



**Anna Mularczyk**

Politechnika Śląska  
Wydział Organizacji i Zarządzania  
Instytut Ekonomii i Informatyki  
Anna.Mularczyk@polsl.pl

**Iwona Zdonek**

Politechnika Śląska  
Wydział Organizacji i Zarządzania  
Instytut Ekonomii i Informatyki  
Iwona.Zdonek @polsl.pl

## **ROLA USŁUG EDUKACYJNYCH W KSZTAŁTOWANIU KLASY KREATYWNEJ POLSKIEGO SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO**

**Streszczenie:** W artykule przedstawiono analizę rozwoju rynku pozaszkolnych usług edukacyjnych dla dzieci w Polsce. Jako tło rozważań do niniejszej analizy wykorzystano zagadnienia bezpośrednio lub pośrednio związane z tematyką gospodarki opartej na wiedzy. Do zagadnień tych należą przede wszystkim: teoria rozwoju gospodarczego J. Schumpetera, koncepcja klasy kreatywnej R. Floridy oraz popularyzowane ostatnio pojęcie pokolenia Z. Przeprowadzone analizy wykazały iż zauważalny jest obecnie w polskim społeczeństwie trend związany z pobudzaniem i wzbogacaniem kreatywności dzieci. Przekłada się on bezpośrednio na wzrost zainteresowania zajęciami pozalekcyjnymi dla dzieci. Takie podejście ma na celu przygotowania ich w przyszłości do funkcjonowania na wymagającym i uzależnionym od gospodarki opartej na wiedzy rynku pracy.

**Słowa kluczowe:** klasa kreatywna, pokolenie Z, usługi edukacyjne w Polsce.

### **Wprowadzenie**

Celem artykułu jest zbadanie, na ile obecny jest w polskim społeczeństwie trend związany ze wzbogacaniem potencjału twórczego dzieci w celu przygotowania ich w przyszłości do funkcjonowania na rynku pracy wymagającego kreatywności i wdrażania innowacji. Przeprowadzono w tym celu analizę zapytań dotyczących zajęć dla dzieci kierowanych do wyszukiwarki Google. Zbadano także, jakie usługi edukacyjne pozaszkolne oferowane są przez publiczne podmioty funkcjonujące na polskim rynku. Dokonano zatem analizy raportów GUS-unt. kultury w Polsce w latach 2003-2013 oraz analizy stron internetowych wy-

branych ośrodków kultury i domów kultury. Tłem wspomnianych analiz i rozważań stała się teoria rozwoju gospodarczego J. Schumpetera, koncepcja klasy kreatywnej R. Floridy oraz popularyzowane ostatnio pojęcie pokolenia Z.

Układ artykułu odzwierciedla realizację założonego celu oraz teoretycznego tła analiz. W punkcie pierwszym przedstawiono najważniejsze informacje nt. pokolenia Z, odnosząc się równocześnie do najważniejszych postulatów teorii J. Schumpetera oraz koncepcji R. Floridy. W punkcie drugim przedstawiono analizę danych dotyczących założonych zagadnień zawartych w raportach GUS, wykorzystując do tego celu statystyczne metody analizy dynamiki zjawisk. Punkt trzeci zawiera analizę oferty miejskich domów kultury i gminnych ośrodków kultury dostępnych na stronach internetowych. Na końcu artykułu podsumowano rozważania.

## **1. Spojrzenie na pokolenie Z w kontekście teorii J.A. Schumpetera i koncepcji R. Floridy**

Nowe technologie od zawsze powodowały zmiany w strukturze społecznej i ekonomicznej społeczeństw, co stawało się podstawą rozwoju ludzkości. Zjawisko to zostało wytłumaczone przez austriackiego ekonomistę J.A. Schumpetera jako *kreatywna destrukcja*, której podstawą są innowacje stosowane przez przedsiębiorstwa w celu osiągnięcia przewagi konkurencyjnej [Hagemann, 2012/2013]. Innowacje te stale utrzymują gospodarkę kapitalistyczną w ruchu. Oznacza to, iż pewne przedsiębiorstwa w wyniku zastosowania nowych technologii wytwarzania lub zarządzania stają się liderami na rynku. Zaproponowane przez nie rozwiązania przyciągają klientów z innych firm doprowadzając tym samym do bankructwa przedsiębiorstwa, które nie potrafią dostosować się do nowych warunków, nawet w sytuacji, gdy wcześniej były wiodącymi markami na rynku. Tym sposobem innowacje rewolucjonizują strukturę ekonomiczną od wewnątrz przez niszczenie jej starej wersji i nieustanne tworzenie nowej. Kreatywna destrukcja, rozpatrywana długookresowo sprzyja zatem poprawie dobrobytu społeczeństw oferując ulepszone produkty, jednak z perspektywy krótkookresowej doprowadza do bankructwa liczne podmioty funkcjonujące na rynku, przez co wpływa negatywnie na sytuację rynku zatrudnienia. Co więcej, perspektywa nieustannego wdrażania innowacji oraz nadążanie za zmieniającymi się technologiami oznacza dla pracujących członków społeczeństwa konieczność ciągłego doksztalcania się oraz bycia kreatywnym. W tym duchu powstał nawet socjoekonomiczny termin *klasa kreatywna* [Florida, 2010], określający klasę ludzi będących siłą napędową postindustrialnej gospodarki opartej na wiedzy.

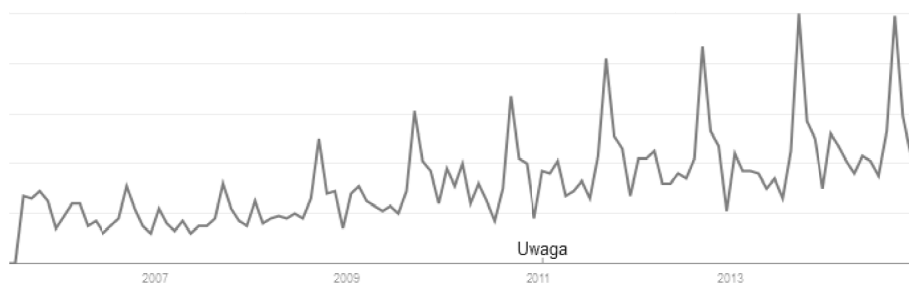
Obejmuje ona ludzi pracujących w takich dyscyplinach, jak: inżynieria, edukacja, prace badawczo-rozwojowe, sztuka, projektowanie i media. W ramach swojej pracy tworzą nowe pomysły, rozwiązania oraz technologie, które uznawane są za użyteczne i mające szerokie zastosowanie. Klasa ta uznawana jest za odpowiedzialną za wzrost gospodarczy ze względu na swoje umiejętności osiągnięcia i podwyższania wyników ekonomicznych dzięki swoim możliwościom twórczym.

