypadku przedstawicieli klasy kreatywnej kryzys ten stanowił kolejny bodziec do podejmowania nowych wyzwań i stymulowania własnej kreatywności.

Z kolei do czynników, które uznano w artykule za mające charakter deterministyczny, sterowalny i które wpłynęły na rozwój klasy kreatywnej, należały przedsiębiorczość i otwartość. Oba występowały w Birmingham i pojawiły się w wyniku pełnienia przez miasto funkcji ośrodka handlowego i centrum krajowych oraz zagranicznych imigracji. W Poznaniu czynnikiem stymulującym rozwój klasy kreatywnej był głównie rozwój lokalnej przedsiębiorczości. Wynikał on z jednej strony z historycznych doświadczeń poznaniaków będących efektem załamania ścieżki rozwoju miasta w 1945 r. i wyzwań związanych z ponownym doganianiem miast Europy Zachodniej (por. Stryjakiewicz, 2010). Z drugiej strony przedsiębiorczość mieszkańców budowana była w oparciu o targowy charakter miasta, sieci relacji formalnych i nieformalnych oraz zdeterminowanie związane z realizacją podjętych przedsięwzięć. W Lipsku rozkwit przedsiębiorczości po 1989 r., mimo tradycji handlowych miasta, nie miał charakteru oddolnego, był stymulowany przez polityki miejskie i napływ nowych mieszkańców z zagranicy lub z innych części Niemiec. Zatem wskazane w artykule czynniki rozwoju klasy kreatywnej w Birmingham, Lipsku i Poznaniu odpowiadają założeniom koncepcji Floridy w zakresie roli, jaką w rozwoju klasy kreatywnej odgrywają tolerancyjność społeczności lokalnej przyjmującej imigrantów, indywidualna przedsiębiorczość oraz kreatywny „klimat” miasta.

Drugi cel artykułu dotyczył możliwości sterowania rozwojem klasy kreatywnej. Wyniki badań wskazują, że w Birmingham i Lipsku intensywne działania ze strony władz lokalnych, związane z realizacją programów rewitalizacyjnych, wspieraniem projektów inwestycyjnych i stymulowaniem przedsiębiorczości, przyczyniają się do rozwoju klasy kreatywnej. Jednak, jak zauważają Musterd i Kovács (2013), działania władz lokalnych muszą być właściwie prowadzone i dopasowane do lokalnych problemów sektora kreatywnego. Florida (2005) uważa ponadto, że nie wszystkie miasta mogą stać się centrami kreatywnymi, mimo wprowadzanych programów stymulujących kreatywność, gdyż nie każde z nich ma odpowiednie zasoby, m.in. w postaci licznej klasy kreatywnej.

Określenie wielkości klasy kreatywnej w badanych miastach stanowi odpowiedź na trzeci z postawionych w artykule celów. Badania pozwoliły stwierdzić, że udział klasy kreatywnej w 2017 r. wyniósł średnio 31,4% w całkowitym zatrudnieniu w badanych miastach. Wartość ta nie była wysoka, zważywszy, że odpowiadała w przybliżeniu udziałowi, jaki klasa kreatywna miała w całkowitym zatrudnieniu w Stanach Zjednoczonych już na początku XXI w. (Florida, 2002). Największy udział zatrudnionych w działalnościach kreatywnych w stosunku do ogólnego zatrudnienia występował w Poznaniu (38,7%). Wysoka pozycja miasta w zestawianiu z analizowanymi ośrodkami wiąże się także z wysoką jego pozy-

