Zapotrzebowanie na kompetencje w przemysłach kreatywnych

DOI: 10.47050/65591876.200–209

Bogumiła Powichrowska

Przemysł kreatywny współcześnie jest definiowany bardzo szeroko. Właściwie nie ma branży, w której kreatywność nie jest potrzebna. Celem rozdziału jest próba określenia kompetencji, głównie miękkich, niezbędnych w przemysłach kreatywnych obecnie i w przyszłości. Rozpoczyna się od zdefiniowania, czym jest przemysł kreatywny, oraz określenia jego potencjału. Następnie przedstawiono nowy model kompetencji wykorzystywany także w branżach opartych na kreatywności. Rozdział kończy się koncepcją sektorowych rad ds. kompetencji, które w opinii autorki pozwalają na bieżąco diagnozować zapotrzebowanie, a rekomendacje przekładać na rzeczywistą ofertę edukacyjną.

— Słowa kluczowe:

przemysł kreatywny

sektor kreatywny

kompetencje

koncepcja rad sektorowych

The demand for competences in creative industries

DOI: 10.47050/65591876.200–209

Bogumiła Powichrowska

The creative industry is nowadays defined very broadly. Beyond doubt, there is no industry where creativity is not needed. The aim of the article is to try to define the competencies, mainly the soft ones, necessary in the creative industries now and in the future. The author started by defining what the creative industry is and determining its potential. Then she discussed a new model of competence used also in industries based on creativity. The article ends with a concept of sector competence councils, which in the opinion of the author, allows diagnosing the demand on an ongoing basis and translating recommendations into a real educational offer. The article is of an informative character.

—— **Keywords:**

creative industry

creative sector

competencies

concept of sector competence councils

Wprowadzenie

Przemysł kreatywny jest trudny do zdefiniowania. Nazwy tej zwyczajowo używa się na określenie podmiotów świadczących usługi kultury. Jest to podejście bardzo wąskie. Współcześnie łatwiej zdefiniować sektory, w których kreatywność nie jest wykorzystywana. Jeszcze trudniej jest więc oszacować zapotrzebowanie na kompetencje w przemysłach kreatywnych. Wszystko to ze względu na zmienność, nieprzewidywalność, złożoność świata, w którym żyjemy.

Celem rozdziału jest próba określenia kompetencji (głównie miękkich) niezbędnych w przemysłach kreatywnych obecnie i w przyszłości. Zdefiniowano w nim przemysł kreatywny oraz określono jego potencjał. Następnie omówiono nowy model kompetencji wykorzystywany także w branżach bazujących na kreatywności. Przedstawiono także koncepcję sektorowych rad ds. kompetencji, która pozwala na bieżąco diagnozować zapotrzebowanie, a rekomendacje przekładać na rzeczywistą ofertę edukacyjną.

Potencjał przemysłu kreatywnego

Główny Urząd Statystyczny (GUS) odnotował, że „wraz z postępem technologicznym i zmianą stylu życia, konieczna stała się rewizja dotychczasowych założeń o funkcjonowaniu gospodarki. Jej transformacja od industrialnej do gospodarki opartej na usługach sprawia, że kluczowymi dla rozwoju stają się kapitał ludzki, społeczny i kulturowy, unikatowość, oryginalność, innowacyjność, autentyczność. Słowem kluczem jest «kreatywność», a potencjałem rozwojowym kreatywne zasoby danego miejsca” (*Przemysły kultury...* 2018). Zauważono także, że co prawda „kreatywność nie jest niczym nowym, nowym pojęciem nie jest też gospodarka, ale to, co jest nowe, to natura i zakres powiązań pomiędzy tymi zjawiskami i to, w jaki sposób łączą się one, by tworzyć niezwykłą wartość i dobrobyt” (Howkins 2001). W rozwijającym się aktualnie modelu kreatywnej gospodarki centralną rolę odgrywa przemysł kultury i kreatywny.