Kreatywność uznawana jest zatem za atut i skutkuje określonymi postawami członków społeczeństwa. Rodzice, znając tak wygórowane realia rynku pracy, pragną jak najlepiej przygotować dzieci do funkcjonowania na nim. Tym sposobem inwestują w ich edukację już od najmłodszych lat. W takich warunkach dorastało pokolenie Z, czyli generacja ludzi urodzonych po 1990 r. Czas ich dorastania charakteryzował się silnym rozwojem Internetu i technologii z nim związanych. Pokolenie Z dorastało w świecie nowoczesnych i szybko zmieniających się technologii. Dzięki temu pokolenie to charakteryzuje się wysoką zdolnością obsługi nowych aplikacji, gadżetów oraz funkcjonowania w wirtualnym świecie. Wśród zalet osób wchodzących w skład tego pokolenia wymienia się: otwartość i łatwość kontaktów (szczególnie w świecie wirtualnym), znajomość obsługi nowinek technologicznych, biegła znajomość świata wirtualnego oraz umiejętność wykonywania wielu czynności naraz. Natomiast – dla równowagi – wymienia się także i wady, do których można zaliczyć: zagubienie w realnym świecie, egocentryzm oraz niecierpliwość (wszystko się musi dziać natychmiast, dlatego są określane nieraz jako „pokolenie instant”). Jednak dostęp do nowoczesnych technologii dla ludzi z tego pokolenia uzależniony był od statusu materialnego rodzin, w których się wychowywali. Wysoki status oznaczał dostęp do najnowszych gadżetów oraz ciekawych, płatnych zajęć dodatkowych, rozwijających uzdolnienia i kreatywność. Jest to zatem pokolenie podzielone w sensie kulturowo-ekonomicznym [Witt, Massman i Kackson, 2011]. Rodzice dzieci z pokolenia Z, znając wymagania współczesnego rynku pracy, starają się inwestować w dzieci. Inwestycje te związane są głównie z wpływem sztuki na kreatywność i inteligencję dzieci [Southgate i Roscigno, 2009]. Zajęcia plastyczne i muzyczne, szczególnie wprowadzone od najmłodszych lat, wspomagają rozwój tej cechy, stymulując wszechstronny rozwój dziecka. Zajęcia plastyczne są szczególnie pomocne w kształtowaniu sprawności manualnej dziecka. Zdaniem S. Popka [Krygier, 2014] do funkcji zajęć plastycznych można zaliczyć: poznawczą, rozwojową, wychowawczą, ekspresyjno-kreatywną, kompensacyjną, projekcyjną, motywacyjną oraz terapeutyczno-katartyczną. Muzyka za to ma wpływ na doskonalenie procesów myślenia u dzieci [Wojtanowska-Janusz, 2014]. Badania wykazały, że kształcenie słuchu muzycznego wywiera pozytyw-

ny wpływ na m.in. wyniki osiągnięte w zakresie gramatyki, ortografii, matematyki i wychowania fizycznego, a ponadto wspomaga naukę czytania, sprawności manualne, wymowę, pamięć i umiejętności rozumowania. Słuchanie muzyki stymuluje tworzenie się nowych połączeń nerwowych między półkulami mózgowymi, powoduje pobudzenie i poprawę nastroju, co skutkuje lepszymi możliwościami percepcyjnymi istotnymi w procesie uczenia się. Nauka gry na instrumencie wpływa pozytywnie na umiejętność skupiania uwagi oraz organizację pracy procesów umysłowych, koordynację ruchową, tempo, rytmiczność oraz równowagę [Schellenberg, 2004, 2005]. Do dodatkowych, ale równie istotnych rezultatów zajęć plastycznych i muzycznych należy obniżenie poziomu agresji u dorastającej młodzieży, zwiększenie zaradności, samodzielności, umiejętności organizacji zabawy i czasu pracy. W literaturze stosowany jest termin arteterapia [Kubińska i Michalowska, 2012], czyli terapia sztuką. Ma ona funkcje: rekreacyjną, edukacyjną, ekspresyjną, kompensacyjną oraz regulacyjną. Arteterapia skierowana do dzieci wspomaga ich rozwój, zaspokaja braki emocjonalne, a także niweluje lęki. Kreatywność jest bardzo istotnym elementem funkcjonowania na rynku pracy w społeczeństwie ekonomicznym. Gwarantowanie dzieciom twórczych zajęć ogranicza także zagrożenia płynące z korzystania z nowoczesnych technologii, takie jak choćby uzależnienia od gier komputerowych [Stetina i in., 2011].

## 2. Analiza usług edukacyjnych dedykowanych pokoleniu Z

Omówione zjawiska obserwowane we współczesnym społeczeństwie dały podstawy do rozwoju rynku usług edukacyjnych dla dzieci. Analizując zapytanie kierowane przez polskie społeczeństwo do wyszukiwarki Google za pomocą aplikacji Google Trends, można zauważyć rosnący trend zainteresowania hasłem „zajęcia dla dzieci” (rysunek 1).



**Rys. 1.** Zainteresowanie hasłem „zajęcia dla dzieci” według Google Trends

Źródło: [www 1].

