

Humanistyka i sztuki piękne jako kapitał innowacyjny – tezy na spotkanie Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego oraz Departamentu Strategii MNiSW

Coraz częściej zarówno w krajach wysoko rozwiniętych, jak nadrabiających zaległości, padają sugestie, że – w coraz większym stopniu – **siłą sprawczą rozwoju staje się kultura, przemysły kultury, sztuki piękne i humanistyka**. Debata o tych nowych czynnikach rozwoju zbiega się z nowym rozumieniem innowacji i kreatywności oraz rozszerzeniem programu badawczego ekonomii.

Od dawna podkreślano, że **kultura** jest glebą, z której wyrasta sukces społeczeństw: pomysłowość i przebojowość przedsiębiorców, kompetencje nauczycieli, ambicje studentów, mądrość prawodawców i polityków, ciekawość intelektualna, chęć eksperymentowania, przedsiębiorczość i zdolność do współpracy. Kultura to sieć znaczeń. Język, sztuka, muzyka, taniec, słowo pisane, film, nagrania, programy komputerowe to narzędzia stosowane przez człowieka do tworzenia, interpretacji, utrzymywania i przekształcania owych sieci znaczeń. Kody kulturowe określają sposób, czy i w jaki sposób odczytuje się i interpretuje jedne sytuacje, innych zaś nie dostrzega¹. Już Wilhelm Röpke podkreślał (1955), że „rynek, konkurencja, gra podaży i popytu nie tworzą rezerw, ale je zużywają. Muszą je pozyskiwać z obszarów pozarynkowych.”²

Kultura, wiedza i gospodarka zawsze tworzyły system naczyń połączonych. Już przed laty Francesco Cippola podkreślał znaczenie czynnika ludzkiego dla osiągnięcia cywilizacyjnego sukcesu: gdy włoscy kupcy dominowali w handlu europejskim, Dante pisał *Boską Komedię*, Giotto rewolucjonizował malarstwo, a św. Franciszek inicjował nowy ruch religijny. W wieku siedemnastym, kiedy przodownictwo gospodarcze przejęły Niderlandy, miały one jednocześnie wielkich kupców i przedsiębiorców, prawników, uczonych oraz malarzy. By zrozumieć wzloty pewnych społeczeństw należy zrozumieć atmosferę zbiorowego entuzjazmu i współpracy, pisał Cippola³.

Niemniej, podobnie jak teza o „gospodarce opartej o wiedzę” zdaje się mówić coś istotnie nowego, mimo że nie ma gospodarki, która nie korzystałaby z wiedzy, tak i teza o wzrastającej roli kultury dla gospodarki i rozwoju społecznego zdaje się wskazywać na coś ważnego – choć próby jej uściślenia i pomiaru nie są jak dotąd przekonujące, a jedną z najważniejszych przeszkód jest wieloznaczność pojęcia kultura.

W społeczeństwach, w których wykształcenie staje się powszechne, sektor usług i informacji dominuje nad przemysłem wytwórczym i wydobywczym, zmieniające się wzorce konsumpcji i wzrost dochodu *per capita* prowadzą do wzrostu popytu na dobra i usługi kultury, a wartości post-materialistyczne, jak samo-rozwój i samorealizacja stają się bardziej popularne – nie tylko rośnie znaczenie tzw. przemysłów kultury, ale też czynnika kulturalnego (w sensie

¹ *Societies in Transition. The future of work and leisure*, OECD 1994; Jeremy Rifkin, *Age of access*, 2000; David Thorby, *Economics and Culture*, 2001; *Kultura i przemysły kultury szansą dla Polski*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, 2002; Tyler Cowen, *Creative destruction. How Globalization Is Changing the World's Cultures*, 2002.

² *Grundtexte zur Sozialen Marktwirtschaft*, red. W. Stützel, Stuttgart 1981, s. 439-450. Cyt. za: Aniela Dylus, *W poszukiwaniu „rezerw duchowych” europejskiej gospodarki*, w: *Czy wartości społeczne są barierą reform UE?* Jan Szomburg et al., Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, 2004.

