

mgr Anna Gardocka
Katedra Ekonomii Politycznej
Uniwersytet w Białymstoku

Miejsce kultury w gospodarce

Zaabsorbowanie ekonomii działaniami gospodarczymi dającymi się skwantyfikować sprawia, że ztraca się z pola widzenia te, niewymierne niemal składniki, które stwarzają możliwości wszelkim procesom gospodarczym i relacjom zachodzącym między ich uczestnikami. Przekonania i wartości wyznawane przez poszczególne jednostki społeczeństwa będące obrazem kultury danej społeczności stają się „niewidzialną ręką” rządzącą aktywnością gospodarczą. Myśl ludzka, osobowość moralna, intelektualna, obywatelska, czy sposób postrzegania rzeczywistości dynamizuje społeczeństwo. Wzmacnia jego ferment umysłowy. Przyczynia się do rozwoju ekonomicznego kraju. Era człowieka zapoczątkowana przez współczesność zdeterminowana jest w niecałkowitym, co prawda, ale jednakże znacznym stopniu, przez kulturę będącą wewnętrznym obrazem społeczeństwa.

1. Istota kultury

Przedstawiciele współczesnej ekonomii, podobnie jak reprezentanci *Nouvelle Historii* dążą do odkrywania nieuświadomionych i trudno uchwytnych struktur mentalnych sprawiających, że gospodarka nie stanowi jedynie wyrazu obiektywnej interpretacji wydarzeń ekonomicznych. Spod spektakularnej warstwy faktów wydobywają struktury nie pozwalające przebiegać im dowolnie. Zaistniałe zdarzenia w gospodarce nie stanowią dzieła przypadkowych osób czy ich decyzji, lecz są uwarunkowane wartościami tkwiącymi w podświadomości ludzi a znajdującymi swój wyraz w kulturze. Następuje wydobywanie nowych elementów życia ekonomicznego jednostki ludzkiej. Przedstawiciel *Nouvelle Historie* Fernand Braudel istotę kierunku wyraził słowami: (...) historia nieświadoma dzieje się poza terenem oświetlonym, poza tymi błyskami fleszów (...) Przewrót – gdy jest to przewrót umysłowy – polega na frontalnym ataku na ten obszar zaciemniony, na przyznaniu mu coraz szerszego miejsca obok – czy nawet kosztem – warstwy wydarzeniowej¹. W nurcie tych rozważań ekonomia podobnie jak historia sięga do tych sfer swojej dyscypliny, które dotąd traktowała jako mało istotne dla procesu wzrostu gospodarczego. Następuje wyłanianie nowych wartości z wcześniej już istniejących bądź też niedostrzeganych jeszcze przez ich niewymierny charakter. Przejawiające się, od starożytności przez cały wiek XVIII i XIX sugestie na temat kapitału ludzkiego pozwalają dostrzec pewne, choć jeszcze niedosłownie prezentowane aspekty życia człowieka wybiegające poza sferę produkcji i redystrybucji wytworzonych dóbr w analizach procesu wzrostu gospodarczego. Przemiany zacho-

¹ B. Olszewska-Dyoniziak, *Społeczeństwo i kultura*, Wydawnictwo Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 1994, s. 164.

dzące w gospodarce poszerzają istniejące spektrum kategorii ekonomicznych, modyfikują formuły matematyczne funkcji produkcji. Wyzwalają potrzebę wyłaniania nowych, bądź już istniejących, ale nie dostrzeganych dotychczas źródeł wzrostu gospodarki.

Człowiek jako jednostka społeczna kształtuje obraz otaczającej go rzeczywistości. Korzystanie z takich form własności, jak kultura i wiedza, coraz częściej uważane jest za coś zasadniczo różniącego się od wolnokonkurencyjnego wyszukiwania istniejących okazji do pobudzenia wzrostu gospodarczego. Szanse na korzystne rezultaty zostają wyinterpretowane z kulturowego kontekstu. W tym rozumieniu człowiek dostrzega okazje wykorzystując swój intelekt w kulturowej interpretacji możliwych przemian. Wypływa stąd skłonność współczesnych ekonomistów do twierdzenia, że ekonomia jest nauką dotyczącą ludzkiego wyboru. Jest metodą, a nie doktryną, aparatem decyzyjnym i techniką rozumowania, która pomaga wyciągnąć właściwe wnioski, a jak każda metoda posiada gro swoich instrumentów. Ekonomia, jak trafnie uchwycił John Robinson (1933), jest skrzynką z narzędziami. Zmieniająca się zaś, rzeczywistość gospodarcza dostarcza jej tylko coraz to nowszych elementów.

