

# Ku kreatywnej Europie XXI wieku. Artykuł dyskusyjny\*

*Antoni Kukliński*

## 19.1. Wprowadzenie

W funkcjonowaniu metafory strategii lizbońskiej wystąpiły objawy zmęczenia intelektualnego i pragmatycznego. Trzeba stworzyć nowy klimat, który pozwoli oglądać tę metamorfozę w skali wielkiego dramatu dziejowego – w skali europejskiego „to be or not to be”. Trzeba ocalić ostatnią szansę Europy, jako wielkiego aktora sceny globalnej.

W tym nowym klimacie trzeba przezwyciężyć bariery wiedzy konwencjonalnej i poprawności politycznej promując wizję kreatywnej Europy, która jest decydującym wyzwaniem dla naszego kontynentu w XXI wieku.

Ten artykuł dyskusyjny jest próbą naszkicowania wizji Europy kreatywnej, jako kluczowego elementu nowego europejskiego renesansu.

## 19.2. Kryzys Europy na przełomie XX i XXI wieku

W dyskusji nad przyszłością Europy warto skupić uwagę na modelu myślenia, który może wywołać silną polaryzację opinii naukowej, politycznej i społecznej. Jest to jednocześnie próba nowej interpretacji pojęć europesymizmu i eurooptymizmu. Punktem strategicznym tej dyskusji jest diagnoza kryzysu Europy (Kukliński, 2005), który można rozpatrywać jako kryzys o trzech obliczach:

1. Oblicze kryzysu zdolności tworzenia innowacji przełomowych w klimacie intelektualnym i pragmatycznym, w którym zdolność tworzenia została przytłumiona przez rutynę perfekcji. To oblicze europejskiego kryzysu zostało zanalizowane przez Galara (2006).
2. Oblicze kryzysu demograficznego utraty woli życia w sposób dramatyczny ujęte przez György’ego (2006) i Gąsior-Niemiec (2006).

---

\* Artykuł opracowany w ramach działalności naukowej Katedry Studiów nad Przyszłością Europy, Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University w Nowym Sączu.

3. Oblicze kryzysu politycznego, kryzysu woli mocarstwowości w nawiązaniu do sformułowania Coopera (2003, s. 164-5, 171-2) – „loss of Europe’s will to power”.

Kryzys Europy można rozpatrywać w szerszym kontekście, kryzysu cywilizacji zachodniej w interpretacji trzech osobistości o zupełnie różnych poglądach naukowych i ideologicznych: Asha (2005), Spenglera (2001) i Buchanana (2005).

Na tle dyskusji o kryzysie Europy w kontekście kryzysu cywilizacji zachodniej oraz rosnącej siły cywilizacji azji można naszkicować dwa scenariusze przyszłości Europy: pesymistyczny i optymistyczny. Pierwszy z nich jest przekonaniem uzasadniającym poglądy europesymistów, drugi – jest wyrazem poglądów eurooptymistów.

W tym kontekście chciałbym zaproponować następujące rozróżnienie eurooptymizmu i europesymizmu, które są systemami poglądów na przyszłość Europy. Eurosceptycyzm i euroentuzjazm są systemami poglądów na temat teraźniejszości i przyszłości Unii Europejskiej.

### 19.3. Scenariusz pesymistyczny

Scenariusz pesymistyczny można sformułować w trzech tezach:

1. Europa nie przezwycięży głębokiego kryzysu przełomu XX i XXI wieku i pójdzie śladem XVIII wiecznej Wenecji. Te wizję w sposób dramatyczny szkicuje Jałowiecki (2006).
2. Europa stanie się najsłabszym ogniwem w systemie czterech megaprzestrzeni prezentowanych w artykule Kuklińskiego (2006): USA, Europy, Chin i Indii.

**Tab. 1.** Udział wybranych krajów w światowym PKB

Podmiot	2004	2025	2050
USA	28%	27%	26%
Unia Europejska	34%	25%	15%
Japonia	12%	7%	4%
Chiny	4%	15%	28%
Indie	2%	5%	17%
Reszta świata	20%	21%	10%
Świat	100%	100%	100%

Źródło: „Business Week” (2005).

3. Punkt przejścia – punkt przelania na drodze od europejskiego sukcesu do europejskiej katastrofy – został już przekroczony. Teoretyczne i empiryczne uzasadnienie tego poglądu znajdujemy w opracowaniu György’ego (2006).

W tym ujęciu odpowiedź na pytanie, jak uniknąć katastrofy, jest bezprzedmiotowa. Można tylko zastanawiać się jak zmniejszyć skalę katastrofy europejskiej.