³ Carlo M. Cipolla, *Before the Industrial Revolution. European society and Economy, 1000-1700*, London 1993, s. 99.

wkładu idei humanistyki i sztuk pięknych, znajomości tradycji, kreatywności, poczucia estetyki, postaw i umiejętności artystycznych itd.) we wszystkich produktach i usługach.

Kultura wzmacnia poczucia tożsamości, spójności i żywotności miast, regionów i krajów, kształtuje kapitał intelektualny i społeczny wspólnot. Więzy lokalne i sąsiedzkie przeżywają renesans, nie tylko w tradycyjnych społecznościach, ale także w tzw. "nowych polis". Globalizacja wzmacnia regionalizm: rozluźniając więzy narodowe i polityczne, rozbudza drzemiące dotąd w uśpieniu uczucia i aspiracje regionalne. Międzynarodowe korporacje unifikując świat uwypuklają znaczenie tego wszystkiego, co decyduje o oryginalności i różnorodności miasta, regionu, kraju. Dzięki globalizacji oraz przesunięciem zainteresowań ku wartościom niematerialnym, lokalne, regionalne i narodowe wartości, praktyki i przedmioty, takie jak receptury lekarskie, przepisy kulturalne, wyroby garncarskie, pieśni, tańce i obrzędy, podania oraz stare domostwa nie tylko stają się osi krystalizacji poczucia wspólnot sąsiedzkich, ale także (nieraz) towarem komercyjnym, atrakcją turystyczną lub przedmiotem światowej kariery, jak argentyńskie tango, jamajskie reggae lub włoska pizza.

Dostrzeżenie czynnika kultury postępuje równoległe z przemianami **pojęć kreatywności i innowacji**.

Kreatywność maluje się romantycznie jako dziedzinę sztuki artystycznej, innowacyjność – jako dziedzinę inżynierii. Podejście to jest błędne; kreatywność odgrywa główną rolę w innowacjach. Także podział na zawody „kreatywne” i „nie-kreatywne” nie jest właściwy, gdyż kreatywność nie jest atrybutem zawodów, tylko podejścia do nich. Kreatywność nie jest procesem elitarnym lub domeną pewnych grup. To aktywność wymagająca wyobraźni i tzw. myślenia bocznego, często idąca w poprzek podziałom dyscyplinowym. To także jeden z najcenniejszych aktywów kraju, zwłaszcza rozwiniętych gospodarczo. Takiej kreatywności coraz częściej oczekuje się w miejscach, które do niedawno uznawano za synonim rutyny, jak administracja publiczna.

Niezrozumienie znaczenia kreatywności (zarówno w kształceniu ogólnym, jak i specjalistycznym) to dziedzictwo rewolucji przemysłowej, kładącej nacisk na zrutynizowane i zestandaryzowane umiejętności (zasady pracy Taylora). Niestandardowe rozwiązania, niekonwencjonalne podejścia, inspiracja artystyczna, myślenie nieliniowe i pytania, które nie pasują do programu, rozbiły ustalony tok zajęć lekcyjnych. Dziedzictwo to jest bardzo silne. Nadal jesteśmy uwięzieni w modelu edukacji, który traktuje kreatywność jako działalność peryferyjną, która w najlepszym razie ma zastosowanie jedynie w sztuce i zabawie, a w najgorszym – jest atrybutem uprzywilejowanych dyletantów.

Jednak w coraz większej ilości państw szkoły – od podstawowych po wyższe – wprowadzają kreatywność do swych programów. Zajęcia z kreatywności bazują na naturalnej wynalazczości małych dzieci, tłumionej w wieku późniejszym. Obok osobnych zajęć sztuki kreatywności wprowadza się kreatywność jako zasadę zajęć szkolnych. Uznaje się, że im wcześniej wspiera się kreatywność dzieci, tym lepsze uzyskuje się efekty (w sensie chęci i umiejętności uczenia się i osiągnięć zawodowych) w wieku późniejszym. W Wielkiej Brytanii przełom we wprowadzeniu kreatywności do nauczania szkolnego jest zasługą Kena Robinsona i jego raportu *All Our Futures: Creativity, Culture and Education* (1999) oraz idącej w ślad za nim Inicjatywy *Creative Partnership*⁴. Krajem, który w Europie najbardziej docenił kreatywność, jest Finlandia, a regionem – Reggio Emilia we Włoszech⁵.