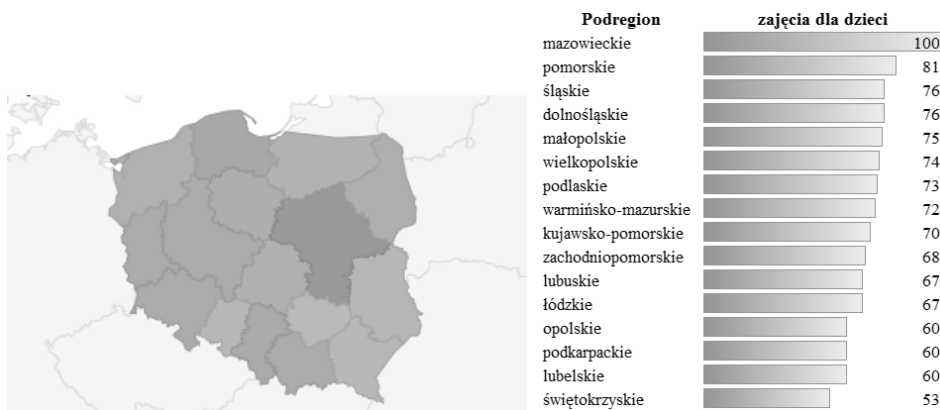
Ponadto z wykresu na rysunku 1 można odczytać pewną sezonowość zapytań: największą ich liczbę corocznie odnotowano we wrześniu, co jest naturalnie związane z końcem wakacji. Widoczne są także wzrosty liczby zapytań na początku wiosny: w marcu. W ciągu ostatnich siedmiu lat (licząc od września 2007 roku do sierpnia 2014, aby zachować zgodność z rokiem szkolnym – istotnym dla dzieci) zainteresowanie zajęciami dla dzieci z roku na rok wzrastało średnio o 10,22%. Przy czym w roku szkolnym 2013/2014 odnotowano aż o 79% więcej zapytań niż w roku 2007/2008 (tabela 1).

**Tabela.1.** Wzrost liczby zapytań o zajęcia dla dzieci za pośrednictwem wyszukiwarki Google

Rok szkolny	Liczba zapytań [2007/2008 = 100%]
2007/2008	100%
2008/2009	141%
2009/2010	167%
2010/2011	165%
2011/2012	170%
2012/2013	168%
2013/2014	179%
<i>Przeciętny wzrost</i>	<i>10,22%</i>

Źródło: Na podstawie danych [www 1].

Najwięcej zapytań kierowanych do wyszukiwarki pochodziło z województwa mazowieckiego, a najmniej z województwa świętokrzyskiego (rysunek 2), co może być związane zarówno ze zróżnicowanym poziomem zamożności, jak i z różną liczbą ludności w tych województwach.



**Rys. 2.** Zainteresowanie hasłem „zajęcia dla dzieci” w ujęciu regionalnym

Źródło: [www 1].

Najpopularniejsze wyszukiwania hasła „zajęcia dla dzieci” prezentuje rysunek 3. Widać, iż najchętniej wyszukiwane są informacje nt. zajęć plastycznych, zabaw dla dzieci, zajęć sportowych, zajęć w przedszkolu i zajęć tanecznych. Analizując rysunek 3 można także zauważyć, iż zajęcia związane ze sztuką stanowią dominującą grupę zapytań.

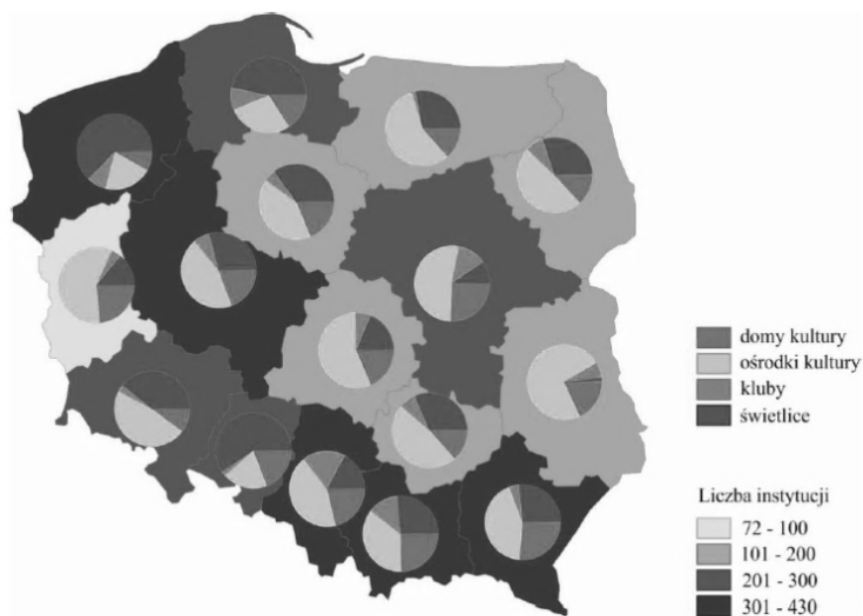
### Najpopularniejsze wyszukiwania hasła "zajęcia dla dzieci"



**Rys. 3.** Najpopularniejsze wyszukiwanie hasła „zajęcia dla dzieci”

Źródło: Na podstawie danych [www 1].

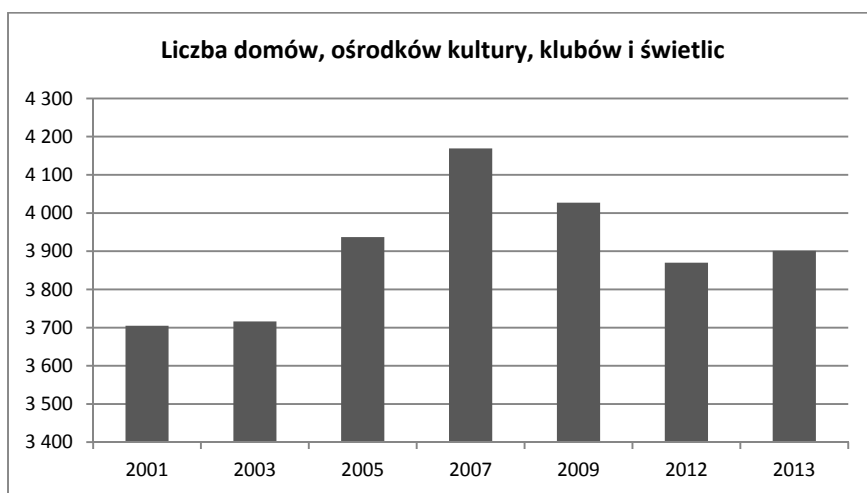
Istotnymi ośrodkami o bogatej ofercie usług edukacyjnych są domy, ośrodki kultury, kluby i świetlice zlokalizowane na terenie całego kraju. Według raportu GUS [*Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014*] najliczniejszymi instytucjami tego typu są ośrodki kultury, a najmniej liczną grupę stanowią kluby (rysunek 4). Domeną terenów wiejskich są głównie świetlice i ośrodki kultury, natomiast w miastach dominują domy kultury i kluby. Większość z tych ośrodków należy do sektora publicznego, a ich działalność organizuje samorząd terytorialny.