W 2001 r. rząd brytyjski w dokumencie przygotowanym przez Departament for Culture, Media and Sport uznał, że do przemysłu kreatywnego można zaliczyć „te branże, które mają swoje źródła w indywidualnej kreatywności, umiejętności i talencie, a także mają potencjał do tworzenia bogactwa i miejsc pracy poprzez tworzenie i wykorzystywanie własności intelektualnej” (*Creative Industries Mapping...* 2001).

Definicja ta ewoluowała. W raporcie z 2016 r. napisano, że „kreatywna gospodarka obejmuje wkład tych, którzy wykonują zawody kreatywne poza branżami kreatywnymi, a także tych z przemysłu kreatywnego. Przemysł kreatywny to podzbiór kreatywnej gospodarki, który obejmuje branże kreatywne same w sobie” (*Creative Industries Economic...* 2016). Tak szeroka definicja dotyczy wielu branż współczesnej gospodarki. Można by się nawet pokusić o stwierdzenie, że łatwiej zidentyfikować branże, a właściwie zawody i stanowiska, w których kreatywność nie jest potrzebna.

Na potrzeby badawcze dokonuje się agregacji branż. I tak GUS do przemysłów kultury i kreatywnych według dziedzin kultury zalicza przedsiębiorstwa z obszaru: książki i prasa, sztuki wizualne, edukacja artystyczna, reklama, sztuki audiowizualne i multimedia, dziedzictwo kulturowe, architektura, sztuki performatywne, biblioteki i archiwa. Model brytyjski uwzględnia także rzemiosło, modę, muzykę, działalność związaną z doradztwem w zakresie informatyki. Jest to zakres szeroki, uwzględniający wszystkie, istotne z punktu widzenia kryteriów klasyfikacji grupy podmiotów.

W 2016 r. działalność zaliczaną do przemysłów kultury i kreatywnych prowadziło w Polsce 100,5 tys. podmiotów (wzrost o 10,3% w stosunku do 2014 r.), zatrudniających 226,7 tys. osób. Miesięczne wynagrodzenie brutto na jednego zatrudnionego w 2016 r. wynosiło średnio 5472 zł. Średnia wartość dodana w latach 2014–2016 została wyliczona na poziomie 21,8 mld zł (*Przemysły kultury...* 2018). W Wielkiej Brytanii obserwuje się istotny wzrost wartości dodanej brutto (GVA) w 2014 r. w przemyśle kreatywnym o 45,9% w stosunku do 2009 r. Wartość dodana brutto w 2014 r. była szacowana na 84,1 mld GBP i stanowiła 5,2% brytyjskiej gospodarki, w tym przemysł IT – 36,6 mld GBP (*Creative Industries Economic...* 2016). Analiza wskaźników potencjału gospodarczego (m.in. zatrudnienie, przychody, liczba przedsiębiorstw, udział w handlu zagranicznym) wskazują, że mamy do czynienia z sektorem rozwijającym się. Usługi realizowane przez ten sektor dotyczą niemal wszystkich obszarów gospodarki. Nie można zawężyć definicji przemysłów kreatywnych do przemysłu kultury. Jest to szansa na wykorzystanie potencjału ludzi po różnych kierunkach studiów (w tym branżowych, ale także humanistycznych czy artystycznych).

Tworzenie się klasy kreatywnej stanowi odpowiedź na różnorodność potrzeb odbiorców produktów i usług, a także dużą konkurencyjność.

Przewagi konkurencyjne buduje się współcześnie na podstawie unikatowych wyróżników. Produkty i usługi są personalizowane zgodnie z indywidualnymi upodobaniami i potrzebami klientów. Wymaga to pomysłowości, kreatywności i interdyscyplinarności w każdej dziedzinie życia gospodarczego.

Nowy model kompetencji

Współczesne uwarunkowania gospodarcze wymuszają nowe podejście do uznawania kluczowych czynników warunkujących rozwój. W ramach uproszczonego modelu można przyjąć, że należy posiadać wiedzę (wciąż ją aktualizować), nieustannie się uczyć (w drodze edukacji formalnej i nieformalnej), być kreatywnym (pomysłowym, twórczym, nieszablonowym) i przedsiębiorczym (aktywna postawa), aby się rozwijać. Taki model (schemat 1) odnosi się zarówno do osób, jak i do podmiotów gospodarczych.

