

Paweł Szlachta

CREATIVE ECONOMY – INNOWACJE I WYZWANIA. KLASTER PRZEMYSŁÓW KULTURY I CZASU WOLNEGO

Wyobraźnia jest ważniejsza niż wiedza. Wiedza jest ograniczona.
Wyobraźnia okrąży świat.
Albert Einstein

Albert Einstein, wypowiadając te słowa, nie odnosił się do konkretnej dziedziny nauki, kultury czy innej formy ludzkiej aktywności, lecz do sposobu podejścia do problemu. Wyobraźnia w procesie kreatywnego myślenia podpowiada rozwiązania nie zawsze rewolucyjne w założeniach, a najczęściej łączące elementy bądź fakty już istniejące. Wynikiem tego procesu jest innowacja.

Ross A. Webber stwierdzał, że „twórczość będziemy określać jako generowanie pomysłu”¹, który może zaowocować powstaniem innowacji, np. wytworzenia nowego wyrobu, usługi, procesu, struktury czy metody; Yoneji Masuda, odpowiedzialny za japońską rewolucję komputerową, pisał zaś, iż „czas wolny zastąpi akumulację materialną jako wartość krytyczną i nadrzędny cel społeczny”². W swej książce konstatuje, iż „rewolucja informatyczna będzie się przyczyniać do powstawania większej ilości czasu wolnego, dzięki czemu ludzie będą mogli swobodnie i dobrowolnie decydować o swojej przyszłości”³. Uważa on, że przejście od wartości materialnej do wartości czasu wolnego jest punktem zwrotnym w ewolucji naszego gatunku. Formy spędzania czasu wolnego będą się zmieniać na korzyść rozrywki i turystyki kulturalnej, dlatego też wzrasta znaczenie tzw. przemysłów czasu wolnego i przemysłów kultury (co daje szansę na wzrost zatrudnienia w tych sektorach). Internet spełni tu kluczową rolę, jako platforma najszybszej informacji umożliwiającej wybór oferty, dostępnej przy użyciu bezprzewodowych urządzeń przenośnych, pozwalających cieszyć się wolnością przestrzeni, czasu i wyboru.

Wiek XXI nazwać można, jak określił go w tytule swej książki Jeremy Rifkin, „wiekiem dostępu”. Jesteśmy świadkami, a zarazem uczestnikami globalnych proce-

¹ H. Green, *Web idee. 50 internetowych pomysłów*, „BusinessWeek”, styczeń 2004.

² Y. Masuda, *The Information Society as Post-Industrial Society*, Washington 1981.

³ Tamże.

sów transformacyjnych w gospodarce, telekomunikacji, dotyczących transferu informacji i technologii, modelu pracy oraz stylu życia i spędzania wolnego czasu. Jak pisze Rifkin: „Transformacja kapitalizmu z przemysłowego w kulturowy już zakwestionowała obecne podstawowe założenia, na których opiera się społeczeństwo. Stare instytucje ufundowane na relacjach własnościowych, wymianie rynkowej i akumulacji bogactwa powoli tracą rację bytu i ustępują erze, w której kultura staje się najważniejszym zasobem komercyjnym, czas i uwaga najbardziej wartościowymi dobrami, a życie każdego człowieka jest dla niego ostatecznym rynkiem”⁴. I dalej: „Jesteśmy w trakcie długofalowego przejścia od produkcji przemysłowej do produkcji dóbr kultury. Coraz większe obroty notuje nowoczesny handel i marketing licznych doświadczeń kulturowych, a nie tradycyjnych dóbr i usług o charakterze przemysłowym. Podróże dookoła świata, turystyka, miasteczka i parki rozrywki, zabawa i rekreacja, moda i kulinaria, sport i zawody, hazard, muzyka, film, telewizja, wirtualne światy w cyberprzestrzeni oraz wszelkiego rodzaju propozycje spędzania wolnego czasu transmitowane drogą elektroniczną stają się szybko ośrodkiem nowego hiperkapitalizmu, w którym handluje się dostępem do przeżyć kulturalnych”⁵.

