

NBP

Narodowy Bank Polski

Wydarzenie dofinansowane ze środków Narodowego Banku Polskiego w ramach projektu
„Seminaria ekonomiczne PTE – triada debat o ekonomii i gospodarce”

Stanisław Rudolf

Informacja o debacie

nt. Sztuki piękne i humanistyka jako kapitał innowacyjny”

jaka odbyła się w dniu 19 listopada 2009 r. w siedzibie

Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego przy ul. Nowy Świat 49

Wprowadzenia do debaty dokonali:

Dr Jan Kozłowski, Departament Strategii Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego

Jan Szomburg jr., Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową

Dr Alek Tarkowski, ICM, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów

Komentarz:

Prof. dr hab. Urszula Grzełowska, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Prof. dr hab. Tadeusz Baczek, Instytut Nauk Ekonomicznych PAN

Debatę prowadziła:

Prof. dr hab. Elżbieta Mączyńska, Prezes PTE

Celem debaty było poszukiwanie związków między szeroko rozumianą kulturą oraz nauką, w tym głównie ekonomią. Starano się pokazać wpływ kultury na wyniki ekonomiczne czy szerzej, rozwój społeczno-gospodarczy. Celem takim było również upowszechnienie istniejących pomysłów, a także zebranie sugestii czy propozycji do własnych przemysłów czy dalszych prac analitycznych, a nawet legislacyjnych.

Dr J. Kozłowski przytoczył wiele dowodów na to, że humanistyka czy kultura tworzyły wizje, które pobudzały wyobraźnię konstruktorów czy innych twórców do ich urzeczywistniania. Nauka i technika dostarczały narzędzi do spełniania marzeń. Istnieją poważne związki pomiędzy muzyką, architekturą, sztuką, wrażliwością estetyczną, filozofią i praktyką życia codziennego. Liczni twórcy (np. A. Einstein) wskazują na poważny wpływ literatury pięknej na ich osiągnięcia twórcze w różnych dziedzinach. Szczególnie widoczny jest wpływ humanistyki na kreatywność i innowacyjność. Zmieniało się również znaczenie tych pojęć, obecnie są szeroko otwarte na obszar kultury, a także na poszczególne osoby, w tym indywidualnych pracowników.

J. Szomburg wskazywał na rosnącą konkurencję na rynku nowych technologii, oraz na rosnący udział Chin w łącznych wydatkach na B+R. Radykalnemu skróceniu ulega cykl dyfuzji nowych technologii. Zauważyć można istotne zmiany w sferze konsumpcji, bowiem świat odchodzi od cywilizacji przedmiotów, na rzecz wartości niematerialnych. Nie chodzi tu tylko o rosnące znaczenie licencji czy patentów w aktywach korporacji, ale szeroko rozumianych wartości kulturowych. Coraz częściej nabywać będziemy produkty nie tylko dla ich wartości materialnych, ale dla takich wartości jak przynależność do grupy czy poczucie własnej wartości. Spada rola nowych technologii w utrzymywaniu przewagi konkurencyjnej. Nowe technologie są coraz tańsze, a więc również coraz bardziej dostępne. Należy się spodziewać dopasowywania istniejących technologii do specyficznych preferencji jednostek, grup czy całego społeczeństwa. Do tworzenia przełomowych innowacji, w przyszłości zaangażowane być muszą nauki humanistyczne. Niezbędny jest więc udział w tym procesie socjologów, psychologów czy kulturoznawców.

Dr A. Tarkowski zauważa niepokojące zjawisko odizolowywania się twórców kultury od istniejącej rzeczywistości, pod hasłami jej autonomii. Takie podejście uznać należy za ograniczające. Tradycyjna humanistyka traci zdolność kreowania rzeczywistości. Najlepszym sposobem opisania przyszłej rzeczywistości jest jej wykreowanie. Zmienia się klasa, która jest w awangardzie tworzenia rzeczywistości. Najciekawsze wartości kultury tworzą projektanci przemysłowi, projektanci grafiki, serwisów internetowych, architekci itp. Upowszechnia się demokratyzacja produkcji (np. Wikipedia), gdzie amatorska produkcja wygrywa konkurencję z produktami profesjonalnymi. W Polsce brakuje edukacji na rzecz kreatywności. Trudno liczyć na ten rodzaj edukacji w najbliższych latach, stąd, ze względu na istniejące w tym zakresie potrzeby, może się ona pojawić poza edukacją formalną. Polacy są jednostkami

kreatywnymi, ale brakuje im umiejętności współpracy. Potrzebne są nowe instytucje sprzyjające kreatywności.