Schemat 1. Kluczowe czynniki rozwoju

ROZWÓJ

f (wiedza, edukacja, kreatywność, przedsiębiorczość)

Źródło: opracowanie własne.

Funkcję wiedzy, umiejętności i postawy można zdefiniować jako kompetencje. Nie ma jednoznaczności, jakie kompetencje są najbardziej poszukiwane na współczesnym rynku pracy. Oprócz branżowych wymienia się uniwersalne, takie jak: umiejętność rozwiązywania złożonych problemów, krytyczne myślenie, kreatywność, zarządzanie ludźmi, współpraca z innymi, inteligencja emocjonalna, umiejętność oceniania i podejmowania decyzji, zorientowanie na usługi, umiejętność negocjowania, elastyczność poznawcza (*The Future of Jobs...* 2018). Listę tę warto poszerzyć o kompetencje związane z samodzielną organizacją pracy, gotowość do brania za siebie odpowiedzialności za wykonywanie zadań. Te wszystkie elementy są ważne, ponieważ zmienia się model pracy, następuje istotne spłaszczenie struktur organizacyjnych, a odpowiedzialność za organizację i wykonanie zadań zostaje przesunięta na pracownika.

Jeszcze trudniejsze wydaje się zdefiniowanie kompetencji przyszłości. W tym miejscu warto odnieść się do wyników badań zespołu z Institute for the Future Uniwersytetu w Phoenix (badania były prowadzone z licznymi partnerami). Naukowcy, posługując się sześcioma zmiennymi, warunkującymi zmiany¹, przygotowali listę niezbędnych w 2020 r. kompetencji, które będą najważniejsze dla pracodawców. Zauważono, że istotną rolę będą odgrywały kompetencje określane jako ważne już dziś, ale także wiele całkiem nowych. Wśród najważniejszych wymienia się:

- zdolność do odkrywania, ale i nadawania głębokiego sensu temu, co chcemy wyrazić (*sense making*);
 - inteligencja społeczna, rozumiana jako zdolność do skutecznego komunikowania się, a także budowania relacji międzyludzkich (*social intelligence*);
 - myślenie nowatorskie i adaptacyjne (*novel and adaptive thinking*);
 - rozumienie różnorodności i praca w wielokulturowym środowisku (*cross-cultural competency*);
 - umiejętność pracy z danymi, przetwarzania danych, rozumowania opartego na danych (*computational thinking*);
 - umiejętność korzystania z nowych mediów w skutecznej komunikacji (*new media literacy*);
 - interdyscyplinarność, wielodyscyplinowość (*interdisciplinarity, transdisciplinarity*);
 - myślenie projektowe (*design mindset*);
 - zarządzanie kognitywne sobą i innymi (*cognitive load management*);
 - zdolność do współpracy wirtualnej (*virtual collaboration*);
- (*Dziesięć kompetencji...* 2017; *Dlaczego warto studiować...* 2018).

Wszystkie wymienione kompetencje łączy kreatywność. Pozwoli ona na kompleksowe rozwiązywanie bardzo złożonych problemów. Bez wątpienia pracownik przyszłości musi być zorientowany na wynik

¹ Do zmiennych zalicza się: starzenie się społeczeństw oraz wydłużający się czas życia przeciętnego człowieka; wkroczenie na rynek inteligentnych systemów i maszyn (sztuczna inteligencja); rozwój narzędzi komunikacji globalnej (media społecznościowe); przyrost tworzonej informacji na niespotykaną dotąd skalę (informatyzacja świata); ekspansja globalnych korporacji (tj. Google, Twitter etc.); zwiększenie sieci powiązań na różnych poziomach życia ekonomicznego, politycznego i społecznego.

i sam zarządzać swoją pracą (od etapu planowania, przez organizowanie, motywowanie i kontrolę). Takie podejście wymaga umiejętności kreatywnego łączenia pomysłów, informacji, poszukiwania nowych relacji i związków między obszarami aktywności. Nazywa się to crosowaniem umiejętności.