#### 19.4. Scenariusz optymistyczny

Dla jasności prezentacji przyjmujemy, że scenariusz optymistyczny można przedstawić również w trzech tezach:

1. Europa przezwycięży głęboki kryzys przełomu XX i XXI wieku. Można odwołać się do długiej i pięknej historii naszego kontynentu i wykazać, że głęboki kryzys i tragiczne dramaty występowały wielokrotnie w dziejach Europy. Nigdy jednak nie wystąpiła sytuacja, w której Europa nie potrafiła przezwyciężyć kryzysu. Dlaczego taka sytuacja ma być udziałem XXI wieku?
2. Gospodarka europejska, a zwłaszcza gospodarka oparta na wiedzy, odzyska dynamikę rozwojową (Delanghe, 2006; The Economist, 2006). Europa stanie się równorzędnym aktorem w systemie czterech megaprzestrzeni globalnych.
3. Na horyzoncie XXI wieku pojawi się nowy punkt zwrotny symbolizujący metaforę Nowego Europejskiego Renesansu (Britannica, 1991, s. 967). Nowy Europejski Renesans będzie nową erupcją wiedzy i wyobraźni, nauki i sztuki. Wizja tego rodzaju może być uznana za naiwny optymizm. Były jednak w doświadczeniu historycznym Europy zjawiska i przełomy, które realizowały wizję naiwnego optymizmu.

Dzieje Unii Europejskiej można odczytać jako łańcuch, w którym realizacja wizji naiwnego optymizmu (*hinc et nunc*) odegrała ogromną rolę.

#### 19.5. Kontekst literatury przedmiotu

*Creare est facere aliquid ex nihil.*<sup>1</sup> To jest ogromny problem filozoficzny, społeczny, ekonomiczny, naukowy i kulturowy. Jest to problem transdyscyplinarny w bardzo szerokim tego słowa znaczeniu. Pełna analiza tego problemu przekracza ramy tego wstępnego artykułu dyskusyjnego. Chciałbym tylko zasygnalizować „szkoły” myślenia trzech autorów, którzy ułatwią podjęcie pasjonującego tematu kreatywności.

1. Pierwszym autorem jest Roman Galar (2006), który swoim sceptycznym myśleniem na temat deficytu innowacji przełomowych zwrócił uwagę na konflikt pomiędzy wolnością tworzenia a perfekcjonizmem odtwarzania.

<sup>1</sup> „Tworzenie to robienie czegoś z niczego” – tłum. red.

2. Drugim autorem jest Andrzej Wierzbicki (2006), który wprowadził pojęcie kreatywnej przestrzeni.
3. Trzecim autorem jest Richard Floryda (2005, 2004; Nathan 2005), który w nowy sposób spojrział na dynamikę rozwoju społeczeństwa i technologii.

Problem Europy kreatywnej jest problemem nowym, podejmowanym w kontekście losów naszego kontynentu i XXI wieku. Jest to jednak jednocześnie problem odwieczny, tkwiący głęboko w korzeniach cywilizacji europejskiej.

### **19.6. Trzy fundamenty Europy kreatywnej**

T.L. Friedman (2005, s. 441) cytuje obserwację Alberta Einsteina – „Imagination is more important than knowledge”. Jest to paradoks pozorny (Kwiatkowski, 2006). W istocie rzeczy wiedza i wyobraźnia to dwa zintegrowane elementy złożonego zjawiska kreatywności.

Kreatywność nie rozwinię się jednak bez trzeciego filaru, którym jest wolność. Klimat wolności rozwija wiedzę i wzbogaca ducha wyobraźni. Kreatywny geniusz Mikołaja Kopernika rozkwitał nie tylko dzięki jego wiedzy i wyobraźni. Ten geniusz rozkwitał w klimacie wolności intelektualnej, która panowała w Polsce Jagiellonów.

Kreatywna Europa XXI wieku nie uzyska blasku nowego renesansu bez integracji wiedzy, wyobraźni i wolności.