4 <http://www.creativepartnership.co.uk/>

5 zob. <http://clercenter.gallaudet.edu/CDC/reggio.html> oraz http://www.dis.unimelb.edu.au/research/groups/interactiondesign/seminars/04_2/1src/towards100.pdf. Opracowane na podstawie: Anthony Sargent, Katharine Zeserson, *Beginning At the beginning. The creativity gap* NESTA 2007.

Podobnie, metamorfozie ulega pojęcie **innowacji**. Dotąd przez innowacje rozumiano jako wynalezienie i wprowadzenie do produkcji nowych technologii. Później, rozumiano je szerzej, tak że objęły także sferę usług (rynkowych jak i publicznych), oraz zamierzone zmiany społeczne, organizacyjne i menedżerskie, takie jak np. wprowadzanie nowych modeli biznesu lub też np. wprowadzanie zasad rynkowych do handlu emisją zanieczyszczeń. Dziś coraz częściej innowacje rozumie się jeszcze szerzej. Uważa się, że choć badania naukowe i technologie pozostaną ich ważnym źródłem, rzeczywiste źródła innowacji są tak szerokie, jak szeroka jest kultura. Docenienie innowacyjnej roli kreatywności, wzornictwa, działalności artystycznej, nauk humanistycznych oraz upowszechniania nauk jest sprawą ostatnich lat, m.in. opracowań NESTY oraz książek Jeremy Rifkina i Richarda Floridy.

Zbitka pojęć innowacji i kreatywności, wykorzystana po raz pierwszy w tytule książki Johna W. Haefele (1962), a od tego czasu w tysiącu innych wydawnictw oraz w nazwach dziesiątek tysięcy warsztatów i seminariów, stała się niemal hasłem epoki. Każde z pojęć w kontekście drugiego zmieniło swój sens. Twórczość przestała być widziana jako (przede wszystkim) szczególna kompetencja jednostki, a na innowację spojrzano nie tylko (jak dotąd) od strony jej efektów (nowych produktów, procesów, usług lub zmian organizacyjno-menedżerskich), ale (także) od strony szczególnych kompetencji jej twórców. Z kolei oba połączone ze sobą pojęcia weszły w dalsze związki pojęciowe, z których szczególnie płodne okazały się związki z edukacją. Triada „twórczość – innowacje – edukacja” wzmocniła te poglądy i podejścia w pedagogice, które *uczenie* traktują nie jako „przekazywanie”, co „współ-tworzenie” wiedzy i które sens edukacji widzą przede wszystkim w rozwijaniu umiejętności uczenia się i twórczego rozwiązywania problemów. Takie intencje kierowały Komisją Europejską, gdy ogłosiła ona bieżący rok Rokiem Twórczości i Innowacji⁶.

Odkrycie kultury w kontekście innowacji i kreatywności rzuciło jednocześnie snop światła na rolę miast, tzw. klasy twórczej, sektora kultury, przemysłów kultury, humanistyki oraz sztuk pięknych.

Postawiono wiele wstępnych ogólnych tez, weryfikowanych poprzez szczegółowe badania naukowe⁷:

Miasta

- Miasta są siedzibą szkół wyższych, zarówno magnesem, jak i wytwórcy wysoko wykwalifikowanych kadr.
- W miastach rozwijają się sieci, dzielnice i klastry przemysłów kultury.
- Miasta zapewniają warunki dla innowacji i kreatywności: są (coraz częściej i coraz bardziej) różnorodne i wielokulturowe, pobudzają dynamizm kultury, sprzyjają tolerancji, otwartości, zakorzenieniu.
- Nocne życie (bary, kawiarnie, restauracje, kluby, teatry, koncerty) i gęstość interakcji w miastach są tygłem przemian kultury.