Wymienione kompetencje osobiste będą miały wpływ na kształt organizacji, a z drugiej strony, zmiany te wymuszają na pracownikach nowe podejście do wykonywanych zadań. Liczyć się będą elastyczność i kreatywność w reakcji na zmiany w otoczeniu. Wiadomo też na pewno, że przyszłość będzie wymagać permanentnego uczenia się (konceptja *lifelong learning*). Stwarza to olbrzymie wyzwania dla podmiotów edukacyjnych. Należy pamiętać, że przewidywanie kompetencji przyszłości (także w przemyśle kreatywnym) opiera się na doświadczeniu z przeszłości i wiedzy na temat współczesności. Niestety zjawiska te nie mają charakteru liniowego. Nigdy wcześniej gospodarka nie zmagą się z tak dużą zmiennością, niepewnością, złożonością i niejednoznacznością. A w związku z tym prognozy te są obciążone dużym ryzykiem.

W 2018 r. ukazał się raport Adecco Group *4th Industrial Revolution in Central and Eastern Europe. Innovation and Advantage drive success*, który analizuje zmiany, jakie dla gospodarki (w ściśle rzecz ujmując, dla rynków pracy) niesie dynamiczny rozwój technologii (mających istotny wpływ na przemysł kreatywny). Zauważono, że choć polskie uczelnie kształcą najwięcej przyszłych CEO² w regionie, zmagamy się z rosnącym problemem niedopasowania programów kształcenia do potrzeb gospodarki (*Kompetencje przyszłości...*). Za najważniejsze problemy uznaje się zbyt sztywne ramy kształcenia, brak elastyczności oraz brak nauczania rozwiązywania problemów. Rzeczywistość pokazuje, że przykładowo branża IT staje się bardzo usługowa – rzadko sprzedaje się gotowe produkty, częściej projektuje się rozwiązania odpowiadające potrzebom odbiorców. Autorzy raportu piszą, że „obecnie tradycyjne wykształcenie koncentruje się na teoretycznych, niepraktycznych procesach, mimo że funkcjonujemy w dynamicznym, konkurencyjnym świecie ciągłych zmian”. Zmian nie da się uniknąć, nie da się także zwolnić ich tempa. Jedyna możliwa reakcja to dostosowanie się. Autorzy raportu zauważyli, że konieczne jest „wpojenie znaczenia cyfrowej

2 CEO – Chief Executive Officer, dyrektor generalny.

inteligencji, ciągłego podnoszenia kwalifikacji i przekwalifikowywania się siły roboczej. Analiza oparta na wiedzy na temat tego, co nas czeka, właściwe przygotowanie się oraz zaakceptowanie idei ciągłego uczenia się w przyszłości to obszary, które autorzy publikacji wskazali jako kluczowe w budowaniu nowoczesnej gospodarki opartej na wiedzy” (*Kompetencje przyszłości...*).

Koncepcja sektorowych rad ds. kompetencji

Potrzeba określania kluczowych kompetencji i przygotowywania kadr na potrzeby gospodarcze została dostrzeżona także w Polsce. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) od 2017 r. wspiera powstawanie sektorowych rad kompetencji, które są inicjatywami oddolnymi (branżowymi). Aktywnie działające rady rzeczywiście wpływają na ofertę usług edukacyjnych (oferowaną przez szkoły, uczelnie i inne podmioty szkoleniowe). Jest to fantastyczna inicjatywa, w ramach której pracodawcy będą współtworzyć programy kształcenia. To oni najlepiej wiedzą, co należy wzmocnić czy poprawić, jakie są rzeczywiste potrzeby. Badania wskazują, że zapotrzebowanie na kompetencje zmienia się w ciągu życia zawodowego. Bardzo często dochodzi do niezgodności wykonywanej pracy z wykształceniem. W zależności od grupy wiekowej taką zgodność deklaruje między 65% (18–35 lat) a 85% (55–70 lat) badanych osób posiadających wyższe wykształcenie. W pozostałych grupach wyróżnionych ze względu na poziom wykształcenia (niższe, średnie) wyniki wahają się między 39 a 64% (w zależności od wieku). Ta zgodność dotyczy wykształcenia w zakresie zdrowia i opieki społecznej (94,6%), technologii teleinformatycznych (82,4%), techniki, przemysłu i budownictwa (79,5%), nauk przyrodniczych, matematyki i statystyki (76,5%), kształcenia (75,9%), biznesu, administracji i prawa (73,7%), sztuki i nauk humanistycznych (72,9%), rolnictwa, leśnictwa, rybactwa i weterynarii (72,2%) oraz nauk społecznych, dziennikarstwa i informacji (66,8%), (*Bilans Kapitału Ludzkiego 2018*).