**Rys. 4.** Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice według województw w 2013 r.

Źródło: [Kultura w 2013 r., 2014].

W skali kraju liczba domów i ośrodków kultury oraz klubów i świetlic zmieniała się od 2001 do 2013 roku (rysunek 5).



**Rys. 5.** Dynamika liczby domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic

Źródło: [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].

Najmniej tych jednostek odnotowano w 2001 r. (3705). Ich liczba urosła do roku 2007 o 12,5% (4169), po czym zaczęła spadać, by osiągnąć w 2012 r. poziom 3870 (tylko o 4,5% wyższy niż w 2001). W 2013 r. widoczny jest nieznaczny, jednoprocentowy, wzrost liczby badanych ośrodków do poziomu 3901, co świadczy o pewnej stabilizacji. Ogólnie w badanych latach nastąpił wzrost analizowanych liczby obiektów o 5,3%, a liczba ta z roku na rok zwiększała się średnio o 0,43% (tabela 2).

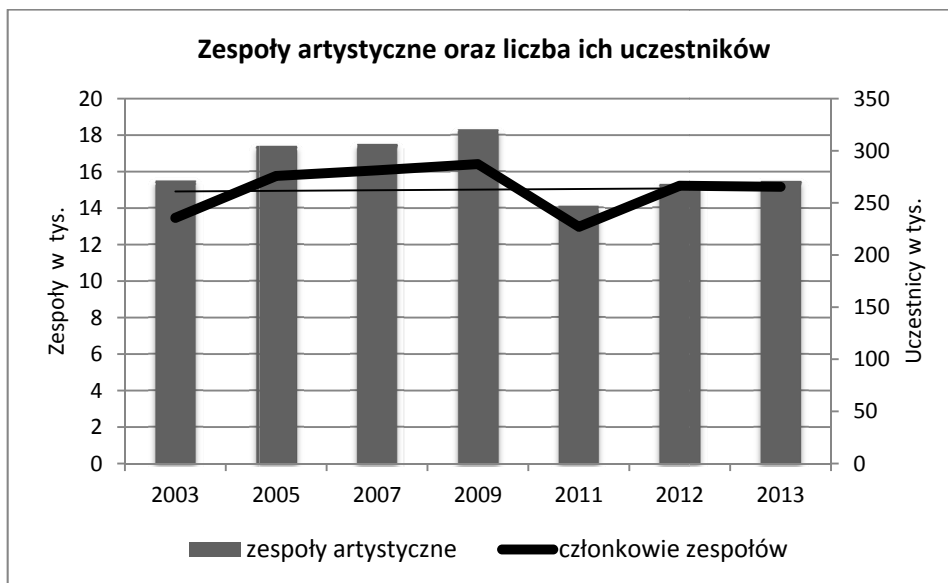
**Tabela 2.** Zmiana liczby domów, ośrodków kultury, klubów i świetlic w porównaniu z rokiem 2001

Rok	Zmiana liczby domów, ośrodków kultury, klubów i świetlic [2001 = 100%]
2001	100,0%
2003	100,3%
2005	106,3%
2007	112,5%
2009	108,7%
2012	104,5%
2013	105,3%
<i>Przeciętny wzrost</i>	<i>0,43%</i>

Źródło: Na podstawie [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].

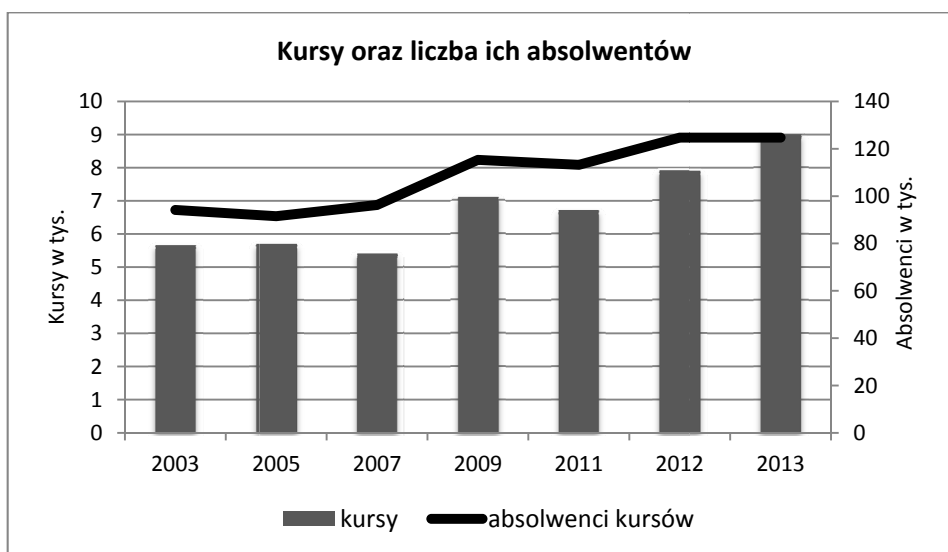
W ośrodkach takich prowadzone są różnorodne **pracownie specjalistyczne**. Wśród tych pracowni można wyróżnić: fotograficzne, filmowe, komputerowe, plastyczne, muzyczne, politechniczne, studia radiowe i telewizyjne, sale baletowe i taneczne. W roku 2013 najpopularniejsze były pracownie plastyczne, muzyczne oraz sale baletowe i taneczne. Na podstawie posiadanego zaplecza wspomniane ośrodki organizują **zespoły**: taneczne, instrumentalne, wokalne i chóry. Organizują również **kursy**: języków obcych, plastyczne, gry na instrumentach, tańca, wiedzy praktycznej oraz komputerowe. Do oferty wspomnianych ośrodków należą także **koła (kluby)**, w tym: politechniczne, komputerowe, plastyczne, fotograficzne i filmowe, turystyczne i sportowo-rekreacyjne, seniora, terapeutyczne oraz dyskusyjne kluby filmowe. Należy wspomnieć, o istotnej zależności rodzajów oferowanych zajęć od infrastruktury. Przykładowo zespoły artystyczne były zazwyczaj organizowane w ośrodkach posiadających salę widowiskową – dlatego były częściej organizowane przy gminnych bądź miejskich ośrodkach kultury. Według raportu GUS w 2013 r. 60% opisywanych ośrodków kultury użytkowała odrębny budynek (61,9% klubów oraz 47,0% świetlic w nie posiadało swojego budynku). Połowa instytucji posiadała salę widowiskową, a 15,6% bibliotekę [Kultura w 2013 r., 2014]. Dynamika omówionej oferty przedstawiona została na rysunkach 6-8.





