

---

## Spis treści

Wstęp .....	5
-------------	---

### **Kreatywność w procesie profesjonalizacji**

<i>Makary K. Stasiak, Wiesław Przybyła</i> Koncepcja kształcenia w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi.....	13
<i>Irena Pufal-Struzik</i> Gotowość do działań transgresyjnych studentów o różnym poziomie postawy twórczej .....	25
<i>Eugeniusz Józefowski</i> Wybrane aspekty profesjonalizacji i komercjalizacji kreatywności .....	43
<i>Leszek Kuras</i> Orientacja kolektywistyczna vs orientacja indywidualistyczna, <i>homo sociologicus</i> vs <i>homo creator</i> – dychotomia czy integralność postaw? .....	53
<i>Zofia Okraj</i> Od pomysłu do wdrożenia – istota, etapy i uwarunkowania procesu powstawania innowacji.....	77
<i>Tomasz Poskrobko, Anna Matel</i> Kreowanie wiedzy w kontekście teorii 6 filarów poczucia własnej wartości .....	91

### **Kreatywność w szkole**

<i>Rafał Adamczewski</i> Kreatywność w działalności pedagoga. Perspektywa poszerzona.....	111
--	-----

*Bernadeta Kosztyla*  
Kreatywny nauczyciel – w poszukiwaniu nowych źródeł zabaw..... 123

### **Kreatywność w przestrzeni miasta**

*Aleksandra Mroczek-Żulicka*  
Łódź jako przestrzeń sprzyjająca twórczości..... 135

*Katarzyna Pasikowska*  
Street art jako narzędzie marketingowe na poziomie  
samorządu terytorialnego ..... 153

*Katarzyna Bachnik*  
Dobre praktyki projektowe w sektorze usług medycznych ..... 167

*Ewa Pułaczewska*  
Creativity, innovation, entrepreneurship – the big three  
of modern business..... 179

Noty o autorach..... 191

---

## Wstęp

Niniejsza publikacja skierowana jest do wszystkich osób zainteresowanych kreatywnością i poszukujących odpowiedzi na pytanie, czy kreatywność, myślenie i działanie twórcze można sprofesjonalizować? Zebrane w pracy artykuły są próbą odnalezienia odpowiedzi na to pytanie.

Kreatywność to zdolność człowieka do generowania nowych i wartościowych wytworów. Pozwala tworzyć nowe pomysły, pokazywać alternatywy i możliwości, które mogą być pomocne w rozwiązywaniu problemów, poszukiwaniu nowych rozwiązań i komunikowaniu się z innymi.

Osoba kreatywna ma zdolność łączenia istniejących, często niedostrzegalnych przez innych faktów i zjawisk. Obecnie ważne jest wyposażenie młodego człowieka w kompetencje kreatywne, które stają się kluczowe w życiu zawodowym i osobistym. Właściwe wobec tego wydaje się wydobycie procesu profesjonalizowania się kreatywności i jej przekształcania z dziedziny będącej na marginesie zainteresowań w kluczową, samodzielną i autonomiczną.

Dzięki takiemu ujęciu kreatywności możemy wyodrębnić kilka istotnych elementów jej profesjonalizacji. Pierwszym jest **identyfikowanie zainteresowań i zdolności kreatywnych** i przekształcanie ich w aktywności zawodowe. Tym, co służy takiemu ujęciu, jest wskazanie, czym są zainteresowania i działania kreatywne, w jaki sposób wspiera się powstawanie zainteresowań kreatywnych w różnych środowiskach oraz jak wzbudza się motywację do podejmowania twórczych działań w celu ich upowszechnienia i przekształcania w aktywność zawodową.

W procesie profesjonalizacji kreatywności ważne jest również **stymulowanie rozwoju kompetencji kreatywnych**, wskazywanie metod ich rozwijania, a tym samym określanie ich istoty. Ponadto refleksji wy-

maga zagadnienie znaczenia kompetencji kreatywnych w kontekście pracy zawodowej.

Kolejnym zagadnieniem jest **sektor kreatywny jako wynik profesjonalizacji**. Jego znacząca rola polega na wspieraniu procesów wyodrębniania się nowych zawodów lub specjalności o charakterze twórczym. Kluczowe są więc pytania o sektor kreatywny, przede wszystkim o to, w jaki sposób wspierać procesy formowania się nowych zawodów lub specjalności w dziedzinie kreatywności oraz jak kształcić do pracy w sektorze kreatywnym.