Dyspozycja rzadkimi i ograniczonymi zasobami tj. finansowymi, ludzkimi (np. wykształcenie), kulturowymi (zaufanie, tradycje, przedsiębiorczość, współdziałanie) stawia przed *homo oeconomicus* wymóg efektywnego ich wykorzystania. Zdawać się więc może, że całą swą uwagę koncentruje wyłącznie na sobie samym i na konsekwencjach swoich działań. Postawy egoistyczne wzbudzające skojarzenia pejoratywne okazują się być mylnymi. Rzeczywistość gospodarcza pokazuje niejednokrotnie, że *homo oeconomicus* kieruje się rozmaitymi wartościami, emocjami, konwencjami również wtedy, gdy działa z myślą o własnym interesie. Jako wiodący cel swojej działalności obiera dbałość o maksymalizację interesu własnego w wymiarze nie tylko zysku, ale i równocześnie kariery zawodowej, rozwoju intelektualnego.

Adam Smith – ojciec ekonomii – twierdził już, że interes własny stanowi wystarczający motyw, jakim kieruje się człowiek w gospodarce, ale wskazywał także na potrzebę istnienia instytucji i wzorów zachowań, które sprzyjają korzystnej wymianie i zapewniają wzajemne zaufanie i niskie koszty transakcji [...]. Był świadom tego, że istnieje wiele rzeczy, które społeczeństwo czy gospodarka potrzebują, ale których na rynku nie można ani kupić ani sprzedać [...]². Opowiadał się za rozwojem więzi międzyludzkich opartych o wartości moralne. Co więcej uznawał je za postawy naturalne i godne upowszechniania wzorce: „Jakkolwiek samolubnym miałby być człowiek, są niewątpliwie w jego naturze jakieś pierwiastki, które powodują, że interesuje się losem innych ludzi i sprawiają, że ich szczęście jest dla niego nieodzowne, choć jedna przyjemność, jaką może stąd czerpać, to przyjemność oglądania tego. Tego właśnie rodzaju jest współczucie (*pity*), czyli litość (*compassion*), uczucie, które doznajemy wobec nieszczęścia innych [...]. Największy łotr, najbardziej zatwardziały gwałciciel praw społecznych nie jest całkowicie ich pozbawiony.”³ Kultura programuje ludzi jako członków określonej wspólnoty, podpowiada osądzać, co dobre a co złe, co prawdziwe a co fałszywe, czym jest *sacrum*, a czym *profanum*.

² E. Ostrom, *The Comparative Study of Public Economies*, The P. K. Sei Foundation, Memphis, Tenn 1998, s. 50.

³ A. Smith, *Teoria uczuć moralnych*, PWN, Warszawa 1989, s. 5.

Kultura minionych epok wypełniała w dużej mierze dzieje ludzkości, wystarczało więc przejąć jedynie od przodków ekwipunek mentalny, by móc dalej egzystować w danej społeczności. Zmiany w następujących po sobie pokoleniach były nieznaczne. Wiek XX rozpoczął przewrót umysłowy w dotychczasowych dziejach. Gruntowanie się państwa narodowego zmieniło nie tylko polityczną, ale i kulturową postawę jednostki, a postępująca ekspansja przemysłu objęła także kulturę (powstanie przemysłu informacji i kultury).

W dobie współczesnej pojęcie kultury przenika w głąb coraz to nowszych, obcych jej dotychczas, dyscyplin naukowych. Reprezentowany sposób rozumienia kultury w Encyklopedii Popularnej PWN: „kultura to całokształt materialnego i duchowego dorobku ludzkości, gromadzony, utrwalony i wzbogacany w ciągu jej dziejów, przekazywany z pokolenia na pokolenie; w skład tak pojętej kultury wchodzi nie tylko wytwory materialne i instytucje społeczne, ale także zasady współżycia społecznego, sposoby postępowania, wzory, kryteria ocen estetycznych i moralnych, przyjęte w danej zbiorowości i wyznaczające, obowiązujące zachowania.”⁴, zdaje się być sformulowaniem powszechnie akceptowanym. Jednakże reprezentanci, takich kierunków, jak: antropologia, socjologia, psychologia, filozofia czy ekonomia usiłują nadać definicji kultury brzmienie bliskie swojej dyscyplinie. Wynika stąd też złożoność i niejednorodność zjawiska, jakim jest kultura. Trudne staje się uchwycenie jej w ramach jednej, kompleksowej definicji. W latach 50. próbę taką podjęli: Alfred L. Kroeber i Clyde Kluckhohn. Uwieńczeniem ich wysiłku było stworzenie na podstawie przeglądu 257 różnych definicji kultury, jej następującego brzmienia⁵: kultura składa się z wzorów jawnych i ukrytych, z zachowań wyuczonych i przekazywanych przez symbole, tworzących specyficzny dorobek grup ludzkich, oraz z wytworów tych zachowań; rdzeń kultury stanowią tradycyjne tzn. wyrosłe i wyselekcjonowane w procesie historycznym idee oraz przywiązane do nich wartości; systemy kulturowe mogą być uważane albo za produkty ludzkiego działania, albo za warunki dalszej działalności ludzkiej.

