

Iwona ZDONEK, Dariusz ZDONEK
Politechnika Śląska, Wydział Organizacji i Zarządzania
iwona.zdonek@polsl.pl; dariusz.zdonek@polsl.pl

ANALIZA PROCESU TWÓRCZEGO I ZAWODÓW KREATYWNYCH W POLSCE

Streszczenie. W artykule przedstawiono pojęcia kreatywność i twórczość w kontekście rozwoju ekonomii wiedzy i gospodarki kreatywnej. Przeanalizowano również rozwój grup zawodów kreatywnych w Polsce w ostatnich latach.

Słowa kluczowe: kreatywność, twórczość, innowacyjność, klasa kreatywna, rynek pracy

ANALYSIS OF CREATIVE PROCESS AND CREATIVE PROFESSIONS IN POLAND

Summary. The article presents the notion of creativity in the context of knowledge economy and creative economy. The paper presents also the analysis of evolution of creative professions in Poland.

Keywords: creativity, creativeness, innovation, creative class, labor market

Wstęp

Przełom XX i XXI wieku doczekał się narodzin „ekonomii wiedzy”, która podkreśla rosnącą rolę takich zasobów niematerialnym jak informacja, wiedza i kapitał intelektualny. Wykorzystanie tych zasobów jest niezbędne do tego, by przedsiębiorstwa budowały swoją przewagę konkurencyjną na innowacyjności. Współcześnie sukces organizacji w dużej mierze zależy od twórczości, kreatywności i innowacyjności¹. Są one najbardziej pożądanymi cechami pracowników XXI wieku. Ponadto, jak słusznie zauważają M. Romanowska² oraz

¹ Skrzypek E.: Kreatywność a zarządzanie wiedzą. Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie, 2014, nr 1, t. 24, s.175-188.

² Romanowska M.: Przełomy w praktyce zarządzania - przesłanki i przyczyny, Przegląd Organizacji 2011, nr 3, s. 16-20.

A. Stabryła³ teoria zarządzania podlega ciągłym zmianom, których źródłem są przede wszystkim przeobrażenia i zmiany zachodzące w otoczeniu zewnętrznym organizacji. Rozwój technologii informatycznych, Internetu, globalizacja rynków, zmiany kulturowe itd. sprawiają, że organizacje muszą dostosowywać się do zamieniającego się rynku. Aby przeprowadzić te zmiany w organizacji, konieczne są decyzje często o niestandardowym charakterze, wymagającym sporej innowacyjności. Ponieważ innowacyjność bezpośrednio wynika z kreatywności i twórczości oraz jest przez nie napędzana, więc warto bliżej przyjrzeć się tym terminom. Analiza pojęć twórczość i kreatywność stała się zatem jednym z celów tego artykułu. Kolejnym celem artykułu jest znalezienie odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu rozwijane są zawody kreatywne w Polsce w ostatnich latach?

Zgodnie z przyjętymi celami artykułu zorganizowano go w taki sposób, że w rozdziale pierwszym przedstawiono istotę takich terminów jak twórczość i kreatywność. W rozdziale drugim przedstawiono pojęcie gospodarki kreatywnej w kontekście kreatywności, jako ekonomicznej siły napędowej historii. W rozdziale trzecim rozwiązano postawiony problem badawczy, analizując rozwój zawodów kreatywnych w polskim społeczeństwie. Analizy tej dokonano na podstawie informacji prezentowanych przez portale poświęcone rynkowi pracy, historycznych danych o zatrudnieniu, zawartych w raportach GUS-u oraz prognoz dotyczących zatrudnienia, zaproponowanych w projekcie „Analiza procesów zachodzących na polskim rynku pracy i w obszarze integracji społecznej w kontekście prowadzonej polityki gospodarczej”. Podsumowanie wykonanych analiz oraz plany dalszych kierunków prac badawczych zawarto w rozdziale czwartym.

1. Kreatywność i twórczość – istota zagadnienia

O ile słowa kreatywny i twórczy są traktowane wymiennie i oznaczają tworzący coś nowego i oryginalnego, o tyle kreatywność i twórczość nie są już synonimami. **Kreatywność**, wg Słownika Języka Polskiego, polega na wykorzystywaniu ludzkiej wyobraźni do tworzenia czegoś nowego i oryginalnego. **Twórczość** to z kolei tworzenie czegoś, zwłaszcza dzieł sztuki. Oznacza również ogół dzieł stworzonych przez kogoś, zwykle przez artystę⁴. Można więc sądzić, że kreatywność jest pojęciem szerszym niż twórczość, gdyż dotyczy ogółu czynności tworzenia czegoś nowego i oryginalnego, a twórczość odnosi się bardziej do zakresu dzieł typowo związanych ze sztuką. Pogląd ten prezentuje również R. Florida, który podając formy kreatywności wyróżnia: kreatywność technologiczną (wynalazczość), kreatywność gospodarczą (przedsiębiorczość) oraz kreatywność kulturalno-artystyczną

³ Stabryła A.: Przełomy w teorii zarządzania, Przegląd Organizacji 2011, nr 3, s. 7-12.