cją w rankingu opracowywanym przez Komisję Europejską, dotyczącym rozwoju kultury i kreatywności w miastach europejskich (Cultural and Creative Cities Monitor, 2021). W rankingu tym Poznań wyprzedzał pod względem rozwoju gospodarki kreatywnej większość dużych miast w Polsce (m.in. Kraków, Wrocław, Gdańsk). Z kolei ponadtrzydziestopięcioprocentowy udział klasy kreatywnej w całkowitym zatrudnieniu w Lipsku wiąże się z wysoką jego pozycją wśród innych miast w Niemczech pod względem rozwoju sektora kreatywnego. Wskazują na to m.in. badania Matthiesena i in. (2014). Przyjęty przez nich ranking miast niemieckich oparty był na wartości ilorazu lokalizacji, w którym uwzględnione zostało zatrudnienie w sektorze kreatywnym. Lipsk znalazł się w tym zestawieniu na czwartym miejscu (LQ=1,26), za Stuttgartem, Monachium i Kolonią. Na ostatnim miejscu wśród badanych miast pod względem udziału zatrudnionych w działalnościach kreatywnych znalazło się Birmingham (29,9%). Przeciętną pozycję miasta potwierdzają także badania Gardinera i Sunleya (2020), dotyczące rozwoju sektora kreatywnego w regionach aglomeracyjnych Wielkiej Brytanii.

Wyniki badań odnoszących się do Birmingham, Lipska i Poznania pozwalają zauważyć, że klasa kreatywna rozwija się w tym miastach bardzo dynamicznie. Choć trudno przewidywać, aby utrzymało się tak duże tempo wzrostu w przyszłości, zarysowująca się tendencja wskazuje, że w gospodarce coraz istotniejszą rolę odgrywać będą zawody opierające się na wiedzy i kreatywności. Znajdują w ten sposób potwierdzenie przewidywania dotyczące rosnącego znaczenia wiedzy w wykonywanej pracy, które były formułowane już w połowie XX w. m.in. przez Druckera (1959). Nasuwa się jednak istotne pytanie wynikające z sytuacji, jaka zaistniała w 2020 r. wraz z pojawieniem się pandemii koronawirusa. Na ile to uwarunkowanie wpłynie na rozwój klasy kreatywnej w Birmingham, Lipsku i Poznaniu w przyszłości? Niewątpliwie odpowiedź na nie wymaga dalszych pogłębionych badań.

LITERATURA

- Andersson A. (1985). Creativity and regional development. *Papers of the Regional Science Association*, 56: 5–20.
- Asheim B., Hansen K. H. (2009). Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden. *Economic Geography*, 85(4): 425–442.
- Barber A. (2004). *City centre strategy and policies to extend its benefits to wider communities: The case of Birmingham, UK*. Regional Seminar and Learning Event on Local Governance and Pro-Poor Service Delivery. Manila.
- BioCity Leipzig (2018). *The future is relocating here* (<https://bio-city-leipzig.de/news-de/events-de/nlsdays-2018>; dostęp: 4.03.2018).
- Birmingham City Council (2021). *Birmingham population* (https://www.birmingham.gov.uk/info/20057/about_birmingham/1294/population_and_census/2; dostęp: 5.11.2021).