2. Ekonomiczne znaczenie kultury

Kultura i jej komponenty jest postrzegana jako świadomość społeczna podlegająca historycznym przeobrażeniom. Z ekonomicznego punktu widzenia jej wartości stanowią, tak gotowy produkt ludzkiego intelektu w postaci rozwoju sił wytwórczych, stosunków produkcji, jak i warunek rozwoju samej gospodarki. Stają się skutkiem, a zarazem przyczyną dokonujących się przeobrażeń w gospodarce. Bliski powyższemu rozumieniu kultury jest Jan Szczepański postrzegający kulturę jako⁶: ogół wytworów działalności ludzkiej, materialnych i niematerialnych, wartości i uznawanych sposobów postępowania, zobiektywizowanych i przyjętych w dowolnych zbiorowościach, przekazywanych innym zbiorowościom i następnym pokoleniom. Kulturę, w jego rozumieniu, określają wytwory kulturowe, wartości, sposoby postępowania z koniecz-

⁴ Encyklopedia Popularna PWN, Warszawa 1982, s. 388.

⁵ B. Olszewska-Dyoniziak, *Spoleczeństwo...*, op. cit., s. 21.

⁶ J. Mikulowski-Pomorski, *Komunikacja międzykulturowa. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 1999, s. 36.

nością ich obiektywizacji, czyli uczynienia powszechnie znanymi, zjawisko dyfuzji oraz transmisja międzypokoleniowa.

Zaprezentowana systematyzacja kultury na dwa jej elementy tj. wytwory materialne i niematerialne działalności ludzkiej, w obrębie przedstawionej definicji istotna jest z punktu widzenia ekonomii. Konieczność zobiektywizowania, uznania czy przyjęcie wytworów, wartości, wzorów postępowania bliskie jest skłonnościom ekonomistów do kwantyfikowania wszelkich analizowanych przez siebie kategorii. Objęcie pojęciem kultura ekonomiczna wytworów działalności ludzkiej nie budzi wątpliwości, jeżeli chodzi o wytwory materialne. Odmiennie prezentuje się sytuacja z wytworami niematerialnymi obejmującymi niemierzalne kategorie ekonomiczne. Wśród ekonomistów kontrowersyjny staje się termin „wytwory niematerialne” w związku ze swym ogólnikowym sformułowaniem. Bardziej odpowiednim terminem byłoby określenie wytwory intelektualne, artystyczne i estetyczne działalności ludzkiej. W zakres tak ujętego pojęcia weszłyby wówczas zarówno wartości, jak i wzory postępowania charakterystyczne dla określonej społeczności gospodarczej istotne przy analizie procesów wzrostu gospodarczego.

Wartość z punktu widzenia ekonomii, przedstawiana jest w swym ujęciu empirycznym. Wartością więc jest to wszystko, co jest potencjalnym przedmiotem ludzkich działań, a więc: przedmiot materialny lub idealny, idea lub instytucja, przedmiot potencjalnie jak i efektywnie pożądanym, w stosunku do którego podmiot gospodarczy przyjmuje postawę szacunku, przypisuje mu istotną rolę w swoim życiu i dążenie do jego osiągnięcia odczuwa jako przymus. Omawiając wartości w kontekście analizy postaw jednostek gospodarujących istotne jest ponadto rozróżnienie dwóch ich kategorii, tj. wartości autotelicznych (podstawowych albo wiodących) oraz wartości instrumentalnych⁷. Przy czym wartości instrumentalne przybierają charakter wiodących środków prowadzących do osiągnięcia wartości podstawowych, jak: kreatywność, racjonalność, przedsiębiorczość, wartości stanowiących ostateczne kryteria oceniania i podstawowe cele ludzkich dążeń i działań. Przejmują one w gospodarce rdzeń kultury, bowiem z nich wynikają normy i wzory zachowań, które z kolei regulują wszystkie dziedziny życia społecznego, wyjaśniają jak i dlaczego ludzie, członkowie określonej społeczności, zachowują się.

Kultura ekonomiczna społeczeństwa utożsamiana jest z aktywnym aspektem szeroko pojętej kultury. Obrazem kultury jest tu każdy aktywny uczestnik życia gospodarczego. Kultura w tym rozumieniu stanowi nowe idee, nowe spojrzenie na świat, zmienia styl ludzkiej egzystencji, pobudza do zmian politycznych, gospodarczych. Kultura ekonomiczna społeczeństwa pojmowana jest jako ogół przekonań, ocen, postaw, czynów podmiotów gospodarczych względem zjawisk ekonomicznych. Uaktywnia w człowieku postawy kreatywności, przedsiębiorczości, samorealizacji czy samodoskonalenia, znajdujące swe odbicie w inwestycjach na poczet zgromadzonego w danej gospodarce kapitału ludzkiego. Kultura łącząca wartości materialne procesu gospodarczego z jego wartościami niematerialnymi pobudza myśl ludzką w kierunku osiągania, coraz to wyższego poziomu postępu technicznego, a w rezultacie wzrostu gospodarczego. Wartości w sensie ekonomicznym wyrosłe na gruncie tradycji, podlegają nieustannym procesom ewolucji, kształtując swój coraz to doskonalszy obraz.