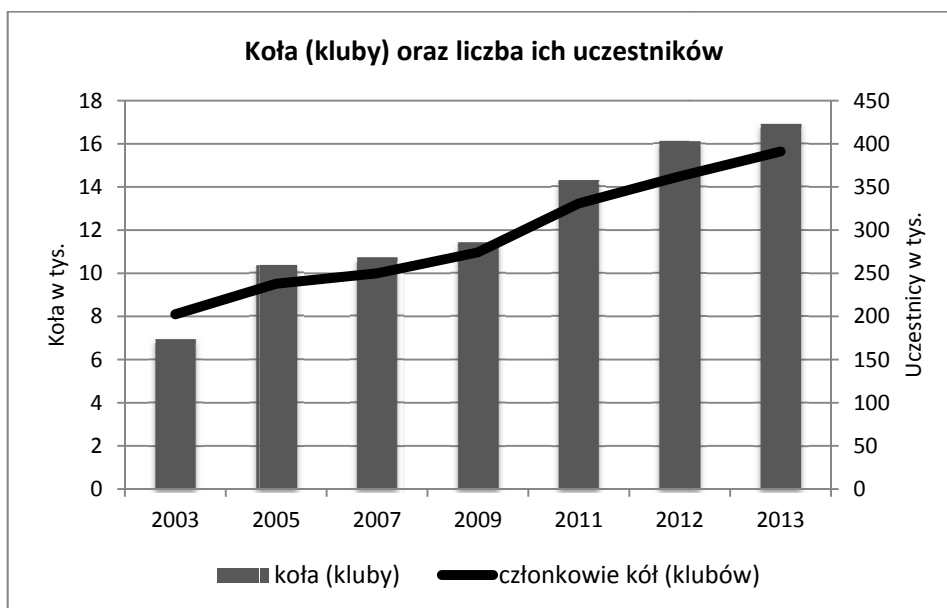
**Rys. 6.** Dynamika liczby zespołów artystycznych i liczby ich uczestników

Źródło: Na podstawie [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].



**Rys. 7.** Dynamika liczby kursów i liczby ich absolwentów

Źródło: Na podstawie [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].



**Rys. 8.** Dynamika liczby kół (klubów) i liczby ich uczestników

Źródło: Na podstawie [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].

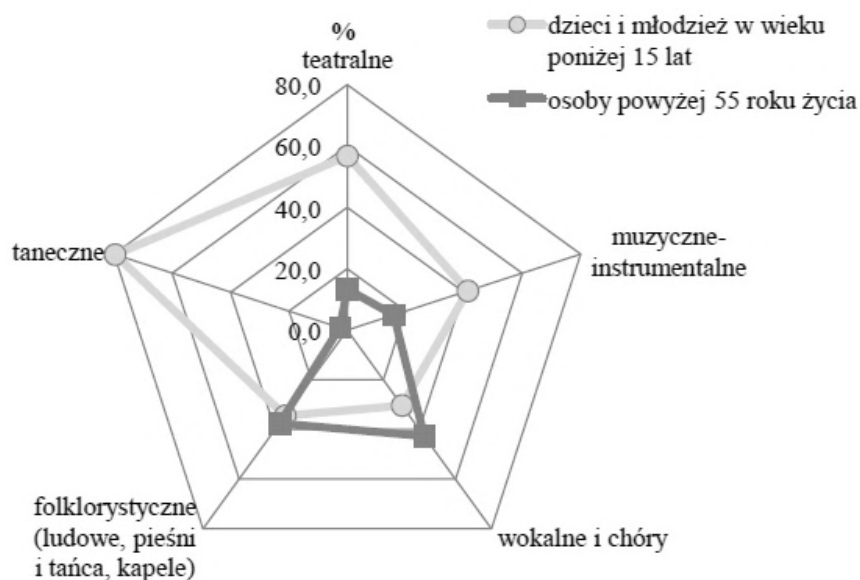
Liczba zespołów artystycznych w 2013 r. u w stosunku do roku 2003 nie uległa zmianie i wynosiła 15,5 tysiąca (tabela 3). Analizując jednak poszczególne lata widać, że w pierwszej fazie liczba ta wzrastała – osiągając najwyższą wartość w 2009 roku (18,3 tys.), wyższą o 18,1% w porównaniu z rokiem 2003 (oraz 2013). Następnie liczba ta zaczęła spadać, aż do poziomu 14,1 tys. w 2011 roku, co jest wartością o 9% niższą w porównaniu do lat 2003 i 2013. Te 9% pokonane zostało zatem w ciągu następujących dwóch lat.

**Tabela 3.** Zmiana liczby zespołów artystycznych i ich członków w porównaniu z rokiem 2003

Rok	Zmiana liczby zespołów artystycznych [2003 = 100%]	Zmiana liczby członków zespołów [2003 = 100%]
2003	100,0%	100,0%
2005	112,3%	117,0%
2007	112,9%	119,3%
2009	118,1%	121,9%
2011	91,0%	96,3%
2012	98,7%	113,1%
2013	100,0%	112,6%
<i>Przeciętny wzrost</i>	<i>0,0%</i>	<i>1,19%</i>

Źródło: Na podstawie [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].

Nieco inaczej rzecz się ma z liczbą uczestników odnotowanych zespołów. Liczba ta w 2003 r. wynosiła 235,7 tys., a w 2013 – 265,4 tys., co oznacza łączny wzrost o 12,6%. Największą liczbę członków zespołów odnotowano w 2009 r., a wynosiła ona 287,3 tys. i była ona większa od wartości z 2003 r. o 21,9%. W ciągu badanych lat liczba uczestników zespołów artystycznych zwiększała się z roku na rok średnio o 1,19%. Na rysunku 9 przedstawiono udział najmłodszego pokolenia (w skład którego wchodzi pokolenie Z) w zespołach różnego typu. Biorąc pod uwagę pokolenie Z, największym zainteresowaniem cieszyły się zespoły taneczne, a po nich teatralne oraz muzyczno-instrumentalne. Za to członkowie zespołów folklorystycznych oraz wokalnych i chórów w przeważającej części nie należą do opisywanego pokolenia.