- Birmingham Live (2018). *£82m plans for new homes, restaurants and cinema in Dudley set for go-ahead* (<https://www.birminghammail.co.uk/black-country/82m-plans-new-homes-restaurants-16062783>; dostęp: 21.03.2018).
- Boschma R.A., Fritsch M. (2007). Creative class and regional growth – empirical evidence from eight European countries. *Jena Economic Research Papers*, 2007–2066.
- Brown J., Chapain C., Murie A., Barber A., Gibney J., Lutz J. (2007). From City of a Thousand Trades to City of a Thousand Ideas. Birmingham, West Midlands, UK. Pathways to Creative and Knowledge-Based Regions. *ACRE Report, 2.3*. Amsterdam: AMIDSt, University of Amsterdam.
- Brown J., Chapain C., Murie A., Lutz J., Gibney J., Barber A. (2008). Birmingham: Towards a creative knowledge economy? Understanding the attractiveness of the metropolitan region for creative knowledge workers. *ACRE Report WP, 5.3*. Amsterdam: AMIDSt, University of Amsterdam.
- Chapain C., Cooke P., De Propriis L., MacNeill S., Mateos-Garcia J. (2010). *Creative clusters and innovation. Putting creativity on the map*. London: NESTA.
- Chojnicki Z. (1989). Podstawowe aspekty rozwoju społeczno-gospodarczego. W: A. Kuliński (red.), *Współczesne problemy gospodarki przestrzennej Polski*. Rozwój Regionalny, Rozwój Lokalny, Samorząd Terytorialny, 18: 107–121.
- Churski P. (2014). Wpływ funduszy Unii Europejskiej na rozwój Poznania na tle wybranych miast w Polsce – próba bilansu pierwszej dekady członkostwa w Unii Europejskiej. W: P. Churski, T. Stryjakiewicz (red.), *Poznań – próba bilansu przemian w okresie 10 lat członkostwa w Unii Europejskiej*. Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna, 27: 25–44.
- Clifton N. (2008). The “creative class” in the UK: an initial analysis. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(1): 63–82.
- Cultural and Creative Cities Monitor* (2021). Pobrano z: <https://composite-indicators.jrc.ec.europa.eu/cultural-creative-cities-monitor/countries-and-cities/poznan>; dostęp: 9.12.2021).
- Department for Culture Media and Sport, DCMS (1998). *Creative industries mapping document*. London: DCMS.
- Destatis Statistisches Bundesamt (2018). *Unternehmen* (<https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?operation=previous&levelindex=1&step=1&titel=Ergebnis&levelid=1636765396517&acceptscookies=false#breadcrumb>; dostęp: 3.01.2019).
- Drucker P. (1959). *Landmarks of tomorrow*. New York: Harper.
- Florida R. (2002). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Florida R. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge.
- Florida R. (2006). The flight of the creative class: The new global competition for talent. *Liberal Education*, 92(3): 22–29.
- Florida R. (2014). The Creative Class and Economic Development. *Economic Development Quarterly*, 28(3): 196–205.
- Gardiner B., Sunley P. (2020). The changing spatial distribution of employment in creative industry clusters in England, 1991–2018. London: Nesta Policy and Evidence Centre, Creative Industry.
- Glaeser E.L. (2005). Review of Richard Florida’s. The rise of the creative class. *Regional Science and Urban Economics*, 35: 593–596.

- Goodall B. (1987). *Dictionary of human geography*. London: Penguin Group.
- Lange B., Burdack J., Herfert G., Thalmann R., Manz K. (2007). Creative Leipzig? Pathways to creative and knowledge-based regions. *ACRE Report WP, 2.6*. Amsterdam: AMIDSt, University of Amsterdam.
- Lange B., Burdack J., Thalmann R., Manz K., Nadler R., Dziuba C. (2008). Creative Leipzig. Understanding the attractiveness of the metropolitan region for creative knowledge workers. *ACRE Report WP, 5.6*. Amsterdam: AMIDSt, University of Amsterdam.
- Leipzig-Sachsen (2018). *Jobs, Praktikum und Stellenmarkt* (<http://www.leipzig-sachsen.de/leipzig-medien/arbeit-jobs.html>; dostęp: 31.07.2018).
- Lorenzen M., Andersen K.V. (2007). *The Geography of the European creative class. A rank-size analysis*. Danish Research Unit for Industrial Dynamics.
- Lütke-Daldrup E. (2004). Die perforierte Stadt. Eine Versuchsanordnung. *Bauwelt*, 24: 40–42.
- Matthiesen N., Nitt-Drießelmann D., Wedemeier J. (2014). *Kulturwirtschaft in den 30 größten Städten Deutschlands und deren Entwicklung*, *Ökonomische Trends*. Lipsk: ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft.
- Markusen A. (2006). Urban development and the politics of a creative class: Evidence from a study of artists. *Environment and Planning, A: Economy and Space*, 38(10): 1921–1940.
- McGranahan D., Wojan T. (2007). Recasting the creative class to examine growth processes in rural and urban counties. *Regional Studies*, 41: 1–20.
- Musterd S., Bontje M., Chapain C., Kovács Z., Murie A. (2007). Accommodating Creative Knowledge: A Literature Review from a European Perspective. *ACRE Report*, 1. Amsterdam: AMIDSt, University of Amsterdam.
- Musterd S., Kovács Z. (red.) (2013). *Place-making and policies for competitive cities*. London: John Wiley & Sons.
- Musterd S. (2004). Amsterdam as a creative cultural knowledge city: Some conditions. *Built Environment*, 30(3): 225–234.
- Namyślak B. (2013). Miasto kreatywne w ujęciu teoretycznym. *Studia Ekonomiczne i Regionalne*, 6(2): 5–21.
- Oakley A. (2018). *The sociology of housework (reissue)*. Policy Press. Bristol: Bristol University Press.
- Office for National Statistics (1971). *Labour Force Statistics*. London: ONS.
- Parysek J.J. (2018). Teoretyczne i aplikacyjne wyzwania współczesnej geografii społeczno-ekonomicznej. *Studia KPZK*, 183: 37–56.
- Peck J. (2005). Struggling with the Creative Class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29: 740–770.
- Pogrzebny R. (2017). Ikea otworzyła nowe centrum serwisowe w Poznaniu. Ma zatrudniać tysiąc osób. *Forsal* (30.11.2017).
- Propertynews.pl (2016). *Poznań z perspektywy inwestora* (<http://www.propertynews.pl/tereny-inwestycyjne/poznan-z-perspektywy-inwestora-sesja-inauguracyjna-property-forum-w-objektywie,50535.html>; dostęp: 6.12.2017).
- Pratt A.C. (2008). Creative cities: The cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler, Series B, Human Geography*, 90(2): 107–117.
- Rare Ltd. (2018) (<https://www.rare.co.uk/>; dostęp: 13.03.2018).