Konsekwencje przemian technologicznych nie ominęły także modelu pracy i sposobów zatrudnienia. Prawie 50 lat temu, kiedy zaczynała się rewolucja komputerowa, Herbert Marcuse, filozof i psycholog, sformułował twierdzenie, iż: „Automatyzacja grozi możliwością odwrócenia relacji między czasem wolnym a czasem pracy. Czas pracy może stać się marginalny, a czas wolny pełnoetatowy”⁶. W tym kontekście wypowiada się również Rifkin w kolejnej swej książce zatytułowanej *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*⁷. Podaje on także zagrożenia, jakie płyną ze strony mechanizacji i technologizacji pracy, takie jak wzrost bezrobocia i napięć społecznych tym spowodowanych, jednak formułuje tezę, iż ratunkiem dla wielu z tych osób jest zatrudnienie w trzecim sektorze i przemysłach czasu wolnego. Na trend owych przemian odpowiadają strategie budowania społeczeństw informacyjnych w krajach wysoko rozwiniętych i przechodzenie do tego modelu krajów, takich jak Polska, które znajdują się w fazie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. W działaniach tych przodują USA, Korea Południowa i Japonia, a starają się nadrobić dystans kraje Unii Europejskiej.

„Kaizen” – proces ciągłego doskonalenia

To japońskie określenie jest najważniejszą umiejętnością ery informacyjnej. Otwarta i ciągła innowacyjność, w świecie globalnego obiegu informacji będzie decydować o przewadze konkurencyjnej oraz sukcesie w „wieku dostępu”. Dotyczy to tak-

⁴ J. Rifkin, *Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia*, Wrocław 2003.

⁵ Tamże.

⁶ H. Marcuse, *Eros and Civilization*, Boston 1955.

⁷ J. Rifkin, *Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*, Wrocław 2003.

że form dystrybucji, która przez przeniesienie do przestrzeni wirtualnej zmienia dotychczasowy charakter.

Obserwując z uwagą procesy globalizacyjne, można stwierdzić, przytaczając przykład *Powłoki kultury* Derrick'a de Kerckhove'a, iż media elektroniczne tworzą w wieku dostępu „system nerwowy kultury”⁸.

Frank Sinatra mawiał niekiedy, że „Człowiek zużywa dziś na wszystko mniej czasu i więcej pieniędzy i właśnie to nazywa się u nas postępem”. Umberto Eco zaś potwierdza zalety digitalizacji zbiorów, łatwego dostępu do literatury w Internecie oraz do informacji w sposób nieliniowy, mówiąc: „Wszystkie płyty kompaktowe, razem z komputerem, zajmują u mnie piątą część miejsca, jakiego wymaga drukowana encyklopedia”⁹. Uspokaja równocześnie konserwatystów lubiących zapach farby drukarskiej twierdzeniem, iż: „Książka to jeden z niewielu wynalazków, które nie wymagają ulepszeń. Jest dobra w istniejącym kształcie – jak młotek, nóż, łyżka czy nożyczki”¹⁰.

Hiszpański socjolog Manuel Castells, autor trylogii *Wiek informacji: ekonomia, społeczeństwo i kultura*, który został obwołany intelektualnym patronem Doliny Krzemowej i pierwszym filozofem cyberprzestrzeni, twierdzi, że „Wszystko, co ma znaczenie to wymiana impulsów w sieci. (...) Książka, żeby przetrwać, musi się znaleźć w Internecie. Sieć jest ostatnią nadzieją kultury pisanej, wielką nadzieją. (...) Za dziesięć lat uniwersytety przestaną kupować książki, z nielicznymi wyjątkami. Reszta będzie dostępna w sieci”¹¹.

Internet – jak przewidują eksperci Międzynarodowej Unii Telekomunikacyjnej ITU – stanie się podstawową platformą komunikacyjną epoki postindustrialnej. Znajdzie się w każdym domu jako proste w użyciu i tanie narzędzie łączności i transmisji wideo¹².