⁴ Słownik Języka Polskiego, źródło: <http://sjp.pwn.pl>

(twórczość)⁵. Zatem, choć twórczość i kreatywność nie są terminami wymiennymi, to na podstawie analizy literatury przedmiotu można stwierdzić, że istota obu tych procesów jest podobna i terminy te ze względu na niuansowość w znaczeniu są stosowane jako synonimy⁶. W niniejszym artykule przyjęto również taki pogląd.

Jak pisze E. Nęcka, działanie twórcze to działanie celowe. Jednak cel procesu twórczego często jest niejasny i niestabilny⁷. Oznacza to, że cel ten może się zmienić w trakcie procesu twórczego i dzięki wynikom tego procesu. Ponadto, w procesie twórczym nie dysponuje się gotowymi sposobami osiągnięcia celu, więc należy je samodzielnie wypracować⁸. W związku z tym twórcze dzieła potrzebują długiej i intensywnej aktywności umysłowej. Wymagają więc od twórcy wytrwałości i podejmowania długotrwałych wysiłków. Oznacza to, że potrzebują ze strony twórcy: koncentracji na teraźniejszości oraz jego selektywnej uwagi, czyli wykorzystywania tylko tego co jest ważne z punktu widzenia podjętego działania⁹. Podobnie R. Florida pisząc o kreatywności wskazuje, że istota tego procesu polega głównie na intensywnym wysiłku umysłowym i ciężkiej pracy. Etos kreatywności zbudowany jest na dyscyplinie i dążeniu do celu, a geniusz ludzi kreatywnych to 90% potu i 10% inspiracji. Konieczność intensywnej pracy podczas realizacji procesu kreowania podkreślają także wszystkie teorie procesu twórczego, których syntetyczne ujęcie zaprezentowano w tabeli 1.

Proces kreowania złożony jest z czterech faz: przygotowania, inkubacji, olśnienia, weryfikacji lub dopracowania¹⁰. Faza przygotowania polega na świadomym studiowaniu przez twórcę danego zagadnienia. W fazie inkubacji problem rozważany jest przez umysł twórcy zarówno na poziomie świadomym, jak i podświadomym. W fazie olśnienia następuje dostrzeżenie nowej syntezy, a w fazie weryfikacji lub dopracowania następuje praca związana z werbalizacją i eksternalizacją dostrzeżonej syntezy. Fazy takiego procesu wymagają więc ogromu czasu oraz skupienia i zaangażowania twórcy. Potrzeba selektywnej uwagi w trakcie tego procesu wynika z syntezy, czyli przesiewania danych, spostrzeżeń i materiałów w celu otrzymania kombinacji nowych i użytecznych¹¹. Proces kreowania wymaga także wiary w siebie i odwagi do popełniania błędów, ryzykowania i przewycięzania sceptycyzmu otoczenia. R. Florida wskazuje, podobnie jak E. Nęcka, że siłą napędową kreatywności są własne zainteresowania i przyjemność czerpana z samej pracy.

⁵ Florida R.: *Narodziny klasy kreatywnej*. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010, s. 52.

⁶ Lipka A., Waszczak S., Winnicka-Wejs A.: *Aktywność twórcza a pracoholizm. Jak utrzymać kapitał kreatywności pracowników?* Difin, Warszawa 2013, s. 9.

⁷ Nęcka E.: *Proces twórczy i jego ograniczenia*. Rozprawy Habilitacyjne, Uniwersytet Jagielloński, nr 134 Kraków 1987, s. 24.

⁸ *Ibidem*, s. 25.

⁹ *Ibidem*, s. 97.

¹⁰ Wallas G.: *The Art. of Thought*. Haracourt Brace & World, New York 1926.

¹¹ Florida R.: *Narodziny klasy kreatywnej...* op.cit., s. 50-51.

Tabela 1

Sposoby powstawanie dzieł twórczych według różnych teorii procesu twórczego

Teorie procesu twórczego		Nowatorstwo rozwiązania jako wynik
Teorie klasyczne mają swe źródło w jednej z wielkich tradycji lub szkół myślenia psychologicznego	Podejście asocjacyjne	łączenia w umyśle idei i wyobrażeń według prawa asocjacji, czyli poszukiwanie podobieństw i skojarzeń
	Podejście postaciowe	uzupełniania sytuacji problemowej o brakujące elementy przez przesunięcie, rozbudowę lub eliminację tych elementów
	Podejście psychodynamiczne	podświadomej pracy umysłu twórcy, szczególnie istotnej w fazie inkubacji
	Podejście behawiorystyczne	poszukania nowych reakcji na podstawie zdobytej wiedzy
Teorie współczesne charakteryzują się eklektyzmem teoretyczno-metodologicznym, rewizją poglądów, poszukiwaniem dowodów empirycznych	Teoria stopniowego przyrostu	długotrwałe zdobywanie wiedzy w celu wartościowego i oryginalnego rozwiązania problemu
	Koncepcja interakcji twórczej	nieustannego dostosowywania prowizorycznych lub próbnych rozwiązań do celu aktywności twórczej
	Model genploracji	wielokrotnego podejmowania tego samego tematu
	Dwuwarstwowy model procesu twórczego	odkrywania i formułowania nowych problemów, dla których właściwego postawienia niezbędne jest zdobycie odpowiedniej wiedzy deklaratywnej i proceduralnej
Teorie systemowe uwzględniają wiele czynników, które działają łącznie prowadzą do wytworzenia nowego dzieła	Transdygresyjna koncepcja człowieka	dekonstrukcji stanu istniejącego w jakimś obszarze, po to, by zbudować coś nowego
	Twórcze inwestowanie	opanowania literatury przedmiotu, metod badawczych, szukania problematyki badawczej, formy dzieła lub jego nowych surowców
	Koncepcja: przypadek i konfiguracja?	generowania pomysłów oraz ich przekształcania
	Koncepcja: jednostka, pole i domena	asymilowania istniejącego dorobku oraz generowania nowości, na jego podstawie
	Komponentowa teoria twórczości	przenikania się zdolności kierunkowych (wiedzy faktograficznej i umiejętności technicznych) i zdolności twórczych
	Komponentowy model twórczości	długotrwałego koncentrowania się na temacie
	Teoria ekologiczna	działalności twórców pracujących w sprzężeniu z innymi twórcami w określonym czasie i warunkach społeczno-kulturowych