⁷ J. Turowski, *Socjologia. Wielkie struktury społeczne*, TN KUL, Lublin 1999, s. 69.

Kultura ekonomiczna przyczynia się do przeobrażeń rzeczywistości gospodarczej, umiejętności organizacyjnych, integracji i przechowywania tego, co doświadczamy. Warunkuje ona możliwość gromadzenia coraz większego zbioru informacji o systemach wartości. Niezaprzeczalnie uaktywnia nasz intelekt. Inwestując w rozwój kultury stwarzamy podstawy prawidłowemu biegowi procesu inwestycji w kapitał ludzki.

Istotne jest, że kultura ekonomiczna wyrasta w opozycji do pasywnego aspektu kultury postrzeganego jako czynnik hamujący wzrost gospodarczy. Silne przywiązanie do tradycji narodowych przejawia jej konserwatyzm. Człowiek godząc się na istniejący stan rzeczy w otaczającej go rzeczywistości, preferując bierność, poddaje się tym warunkom. Jego celem staje się jedynie przetrwanie, nie rozwój. Reprezentanci pasywnej postawy kulturowej przejawiają niechęć do zdobywania nowych umiejętności, kwalifikacji, doskonalenia uprzednio zdobytych, czy niechęć do kreatywności, a przez to do innowacji. Zachowując przestarzałe wzory gospodarowania pozbawiają gospodarkę znamion proefektywnościowych, hamując tym samym jej wzrost gospodarczy.

Istniejący imperatyw ochrony dziedzictwa z punktu widzenia rynku przejawia się więc nieracjonalnością, jak i racjonalnością, pasywnym, jak i aktywnym aspektem kultury. Nieracjonalnością (biernością) gdyż blokuje ekspansję gospodarczą, a racjonalnością (aktywnością), ponieważ bez zachowania dziedzictwa nie byłoby biznesu turystycznego. Pozostałości minionych kultur przynoszą w takim samym zakresie dochód jak czynią to nowe centra handlowe. Jednakże powrót do starych struktur kultury ma na celu nie tylko odtworzenie, ale znalezienie lepszych rozwiązań w stosunku do tych, które się nie sprawdziły lub przestały wystarczać. Nawrót do starych struktur może dokonywać się na nowych zasadach, uwzględniających doświadczenia i idee odrzuconych już nowszych struktur, bądź też przez dekonstrukcję kultury. Współczesne pokolenia dążąc do źródeł, do kanonu własnej kultury nie kierują się tradycyjnym przekazem międzypokoleniowym, lecz „wyjmują” z nich te wartości, symbole, obrazy, smaki, dźwięki, które można wypromować, polecić konsumentowi w postaci zdekontekstualizowanego kulturowo produktu. Stąd też rozważając kulturę nie możliwym staje się wyeliminowanie z niej słowa znamiennego ekonomii, jakim jest postęp czy wzrost.

Takie dekonstruowanie kultury na potrzeby rynku rozwija go, daje pracę i dochody, satysfakcję ze zdolności do kulturowej kooperacji ze światem, zapoznaje z bogactwem kulturowym świata poprzez jego konsumpcję. Audiowizualne spektakle permanentnego promowania, kupowania, sprzedawania i konsumowania uzależniają człowieka epoki mediów i sieci komputerów od reklamy. Kultura intensyfikując proces inwestycji w kapitał ludzki wzmacnia proces wzrostu gospodarczego.

Rozważając kulturę ekonomiczną społeczeństwa nie możliwym staje się pominięcie układu strukturalnego samego społeczeństwa, stanowi ona bowiem ważny jego komponent. Kultura zweryfikowała pierwotne znaczenie terminu „społeczeństwo” dodając do niego takie przymiotniki jak „globalne”, „kompleksowe” czy „narodowo-państwowe”. Obecnie w analizach naukowych, jak i w użyciu potocznym stosuje się pojęcia społeczeństwo dla inaczej wyodrębnionych podcałości w społeczeństwie globalnym, czyli mniejszych układów zbiorowości. Kultura kłamrami własnych komponentów spięła różnorodne formy życia społecznego połączone wzajemnymi powiązaniem i zależnościami a składającymi się na strukturę społeczną. Elementy struktury