### **19.7. Kreatywna gospodarka europejska**

W ciągu ostatnich 10 lat uważaliśmy, że gospodarka oparta na wiedzy jest kluczowym elementem transformacji gospodarki globalnej (Kukliński, 2001). „Business Week” stawia tezę, że wchodzimy w nową erę – erę gospodarki kreatywnej (Nussbaum, 2005):

*Gospodarka wiedzy jaką znamy obecnie jest przestaniana przez coś nowego – nazwijmy to gospodarką kreatywną. (...) Korporacje amerykańskie ewoluują w kierunku następnego poziomu działalności gospodarczej. To co było kiedyś centralne dla korporacji – cena, jakość, jak również układ analityczny związany z wiedzą – jest teraz przekazywany w ręce wysoko wyszkolonych Chińczyków, Hindusów, Węgrów, Czechów i Rosjan.*

*W stopniu wzrastającym główną kompetencją jest kreatywność – właściwe tworzywo mózgu, które sprawne korporacje opanowują po to, aby generować najwyższe piętra wzrostu. Zmieniają się reguły gry. Nie chodzi już o matematykę i naukę. Chodzi o kreatywność, wyobraźnię, a nade wszystko – o innowacje.*

Gospodarka kreatywna i kreatywne społeczeństwo (Floryda, 2005) stają się najważniejszym wyzwaniem XXI wieku. Kto najlepiej potrafi sprostać temu wyzwaniu? Czy wyobraźnia będzie najważniejszą siłą napędową gospodarki i społeczeństwa XXI wieku? Czy rzeczywiście teoria i praktyka gospodarki kreatywnej przesłoni teorię i praktykę gospodarki opartej na wiedzy?

Wizja promowania kreatywnej gospodarki europejskiej to jest wyzwanie o znacznie większej skali i wyobraźni, aniżeli strategia lizbońska.

### **19.8. Kreatywne regiony europejskie**

Regiony (2006, 2005) stają się najważniejszymi elementami strategicznymi kreatywnej Europy XXI wieku. Region jest układem gospodarczym, społecznym i kulturalnym, w którym w sposób szczególnie efektywny występuje twórcza integracja wiedzy, wyobraźni i wolności.

Istnieje ogromna literatura przedmiotu poświęcona regionom innowacyjnym. Ta literatura może być pięknym punktem startowym w formułowaniu i aplikacji koncepcji regionu kreatywnego.

### **19.9. Kreatywna edukacja europejska**

Diagnoza stanu (Pawłowski, 2006) systemu europejskiej edukacji z pewnością ukaże, że system ten – o ile istnieje – nie przyjmuje kanonu kreatywności, jako fundamentu swojego działania. Procesy integracji nie stworzyły jeszcze systemu europejskiej edukacji. Natomiast systemy edukacyjne poszczególnych krajów europejskich są w dalszym ciągu emanacjami ideologii XIX-wiecznego państwa narodowego.

W tym kontekście pojawia się rewolucyjny postulat w stosunku do Unii Europejskiej. W najbliższej dekadzie trzeba stworzyć europejski system edukacji, który przyjmie kanon krzewienia kreatywności, jako fundament swojego działania. Sukces takiego systemu edukacji jest warunkiem *sine qua non* sukcesu Europy kreatywnej.

### **19.10. Kreatywna Unia Europejska**

Zgadzam się z obserwacją Galara (2006), że Komisja Europejska jest instytucją, która promuje przede wszystkim perfekcjonizm. Warto zacytować fragment artykułu tego autora (Galar, 2006):

*W niniejszej wypowiedzi zwracam uwagę na niedostatki starożytnej maksymy quidquid agis prudenter agas et respice finem, ujawniające się, gdy zastosować ją jako wytyczną polityki zarządzania rozwojem. Technokratyczna fiksacja na tworzeniu przyszłości poprzez realizację dobrze wytyczonych celów z wyraźnie określoną odpowiedzialnością i terminami jest zrozumiała, bo na ogół skuteczna. Problem w tym, że takie podejście niszczy pożywkę kulturową umożliwiającą powstawanie innowacji przełomowych. Zrozumienie subtelnych uwarunkowań kulturowych wymyka się roztropności potrzebnej w konkretnych działaniach, niemniej, w dłuższej perspektywie, podtrzymywanie tych uwarunkowań może okazać się najważniejsze. Do szerokiej publiczności zaczyna już docierać, że wbrew lansowanemu w mediach opiniiom zasilanie innowacyjne gospodarki wyraźnie się zmniejsza – i to od dłuższego już czasu – co może zapowiadać koniec „epoki postępu”. Próbuję uzasadnić pogląd, że u podstaw tego niebezpiecznego zjawiska leży niezrozumienie relacji zachodzących między ludzkimi dążeniami do wolności i do doskonałości. Kłopot polega na tym, że rozwój technik informacyjnych otworzył nowe horyzonty perfekcji naruszając tym samym niezbędną równowagę.*

Nie będę w tym kontekście referował pełnego tekstu artykułu Galara. Powiem tylko, że trzeba zmienić najbardziej podstawowe elementy filozofii działania Komisji Europejskiej. Komisja ta powinna realizować wizję Europy kreatywnej.