Źródło: Opracowanie własne na podst.: Lipka A., Waszczak S., Winnicka-Wejs A.: Aktywność twórcza a pracoholizm. Jak utrzymać kapitał kreatywności pracowników? Difin, Warszawa 2013, s. 32-55.

2. Gospodarka kreatywna

Analizując koncepcję M. Romanowskiej, która za główne powody, wymagające głębokich przystosowań ze strony organizacji, uważa trzy czynniki, tj.: kryzysy ekonomiczne, innowacje technologiczne i nowe koncepcje zarządzania¹², można wysunąć wniosek, że reakcją ludzkości na pojawiające się kryzysy ekonomiczne były rozwiązania, wynikające z kreatywności. R. Florida uważa wręcz kreatywność za ekonomiczną siłę napędową

¹² Romanowska M.: op.cit., s. 16-20.

historii.¹³ Twierdzi on, że już transformacja społeczeństwa w społeczeństwo rolnicze była doskonałym polem dla ludzkiej kreatywności zarówno w sferze gospodarczej, jak i technologicznej. Kreatywne rozwiązania w zakresie uprawy roli i hodowli zwierząt przyczyniły się do osiadłego trybu życia naszych przodków i do powstawania miast. W miastach następowała z kolei dalsza specjalizacja ludzi, w ramach wykonywanych zawodów, zdeterminowana kreatywnością technologiczną tych, którzy czerpali korzyści materialne ze swojego fachu. To od ich kreatywności uzależniony był postęp w wykonywanych przez nich pracach i na tej właśnie kreatywności bazowały rozwój i przekaz ówczesnej wiedzy. Powstawały również nowe struktury społeczne i ekonomiczne, jak cechy i gildie. Z chwilą spektakularnych wynalazków z czasów rewolucji przemysłowej XVIII wieku ogromna kreatywność sfery technologicznej pociągnęła za sobą kreatywność w sferze gospodarczej. Kupcy dysponujący kapitałem zaproponowali nową formę organizacyjną w postaci systemu fabrycznego, dając podstawy kapitalizmowi przemysłowemu. Małe warsztaty zrzeszono w fabryki, by zgromadzić w jednym miejscu robotników, materiały i narzędzia oraz podział pracy. Nowe wynalazki pozwoliły wciągnąć maszyny w ten system, co zaowocowało automatyzacją pracy. Zastosowanie maszyn w produkcji okazało się opłacalne tylko w przypadku produkcji na masową skalę. Wywołało to falę kreatywności technologicznej w zakresie wykorzystania maszyn do obniżania kosztów produkcji. Masowa produkcja oznaczała masową dystrybucję tworzonych produktów. Zmieniła się też struktura społeczeństwa i miast. Powstawały nie tylko nowe miasta i klasy społeczne, ale także nowe dzielnice w miastach, jak: fabryczne, handlowe, mieszkaniowe dla robotników i kapitalistów. Zaistniała też ogromna potrzeba edukacji społeczeństwa w zakresie korzystania z nowych wynalazków w pracy. Tym sposobem nastąpiła era organizacyjna XIX i XX wieku wraz z podziałem pracy na najbardziej elementarne składniki oraz z taśmą montażową. Taka forma pracy pociągnęła za sobą powstawanie wielkich korporacji zintegrowanych pionowo, zbiurokratyzowanych i kontrolowanych. W tym okresie można zauważyć dużą kreatywność w zakresie organizacji produkcji oraz sposobów zwiększania wydajności i harmonizacji pracy¹⁴. W drugiej połowie XX wieku rozpoczęła się era dominacji komputerów oraz inspirowany nią postęp technologiczny w zakresie robotyzacji i komputeryzacji.

Tym sposobem narodziła się gospodarka kreatywna, a wraz z nią wzrosło zapotrzebowanie na tzw. zawody nasycone wiedzą¹⁵. R. Florida zaproponował termin „klasa kreatywna”, którym nazwał tę część społeczeństwa postindustrialnego, której praca ściśle związana jest z twórczością i kreatywnością. Obejmuje ona ludzi pracujących w takich

¹³ Por. także Inglehart R., Baker W.: *Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values*. *American Sociological Review* 2000, 65, s. 19-51.

¹⁴ Zbiorcza problematyka badawcza teorii zarządzania została przedstawiona w Stabryła A.: *Przełomy w teorii zarządzania*, *Przegląd Organizacji* 2011, nr 3, s. 8.