Niezbędnym elementem, bez którego dyskusja nad procesem profesjonalizacji kreatywności byłaby niepełna, jest **refleksja teoretyczna dotycząca kreatywności**.

Niniejsza publikacja zatytułowana *Konceptualizacja profesjonalizacji kreatywności* składa się z trzech części. Część pierwsza *Kreatywność w procesie profesjonalizacji* rozpoczyna się tekstem Makarego K. Stasia i Wiesława Przybyły, dotyczącym koncepcji kształcenia do kreatywności w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi. Autorzy przedstawiają model kształcenia obowiązujący w AHE w Łodzi, którego głównym założeniem jest wyposażenie studentów i absolwentów w całonocne zasoby kompetencji kreatywnych. Autorzy opisują dwa modele kształcenia: model klasyczny, rozumiany jako tradycyjny wzorzec obowiązujący w szkole, ukierunkowany na przyrost wiedzy wśród uczniów i studentów oraz model kształcenia kreatywności, nazwany przez autorów Technologią kreatywności, ukierunkowany na kształtowanie postaw i umiejętności, a przede wszystkim nieszablonowego myślenia i działania. Wspomniane modele edukacji różnią się odmiennym podejściem studenta i nauczyciela do samego siebie, czyli, jak to określają autorzy, do podmiotu autonomicznego. W szkołach i na uczelniach należy rozwijać, zdaniem autorów artykułu, umiejętność bycia podmiotem autonomicznym, który poprzez aktywność potrafi wzbogacać posiadany przez siebie potencjał. Artykuł Ireny Pufal-Struzik pt. *Gotowość do działań transgresyjnych studentów o różnym poziomie postawy twórczej* jest inspirowany założeniami koncepcji działań transgresyjnych Józefa Kozieleckiego i stanowi raport z przeprowadzonych przez autorkę badań. W swoim artykule Pani Profesor pokazuje zależność między postawą twórczą lub odtwórczą i jej składnikami: nonkonformizmem lub konformizmem, zachowaniami heurystycznymi lub algorytmicznymi a podejmowaniem działań tran-

sgresyjnych przez studentów. Autorka wykazuje pozytywne korelacje między tymi zmiennymi oraz wskazuje, że czynnikiem różnicującym nasilenie postawy twórczej i gotowość do podejmowania działań transgresyjnych jest płeć. Eugeniusz Józefowski w swoim artykule *Wybrane aspekty profesjonalizacji i komercjalizacji kreatywności* podejmuje rozważania nad istotą aktywności, którą można określać mianem kreatywnej. Refleksji poddaje także samo pojęcie kreatora. Wskazuje, jakie mogą być konsekwencje błędnego użycia pojęć: *kreatywność, kreacja, kreator*. Omawia także zagrożenia wynikające z komercjalizacji kreatywności w procesie jej profesjonalizacji. W opinii autora jest to kierunek pełen niebezpieczeństw, oznaczający podporządkowanie się oczekiwaniom kolejnych uzurpatorów sterowania ludzką aktywnością. Następnie Leszek Kuras w tekście *Orientacja kolektywistyczna vs orientacja indywidualistyczna, homo sociologicus vs homo creator – dychotomia czy integralność postaw?* analizuje wzajemną relację dwóch, często przeciwstawianych sobie koncepcji: indywidualizmu i kolektywizmu. Autor wykazuje, że w odniesieniu do nowoczesnego społeczeństwa takie dychotomiczne ujęcie jest nietrafne. Stąd, jak zauważa, właściwe wydaje się zbudowanie innej perspektywy i wizji organizacji życia społecznego. Ma ona polegać na zespoleniu idei samorealizacji i wspólnotowości, co pozwoli na jednoczesne realizowanie własnych celów i celów grupy oraz budowanie partnerskich relacji z innymi. Model integrujący tradycyjnie przeciwstawiane sobie idee indywidualizmu i kolektywizmu autor określa mianem podmiotowej kooperacji. Celem artykułu Zofii Okraj zatytułowanego *Od pomysłu do wdrożenia: istota, etapy i uwarunkowania procesu powstawania innowacji* jest teoretyczna analiza istoty, faz i uwarunkowań innowacji. Przedmiotem rozważań jest ponadto poszukiwanie związków między innowacjami a edukacją. W opinii autorki tym, co integruje edukację i innowacje jest nauczanie problemowe. W tekście *Kreowanie wiedzy w kontekście teorii 6 filarów poczucia własnej wartości* autorstwa Tomasza Poskrobki i Anny Matel odnajdujemy koncepcję opartą na założeniu, że przebieg procesu twórczego uwarunkowany jest między innymi poczuciem własnej wartości. Jak zauważają autorzy, zgodnie z koncepcją N. Brandena poczucie własnej wartości składa się z sześciu filarów, z których każdy wpływa na zdolność jednostki do realizacji procesu twórczego.