Wysoko ocenia się przydatność wiedzy i umiejętności wyniesionych ze szkół (ogółem 66% respondentów) w wykonywanej pracy. Czym osoba jest starsza, tym większe prawdopodobieństwo wyższej oceny. Mężczyźni zazwyczaj wyżej oceniają przydatność zawodową wiedzy i umiejętności wyniesionych ze szkół, a różnice szczególnie widać w przypadku najstarszej kategorii wiekowej (75% mężczyzn w stosunku do 65% kobiet). Ocenę przydatności wiedzy wyniesionej ze szkół róż-

nicują zarówno wiek, jak i wykształcenie respondenta. Zdecydowanie najwyższe oceny wystawiają absolwenci uczelni. W grupie osób w wieku 18–35 lat z wyższym wykształceniem 73% deklaruje zawodową przydatność wiedzy wyniesionej ze szkół, w grupie 36–54 lata jest to 82%, a 55–70 lat aż 92% (*Bilans Kapitału Ludzkiego* 2018).

Dotychczas powstały następujące sektorowe rady kompetencji:

- opieka zdrowotna i pomoc społeczna,
- budownictwo,
- finanse,
- turystyka,
- motoryzacja i elektromobilność,
- moda i innowacyjne tekstylia,
- informatyka.

Mimo olbrzymiego potencjału nie ma rady ds. przemysłu kreatywnego. Informatyka i moda występują jako odrębne branże.

Podsumowanie

Rozważania przedstawione w rozdziale prowadzą do następujących wniosków:

- Przemysł kreatywny jest sektorem o wysokim potencjale rozwojowym, a zawody kreatywne występują w niemal każdej branży.
- W nowym modelu kompetencji (wskazującym kluczowe czynniki rozwoju) nie wystarczy już tylko edukacja. Potrzebna jest wiedza (zdobyta także w ramach edukacji nieformalnej i doświadczenia życiowego i zawodowego) i kreatywność (pozwalająca odpowiedzieć na bardzo zindywidualizowane potrzeby klientów).
- Wśród najważniejszych kompetencji przyszłości wymienia się inteligencję społeczną, inteligencję emocjonalną, zdolność do odkrywania i nadawania sensu, myślenie kreatywne, rozumienie różnorodności, umiejętność pracy zespołowej z wykorzystaniem najnowszych technologii, zarządzanie sobą.
- Szkoły w niewystarczającym stopniu kształtują kompetencje miękkie, jakby nie dostrzegały uwarunkowań współczesnej gospodarki i jej wizji przyszłości. System kształcenia jest sztywny, a chociażby edukacja w zakresie IT, oparta na najnowszych technologiach, musi być elastyczna. Inaczej będziemy uczyć dla przeszłości, a nie dla przyszłości.

- Konieczne jest podejmowanie działań na rzecz jak najlepszego dopasowania oferty edukacyjnej do potrzeb rynku. Dużo się o tym mówi od lat. Rady ds. kompetencji są przykładem dobrych praktyk. Dopasowany model edukacji (skonstruowany na podstawie rekomendacji przedsiębiorców) jest konieczny w tak szybko zmieniającym się świecie.