**Rys. 9.** Członkowie zespołów artystycznych działających w domach i ośrodkach kultury, klubach i świetlicach w 2013 r.

Źródło: [Kultura w 2013 r., 2014].

Zarówno w liczbie kursów, jak i ich absolwentów widać stałą tendencję wzrostową. W 2003 r. odnotowanych było 5,7 tys. kursów oraz 94,2 tys. absolwentów. Natomiast wartości te w 2013 r. wynosiły odpowiednio: 9 i 124,7 tys. W okresie od 2003 do 2013 r. liczba kursów wzrastała z roku na rok średnio o 4,73%, a liczba ich absolwentów o 2,85%. Przy czym w 2013 r. w porównaniu z rokiem 2003 odnotowano o 58,8% więcej kursów, przy o 32,4% większej liczbie absolwentów (tabela 4).

**Tabela 4.** Zmiana liczby kursów i ich absolwentów w porównaniu z rokiem 2003

Rok	Zmiana liczby kursów [2003 = 100%]	Zmiana liczby absolwentów kursów [2003 = 100%]
2003	100,0%	100,0%
2005	100,5%	97,2%
2007	95,4%	102,2%
2009	125,3%	122,4%
2011	118,2%	120,2%
2012	139,4%	132,4%
2013	158,8%	132,4%
<b>Przeciętny wzrost</b>	<b>4,73%</b>	<b>2,85%</b>

Źródło: Na podstawie [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].

Największym tempem wzrostu charakteryzował się rozwój klubów i kół. W ciągu badanych 11 lat liczba klubów wzrosła z 6,9 tys. do 16,9 tys., co oznacza wzrost aż o 143,6%. Przy czym liczba ta zwiększała się z roku na rok średnio o 9,3%. Liczba uczestników tychże klubów w 2003 r. wynosiła 202,6 tys., podczas gdy w 2013 r. odnotowano ich 391 tys., co oznacza wzrost o 93,0% – i stały średni wzrost z roku na rok o 6,8% (tabela 5).

**Tabela 5.** Zmiana liczby klubów i ich członków w porównaniu z rokiem 2003

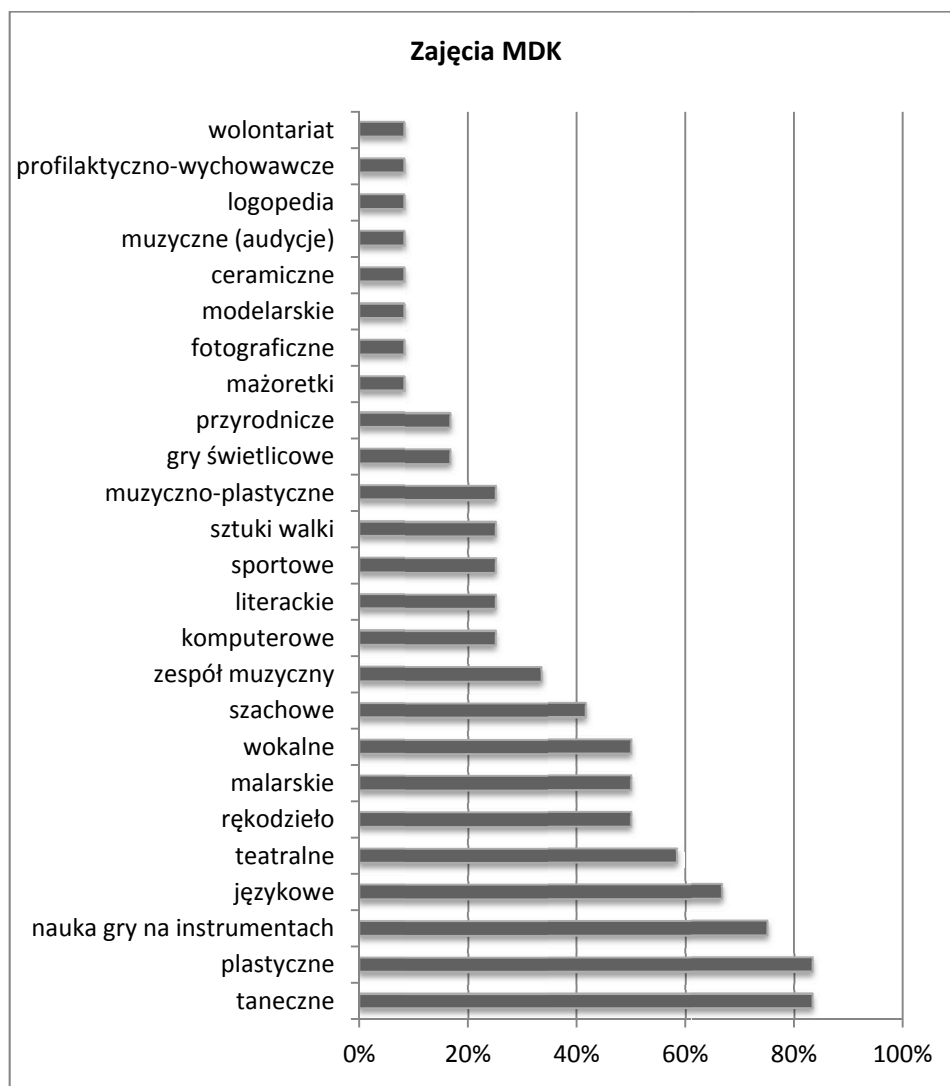
Rok	Zmiana liczby klubów [2003=100%]	Zmiana liczby członków klubów [2003=100%]
2003	100,0%	100,0%
2005	148,9%	117,4%
2007	154,0%	123,4%
2009	164,3%	135,4%
2011	206,1%	163,4%
2012	232,0%	178,9%
2013	243,6%	193,0%
<b>Przeciętny wzrost</b>	<b>9,31%</b>	<b>6,80%</b>

Źródło: Na podstawie [Kultura w 2005-2013 r., 2006-2014].

Zatem mimo iż liczba ośrodków kultury nie zmienia się drastycznie, można obserwować ciągły wzrost zainteresowania zajęciami dodatkowymi w nich prowadzonymi, co skutkuje ciągłym poszerzaniem oferty.