społecznej takie, jak: kręgi rodzinne, społeczności lokalne, grupy regionalne, grupy zawodowe, klasy i warstwy społeczne oraz wszelkie związki i zrzeszenia czy wreszcie instytucje polityczne, administracyjne i kulturalne łączą tak procesy współdziałania, adaptacji, jak i konflikty i antagonizmy. Warunkiem zaistnienia tak zarysowanego całościowego obrazu struktury społecznej jest odpowiednie ukształtowanie podłoża społecznego, albowiem każde konkretne społeczeństwo rozwija się na określonym obszarze geograficznym, który bezpośrednio przesądza o klimacie, rodzaju fauny i flory, o strukturze geofizycznej ziemi, wyposażeniu w bogactwa naturalne, a pośrednio wpływa na charakter gospodarki narodowej danego społeczeństwa. Podłoże społeczeństwa, obejmuje więc prócz warunków geograficznych, także wpływające na charakter struktury społecznej warunki ekonomiczne (tj. stan rozwoju gospodarczego, osiągnięty poziom techniki wytwarzania dóbr materialnych i usług, wielkość i strukturę wytworzonego dochodu społecznego).

3. Kultura a potrzeby

Kultura dostarcza wzorce postaw, wartości wywierające wpływ na kształt społeczeństwa i całej gospodarki. Człowiek jako nosiciel i weryfikator cech kultury i wiedzy kształtuje obraz otaczającej go rzeczywistości. Korzystanie z tych form własności sprawia, że coraz częściej uważane jest to za coś zasadniczo różniącego się od wolno-konkurencyjnego wyszukiwania istniejących okazji do zdobycia wyższego poziomu wzrostu gospodarczego. Szanse na korzystne rezultaty zostają wyinterpretowane z kulturowego kontekstu. W tym rozumieniu człowiek dostrzega okazje wykorzystując swój intelekt w kulturowej interpretacji możliwych przemian. Stwarza coraz to szersze spectrum nierozpoznanych dotychczas potrzeb.

Potrzeby ludzkie są, bowiem wynikiem z jednej strony wymogów jednostki jako struktury biologicznej, z drugiej zaś oddziaływania środowiska, w którym dana jednostka żyje. Charakterystyczne jest, że przynależność do określonej grupy społecznej, czy oceny których owa grupa dokonuje wywierają wpływ na sposób myślenia, wartościowania celów, postawy, modele życia czy motywy działania danej jednostki. Naśladownictwo ludzi i autorytetów, bądź demonstracja własnej odmienności kreuje nowe, wcześniej nie odczuwane potrzeby nie tylko w sferze materialnej, ale i w sferze wartości moralnych, estetycznych i poznawczych. Rozpoznane lub zaledwie wyczuwane potrzeby ludzkie określane przez środowisko, kulturę i strukturę psychobiologiczną człowieka stanowią źródło ludzkiej aktywności, bodziec, stymulator kształtowania obecnego i przyszłego stanu rzeczywistości gospodarczej i kooperujących w nim jednostek ludzkich. Proces ów przybiera charakter ciągły, którego początkiem jest rzeczywisty brak potrzeby, kontynuacją – proces mentalizacji (uświadamiania) potrzeb wraz z procesem zaspokajania, efektem – przekształcenie z czasem środków służących zaspokajaniu potrzeb w nowe potrzeby⁸. Potrzeby są czynnikami inicjującymi aktywność, źródłami zachowania, przyczynami, motywami czy obiektywnymi warunkami działania w określonej przestrzeni: czasowej, terytorialnej, społecznej. Stanowią siłę,

⁸ Mechanizm ten nazywany jest prawem odwracalności potrzeb. Szerzej w: J. Senyszyn, *Potrzeby konsumpcyjne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1995, s. 21-23.

która dąży do ustanowienia czy podtrzymania danego poziomu rozwoju i reprodukcji dzięki motywacyjnemu charakterowi ukierunkowującymi zachowania jednostek ludzkich.