⁶ Celem inicjatywy jest „wspieranie działań państw członkowskich zmierzających do propagowania rozwoju kreatywności, w drodze uczenia się przez całe życie, jako siły napędowej innowacji i jako głównego czynnika rozwoju kompetencji osobistych, zawodowych i społecznych i związanych z przedsiębiorczością (...)”, eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:348:0115:01:PL:HTML

⁷ Opracowane na podstawie publikacji NESTY: *Art of innovation. How fine arts graduates contribute to innovation* 2008, *Arts and humanities research and innovation* 2008, *Creating Entrepreneurship higher education and the creative industries* 2007, *Creating Innovation. Do the creative industries support innovation in the wider economy* 2008, *Fine artists and innovation* 2008, *Hidden Innovation in the creative industries* 2008.

- Miasta ściągają ludzi talentu.
- Mieszkająca głównie w miastach tzw. klasa twórcza zaznacza się coraz bardziej jako czynnik w społeczeństwie i gospodarce; wg Richarda Floridy odgrywa ona rolę demiurga historii, którego dawniej upatrywano w burżuazji i proletariacie⁸, choć inni autorzy podkreślają, że z chwilą gdy kreatywność staje się pożądaną cechą każdego zawodu, kontury klasy twórczej zacierają się.

Sektor kultury (sztuka, nauka, edukacja), wytwarzający narzędzia komunikacji społecznej (języki, auto-identyfikację, media, wiedzę, kwalifikacje, style życia, projekty, narzędzia interpretacji i oceny współczesnego świata, rozumienie różnych kultur itd.), staje się głównym sektorem gospodarki.

Przemysły kultury (film, radio, telewizja, nagrania, turystyka, centra handlowe, ośrodki rozrywkowe, wesole miasteczka i parki tematyczne, moda, kuchnia, sport i gry, hazard, rekreacja, symulowane światy i przestrzeń wirtualna...)

- są ważnym `dostawcą treści` w rozwoju ICT,
- ich produkty i usługi stają się coraz bardziej obecne w życiu codziennym (reklama, design, architektura...),
- mają silny wpływ na poziom inwestycji, zatrudnienia i eksportu (już we wczesnych latach 1980-tych Abba była głównym źródłem wpływów z eksportu tak rozwiniętego przemysłowo kraju, jak Szwecja),
- zapewniają (do pewnego stopnia) absorpcję siły roboczej ze schyłkowych branż gospodarki,
- zabezpieczają pozycję firm i regionów na lokalnych i globalnych rynkach,
- odgrywają niebagatelną rolę w regeneracji miast,
- pobudzają wzrost regionu (Krzywa Wieża w Pizie, Alhambra w Granadzie, Sagrada Familia w Barcelonie, krakowska starówka),
- dostarczają „marki” i są źródłem auto-identyfikacji miast i ich dzielnic (ikoniczne budowle, mała architektura, tworząca „niepowtarzalny klimat”, muzea i galerie...),
- są źródłem edukacji (e-schools, turystyka historyczna, filmy popularno-naukowe, parki tematyczne, komputerowe gry edukacyjne i szkoleniowe, jak SimCity)
- pobudzają twórczą myśl i ekspresję, tak ważne w procesie innowacji i zmiany technologicznej,
- w krajach rozwiniętych rozwijają się najszybciej w całej gospodarce.

Sztuki piękne

- są jednym z głównych dostawców treści dla przemysłów kultury (idea i obrazy, które materializują się w postaci kopii dzieła, logo, „marki”, reklamy, projektu produktu...;

⁸ Brian Knudsen, Richard Florida and Kevin Stolarick, *Beyond Spillovers. The Effects Of Creative-Density On Innovation* 2005, http://creativeclass.com/rfcgdb/articles/Beyond_Spillovers.pdf

muzyka filmowa; gry komputerowe, do których szerokim strumieniem wdzierają się narracja teatralna i muzyka; teledyski, czerpiące pełną garścią z malarstwa i sztuki filmowej),