Kolejną część książki zatytułowaną *Kreatywność w szkole* otwiera artykuł Rafała Adamczewskiego *Kreatywność w działalności pedagoga. Per-*

*spektywa poszerzona*. Autor tekstu podejmuje zagadnienie permanentnej kreatywności pedagoga w kontekście niepowtarzalności sytuacji edukacyjnych. Zdaniem autora podejmowane przez nauczyciela działania nie mają charakteru powtarzanych, wyuczonych czynności, lecz muszą być stale weryfikowane i poddawane nieustannej refleksji. Dlatego też pedagog potrzebuje autonomii pozwalającej mu wyjść poza zastane schematy działania oraz zgody na podejmowanie działań kreatywnych, które są motorem ciągłych zmian. Bernadeta Koszyła w tekście *Kreatywny nauczyciel – w poszukiwaniu nowych źródeł zabaw* prezentuje z kolei nowe źródła zabaw dla dzieci w okresie edukacji elementarnej. Autorka rekomenduje znaki języka migowego zarówno jako nowe źródło zabaw, jak i jako alternatywę wspomagania realizacji celów wychowawczo-dydaktycznych.

Trzecia i ostatnia część niniejszego opracowania nosi tytuł *Kreatywność w przestrzeni miasta*. W tekście otwierającym tę część publikacji Aleksandra Mroczek-Żulicka opisuje Łódź jako przestrzeń sprzyjającą twórczości. Autorka przedstawia przegląd teorii dotyczących środowiskowych uwarunkowań twórczości. Problem relacji środowiska społeczno-kulturowego i twórczości rozpatrywany jest między innymi w perspektywie badań nad stymulatorami i inhibitorami odnajdywanymi w otoczeniu człowieka. Następnie Katarzyna Pasikowska w artykule *Street art jako narzędzie marketingowe na poziomie samorządu terytorialnego* przedstawia wyniki badań ankietowych na temat sztuki ulicy, przeprowadzonych wśród pracowników samorządowych. Z przeprowadzonej przez autorkę analizy 18 ośrodków miejskich wynika, że urzędnicy dostrzegają potencjał w sztuce street artu, która pomimo siedemdziesięcioletniej historii nadal jest postrzegana w naszym kraju jako coś nowego, nie do końca zbadanego. Zdaniem autorki w Polsce wciąż istnieje problem w zdefiniowaniu, co jest „przestrzenią publiczną”, przez co sztuka w tej przestrzeni wydaje się problematycznym, aczkolwiek atrakcyjnym marketingowo pojęciem. Katarzyna Bachnik w tekście *Dobre praktyki projektowe w sektorze usług medycznych* wskazuje na przydatność metody design thinking w projektowaniu rozwiązań innowacyjnych w sektorze medycznym. W artykule autorka przedstawia wybrane praktyki stosowane w dwóch ośrodkach medycznych: Kaiser Permanente i Sant Joan de Déu. Ostatni artykuł w tej części *Creativity, innovation, entrepreneurship – the big three of modern business* dotyczy modelu nowoczesnego biznesu opartego na kreatywności, innowacyjności i przedsiębiorczości.

Ewa Pułaczewska stwierdza, że aby stawić czoło nowym wyzwaniom, swoje działania w obszarze biznesu trzeba opierać na ludzkiej kreatywności jako istotnym zasobie. Artykuł przedstawia kreatywność jako źródło innowacji, która wykorzystywana jest przy rozwijaniu umiejętności przedsiębiorczych i może prowadzić do sukcesu komercyjnego.

Jak widać, niniejsza publikacja dotyczy zróżnicowanych problemów i zagadnień. Kreatywność rozpatrywana jest z wielu perspektyw, tak teoretycznych, jak i praktycznych. Dzięki temu książka powinna stać się inspiracją dla przedstawicieli różnych środowisk, między innymi: edukacji, biznesu, kultury, samorządu. Mamy nadzieję, że publikacja zainicjuje jednocześnie poszukiwanie odpowiedzi na pytania o proces, warunki i skutki profesjonalizacji kreatywności.