¹⁵ Por. Scott A.J.: *Human capital resources and requirements across the metropolitan hierarchy of the USA*. *Journal of Economic Geography* 2009, 9, p. 207-226.

dyscyplinach jak: edukacja, inżynieria, prace badawczo-rozwojowe, sztuka, projektowanie i media. Podzielił ich na dwa sektory: 1) kreatywny rdzeń zajmujący się tworzeniem nowych form o doniosłym znaczeniu oraz 2) twórczy profesjonalści zajmujący się twórczym rozwiązywaniem problemów na podstawie rozległej specjalistycznej wiedzy, zdobytej w trakcie wyższej edukacji.

Koncepcja R. Floridy doczekała się szerokiego odzewu ze strony innych badaczy. R.A. Boschma i M. Fritsch zaproponowali klasyfikację zawodów kreatywnych. Klasyfikacji tej dokonali nie tylko na podstawie podziału na kreatywny rdzeń i twórczych profesjonalistów, ale także na zawody typowo związane ze sztuką (tabela 2). Tym sposobem sugerują oddzielenie kreatywności technologicznej i gospodarczej od kreatywności kulturalno-artystycznej.

Tabela 2

Zawody kreatywne współczesnej gospodarki

Grupy zawodów kreatywnych	Zawody kreatywne
Kreatywny rdzeń	Fizycy i chemicy Matematycy i statystycy Profesjonaliści w zakresie komputerów Architekci i inżynierowie Lekarze Nauczyciele Profesjonaliści z zakresu nauk społecznych Archiwiści, bibliotekarze Profesjonaliści z zakresu administracji publicznej
Twórczy profesjonalści	Parlamentarzyści, wyżsi urzędnicy i kierownicy Personel medyczny (inny niż lekarze) Prawnicy Profesjonaliści w zakresie finansów i sprzedaży Agenci biznesowi i brokerzy Pracownicy administracji
Kreatywni w zakresie sztuki	Pisarze Tworzący i występujący artyści Kreatorzy mody

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Boschma R.A., Fritsch M.: Creative class and regional growth – empirical evidence from eight European countries. Jena Economic Research Papers 2007, No. 2007-066.

Wraz z gospodarką kreatywną pojawiła się także problematyka zarządzania pracownikami wiedzy¹⁶ oraz twórczością i innowacjami w organizacji¹⁷. Stają się one podstawą tworzenia nowych koncepcji zarządzania organizacją. Przykładem może być twórcza strategia

¹⁶ Razulzada F.: Organizational Creativity and Psychological Well-Being, Dissertation in Psychology, Lund University, Lund 2007.

¹⁷ Por. Bieniok H., Gruszczyńska-Malec G., Królik G.: Techniki kreatywnego myślenia. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013, Karpacz J.: Kreatywność przedsiębiorców jako determinanta poszukiwania szans. Przegląd Organizacji, 2011, nr 1, s. 8-11, Kaleta A.: Kreatywność przedsiębiorcy jako czynnik sukcesu małych firm, [w:] Jaremczuk K. (red.): Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i jedność. PWSzZ, Tarnobrzeg 2010, s. 91-97, Bratnicka K.: Rola przywództwa w stymulowaniu twórczości w organizacjach. Przegląd Organizacji, 2011, nr 4, s. 129-141.

organizacji, która integruje koncepcję zarządzania strategicznego z twórczością organizacyjną¹⁸. W. Dyduch uważa, że współczesne organizacje powinny poszukiwać nowych idei, które są rezultatem twórczości na poziomie organizacyjnym¹⁹. Twórczość rozumiana jako generowanie nowych i użytecznych dla organizacji idei to dźwignia innowacji²⁰. Z kolei celem innowacyjności jest rozwój i wdrożenie tych idei do praktyki. Aby uzyskać z innowacji wymierne efekty w postaci wzrostu sprzedaży, istotną staje się rola strategicznej przedsiębiorczości, która jest procesem polegającym na efektywnym przekształcaniu innowacji na sprawdzający się w warunkach rynkowych pomysł lub usługę²¹. Dopełnieniem twórczej strategii organizacji jest również strategiczny projekt organizacji, czyli nadawanie takiej struktury organizacji, w której rozpoczęte innowacje będą się dalej rozwijały. Ważnym filarem twórczej strategii organizacji jest strategiczne przywództwo, którego celem jest koordynowanie i inspirowanie wymienionych wcześniej trzech elementów wspomnianej strategii.

3. Analiza zawodów kreatywnych w Polsce

Aby odpowiedzieć na postawione we wstępie pytanie o to, w jakim stopniu rozwijane są zawody kreatywne w Polsce w ostatnich latach, przeanalizowano treści zawarte na polskich portalach internetowych²², związanych z rynkiem pracy lub edukacją. Wskazywane są tam najbardziej pożądane zawody przyszłości. Można je zestawić w pięć następujących grup. Pierwsza z nich to pracownicy związani z technologiami IT: programiści aplikacji mobilnych, programiści baz danych, projektanci stron internetowych, testerzy oprogramowania. Druga to pracownicy związani z opieką zdrowotną i opieką społeczną. Trzecia obejmuje naukowców, inżynierów, nauczycieli i specjalistów w różnych dziedzinach, dysponujących wiedzą ekspercką. Czwarta dotyczy pracowników związanych ze sprzedażą towarów i usług: przedstawicieli handlowych, specjalistów ds. sprzedaży i marketingu oraz analityków. Piąta obejmuje specjalistów w różnych dziedzinach, którzy mają konkretne umiejętności.