- dzięki sztukom pięknym produkty i usługi uzyskują „to coś”, „styl”, „elegancję”, coś nienamacalnego, dzięki czemu zyskują wartość niewspółmiernie wielką w porównaniu do tych produktów i usług, które nie posiadając podobnych atrybutów, cechują się porównywalnymi parametrami technicznymi; popyt na produkty i usługi „z klasą” jako symbol statusu i źródło samo-identyfikacji rośnie,
- kompetencje artystów, takie jak myślenie lateralne i krytyczne, zdolność komunikacji, poczucie estetyki, są coraz bardziej potrzebne w każdej branży gospodarki,
- postawy artystów – wyobraźnia, chęć ponoszenia ryzyka, przedsiębiorczość, elastyczność, umiejętność zrywania z konwencjami, niekończące się eksperymentowanie, poznawcza ciekawość, eksploracyjność i inwentywność, nacisk na oryginalność, nonkonformizm, podkreślanie odmienności – stają się coraz bardziej poszukiwane poza obszarem produkcji sztuki,
- postawy i kompetencje artystów są szczególnie potrzebne w tych fazach innowacji nie-artystycznej, w których dominującą rolę odgrywa nie tyle podejście racjonalne, wiedza naukowa i *know how*, tylko intuicja, świeżość spojrzenia, umiejętność interpretacji, zdolność do odkrycia w zjawisku nieoczekiwanych cech, umiejętność dokonywania niecodziennych ale płodnych skojarzeń, sięgania po nieoklepane metafory,
- w sytuacji, gdy w innowacjach wzrasta znaczenie użytkowników, artyści są wzorcem innowacji uzgadnianej i negocjowanej z użytkownikiem,
- cechą artystów jest ciągła praca w warunkach niepewności, która jest warunkiem każdego twórczego działania; umiejętność radzenia sobie z niepewnością i „zarządzania niepewnością” jest coraz bardziej potrzebna w gospodarce i społeczeństwie,
- cechy szkolenia artystów – pobudzanie samokrytycyzmu, auto-refleksyjności i samo odkrywania, poddawanie prac zespołowym ocenom, wspólne dyskusje nad powstającymi dziełami, nacisk na szukanie alternatyw, odmiennych perspektyw oraz różnych rozwiązań – są prototypem nowych form uczenia w szkołach oraz nowych form pracy zespołowej,
- pobudzanie ciekawości, dziwienia się oraz umiejętności nieustającego zadawania pytań otaczającemu światu w szkołach artystycznych to wzór dla zasad uczenia się przez całe życie („uczenie się przez zadawanie pytań”),
- formy „nieustrukturyzowanego uczenia się” w studiach artystycznych mogły by być przeniesione (jako jedna z form nauczania) do szkół,
- sposób i organizacja pracy artystów jest prekursorem form organizacji produkcji i usług (samo-zatrudnienie, kontrakty, praca w zespołach zadaniowych, sieci artystycznych innowatorów, unikanie zatrudnienia w zhierarchizowanych organizacjach).

Humanistyka (historia, archeologia, filologie, historia i teoria sztuki, historia nauki, muzykologia, filozofia, teologia...):

- mówi, „skąd jesteśmy”, „kim jesteśmy” i „dokąd zmierzamy”. Gdy globalizacja wdziera się wszędzie, potrzeba identyfikacji i zakorzenienia staje się równie silna, jak konieczną staje się umiejętność auto-adaptacji do różnych lub zmieniających się warunków.
- jest źródłem zrozumienia odmienności oraz innych kultur (znajomość obcych języków i kultur jako warunek współpracy i przepływu wiedzy),
- jest kopalnią wiedzy o bogactwie wzorów kulturowych, których znajomość jest zarzewiem twórczości,
- jest ogniwem w „łańcuchu wartości” przemysłów kultury (turystyka kultury, parki tematyczne, filmy historyczne...),
- jest „tłumaczem” ustaleń naukowych na język szerokiej publiczności (festiwale nauki, przekładanie uproszczonych tez nauki na język grafiki i animacji itd.), bez którego wiele badań na froncie nauki nie zyska koniecznego wsparcia (np. badania nad komórkami macierzystymi),
- zajmuje się problematyką organizacji wiedzy, utrwalania, wyszukiwania i przetwarzania informacji (np. logika, informacja naukowa itd.); szczególnie w dobie komputera i Internetu zagadnienia te mają kluczowe znaczenie dla rozwoju wiedzy,
- cechy humanistyki, takie jak dystans poznawczy, heurystyka, umiejętność interpretacji tekstu kulturowego, kompetencje analityczne – są bardzo cenne nie tylko dla zrozumienia innych kultur, ale także dla innowacji,
- filozofia i etyka okazują się coraz częściej elementem koniecznym dla „sztuki życia”, tak indywidualnego (np. porady filozoficzne jako rodzaj praktyki zawodowej), jak mi zbiorowego (np. etyka biznesu lub filozofia przedsiębiorstwa).