Poproszona o komentarz do tych wystąpień prof. U. Grzełowska stwierdziła, że piękno jest wartością gospodarczą, ale ekonomiści pytają ile ono jest warte, oraz ile ono kosztuje. Zadała pytanie, dlaczego wszyscy musimy dopłacać do kultury i próbowała na to pytanie odpowiedzieć, uzasadniając jednocześnie potrzebę rozwoju kultury. Ekonomiści nazywają to efektami zewnętrznymi, czy dobrami publicznymi. Żeby określić wartość tych efektów, musimy wiedzieć na czym one polegają. Polegają one m.in. na oddziaływaniu na to czym jest człowiek, na jego zachowania itp. Można mówić również o efektach gospodarczych, a więc oddziaływaniu na pewną witalność kulturową, która sprzyja przedsiębiorczości i innowacyjności, czy szerzej ożywieniu intelektualnemu.

Dzięki tej witalności kulturowej powstają coraz to nowe dobra, coraz lepsze czy zdrowsze produkty, trudno jednak określić ich wartość. Potrzebne są tu pewne miary, pewne ilościowe związki, które nie zostały jeszcze precyzyjnie określone. Ciągłe jeszcze nie wiemy czy kultura przychodzi tam gdzie są ludzie wykształceni i posiadający wysokie dochody, bo tam dobra kultury można łatwiej sprzedać, czy też ludzie twórczy gromadzą się tam gdzie jest kultura, bo im to odpowiada, bo potrzebują kultury do życia. Ludzie chcą mieć bogate życie kulturalne wspomagające ich pracę.

W swoim komentarzu prof. T. Baczko skupił się na wpływie innowacji na rozwój społeczno-gospodarczy. Badania pokazują, że wiele znakomitych centrów naukowych, często z udziałem naukowców zagranicznych, z olbrzymim dorobkiem, publikacjami itp. nie posiadało przełożenia na praktykę gospodarczą, nie potrafiło zainteresować swoimi produktami biznesu. Problemem jest tu transfer technologii, luka informacyjna między środowiskami naukowymi a środowiskami biznesowymi (asymetria informacji). Przykładem może tu być doskonały klaster naukowo-badawczy, zatrudniający 2 tys. pracowników, z nowoczesną komunikacją wewnętrzną, ale zerową komunikacją zewnętrzną.

Znacznie łatwiej współpracują ze sobą ludzie młodzi, którzy bardziej są otwarci na nowości, którzy nie mają zbyt wiele utrwalonych wzorców zachowań. Natura zawsze była źródłem ludzkich inspiracji, a zawarte w niej piękno nie tylko urzekało ale prowokowało do tworzenia rzeczy i zjawisk o podobnym charakterze. Nie należy więc rozdzielać tego co tworzymy od natury, ale z naturą łączyć. Nabiera znaczenia rola innowacji w sektorze publicznym, który w ostatnich latach staje się coraz bardziej nowoczesny i potrzebuje

innowacji. W sektorze tym pieniądze powinny być wydawane równie efektywnie jak w sektorze prywatnym.

Po tym wielowątkowym wprowadzeniu wywiązała się interesująca dyskusja, w której wzięło udział 7 osób. Zwracano uwagę, że nakłady na naukę w Polsce są żenująco niskie. Również środki z UE w przeliczeniu na osobę są niższe niż w innych nowych krajach Unii. Ale problemem są nie tylko pieniądze. Jeszcze ważniejsza jest umiejętność wartościowania, czy mierzenia wyników. Umiejętność taka pozwoli na świadome podejmowanie decyzji w kwestii finansowania projektów. Przy ograniczonych nakładach kluczowego znaczenia nabiera właściwy wybór projektów do finansowania. Ważną sprawą jest udział odbiorców w kreowaniu, tworzeniu czy modelowaniu nowych produktów. Pozwoli to na finansowanie eksperymentów, a także innych przedsięwzięć, które nie koniecznie w sposób bezpośredni muszą oddziaływać na efektywność ekonomiczną.

Dyskutanci doceniali znaczenie współpracy, która stanowi zasadniczy element kultury. Współpraca ta np. między zespołami naukowymi ma obecnie niemal wyłącznie charakter deklaracyjny, co oznacza, że teoretycznie wszyscy współpracują ze sobą, w rzeczywistości natomiast każdy chce mieć „własne podwórko”. Brak współpracy jest przyczyną niskich nakładów na badania, ograniczonej współpracy z zagranicą itp. Brak współpracy rzutuje również na ograniczony przepływ informacji, także tych dotyczących innowacyjności, na co istnieje wiele dowodów. Należy przyspieszyć prace nad miernikami dobrobytu, w których uwzględniane są dobra kultury. Trwają prace na ten temat, ale są rozproszone, wskazana byłaby ich koordynacja. Powinniśmy zintensyfikować prace nad strategią innowacyjną dla Polski. Chociaż okres transformacji przyniósł w tym zakresie korzystne zmiany, to jednak obecny kryzys nadaje innowacjom znacznie wyższą rangę. Coraz większe środki są przeznaczane na innowacje w kulturze.