

# Małgorzata Słodowa-Hełpa

---

## Wspólnoty regionalne wobec wyzwań cywilizacji informacyjnej i gospodarki kreatywnej

---

Ekonomiczne Problemy Usług nr 57, 141-150

---

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej [bazhum.muzhp.pl](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MAŁGORZATA SŁODOWA-HELPA

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

m.slodowa-helpe@ue.poznan.pl

## WSPÓLNOTY REGIONALNE WOBEC WYZWAŃ CYWILIZACJI INFORMACYJNEJ I GOSPODARKI KREATYWNEJ

### Wprowadzenie

Punktem wyjścia opracowania jest założenie, że w XXI wieku głównymi komponentami gospodarki i warunkami przetrwania na rynku są: kreatywność, wyobraźnia i innowacje. Ze względu na rosnącą rolę kapitału kreatywnego, umożliwiające optymalne wykorzystanie zasobów informacji, coraz częściej podkreśla się, że gospodarka oparta na wiedzy ustępuje miejsca gospodarce kreatywnej, którą, najogólniej rzecz biorąc, identyfikuje kreatywność w powiązaniu z elektroniką. Takie stanowisko nie deprecjonuje rangi gospodarki opartej na wiedzy, eksponuje raczej potrzebę jej modyfikacji.

Przygotowanie regionów do osiągania sukcesów wymaga nie tylko przekazania im najwyższej jakości wiedzy, wyposażenia w infrastrukturę informatyczną, komputery, infostrady, multimedia, dostępu do nowoczesnych technologii, ale przede wszystkim wykształcenia określonych umiejętności twórczego wykorzystania tych zasobów, pozwalających sprostać wyzwaniom stawianym przez nowoczesną gospodarkę. Zasadniczą rolę powinna więc odgrywać kreacja nowych form zachowań, kształtowanie odpowiednich struktur i mechanizmów społecznych zdolnych z pożytkiem wykorzystać środki techniczne oraz zasoby informacji dla zwiększenia efektywności oraz przewag konkurencyjnych<sup>1</sup>. Przede wszystkim ludzie, ich

---

<sup>1</sup> E. Mączyńska, *Gospodarka przełomu. Wyzwania dla ekonomistów*, Opolskie Roczniki Ekonomiczne 2007, nr 17, PTE Oddział w Opolu, s. 27-40.

umiejętności i wykształcenie oraz instytucje determinują zastosowanie oraz ostateczne wykorzystanie danej technologii, a nie odwrotnie.

Wprawdzie innowacyjności i kreatywności jako umiejętności nie da się nauczyć, bez wątpienia można jednak ją wspierać<sup>2</sup>. Nie bez powodu Unia Europejska ogłosiła rok 2009 Europejskim Rokiem Kreatywności i Innowacji. W ten sposób podkreśliła, jak ważne i potrzebne w sprostaniu globalnej konkurencji i wyzwaniom stojącym przed Europą są działania zmierzające do promowania postaw kreatywnych i innowacyjnych jako czynników rozwoju kompetencji osobistych, zawodowych i społecznych<sup>3</sup>.

Inteligentny rozwój, oznaczający zwiększenie roli wiedzy i innowacji jako sił napędowych przyszłego rozwoju Europy, uznany też został za jeden z zasadniczych celów najnowszego dokumentu Europa 2020 (EU2020), przedstawionego przez Komisję Europejską 3 marca 2010 r.<sup>4</sup> Ta nowa strategia, mająca zastąpić nieskuteczną Strategię Lizbońską i przygotować europejską gospodarkę do wyzwań następnego dziesięciolecia, przewiduje rozwój „inteligentny, zielony i korzystny dla wszystkich obywateli”<sup>5</sup>. Założono w niej podniesienie jakości edukacji, wyników działalności badawczej, wspieranie transferu innowacji i wiedzy, pełne wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych, a także zadbania o to, by innowacyjne pomysły przeradzały się w nowe produkty i usługi, przyczyniające się do wzrostu, tworzenia nowych miejsc pracy i rozwiązywania problemów społecznych.