### 3. Studium oferty miejskich domów kultury i gminnych ośrodków kultury

W celu zbadania zakresu zajęć dodatkowych dla dzieci, oferowanych w mieście analizie poddano strony internetowe miejskich domów kultury (dalej: MDK) miasta Katowice. Przebadano 12 placówek (7 domów kultury wraz z filiami).



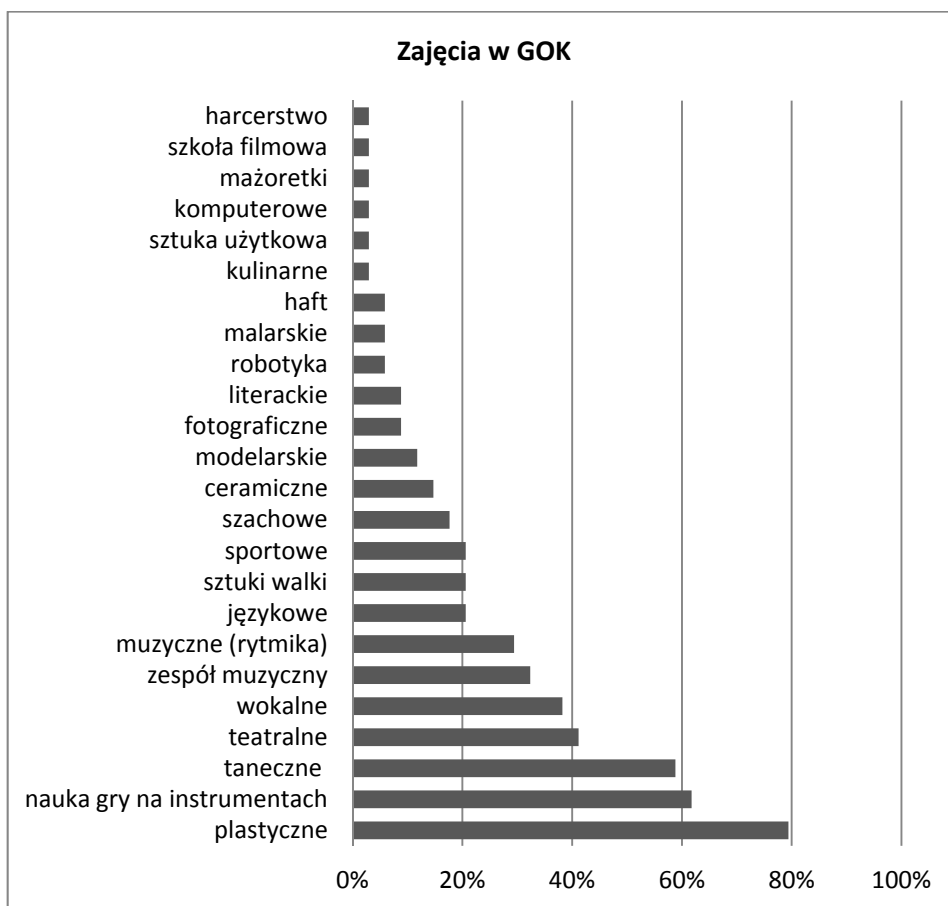
**Rys. 10.** Najpopularniejsze zajęcia w GOK województwa śląskiego

W badanych MDK najczęstszymi zajęciami były zajęcia taneczne oraz plastyczne (oba oferowane w 83% placówek – rysunek 10). W ślad za nimi jest nauka gry na instrumentach (75%), nauka języków obcych – głównie angielskiego (przy czym można też się spotkać z kursami języka niemieckiego i włoskiego) dla różnych grup wiekowych (67%) oraz zajęcia teatralne (58%). Połowa z badanych ośrodków kultury miała w ofercie zajęcia wokalne, malarskie oraz z rękodzieła, a w prawie 42% odbywa się kółko szachowe. W 1/3 działają

zespoły muzyczne, a w 1/4 prowadzone są zajęcia komputerowe, treningi sztuk walki oraz inne zajęcia sportowe.

Badając zakres zajęć dodatkowych dla dzieci, oferowanych w pozamiejskich gminach analizie poddano strony internetowe gminnych ośrodków kultury (dalej: GOK) województwa śląskiego. Rozpatrzono 50 wybranych w sposób losowy gmin (spośród 96). W badanych gminach 6 nie posiada gminnego ośrodka kultury, a 4 strony internetowej. W 6 GOK-ach natomiast nie są prowadzone żadne dodatkowe zajęcia dla dzieci – są to małe gminy o charakterze wypoczynkowym nastawione głównie na turystykę. W gminach z aktywnie działającym GOK-u również najczęstszymi zajęciami są zajęcia plastyczne (79%). Kolejno, w 62% prowadzona jest nauka gry na instrumentach. Prawie równie często oferowane są zajęcia taneczne (59%), a w ślad za nimi teatralne (41%). Dużą popularnością cieszą się również inne formy zajęć muzycznych, takie jak śpiew (38%) oraz rytmika (29%). W części GOK-ów funkcjonują zorganizowane dziecięce zespoły muzyczne o charakterze tanecznym lub wokalnym (32%). W 21% ośrodków można uczyć się języka obcego, w tym głównie angielskiego, ale i niemieckiego. W ofercie GOK-ów prowadzone są też zajęcia sportowe, zarówno o charakterze ogólnym (21%), jak i sztuki walki – spośród których dominuje karate (21%). Poza tym można znaleźć też zajęcia szachowe (18%) oraz ceramiczne (15%). Popularność zajęć dla dzieci została zilustrowana na rysunku 11. Oprócz stałych zajęć prowadzonych w GOK-ach organizowane są też wydarzenia jednorazowe (bądź o małej powtarzalności), jak np. warsztaty ozdób choinkowych czy zabawy z różnych okazji.

Przeprowadzone analizy wskazują na wysoką popularność zajęć związanych ze sztuką (plastyka, muzyka, teatr itp.). W MDK-ach oferta ta stanowi 60%, a w GOK-ach nawet 67%. Można stąd wywnioskować, iż dzieci bardzo chętnie akceptują takie formy zajęć dodatkowych. Uczestnicząc w nich dzięki aktywnej i kreatywnej zabawie spędzają czas w sposób, który lubią – nawet niejednokrotnie nie zdając sobie sprawy, że zaprocentuje on w przyszłości, gdy będą musiały wykazać się na wymagającym rynku pracy.