¹⁸ Dyduch W.: *Twórcza strategia organizacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013.

¹⁹ *Ibidem*, s. 8.

²⁰ *Ibidem*, s. 58.

²¹ *Ibidem*, s. 75.

²² Jasińska W.: *Kto znajdzie pracę w przyszłości? Prognoza na 2020 rok*, Opublikowano 20.02.2014; źródło: <http://mentorkariery.pl/blog/kto-znajdzie-prace-w-przyszlosci-prognoza/> (data dostępu 15.03.2015), Nowak A.: *Zawody przyszłości. Zobacz, w których branżach będzie najwięcej ofert pracy w 2020 roku*, Opublikowano 21.11.2014 źródło: <http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/arttykul/zawody-przyszlosci-zobacz-w-ktorych,221,0,1662429.html> (data dostępu 12.03.2015).

Analizując przedstawiony w tabeli 2 podział i porównując go z prognozami potrzeb rynku pracy można stwierdzić, że współcześnie wiele z tych zawodów jest postrzeganych jako zawody najbardziej poszukiwane. Ich wykonywanie często wymaga od pracowników nie tylko odpowiednich umiejętności praktycznych, ale również kreatywności w rozwiązywaniu problemów. Ponadto, część z tych zawodów może być wykonywana jako własna działalność, co bezpośrednio wiąże się z kreatywnością gospodarczą.

W tabeli 3 przedstawiono, zaczerpniętą z danych GUS-u strukturę zatrudnionych, w poszczególnych sekcjach w Polsce, w latach od 2005 do 2013. Również z danych zawartych w tej tabeli wynika, że w polskim społeczeństwie istnieje zapotrzebowanie na kreatywne zawody. Na uwagę zasługują takie sekcje zawodów jak: informacja i komunikacja, działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, edukacja, opieka zdrowotna oraz zawody związane z wykonywaniem czynności administrowania.

Tabela 3

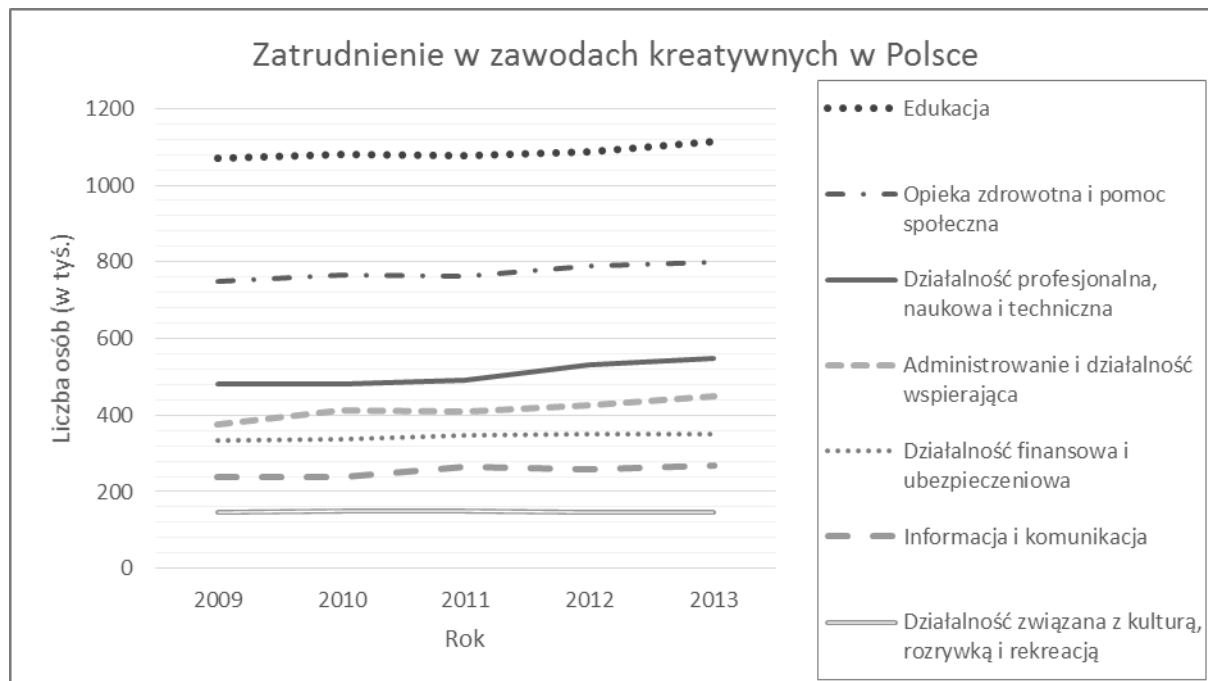
Liczba osób pracujących w poszczególnych sekcjach w Polsce