Choć w Polsce w ostatnich latach konieczność uwzględniania wyzwań związanych z budowaniem społeczeństwa wiedzy jest niekwestionowana zarówno przez centrum<sup>6</sup>, jak i władze regionalne oraz lokalne, rzecz w tym, że nie zawsze do koń-

---

<sup>2</sup> <http://www.innowacje2009.pl/konferencja-przemysly-kreatywne-kultura-biznes-innowacje>.

<sup>3</sup> *Decyzja Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1350/2008/WE z dnia 16 grudnia 2008 r. dotycząca Europejskiego Roku Kreatywności i Innowacji*, Dziennik Ustaw Unii Europejskiej L348 z 24.12.2008.

<sup>4</sup> *EUROPA 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, Komisja Europejska, Komunikat Komisji KOM(2010) wersja ostateczna, Bruksela, 3.3.2010.

<sup>5</sup> Wprawdzie projekt EU20 spotkał się już z licznymi słowami krytyki, również ze strony polskiej, to jednak dotyczą one głównie sfery polityki spójności. Będą o nim dyskutowali szefowie państw i rządów "27" na szczycie UE 25-26 marca w Brukseli, zaś ostateczne przyjęcie strategii ma nastąpić na szczycie czerwcowym. Por. *Huebner krytycznie o propozycji strategii gospodarczej Europa 2020*: <http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/403067> 2010-03-03.

<sup>6</sup> W *Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015* (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego 2006) budowanie społeczeństwa wiedzy wpisane zostało do wizji oraz priorytetów rozwojowych. Problem ten zajmuje również sporo miejsca w najnowszym dokumencie *Polska 2030*, stanowiącym punkt wyjścia do nowej Długookresowej Strategii Rozwoju Kraju (*Raport „Polska 2030. Wyzwania rozwojowe”*, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009). Minał właśnie rok od przyjęcia *Strategii rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce do roku 2013* (Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji, grudzień 2008), której operacjonalizację stanowi program *Polska Cyfrowa*

ca te wyzwania są właściwie rozumiane, a ponadto nierzadko pozostają jedynie w sferze deklaracji.

Niezależnie od faktu, że w wielu polskich regionach ciągle jeszcze zasadniczy problem stanowi bariera dostępu, przede wszystkim wyposażenie w infrastrukturę szerokopasmowego dostępu do Internetu, nakazem chwili jest debata zarówno o właściwym pojmowaniu społeczeństwa wiedzy, jak i o jego skutecznym stymulowaniu. Zgodzić należy się bowiem z Ikuro Nonaką, japońskim teoretykiem z zakresu organizacji zarządzania, że nie można właściwie zarządzać organizacją opartą na wiedzy, dopóki nie zna się jej istoty<sup>7</sup>.

W tych warunkach rysuje się pilna potrzeba poszukiwania odpowiedzi na następujące pytania:

- co zrobić, aby społeczeństwo i gospodarka wiedzy przestały być jedynie miłym dla ucha, banalnym sloganem, słowem-kluczem i pustą deklaracją?<sup>8</sup>
- jak przezwyciężać bariery ograniczające tworzenie i wykorzystanie potencjału kreatywnego regionów?
- jak w dobie gospodarki kreatywnej wspierać rozwój wspólnot regionalnych, wpływać na wybory edukacyjne, szanse zawodowe i zdolności do innowacji, determinujące w największej mierze konkurencyjność?

Celem opracowania jest zainspirowanie do takiej dyskusji. Nie napawa bowiem optymizmem pozycja Polski w światowych i europejskich rankingach rozwoju gospodarki opartej na wiedzy.