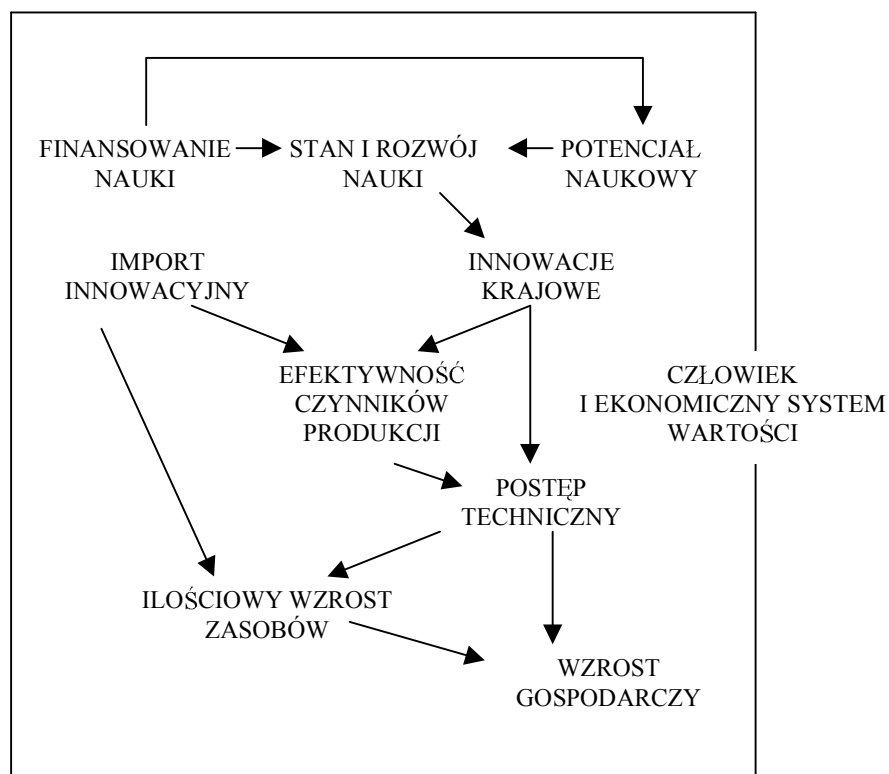
Istotne zatem staje się rozpoznanie istniejącego poziomu i struktury potrzeb zarówno indywidualnych jak i społecznych, uchwycenie spodziewanych przemian ilościowych, jakościowych i strukturalnych potrzeb w określonym horyzoncie czasowym oraz pełne wykorzystanie istniejących jak i potencjalnych możliwości rozwijania wszelkiej działalności ukierunkowanej na zaspokojenie potrzeb. Wpływ wartości kulturowych wskazuje na konieczność postrzegania procesu realizacji potrzeb za naturalną tendencję człowieka prowadzącą do zmian rozwojowych tak w aspekcie ilościowym, jak i jakościowym (a może i przede wszystkim jakościowym) sił wytwórczych oraz stosunków produkcji. Powstałe współzależności o charakterze zwrotnym odgrywają istotną rolę w procesie pobudzania gospodarki do rozwoju.

Ilość, rodzaj oraz stopień zaspokojenia potrzeb wpływa na styl i jakość życia. Wielkość rozporządzalnego funduszu pieniężnego natomiast decyduje o urealnieniu umotywowanych potrzeb, czyli wykreowaniu efektywnego popytu. Niemniej istotną rolę w teorii wzrostu gospodarczego przypisuje się istniejącym w danym momencie czasowym pożądanym, lecz nie możliwym do zrealizowania w wymiarze pieniężnym, potrzeb. Powstający popyt potencjalny stymuluje zmiany tak na poziomie intelektualnym społeczeństwa, jak i gospodarczym, by następnie móc przekształcić się w popyt efektywny. Zmienność i dynamiczność potrzeb stawia człowieka w obliczu konieczności ciągłej weryfikacji istniejących, jak i potencjalnych możliwości ich zaspokojenia. Stawiają go przed koniecznością dokonywania wyborów wymagających od niego twórczej kreatywności intelektu. Właściwy ekonomii proces dokonywania wyborów stymulują potrzeby skłaniające do poszerzenia jego granic, jak to określa Ann Swidler, o cały ekwipunek uznawanych przez społeczeństwo wartości kulturowych. *Homo oeconomicus*, jak wcześniej wspomiano, podejmując decyzje nie kieruje się wyłącznie kryteriami czysto ekonomicznymi, ale i kryteriami pozaekonomicznymi. Stwarza sobie w ten sposób możliwość pełnego i trwałego rozwoju.

Zaistnienie nowych dotychczas nierozpoznanych i niezaspokojonych potrzeb, wyzwala konieczność działań na rzecz zwiększenia efektywności zasobów czynników produkcji oraz kreacji nośników innowacji związanych ze stanem finansowania nauki, tj. wielkością zatrudnienia w sektorze B+R, liczbą wynalazków oraz patentów i licencji. Powstaje siatka powiązań między systemem wartości, nauką, postępem technicznym i wzrostem gospodarczym wynikająca ze skłonności jednostek danej społeczności do kreowania coraz to nowszych potrzeb (rysunek 1).

Punktem wyjścia siatki jest nauka, której skuteczność oddziaływania determinują nakłady finansowe oraz istniejący w ramach danej kultury potencjał naukowy (zasoby wiedzy + ilość pracowników naukowo-badawczych) jej dorobek w postaci wynalazków, patentów i licencji. Innowacje krajowe i zagraniczne (import innowacji w postaci zakupu licencji zagranicznych, wynalazków zagranicznych, środków informacyjnych oraz spółek *joint ventures*)⁹ wywierają zaś wpływ na efektywność czynników produkcji wyznaczających postęp techniczny istotny dla wzrostu gospodarczego.

⁹ S. Felbum, *Tendencje postępu technicznego w Polsce (Aspekt innowacyjności i efektywności)*, IRSS, Raport 52, Warszawa 1997 s. 33-34.