### **19.11. Uwagi końcowe**

6 maja 2006 roku Kukliński i Pawłowski (2006a) przedstawili propozycję opracowania i zrealizowania wielkiego, europejskiego programu badawczego – „Kreatywna Europa jako kluczowe wyzwanie XXI wieku”. Ten artykuł jest pewną próbą zagajenia dyskusji nad założeniami tego programu. W dyskusji tej można wykorzystać bogaty i zróżnicowany tom, który w ostatnich dniach ukazał się na półkach księgarskich (Kukliński i Pawłowski, 2006).

### **Bibliografia:**

1. Ash T.G. (2005), *Wolny Świat*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków.
2. Britannica (1991), *Leonardo as artist and scientist. Leonardo da Vinci*, The New Encyclopedia Britannica, Vol. 22, Chicago.
3. Buchanan P. (2005), *Śmierć Zachodu*, Wektory, Wrocław.
4. Business Week (2005), *China and India. The challenge and opportunity. What do you need to know about the nations that will transform the global economy?*, „Business Week – European Edition“, August 22-25.
5. Cooper R. (2003), *The Breaking of Nations Order and Chaos in the Twenty First Century*, Atlantic Month Press, New York.

6. Davies N. (1998), *Europa*, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak, Kraków.
7. Delanghe H., U. Muldur, S. Arnaldi, J.M. Rousseau, R. Galar (2006) [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
8. Florida R. (2005), *Cities and the creative class*, Routledge, New York.
9. Florida R., I. Tinagli (2004), *Europe in the creative age*, Carnegie Mellon, Software Industry Center.
10. Friedman T.L. (2005), *The world is flat. A brief history of the Twenty First Century*, Farrar, Straus and Giroux (NY).
11. Galar R. (2006), *Bariery pojęciowe na drodze europejskiej kreatywności* [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
12. Gąsior-Niemiec A. (2006), *Europa jako kontynent imigracyjny* [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
13. György M. (2006), *Przyszłość Europy* [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
14. Jałowiecki B. (2006), *Brukselskie scenariusze, czy europejska Europa przetrwa do 2050 roku?* [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
15. Kukliński A. (2001) (red.), *Gospodarka oparta na wiedzy – Wyzwania dla Polski XXI wieku*, KBN, Warszawa.
16. Kukliński A. (2005), *Strong or weak Europe* [w:] A. Kukliński, K. Pawłowski (red.), *Europe – the global challenges*, Wyższa Szkoła Biznesu - National-Louis University w Nowym Sączu, Nowy Sącz.
17. Kukliński A. (2006), *Transformacja sceny globalnej* [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
18. Kukliński A. i Pawłowski K. (2006) (red.), *Przyszłość Europy – Wyzwania globalne – Wybory strategiczne*, Wyższa Szkoła Biznesu - National-Louis University w Nowym Sączu, Nowy Sącz.
19. Kukliński A. i K. Pawłowski (2006a), *The creative Europe, The crucial challenge of the XXI century. A first tentative outline of an European Research Project*, Warszawa – Nowy Sącz, May 6<sup>th</sup>.
20. Kwiatkowski S. (2006), *Uliczka globalna* [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
21. Nathan M. (2005), *The wrong staff, creative class theory, diversity and city performance*, “Center for Cities Discussion Paper” No. 1, September.
22. Nussbaum B. (2005), *Get creative – How to Build Innovative Companies?*, “Business Week”, August 8-15, p. 52.
23. Pawłowski K. (2006), *Edukacja - Klucz do przyszłości Europy* [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
24. *Regiony* (2005), część 3. i 4. [w:] A. Kukliński i K. Pawłowski (eds.), *Europe – the strategic choices*, WSB-NLU, Nowy Sącz.
25. *Regiony* (2006), część 6. [w:] Kukliński i Pawłowski (2006).
26. Spengler O. (2001), *Zmierzch Zachodu*, Wydawnictwo KR, Warszawa.
27. The Economist (2006), *Europe is economically inflexible but socially mobile*, “The Economist”, May 27.
28. Wierzbicki A.P., Y. Nakamori (2006), *Creative space. A method of integration of recent knowledge creation theories* [w:] A. Kukliński, B. Skuza (red.), *The Turning points in the transformation of the global scene*, Rewasz, Warszawa 2006.