## **1. Główne filary gospodarki i społeczeństwa wiedzy**

Choć wiedza zawsze była istotnym motorem napędzającym rozwój, ostatnie dekady przyniosły niezwykle dynamiczny, niespotykany wcześniej wzrost jej znaczenia jako podstawowego nośnika rozwoju cywilizacyjnego i gospodarczego, określającego nowe przewagi konkurencyjne. Coraz silniej artykułuje się, że dla sprawnego funkcjonowania gospodarki niebywale ważna jest nie tylko umiejętność tworzenia, przyswojenia i rozprzestrzenienia wiedzy, będącej zarówno surowcem, jak i produktem wzrostu gospodarczego, ale jej modyfikowania oraz efektywnego wykorzystywania<sup>9</sup>.

---

(<http://www.mswia.gov.pl/strategia>). W grudniu 2008 r. powołany został Międzyresortowy Zespół ds. Realizacji Programu „Polska cyfrowa”. Z inicjatywy marszałków województw funkcjonuje *Konwent dla społeczeństwa informacyjnego*.

<sup>7</sup> I. Nonaka, *Organizacja oparta na wiedzy*, w: *Zarządzanie wiedzą*, Harvard Business Review, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006, s. 30-51.

<sup>8</sup> Z. Jazukiewicz, *Wiedza oparta na gospodarce*, Przegląd Techniczny. Gazeta Inżynierska 2009, nr 20, s.12.

<sup>9</sup> Por. J. Fazłagicz, *Zarządzanie wiedzą w polskiej oświacie. Diagnoza i perspektywy zmian*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2009, s. 14-15; M. Łosiewicz,

Najczęściej definiowane są cztery filary gospodarki opartej na wiedzy (GOW). Są nimi<sup>10</sup>:

1. system gospodarczy i instytucjonalny motywujący do skutecznego wykorzystania posiadanej wiedzy i tworzenia nowej,
2. wykształceni i utalentowani ludzie tworzący i wykorzystujący wiedzę,
3. dynamiczna infrastruktura informacyjna, ułatwiająca skuteczną komunikację, rozprzestrzenianie i przetwarzanie informacji,
4. skuteczny system innowacyjny, obejmujący sieć firm, centrów badawczych, uczelni, konsultantów i innych organizacji potrafiących:
  - sięgnąć do rosnących zasobów światowej wiedzy,
  - zasymilować ją i przystosować do lokalnych potrzeb,
  - stworzyć nową wiedzę i nowe technologie.

Te filary powinny być ze sobą powiązane. Dopiero ich spójny system wpływa na produktywność i wzrost gospodarczy<sup>11</sup>.

W rankingu syntetycznego wskaźnika GOW, prezentowanego przez Bank Światowy jako średnia arytmetyczna wymienionych czterech filarów, Polska zajmuje bardzo daleką pozycję, sytuując się nie tylko poniżej średniej europejskiej<sup>12</sup>. W 2008 r. w grupie krajów Europy Środkowo-Wschodniej wyprzedziła jedynie Słowację, Bułgarię i Rumunię.

Nadzieje związane z rozwojem wiedzy, a równocześnie tempo zmian na tym polu, niepewność i brak sprawdzonych wzorców postępowania, oddał w 2004 r. prof. M. Kleiber, ówczesny minister nauki i informatyzacji, a obecny prezes PAN i kierownik naukowy Narodowego Programu Foresight – Polska 2020, pisząc metaforycznie, że społeczeństwo wiedzy to „wspólna zdolność do budowania dzisiaj przesłanek służących jutro tworzeniu nowej wiedzy, nowych produktów, nowych usług, których wczoraj nawet sobie nie wyobrażaliśmy, a które pojutrze już mogą okazać się przestarzałe i wymagające nowych pomysłów”<sup>13</sup>. Równocześnie już wówczas bardzo trafnie określił, że społeczeństwo wiedzy jest społeczeństwem

---

*Wiedza i kapitał ludzki a konkurencyjność przedsiębiorstw w skali regionu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2009, s. 86-92.