- Rocznik Statystyczny Województwa Poznańskiego 1995 (1996). Poznań: Urząd Statystyczny w Poznaniu.
- Spencer K.M. (1987). *The decline of manufacturing industry in the West Midlands*. Birmingham: Local Government Studies.
- Stadt Leipzig (2018). *Forschungseinrichtungen* (<https://www.leipzig.de/wirtschaft-und-wissenschaft/studium-und-forschung/forschungseinrichtungen/#c71177>; dostęp: 12.01.2018).
- Stadt Leipzig (2021). *Einwohnerzahl und Bevölkerungsentwicklung in Leipzig* (<https://www.leipzig.de/buergerservice-und-verwaltung/unsere-stadt/statistik-und-zahlen/einwohner-und-bevoelkerungsentwicklung#c215690>; dostęp: 12.09.2021).
- Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2009) (<https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistischer-Content/Arbeitsmarktberichte/Berufe/generische-Publikationen/Altenpflege.pdf>; dostęp: 25.03.2017).
- Stryjakiewicz T. (2008). Regiony kreatywnej wiedzy – zarys międzynarodowego projektu badawczego ACRE. W: T. Stryjakiewicz, T. Czyż (red.), *O nowy kształt badań regionalnych w geografii i gospodarce przestrzennej*. Biuletyn KPZK PAN, 237: 129–145.
- Stryjakiewicz T. (2009). Lokalizacja firm i zachowania przestrzenne pracowników sektora informatycznego (na przykładzie poznańskiego obszaru metropolitalnego). *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 13: 21–33.
- Stryjakiewicz T. (2010). Ścieżki rozwoju sektora kreatywnego w regionach metropolitalnych Europy Środkowo-Wschodniej. W: T. Stryjakiewicz, K. Stachowiak (red.), *Uwarunkowania, poziom i dynamika rozwoju sektora kreatywnego w poznańskim obszarze metropolitalnym*. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, s. 165–183.
- Stryjakiewicz T., Grzywinska E., Kaczmarek T., Meczynski M., Parysek J.J., Stachowiak K. (2008). Poznan welcomes talents. Understanding the attractiveness of the metropolitan region for creative knowledge workers. *ACRE report WP*, 5.8. Amsterdam: AMIDSt., University of Amsterdam.
- Stryjakiewicz T., Kaczmarek T., Meczynski M., Parysek J.J., Stachowiak K. (2007). Poznan faces the future. Pathways to creative and knowledge-based regions. *ACRE report WP*, 2.8. Amsterdam: AMIDSt, University of Amsterdam.
- The BioHub Birmingham* (2018) (<http://www.thebiohub.co.uk>; dostęp: 13.05.2018).
- Törnqvist G. (1983). Creativity and the renewal of regional life. W: A. Buttimer (red.), *Creativity and context*. Lund Studies in Geography, Series B, 50: 91–112.
- Urząd Miasta Poznania (2018). *Fakty i liczby* (<http://www.poznan.pl/mim/s8a/urzed-miasta-poznania,p,24964,24968,24985.html>; dostęp: 2.10.2021).