Rysunek 1. Nauka, innowacje, postęp techniczny i wzrost gospodarczy a kultura

Źródło: opracowanie własne na podstawie S. Ferburn, *Tendencje postępu technicznego w Polsce (aspekt innowacyjności i efektywności)*, IRSS, Raport 52, Warszawa 1997, s. 34.

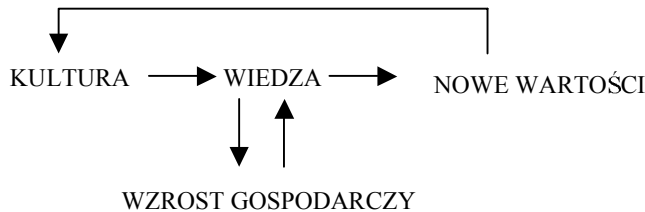
Nieodzowną przesłanką kreacji i przyswajania innowacji jest odpowiedni poziom potencjału intelektualnego społeczeństwa kształtowanego przez system wartości. Kulturę postrzega się jako środek dynamizujący rozwój za pośrednictwem intelektu ludzkiego, a więc jako kulturę ekonomiczną. Kultura staje się kluczem bogactwa¹⁰, którego dopasowanie, jak i przekręcenie, wymaga długiego okresu czasu wypełnionego wytrwałym kształtowaniem wartości sprzyjających wzrostowi gospodarczemu. Wiedza w systemie kultury spełnia funkcje adaptacyjne. Stwarza podstawy dla rozwoju wartości kulturowych, jak i ich trwałości w czasie.

Trwający postęp intelektualny społeczeństwa znajduje swoje odbicie w pobudzaniu wzrostu gospodarczego kraju i rozwijaniu nowych wartości kulturowych. Tak, więc kultura i wiedza to dwie nierozzerwalne, przynależące do człowieka formy własności ekonomicznej. Korelacje zachodzące między nimi przybierają charakter zależ-

¹⁰ Ch. Handy, *Wiek paradoksu. W poszukiwaniu sensu przyszłości*, Dom Wydawnictwa ABC, Warszawa 1996, s. 30.

ności przyczynowo-skutkowych (por. rysunek 2). Źródeł powstałych powiązań między kulturą a wiedzą należy poszukiwać w zbiorze ich specyficznych cech. Odmienność ich charakteru wyrosłych z konfrontacji z cechami materialnych środków produkcji odznaczających się tak istotną rolą w procesie wzrostu gospodarczego. Charles Handy odmienną ową określił jako jeden, z licznych zbioru, paradoks¹¹ naszego tysiąclecia.

Rysunek 2. Zależności pomiędzy kulturą, wiedzą a wzrostem gospodarczym



Źródło: opracowanie własne.

Rozważając wiedzę w zaprezentowanym schemacie mamy na uwadze wiedzę związaną z procesem gospodarczym. Nie jest to, zatem jedynie wiedza naukowa, techniczna czy wiedza ekspertów. Jest to wiedza możliwa do pozyskania tylko w określonych warunkach, realnych sytuacjach w konkretnym czasie¹². Dzięki swoim właściwościom stwarza ona jednostce możliwości przewagi nad innymi w posiadaniu pewnych informacji, które może swobodnie wykorzystywać we własnych decyzjach ekonomicznych. Wiedza wyrosła z uwarunkowań kulturowych nie jest wiedzą zdobytą w szkole, z książek, lecz pozyskaną na rynku w trakcie interakcji z innymi podmiotami gospodarczymi biorącymi aktywny udział w zdarzeniach społeczno-ekonomicznych.

System kulturowy jak twierdził Talcott Parsons¹³ jest nie tylko produktem działania, lecz również działa sam. Ma swoje własne źródło energii, jakim jest zmierzanie w kierunku tworzenia, dekonstruowania i podtrzymywania wzorów kultury.

4. Zakończenie

Rozwój gospodarki determinuje kultura, tę zaś ekonomika. Pomędzy działaniami jednostek ludzkich a ich kulturą zarysowuje się zależność o charakterze przyczynowo-skutkowym. Dokonując wyborów w warunkach istniejących ograniczeń w

¹¹ Autor termin PARADOKS określa jako sposób wytłumaczenia zjawisk zachodzących w społeczeństwie i pokazanie, dlaczego pewna doza zamieszania jest nie do uniknięcia, „kiedy życie przynosi sukces w tym, w czym zdajemy się przegrywać, to paradoks, który daje pocieszenie w tej samej chwili, gdy z nas drwi”-pisał Browning. Ch. Handy, Wiek paradoksu..., *op. cit.*, s. 28.

¹² K. Kostro, *Ekonomia a wiedza. Problemy wiedzy w teorii Friedricha Augusta von Hayeka w: Dziesięć lat transformacji gospodarki polskiej, Materiały z konferencji Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego-wrzesień 2000*, Warszawa 2001. W artykule, *The Use of Knowledge in Society*, „American Economic Review”, t. XXXV, 1954, nr 4 Friedrich August von Hayek posługuje się pojęciem: wiedza miejsca i czasu.