<sup>10</sup> Por. M. Słodowa-Helpa, *Gospodarka oparta na wiedzy i społeczeństwo informacyjne w świetle Strategii Lizbońskiej oraz założeń NPR 2007-2013*, w: *Zarządzanie wiedzą w agrobiznesie w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Warszawa 2005, s. 37-39.

<sup>11</sup> Rezultaty działań zależne są również w znaczący sposób od otoczenia instytucjonalnego, w którym funkcjonują innowacyjne organizacje.

<sup>12</sup> Wśród 29 badanych krajów Polska zajęła 26. miejsce, a w rankingu społeczeństwa wiedzy wśród 12 krajów przyjętych do UE od 2004 r. znalazła się na 9. pozycji, wyprzedzając tylko Bułgarię, Łotwę i Rumunię. Por. E. Dworak: *Gospodarka oparta na wiedzy według metodologii organizacji międzynarodowych*, Wiadomości Statystyczne 2009, nr 9, s. 62-67.

<sup>13</sup> M. Kleiber, *Dlaczego debata o znaczeniu wiedzy jest nakazem chwili?*, wypowiedź ówczesnego ministra nauki i informatyzacji, przewodniczącego Komitetu Badań Naukowych, z dnia 29 marca 2004.

kreatywnym, którego siła opiera się na trzech ważnych, wzajemnie powiązanych, filarach:

- otwartym na świat kapitale ludzkim, czyli ludziach wykształconych i stale kształcących się,
- obywatelskiej organizacji życia społecznego,
- gospodarce „oddychającej innowacjami”.

## 2. Kreatywność – zasadniczy instrument rozwoju współczesnej gospodarki

W świetle przytoczonego wyżej stanowiska uznać można, że eksponowanie kreatywności jako integralnego członu społeczeństwa wiedzy nie stanowi novum, podobnie jak pogląd, że jej rozwój nie tylko w Polsce wymaga szczególnej troski<sup>14</sup>. Zdaniem prof. M. Kleibera stworzenie odpowiednich warunków i zachęt ekonomicznych do pobudzenia kreatywnych zachowań obywateli i przedsiębiorstw oraz powstawania nowoczesnej infrastruktury instytucjonalnej stanowi zasadniczy wymóg dokonania skoku cywilizacyjnego<sup>15</sup>. Innowacyjnością jest kreatywność w praktyce. Postawienie na rozwój kreatywności społecznej, zarówno ludzi, jak i organizacji, jest pierwszym, niejako wstępnym warunkiem<sup>16</sup>.

Znany regionalista A. Kukliński uważa, że w XXI wieku regiony są układami gospodarczymi, społecznymi i kulturowymi, w których w sposób szczególnie efektywny dokonuje się integracja wiedzy, wyobraźni i wolności<sup>17</sup>. Podkreśla, że wiedza w połączeniu z wyobraźnią jest podstawą kreatywności, do której, aby się rozwijała, należy dodać jeszcze wolność. Klimat wolności rozwija bowiem wiedzę i wzbogaca wyobraźnię. Gospodarka wiedzy staje się więc gospodarką kreatywną, otwierając nową erę w światowej ekonomii. Jego zdaniem europejskie regiony przy budowie swojej przyszłości powinny postawić właśnie na kreatywność, będącą główną siłą napędową procesów rozwojowych i kluczowym elementem nowego europejskiego renesansu. Wówczas dopiero Europa może stać się równorzędnym aktorem w systemie czterech megaprzestrzeni globalnych<sup>18</sup>. Dodaje równocześnie,

---

<sup>14</sup> M. Kleiber, *Innowacyjność gospodarki a społeczeństwo wiedzy – w Polsce?*, referat w trakcie debaty *Gospodarka a nauka*, Sejm RP, 17 marca 2005 <http://www.nauka.gov.pl/>