Innowacje i kreatywność w połączeniu z badaniami naukowymi, ICT oraz sztukami pięknymi i humanistyką zrodziły niejedną stosunkowo mało jeszcze w Polsce znaną ideę. Jedną z takich idei są tzw. **technologie innowacji (IvT)**. Czasem ocenia się, że mogą one wyrzeć wpływ na wzrost gospodarczy i dobrobyt porównywalny z wpływem technologii maszynowych na dziewiętnastowieczną gospodarkę przemysłową. Technologie innowacji sięgają po

- „e-naukę” (e-science), czyli badania naukowe oparte na wielkich mocach obliczeniowych, możliwych dzięki superkomputerom lub komputerom sieciowym, względnie na przetwarzaniu wielkich ilości danych,
- techniki symulacji i modelowania,
- techniki rzeczywistości wirtualnej,
- komputerowe szybkie prototypowanie,
- blogi, używane jako źródła informacji oraz narzędzie szkolenia i nauczania,
- Internetowe serwisy społecznościowe, które pomagają firmom współpracować ze sobą i wchodzić w sieci innowacji, takie jak My Space, Facebook, wikis (oprogramowania do tworzenia zbiorowych stron Internetowych, takich jak słowniki i encyklopedie).

W szczególności, technologie innowacji stosowane są dla łączenia elementu naukowego, inżynierskiego, artystycznego oraz rynkowego innowacji. I tak np. techniki rzeczywistości wirtualnej są narzędziem badań rynkowych odzieży oraz pomocą klientom w wyborze najlepszego ubrania. Szybkie prototypowanie ułatwia architektom dyskusje z klientami co do wyboru kształtu budynków. „Mieszana rzeczywistość” (łączenie technik rzeczywistości wirtualnej, takich jak obrazowanie holograficzne, z szybkim prototypowaniem) pomaga rozwijać współpracę zleceniodawców i klientów podczas projektowania Dreamlinera 787 (Boeing). Symulacje i modelowanie pozwalają na szybkie i dokładne prognozy wpływu wysokości opłat za zanieczyszczanie powietrza na ruch samochodowy planistom regionalnym⁹.

Pytania. Skoro siłą sprawczą rozwoju staje się kultura, przemysły kultury, sztuki piękne i humanistyka, zapytajmy, jakie niesie to za sobą praktyczne konsekwencje dla

- ekonomii (skoro myślenie ekonomiczne nie zna granic i wkracza na tak niezwykłe dawniej dla siebie tereny, jak przestępczość czy zanieczyszczenie powietrza, czy lepsze zrozumienie nie jest konieczne, aby lepiej zrozumieć znaczenie przemysłów kultury, sztuk pięknych i humanistyki dla innowacji i gospodarki)?,
- nowego sposobu pomiaru PKB?,
- polityk (np. uwzględnianie *mixu* polityki naukowej i kulturalnej; polityka w stosunku do humanistyki i uczelni artystycznych; aktywizacja turystyki kulturalnej, zainicjowanie turystyki nauki, wirtualna i architektoniczna rekonstrukcja w Warszawie nieistniejących wielkich bibliotek, Żałuskich, Krasińskich, Zamoyskich...; jak wspierać kulturę, aby pobudzać innowacje i kreatywność)?,
- zarządzania organizacjami (np. szkolenia, warsztaty twórcze w organizacjach gospodarczych, społecznych oraz administracji publicznej)?,
- nauk społecznych, sztuk pięknych i humanistyki?,
- upowszechnienia „technologii innowacji” w Polsce?.

Opr. Jan Kozłowski, Departament Strategii MNiSW

⁹ David Gann and Mark Dodgson, *Innovation Technology: How new technologies are changing the way we innovate*, NESTA 2007.