Nazwa sekcji (podział wg Głównego Urzędu Statystycznego)	Liczba osób pracujących (w tys.)					
	Rok					
	2005	2009	2010	2011	2012	2013
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	2134,1	2124,9	2376,1	2376,7	2378	2381,2
Przemysł	2857,6	2891,8	2909,5	2915,3	2887,9	2886,8
Budownictwo	661,5	882,7	865,2	889,2	867	837,6
Handel, naprawa pojazdów samochodowych	2068,5	2179,5	2189,1	2185	2122,9	2170,2
Transport i gospodarka magazynowa	633,1	693,7	701,4	712,1	730	737
Zakwaterowanie i gastronomia	219,4	252,5	237,4	234,3	246,4	249,4
Informacja i komunikacja	183,2	239,6	237,8	264,8	259,1	267
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	296,6	333,9	337,9	346,5	349,4	349,3
Obsługa rynku nieruchomości	174,2	193,1	196	199,2	195,2	195,2
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	408,2	480,2	481,3	490,5	531,4	549,1
Administrowanie i działalność wspierająca	327,2	375,7	411,7	409,5	425,4	448
Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	871,4	964,5	970,1	951,9	958,2	963,4
Edukacja	1043	1071,9	1079,9	1078,6	1086	1115
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	689	747,6	764,4	762,6	790,6	799,6
Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	130,9	146,3	148,4	149,2	147	146,9
Pozostała działalność usługowa	192,8	204,4	200,7	201,9	217,6	231,8
Suma	12890,7	13782,3	14106,9	14167,3	14192,1	14327,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych statystycznych GUS-u²³.

²³ Mały rocznik statystyczny Polski 2014 r. Główny Urząd Statystyczny. Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2014, s.148; Mały rocznik statystyczny Polski 2012 r. Główny Urząd Statystyczny. Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2012, s.145; Mały rocznik statystyczny Polski 2011 r. Główny Urząd Statystyczny. Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2011, s.142.

W sekcjach uznanych za kreatywne, na przestrzeni badanych lat, można zaobserwować wzrost zatrudnienia. Jedyną spośród nich, w której nie odnotowano wzrostu zatrudnienia jest sekcja zawodów związana z kulturą, rozrywką i rekreacją. Jest to dość niepokojące zjawisko, świadczące o sporym niedofinansowaniu tego sektora (por. rys. 1).



Rys. 1. Zatrudnienie w zawodach kreatywnych w Polsce w latach 2009-2013

Fig. 1. Employment in creative competitions in Poland in 2009-2013

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS-u.

Zaobserwowaną tendencję wzrostu zatrudnienia w zawodach kreatywnych porównano z wynikami prognoz popytu na pracę w Polsce do 2020 roku²⁴. Wybrane dane dotyczące predykcji zatrudnienia w 10 grupach zawodów o największej liczbie zatrudnionych zaprezentowano w tabeli 4, a o najmniejszej w tabeli 5. Analizując te dane można zauważyć wzrostową tendencję zatrudnienia w zawodach kreatywnych (zaznaczone w tabeli na szarym tle) zarówno wśród zawodów najpopularniejszych, jak i niszowych.

²⁴ Prognozy te zostały zaproponowane w projekcie „Analiza procesów zachodzących na polskim rynku pracy i w obszarze integracji społecznej w kontekście prowadzonej polityki gospodarczej”, realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, w okresie 01.01.2009–31.12.2014.
<http://www.prognozowaniezatrudnienia.pl/projekt/projekt.html>

Tabela 4

Prognoza dla 10 grup zawodów o największej liczbie pracujących w 2020 roku w Polsce

Nazwa grupy	Lata					Zmiana w %
	2012	2014	2016	2018	2020	
Sprzedawcy uliczni i bazarowi Pracownicy sprzedaży w sklepach Inni pracownicy sprzedaży i pokrewni (521, 522, 524)	1302,8	1309,2	1332,5	1356,1	1376,1	6% wzrost
Rolnicy produkcji roślinnej i zwierzęcej (613)	1051,1	944,8	868	795,7	720,3	-31% spadek
Specjaliści do spraw administracji i zarządzania; specjaliści do spraw sprzedaży, marketingu i public relations (242, 243)	389,4	425,2	472	519,8	564,8	45% wzrost
Kierowcy ciężarówek i autobusów (833)	471,7	474,7	488,7	505,7	519,5	10% wzrost
Specjaliści do spraw finansowych (241)	265,9	289,2	319,9	351,3	380,7	43% wzrost
Robotnicy budowlani robót wykończeniowych i pokrewni (712)	397,6	377,3	375,6	369,6	357,2	-10% spadek
Średni personel do spraw finansowych (331)	344,4	344,8	348,9	352,4	354,5	3% wzrost
Pomoce i sprzątaczkę domowe, biurowe, hotelowe; pracownicy pomocniczy przygotowujący posiłki (911, 941)	382,8	368	361,4	354,9	346,5	-9% spadek
Pracownicy usług ochrony (541)	316,6	320,5	328,6	336,8	344,2	9% wzrost
Robotnicy budowlani robót stanu surowego i pokrewni (711)	347,9	333,7	335,8	333,8	325,8	-6% spadek

Źródło: <https://www.prognozowaniezatrudnienia.pl/prognoza-1-tabela/prognoza-dla-10-grup-zawodow-o-najwiekszej-liczbie-pracujacych-w-2020-w-polsce.html>

Tabela 5

Prognoza dla 10 grup zawodów o najmniejszej liczbie pracujących w 2020 roku w Polsce