<sup>15</sup> M. Kleiber, *O społeczeństwie opartym na wiedzy*, <http://www.prezydent.pl/import/wiady-doradcow-prezydenta-rp/listopad-2006>

<sup>16</sup> M. Kleiber, *Polska gospodarka oparta na wiedzy – slogan, czy strategia? Strategiczne aspekty budowania w Polsce podstaw gospodarki opartej na wiedzy*, referat na konferencji „Polska innowacyjna”, zorganizowanej w Warszawie 20 listopada 2008 r. <http://km.org.pl/konferencja-polska-innowacyjna>

<sup>17</sup> Por. A. Kukliński, *Ku kreatywnej Europie XXI wieku. Artykuł dyskusyjny*, <http://www.pte.pl/pliki/doc/>

<sup>18</sup> *Kreatywna i innowacyjna Europa wobec wyzwań XXI wieku*, red. A. Kukliński, K. Pawłowski, J. Woźniak, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2009.

że na koncepcję regionu kreatywnego składają się: kreatywne społeczeństwo regionalne, kreatywne przedsiębiorstwa, kreatywna kultura, nauka i edukacja. Potrzebna jest zatem rewolucyjna zmiana w systemach edukacyjnych.

Warto w tym miejscu przytoczyć również stanowisko R. Florydy, twórcy pojęcia „klasy kreatywnej”, który uważa, że fundamentalnym źródłem wzrostu gospodarczego jest właśnie ludzka kreatywność<sup>19</sup>. Elementami koniecznymi dla zaistnienia warunków sprzyjającym kreatywności są 3 T: technologia, talent i tolerancja, czyli otwartość, a także różnorodność miejsca<sup>20</sup>.

### 3. Polskie realia – gdzie jesteśmy

Wprawdzie pod względem niektórych wskaźników charakteryzujących rozwój społeczeństwa informacyjnego Polska osiągnęła już średni poziom UE (odsetek przedsiębiorstw z dostępem do Internetu i wykorzystujących go w kontaktach z administracją publiczną) lub zbliżyła się do tego poziomu (udział wydatków na technologie informacyjne w PKB), jednak dostęp gospodarstw domowych do Internetu jest nadal znacznie słabszy niż przeciętny w UE<sup>21</sup>. W 2008 r. korzystało z niego 48% gospodarstw domowych wobec 60% średnio w UE-27. Dystans w stosunku do średniej UE wprawdzie maleje, jednak dość wolno (w okresie 2004-2008 średnio o 3 pkt. proc. rocznie). Nadal wyprzedza Polskę większość krajów UE. W 2008 r. w grupie nowych państw członkowskich odsetek gospodarstw domowych mających dostęp do Internetu niższy niż w Polsce był tylko w Bułgarii, Rumunii, Czechach i na Cyprze, a taki sam – na Węgrzech, natomiast w UE-15 niższy niż w Polsce był on w Grecji, Portugalii i we Włoszech<sup>22</sup>.

Jesteśmy więc krajem o średnim nasyceniu infrastrukturą umożliwiającą dostęp do Internetu. Z sieci korzysta w Polsce około 40% gospodarstw domowych, czyli mniej niż w Hiszpanii (45%), ale więcej niż na Węgrzech (38%) i w Czechach (35%). Problemem jest jednak nierównomierność dostępu do Internetu w wymiarze terytorialnym. W skali kraju różnice na tym polu są jeszcze większe.

---

<sup>19</sup> R. Florida, *Cities and the Creative Class*, New York – London 2005.

<sup>20</sup> Autor zastanawia się także nad zależnością: czy kreatywne centra sprzyjają większej kreatywności ich mieszkańców, czy to raczej nagromadzenie jednostek wybitnych wpływa na rozwój i atrakcyjność tego miejsca – obie tezy są prawdziwe, ale zdaniem autora ta pierwsza jest bardziej znacząca. Por. *Narodziny kreatywnych regionów*, wywiad A. Mikołajczyka z R. Florydą, Brief for Poland 2009.