¹³ Talcott Parsons (1902-1979), amerykański socjolog, przedstawiciel funkcjonalizmu w socjologii. Centralnym zagadnieniem prac teoretycznych Parsonsa było badanie i wykrywanie warunków zapewniających stabilność i równowagę systemu społecznego, rozumianego jako wszelka zbiorowość współdziałających osobników.

sferze produkcji, wymiany, konsumpcji opieramy się o wpływy kulturowe. Kultura poprzez swoje wartości, nie wytycza celów, ale wyznacza strategię działania. Jako aktywny weryfikator działań ludzkich stwarza całe spectrum scenariuszy działań i schematów interpretacji postaw ludzkich czy komunikowania się. Z drugiej strony normy i wyznawane wartości przez reprezentantów danej kultury społecznej budują swego rodzaju barierę dla procesu realizacji własnego interesu. Nieodzownym się staje istnienie immanentnego charakteru powiązań gospodarki z kulturą. Zarysowuje się tendencja tzw. „imperializmu ekonomii”¹⁴ – przenoszenia pojęć i metod ekonomii do innych dyscyplin. Zdaniem Ann Swidler: kultura nie jest jednolitym systemem, który popycha działania w jakimś stałym kierunku. (...) gdyby kultura wpływała na działania poprzez wartości wyznaczające cele, w zmieniających się okolicznościach ludzie powinni trwać przy preferowanych przez siebie celach, zmieniając jedynie strategię ich osiągnięcia. Lecz jeśli kultura dostarcza narzędzi, przy pomocy, których jednostki konstruują linie działania, wówczas bardziej trwale okażą się style lub strategię działania niż cele, jakie ludzie próbują osiągnąć. W gruncie rzeczy, ludzie będą dochodzili do takich celów opisywanych w języku wartości, do jakich dobrze dopasowany jest kulturowy ekwipunek¹⁵. W okresach stabilności kultura zatem dostarcza strategii działania już wcześniej wypracowanych przez członków określonej społeczności, gdy tymczasem w okresach zmian gospodarczych przyjmuje rolę kreatora nowych strategii. Miarą wpływu kultury na wzrost gospodarczy, więc nie jest ani liczba narzędzi, ani wielość powiązań między nimi, lecz to, w jakim stopniu służą one ludzkiej komunikacji. Współdziałanie jednostek oparte o intelektualne wykorzystanie elementów kulturowych decyduje o wzroście gospodarczym. Kultura to system znaków służących międzyosobowej komunikacji¹⁶, jak stwierdził Umberto Eco.

Bibliografia

1. Eco U., *Pejzaż semiotyczny*, Warszawa, PWN 1972.
2. Ferbur S., *Tendencje postępu technicznego w Polsce (aspekt innowacyjności i efektywności)*, IRSS, Raport 52, Warszawa 1997.
3. Fukuyama F., *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, PWN, Warszawa-Wrocław 1997.
4. Handy Ch., *Wiek paradoksu. W poszukiwaniu sensu przyszłości*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1996.
5. Kostro K., *Ekonomia a wiedza. Problemy wiedzy w teorii Friedricha Augusta von Hayeka w: Dziesięć lat transformacji gospodarki polskiej, Materiały z konferencji Wydziału Nauk Ekonomicznych Uniwersytetu Warszawskiego – wrzesień 2000*, Warszawa 2001.
6. Maroda M., *Między rynkiem a etatem*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2000.

¹⁴ Z. J. Stańczyk, *Dwa rodzaje kapitału społecznego*, „Gospodarka Narodowa” nr 1-2, Warszawa 2000.

¹⁵ M. Maroda, *Kulturowe aspekty zmiany społecznej w: Między rynkiem a etatem* pod red. M. Marody, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2000, s. 21-22.

¹⁶ U. Eco, *Pejzaż semiotyczny*, Warszawa, PWN 1972, s. 29.

7. Matysiak A., *Źródło kapitału społecznego*, WAE, Wrocław 1999.
8. Mikułowski-Pomorski J., *Komunikacja międzykulturowa. Wprowadzenie*, WAE, Kraków 1999.
9. Olszewska-Dyoniziak B., *Spoleczeństwo i kultura*, Wydawnictwo Prac Naukowych UNIVERSITAS, Kraków 1994.
10. Ostrom E., *The Comparative Study of Public Economies*, The P. K. Sei Foundation, Memphis, Tenn 1998.
11. Senyszyn J., *Potrzeby konsumpcyjne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1995.
12. Smith A., *Teoria uczuć moralnych*, PWN, Warszawa 1989.
13. Stańczyk Z. J., *Dwa rodzaje kapitału społecznego*, „Gospodarka Narodowa” nr 1-2, Warszawa 2000.
14. Turowski J., *Socjologia. Wielkie struktury społeczne*, TN KUL, Lublin 1999.