**Rys. 11.** Najpopularniejsze zajęcia w GOK-ach województwa śląskiego

## Podsumowanie

Współczesna gospodarka oparta na wiedzy skłania do refleksji nad rozwojem w naszym społeczeństwie tzw. klasy kreatywnej, której pomysły i idee w opinii R. Floridy odpowiedzialne są za rozwój gospodarczy. Również w polskim społeczeństwie kreatywność postrzegana jest jako atut. Rodzice przygotowują swoje dzieci do nowych realiów rynku, co oznacza inwestowanie w potencjał twórczy dzieci. Przeprowadzone analizy wykazały wzrost zapytań o zajęcia dodatkowe kierowanych do wyszukiwarki Google. Wzrost ten w roku szkolnym 2013/2014 kształtował się na poziomie 79% w porównaniu z rokiem szkolnym 2007/2008. Obserwując dane udostępniane przez Google Trends można zauważyć, iż zajęcia związane ze sztuką stanowiły dominującą grupę zapytań. Analizując dane za-

warte w raportach GUS-u można również odnotować tendencję wzrostową: liczby domów kultury (o 5%), liczby uczestników zespołów artystycznych (o 12,6%), kursów (o 58,8%) i liczby ich absolwentów (o 32,4%), liczby kół (o 143,6%) oraz ich liczby uczestników (o 93%). Świadczy to o rosnącym zainteresowaniu rodziców zajęciami dodatkowymi oferowanymi przez takie ośrodki, jak miejskie domy kultury, gminne ośrodki kultury, kluby i świetlice. Najpopularniejszymi propozycjami oferowanymi przez te ośrodki dla dzieci zarówno w mieście, jak poza nim są zajęcia muzyczne i plastyczne oraz inne zajęcia uwrażliwiające na sztukę. Przeprowadzone analizy wykazały, iż tego typu oferty obecne były w 60%-70% badanych placówek. Popularność tych zajęć świadczy zatem o wysokiej świadomości rodziców co do potrzeby rozwoju kreatywności swoich dzieci.

## Literatura

- Florida R. (2002), *The Rise of Creative Class*, Basic Books, New York.
- Florida R. (2010), *Narodziny klasy kreatywnej*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa.
- Hagemann H. (2012/2013), *Capitalist Development, Innovations, Business Cycles and Unemployment: Joseph Alois Schumpeter and Emil Hans Lederer*, GREDEG Working Papers Series, No. 2012-13, <http://www.gredeg.cnrs.fr/working-papers/GREDEG-WP-2012-13.pdf> (dostęp: 11.2014).
- Krygier M. (2014), *Korzyści wynikające z kształcenia w szkole plastycznej*, „Konteksty edukacji artystycznej i pomocy psychologiczno-pedagogicznej”, *Zeszyty Psychologiczno-Pedagogiczne Centrum Edukacji Artystycznej*, z. 2, Centrum Edukacji Artystycznej, Warszawa.
- Kubińska K. i Michałowska K. (2012), *Arteterapia*, „Edukacja i nauka naszą wspólną przyszłością”, *Prace i Materiały Powiślańskiej Szkoły Wyższej w Kwidzynie*, Wydawnictwo Powiślańskiej Szkoły Wyższej, Kwidzyn.
- Kultura w 2005 r.* (2006), Raport opracowany przez GUS, Departament Badań Społecznych Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Kultura w 2006 r.* (2007), Raport opracowany przez GUS, Departament Badań Społecznych Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Kultura w 2007 r.* (2008), Raport opracowany przez GUS, Departament Badań Społecznych Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Kultura w 2008 r.* (2009), Raport opracowany przez GUS, Departament Badań Społecznych Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Kultura w 2009 r.* (2010), Raport opracowany przez Urząd statystyczny w Krakowie. Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.



- Kultura w 2010 r.* (2011), Raport opracowany przez GUS, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia oraz US Kraków, Ośrodek Statystyki Kultury, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Kultura w 2012 r.* (2013), Raport opracowany przez GUS, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia oraz US Kraków, Ośrodek Statystyki Kultury, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Kultura w 2013 r.* (2014), Raport opracowany przez GUS, Departament Badań Społecznych i Warunków Życia oraz US Kraków, Ośrodek Statystyki Kultury, Zakład Wydawnictw Statystycznych, Warszawa.
- Schellenberg E.G. (2004): *Music Lessons Enhance IQ*, „Psychological Science”, Vol. 15.
- Schellenberg E.G. (2005): *Music and Cognitive Abilities*, „Current Directions in Psychological Science”, Vol. 14, No. 6.
- Southgate D.E. i Roscigno V. J. (2009), *The Impact of Music on Childhood and Adolescent Achievement*, “Social Science Quarterly”, Vol. 90, Iss. 1.
- Stetina B.U., Kothgassner O.D., Lehenbauer M. i Kryspin-Exner I. (2011), *Beyond the Fascination of Online Game: Probing Addictive Behavior and Depression in World Online-Gaming*, “Computers in Human Behavior”, Vol. 27.
- Witt E.A., Massman A.J. i Jackson L.A. (2011), *Trends in Youth's Videogame Playing, Overall Computer Use and Communication Technology Use: The Impact of Self-Esteem and the Big Five Personality Factors*, “Computers in Human behavior”, Vol. 27.
- Wojtanowska-Janusz B. (2014), *Wpływ muzyki i edukacji muzycznej na rozwój dzieci i młodzieży*, „Konteksty edukacji artystycznej i pomocy psychologiczno-pedagogicznej, Zeszyty Psychologiczno-Pedagogiczne Centrum Edukacji Artystycznej”, z. 2, Centrum Edukacji Artystycznej, Warszawa.
- [www 1] google.pl/trends (dostęp: 11.2014).

#### ROLE OF EDUCATIONAL SERVICES IN FORMATION OF CREATIVE CLASS IN POLISH INFORMATION SOCIETY

**Summary:** The article presents the analysis of the development of market-school educational services for children in Poland. As the background of this analysis we used some issues directly or indirectly related to the subject of knowledge-based economy. These include the theory of economic development by J. Schumpeter's, R. Florida's creative class concept and the recently popularized term of generation Z. The analysis showed that we could notice in Polish society the trend connected to stimulation and enrichment the creativity of children. This trend transfers indirectly to the increase of the interest of market-school educational services for children. This approach intends to prepare children to the future work on the exigent market labor.

**Keywords:** creative class, generation Z, educational services in Poland.