<sup>21</sup> *Polska. Raport strategiczny 2009, Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2009, s. 28-29.

<sup>22</sup> Najwyższy odsetek gospodarstw z dostępem do Internetu notowano w Holandii (86%), a w grupie nowych państw członkowskich z Europy Środkowo-Wschodniej – w Słowenii (59%) oraz Estonii i Słowacji (58%) Por. *Polska. Raport strategiczny 2009*, op. cit., s. 28-29.

Podział cyfrowy – różnice w dostępie do technologii informacyjnych i komunikacyjnych – przebiega w Polsce przede wszystkim między obszarami miejskimi i wiejskimi. Z komputera korzysta 69% mieszkańców miast powyżej 500 tys. i jedynie 37% mieszkańców wsi, z Internetu zaś – 63% ludności wielkich miast i 26% ludności wiejskiej. Stopień podziału jest różny w zależności od województwa – najniższe różnice między miastem a wsią występują w województwach opolskim, śląskim i dolnośląskim.

Korzystanie z Internetu jest też zróżnicowane regionalnie, choć nie tak silnie jak wiele innych wskaźników rozwojowych. W województwach wschodnich (z wyjątkiem województwa podlaskiego) odsetek gospodarstw podłączonych do sieci jest niższy niż w innych częściach kraju. Jest to wypadkowa niskiego poziomu urbanizacji Polski Wschodniej oraz tradycyjnego, rolniczego charakteru znacznej części tamtejszych terenów wiejskich. Najmniej dostępna jest sieć w województwach świętokrzyskim, lubelskim i łódzkim. Najwyższy odsetek gospodarstw korzystających z Internetu występuje w województwach pomorskim, mazowieckim i małopolskim.

Ważną rolę w przełamywaniu wykluczenia cyfrowego powinny odgrywać polskie szkoły. Obecnie ponad 90% z nich deklaruje posiadanie komputerów z dostępem do Internetu. Brak jednak danych na temat sposobu wykorzystania tych zasobów<sup>23</sup>.

Z badań GUS wynika, że główną przyczyną nieposiadania szerokopasmowego dostępu do Internetu był brak potrzeby korzystania z technik szybkiego przesyłania danych<sup>24</sup>. Wśród innych istotnych przyczyn znalazły się brak technicznych możliwości (22% wskazań) oraz zbyt wysokie koszty – choć rola tego ostatniego czynnika wyraźnie ostatnio zmalała (z 27% wskazań w 2007 r. do 20% w 2008 r.).

W tych warunkach niepokoić powinien fakt, że nie w braku środków tkwi główna przyczyna niedostatków infrastrukturalnych. Z najnowszych doniesień Urzędu Komunikacji Elektronicznej wynika bowiem, że choć znajdujemy się już na półmetku perspektywy finansowej 2007-2013, stan wydatkowania funduszy UE na ten cel jest wyjątkowo skromny. Z 1 mld euro, przeznaczonego na budowę lokalnych i regionalnych sieci szerokopasmowych, zakontraktowano dopiero 18 mln euro. Od 2007 r. Polska wydała tylko 2% funduszy UE, które może wykorzystać na ten cel do 2013 r.<sup>25</sup>. Poprawa pozycji Polski w rankingach nie dokona się samoczynnie<sup>26</sup>.

---

<sup>23</sup> *Raport Polska 2030*, op. cit.

<sup>24</sup> Wskazywało na nią w 2008 r. 46% badanych gospodarstw domowych korzystających z Internetu, lecz nieposiadających dostępu szerokopasmowego.