Nazwa grupy	Lata					Zmiana w %
	2012	2014	2016	2018	2020	
Robotnicy leśni i pokrewni; rybacy (621, 622)	23,9	23,2	22,9	22,6	22	-8% spadek
Kierownicy do spraw technologii informatycznych i telekomunikacyjnych (133)	15,7	16,4	17,4	18,4	19,2	22% wzrost
Technicy telekomunikacji i urządzeń transmisyjnych (352)	17	17,3	17,8	18,3	18,6	9% wzrost
Sportowcy, trenerzy i pokrewni (342)	18,7	18,2	17,9	17,5	17,2	-8% spadek
Przedstawiciele władz publicznych i wyżsi urzędnicy (111)	16,9	16,6	16,7	16,9	16,9	0%
Lekarze weterynarii (225)	13	13,4	14,2	15	15,6	20% wzrost

cd. tabeli 5

Dietetycy i żywieniowcy; praktykujący niekonwencjonalne lub komplementarne metody terapii; technicy weterynarii (322, 323, 324)	11,9	12,1	12,4	12,7	12,9	8% wzrost
Stewardzi, konduktorzy i przewodnicy (511)	14,3	13,8	13,5	13,2	12,8	-10% spadek
Bibliotekoznawcy, archiwiści i muzealnicy (262)	12,2	12,1	12,2	12,2	12,2	0%
Pracownicy transportu morskiego, żeglugi śródlądowej i lotnictwa (315)	8,9	8,9	9	9,1	9,1	2% wzrost

Źródło: <https://www.prognozowaniezatrudnienia.pl/prognoza-2-tabela/prognoza-dla-10-grup-zawodow-o-najnizszej-liczbie-pracujacych-w-2020-w-polsce.html>.

Analizując historyczne dane o zatrudnieniu oraz prognozy, można zauważyć, że oprócz zawodów uznanych za kreatywne, sporym zainteresowaniem rynku pracy cieszą się zawody związane z wykonywaniem usług. Oznacza to, że kierunkiem dominującym, w którym będą pojawiały się nowe miejsca pracy jest również rynek usług. R. Florida wyjaśnia to zjawisko w dość interesujący sposób. Twierdzi mianowicie, że intensywność wysiłku umysłowego włożonego w wykonywanie zawodów kreatywnych oraz niestandardowe godziny pracy ludzi wykonujących je będzie generowała popyt klasy kreatywnej na usługi związane z organizacją życia codziennego tej klasy. Stąd też usługi gastronomiczne, opieka nad dziećmi, ludźmi starszymi, sprzątanie itd. będą cenione przez klasę kreatywną.

4. Podsumowanie i kierunki dalszych badań

Analiza literaturowa pojęć twórczość i kreatywność wykazała, że choć nie są to synonimy, to jednak ze względu na niuansową różnicę w znaczeniu oby tych pojęć w literaturze przedmiotu są one stosowane zamiennie. Jednakże kreatywność jest pojęciem szerszym, a twórczość jest jedną z form kreatywności, mianowicie kreatywnością kulturalno-artystyczną. Obok tej formy istnieją jeszcze dwie inne formy kreatywności – technologiczna i ekonomiczna. R. Florida wskazuje na przenikanie się tych form kreatywności na przestrzeni dziejów ludzkości i traktuje kreatywność jako ekonomiczną siłę historii. Kreatywność jest obecnie jednym z podstawowych pojęć związanych z gospodarką kreatywną, jest także częstym obiektem badań. Badania te koncentrują się głównie na zarządzaniu pracownikami wiedzy oraz zarządzaniu twórczością i innowacyjnością w organizacjach.

Aktywność twórcza jako podstawa zawodów kreatywnych jest aktywnością wymagającą wytrwałości i podejmowania długotrwałych wysiłków. Pogląd ten jest obecny w literaturze we wszystkich teoriach opisujących proces twórczy. W związku z tym, interesujące jest pytanie o to, czy kreatywne zawody spotkają się z chęcią ich podejmowania. Postawiony więc

we wstępie problem badawczy, dotyczący stopnia rozwoju zawodów kreatywnych w Polsce rozwiązano przeprowadzając analizy: treści portali poświęconym rynkowi pracy i edukacji, danych historycznych, dotyczących zatrudnienia udostępnianych przez GUS oraz prognoz liczby zatrudnionych osób przeprowadzonych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Wykazały one, że w polskim społeczeństwie zawody kreatywne to najczęściej wskazywane w prognozach zawody przyszłości. Przegląd udostępnianych danych historycznych i prognozowanych, dotyczących zatrudnienia w sekcjach zawodów kreatywnych, wykazał tendencję rosnącą, co wskazuje na zainteresowanie społeczeństwa tego typu działalnością. Zwraca także uwagę fakt, że o ile w naszym społeczeństwie zatrudnienie w sekcjach związanych z kreatywnością technologiczną i ekonomiczną wykazują tendencję rosnącą, o tyle zatrudnienie w sekcji związanej z kreatywnością kulturalno-artystyczną takiej tendencji nie wykazuje. Jest to dość niepokojące zjawisko ze względu na to, że przez wielu badaczy ten sektor gospodarki uznawany jest za jądro kreatywności, stymulujące pozostałe sektory kreatywne.