<sup>25</sup> Dlatego UKE chce powołać organ doradczy, który pomoże przy realizacji tych inwestycji. Por. Konferencja prasowa Anny Streżyńskiej, prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej w dniu 9 marca 2010 r. <http://www.uke.gov.pl/uke/index>; <http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/>



Tymczasem udział nakładów na B+R w PKB Polski kształtował się w latach 2004-2007 na poziomie 0,56-0,57% i był ponad trzykrotnie niższy od średniej unijnej (1,82-1,85% PKB)<sup>27</sup>. W 2007 r. niższy niż w Polsce udział nakładów na badania i rozwój w PKB notowano na Cyprze (0,45%), w Słowacji (0,46%), Bułgarii (0,48%) i Rumunii (0,53%), a taki sam – w Grecji.

Nie powinna więc dziwić zatrważająco niska pozycja Polski w rankingach innowacyjności.

## Podsumowanie

Już przed wielu laty J. W. Goethe pisał, że sama wiedza nie wystarczy, trzeba jeszcze umieć ją stosować. W 1964 r. P. Drucker podkreślał, że zdolność do wykorzystania wiedzy daje organizacji przewagę konkurencyjną, a w pracy opublikowanej w 1998 r. dodał, że jeśli nawet potrafimy już określić wymagania i wskazać problemy, to jednak stworzenie takiej organizacji jest wciąż przed nami<sup>28</sup>.

Warunkiem koniecznym rozwoju społeczeństwa wiedzy, a równocześnie jego ważnym komponentem, jest edukacja, będąca w znacznej mierze pochodną jakości kapitału społecznego. Niestety, nie jest tak, że wykształcenie społeczeństwa łatwo i prosto przełoży się na wzrost gospodarczy. Nie wystarczy ograniczyć się do wspierania wybranych instytucji badawczych, przemysłów czy firm, by zapewnić konkurencyjność na globalnych rynkach. Istotne jest stworzenie regulacyjnych, horyzontalnych powiązań nauki z gospodarką samoczynnie generujących powstawanie i wdrażanie nowej wiedzy.

Przytaczany tu wielokrotnie prof. M. Kleiber podkreślił, że choć świadomość znaczenia wiedzy jest powszechna, nie oznacza to, że jej skuteczne wykorzystywanie stanowi łatwą sprawę.

---

404559 lub [http://forsal.pl/artykuly/404591,anna\\_strezynska\\_polska\\_wydala\\_2\\_proc\\_unijnych\\_funduszy\\_na\\_internet.html](http://forsal.pl/artykuly/404591,anna_strezynska_polska_wydala_2_proc_unijnych_funduszy_na_internet.html)

<sup>26</sup> M. Wierzchowska, *Zdążyć z Internetem*, „Puls Biznesu” 2010, nr 40, s. II.

<sup>27</sup> Największy odsetek PKB przeznaczały na finansowanie sfery B+R Szwecja i Finlandia (odpowiednio 3,6% i 3,47%). Tylko te dwa kraje osiągnęły już ponad 3% poziomu wskaźnika przewidzianego w Strategii Lizbońskiej.

<sup>28</sup> P.F. Drucker, *Nadchodzi nowa organizacja*, w: *Zarządzanie wiedzą*, op. cit., s. 26.

## Literatura

1. Dworak E., *Gospodarka oparta na wiedzy według metodologii organizacji międzynarodowych*, Wiadomości Statystyczne 2009, nr 9, s. 62-67.
2. *EUROPA 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, Komisja Europejska, Komunikat Komisji KOM(2010) wersja ostateczna, Bruksela, 3.3.2010.
3. Florida R., *Cities and the Creative Class*, New York – London 2005.
4. Florida R., Tinagli I., *Europe in the Creative Age*, Demos, London 2004.
5. Huebner krytycznie o propozycji strategii gospodarczej Europa 2020, <http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/403067> 2010-03-03
6. Jazukiewicz Z., *Wiedza oparta na gospodarce*, Przegląd Techniczny. Gazeta Inżynierska 2009, nr 20.
7. Kleiber M., *Innowacyjność gospodarki a społeczeństwo wiedzy – w Polsce?*, referat w trakcie debaty *Gospodarka a nauka*, Sejm RP, 17 marca 2005 <http://www.nauka.gov.pl/>
8. Kleiber M., *O społeczeństwie opartym na wiedzy*, <http://www.prezydent.pl/import/wywiady-doradcow-prezydenta-rp/listopad-2006>
9. Kleiber M., *Spółeczeństwo wiedzy w Polsce?* Debata Ministra Nauki i Informatyzacji, <http://www.mnii.gov.pl/>
10. *Kreatywna i innowacyjna Europa wobec wyzwań XXI wieku*, red. A. Kukliński, K. Pawłowski, J. Woźniak, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2009.
11. Kukliński A., *Ku kreatywnej Europie XXI wieku. Artykuł dyskusyjny*, [http://www.pte.pl/pliki/doc/Ku\\_kreatywnej\\_Europie\\_art\\_dyskusyjny.pdf](http://www.pte.pl/pliki/doc/Ku_kreatywnej_Europie_art_dyskusyjny.pdf)
12. *Narodziny kreatywnych regionów*, wywiad A. Mikołajczyka z R. Florydą, Brief for Poland 2009.
13. *Polska. Raport strategiczny 2009, Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2009.
14. *Raport „Polska 2030. Wyzwania rozwojowe”*, red. M. Boni, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Zespół Doradców Strategicznych Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2009.
15. *Rozwój społeczeństwa informacyjnego w Polsce. Stan, zagrożenia i perspektywy*, Raporty Instytutu Łączności, Instytut Łączności, Warszawa 2009.
16. Słodowa-Hępa M., *Gospodarka oparta na wiedzy i społeczeństwo informacyjne w świetle Strategii Lizbońskiej oraz założeń NPR 2007-2013*, w: *Zarządzanie wiedzą w agrobiznesie w warunkach polskiego członkostwa w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego (SGGW) w Warszawie, Warszawa 2005, s. 34-56.

17. *Strategia rozwoju społeczeństwa informacyjnego w Polsce do roku 2013*, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji grudzień 2008, <http://www.mswia.gov.pl/strategia>
18. Wierzchowska M., *Zdążyć z Internetem*, Puls Biznesu 2010, nr 40, s. II, [www.uke.gov.pl](http://www.uke.gov.pl)

## **REGIONAL COMMUNITIES IN THE FACE OF CHALLENGES OF THE INFORMATION CIVILIZATION AND CREATIVE ECONOMY**

### **Summary**

This paper derives from the assumption that in the 21<sup>st</sup> century the knowledge economy has been subjected to modifications and is being replaced with the so-called creative economy, in which it is not only the knowledge that matters but also imagination and innovation which become new components of the contemporary economy and condition the survival on the market. The paper's objective was to prove that the key to advanced development lies not in the possibility of providing infrastructure and generating the IT technology alone but rather in the capability of using them creatively. This is so because the knowledge-based economy needs mainly creative investments that will allow using information resources more fully for maximizing the efficiency and increasing competitive advantages. Therefore, aside computers, information highways and multimedia, the essential role is played by a process of shaping appropriate social structures and mechanisms that can benefit from these technical means, which can be also referred as a process of creating new forms of behavior.

In the context of major objectives and priorities of the Information Society Development Strategies, premises of other strategic documents and the latest experiences of Polish regions in respect of building a knowledge-based society and economy, the paper presents both the positions of some renowned economists, regionalists and sociologist on the importance of creativity and the stand of the European Union, which under the decision of the European Parliament and of the Council of the European Union of 16 December 2008 declared the year 2009 as the "European Year of Creativity and Innovation".

In the most general terms, the analysis of these opinions proves that the new economy is identified by electronics-connected creativity.

*Translated by Katarzyna Kaczmarczyk*