W związku z tym w kolejnych badaniach warto bliżej przyjrzeć się problematyce jak polskie społeczeństwo postrzega sektor działalności związanej z kulturą i rozrywką. Czy uznaje go za jądro kreatywności w aspekcie kształtowania osobowości młodego pokolenia. Być może analiza dynamiki zainteresowania społeczeństwa kształcenia dzieci w ośrodkach edukacji twórczej pomoże odpowiedzieć na to pytanie.

Bibliografia

1. Boschma R.A., Fritsch M.: Creative class and regional growth – empirical evidence from eight European countries. *Jena Economic Research Papers* 2007, No. 2007-066.
2. Bieniok H., Gruszczyńska-Malec G., Królik G.: *Techniki kreatywnego myślenia*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013.
3. Bratnicka K.: Rola przywództwa w stymulowaniu twórczości w organizacjach. *Przegląd Organizacji*, 2011, nr 4, s. 129-141.
4. Florida R.: *Narodziny klasy kreatywnej*. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2010.
5. Dyduch W.: *Twórcza strategia organizacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013.
6. Inglehart R., Baker W.: Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review* 2000, 65, p. 19-51.
7. Jasińska W.: Kto znajdzie pracę w przyszłości? Prognoza na 2020 rok, Opublikowano 20.02.2014; źródło: <http://mentorkariery.pl/blog/kto-znajdzie-prace-w-przyszlosci-prognoza/> (data dostępu 15.03.2015).
8. Kaleta A.: *Kreatywność przedsiębiorcy jako czynnik sukcesu małych firm*, [w:] Jaremczuk K. (red.): *Uwarunkowania przedsiębiorczości – różnorodność i jedność*. PWSzZ, Tarnobrzeg 2010, s. 91-97.

9. Karpacz J.: Kreatywność przedsiębiorców jako determinanta poszukiwania szans. *Przegląd Organizacji*, 2011, nr 1, s. 8-11.
10. Lipka A., Waszczak S., Winnicka-Wejs A.: Aktywność twórcza a pracoholizm. Jak utrzymać kapitał kreatywności pracowników? Difin, Warszawa 2013.
11. Mały rocznik statystyczny Polski 2014 r. Główny Urząd Statystyczny. Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2014, s. 148; Mały rocznik statystyczny Polski 2012 r. Główny Urząd Statystyczny. Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2012, s. 145; Mały rocznik statystyczny Polski 2011 r. Główny Urząd Statystyczny. Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa 2011, s. 142.
12. Nęcka E.: Proces twórczy i jego ograniczenia. *Rozprawy Habilitacyjne*, Uniwersytet Jagielloński, nr 134, Kraków 1987.
13. Nowak A.: Zawody przyszłości. Zobacz, w których branżach będzie najwięcej ofert pracy w 2020 roku, źródło: <http://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artukul/zawody-przyszlosci-zobacz-w-ktorych,221,0,1662429.html> (opublikowano 21.11.2014, data dostępu 12.03.2015).
14. Projekt: Analiza procesów zachodzących na polskim rynku pracy i w obszarze integracji społecznej w kontekście prowadzonej polityki gospodarczej www.prognozowaniezatrudnienia.pl/prognoza-2-tabela/prognoza-dla-10-grup-zawodow-o-najnizszej-liczbie-pracujacych-w-2020-w-polsce.html
15. Razulzada F.: *Organizational Creativity and Psychological Well-Being*, Dissertation in Psychology, Lund University, Lund 2007.
16. Romanowska M.: Przełomy w praktyce zarządzania - przesłanki i przyczyny. *Przegląd Organizacji* 2011, nr 3, s. 16-20.
17. Scott A. J.: Human capital resources and requirements across the metropolitan hierarchy of the USA. *Journal of Economic Geography* 2009, 9, s. 207-226.
18. Skrzypek E.: Kreatywność a zarządzanie wiedzą. *Zeszyty Naukowe Małopolskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, nr 1, t. 24, 2014.
19. *Słownik Języka Polskiego*, źródło: <http://sjp.pwn.pl>
20. Stabryła A.: Przełomy w teorii zarządzania. *Przegląd Organizacji* 2011, nr 3, s. 7-12.
21. Szultka S.: *Klasy w sektorach kreatywnych – motory rozwoju miast i regionów*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2012.
22. Wallas G.: *The Art. of Thought*. Haracourt Brace & World, New York 1926.

Abstract

There is a growing role of intangible resources such as information, knowledge and intellectual capital in the current economic environment. The use of these resources is essential to ensure that companies build their competitive edge on innovation. Today, the organization's success largely depends on the creativity and innovation.

The purpose of the article is to present the notion of creativity and creativeness in the context of knowledge economy and creative economy. The paper presents also the analysis of

evolution of creative professions in Poland. Literature analysis of the concepts of creativeness and creativity has shown that these terms are used interchangeably. Creativity is a broader concept. Creativeness is one of the forms of creativity, namely the cultural and artistic creativity. Alongside this form, there are two other forms. The first one is related to the technological creativity and the second relates to economic creativity. Analysis of employment in the creative professions has shown a rising trend, indicating public interest in this type of activity. It also highlights the fact that, while employment in our society in the sections relating to technological and economic creativity show a rising trend, the employment in the section related to the cultural and artistic creativity do not.