Zdarza się jeszcze spotkać osoby, które przemian tych nie rozumieją i twierdzą, iż wszystkie te wynalazki to jedynie mało istotne „gadżety dla młodych”, korzystając jednocześnie z telefonu komórkowego. Przypomina to przypadek Platona, który obarczył wynalazek pisma winą za osłabianie pamięci i powodowanie myślowego zubożenia. Sam natomiast, aby nadać rozgłos i tej idei, prezentował ją na piśmie.

Zmiany w organizacji i finansowaniu sektora kultury

Zmiany, jakie zaszły w naszym kraju w okresie transformacji ustrojowej, miały wpływ nie tylko na gospodarkę czy kształtowanie społeczeństwa obywatelskiego. Sektor kultury poddany prawom rynkowym, jak np. przemysł muzyczny, został niemal w całości sprywatyzowany, jednakże nie szła za tym faktem zmiana jakościowa. Zabrakło całościowej i spójnej polityki państwa dotyczącej sfery kultury, która, odpowiadając na nową sytuację społeczno-ekonomiczną, w sposób systemowy i konsekwentny realizowałaby zasady nowoczesnego zarządzania kulturą i dziedzictwem narodowym.

⁸ http://www.cytaty.moje.pl/?id=101&id_a=482&od=0

⁹ U. Eco, *Dla prawdy najlepszy jest papier*, „Forum” 2004.

¹⁰ Tamże.

¹¹ C. Barney, *Wywiad z Manuelem Castells'em*, „Magazyn Sztuki” 2000, nr 24.

¹² M. Rabij, *Opcja dla gadułów*, „Newsweek” 23 V 2004.

W wyniku decentralizacji państwa obowiązek organizacji i finansowania kultury spadł w głównej mierze na samorządy lokalne. Jedynie podmioty o statusie narodowej instytucji kultury są dotowane z budżetu centralnego Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. Podział środków finansowych na szczeblu lokalnym nie pozwala w pełni rozwijać się instytucjom i organizacjom kulturalnym, borykającym się na co dzień także z problemami lokalowymi i etatowymi. Brak profesjonalnej kadry, przygotowanej do funkcjonowania w realiach gospodarki opartej na wiedzy, „masowej współpracy” i „kreatywnej gospodarce”¹³, jest powodem stagnacji i braku nacisku na wprowadzanie zmian oraz innowacji w tychże podmiotach.

Przemysły kultury i czasu wolnego

Z ery, w której biznes był naszą kulturą, znaleźliśmy się w erze, w której kultura staje się naszym biznesem
Marshall McLuhan

Przemysły kultury na świecie i w Unii Europejskiej są odmiennie definiowane ze względu na zakres sfery, jaką obejmują. Wypracowana w 1982 roku na konferencji UNESCO w Montrealu definicja mówi, iż jest to działalność w zakresie „produkcji, reprodukcji, magazynowania i dystrybucji na dużą skalę dóbr i usług kultury”¹⁴.

Nie przystaje ona jednak do dzisiejszego stanu rozwoju owych przemysłów. Dlatego też jest potrzebne szerokie rozumienie owego terminu, gdzie jednym z ważniejszych kryteriów jest nastawienie na zysk: „wszelkie przedsięwzięcia w dziedzinie kultury, sztuki i mediów działające w ramach reguł rynkowych”¹⁵ lub „zorientowana rynkowo działalność tych instytucji, które zajmują się produkcją oraz dystrybucją dóbr i usług kultury, czyli takich, których wartość płynie z ich funkcji jako nośników znaczeń przez obrazy, symbole, znaki i dźwięki”¹⁶.

Przemysły kultury i czasu wolnego to jeden z najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów gospodarki, wytwarza – w 2003 roku według raportu Kerna – średnio 2,6% PKB w krajach Unii Europejskiej¹⁷. W Polsce – według danych Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego z 2000 roku – było to około 4,5% PKB¹⁸.

Ten sektor generuje także dużą liczbę atrakcyjnych miejsc pracy, co jest tendencją globalną. W 2004 roku było to około 230 800 osób, co stanowiło 1,7% ogółu zatrudnionych Polaków.

Z uwagi na zachodzące zmiany, takie jak wydłużenie okresu życia i starzenie się społeczeństw oraz wzrost dochodów, zmianę modelu spędzania wolnego czasu z pasywnego na aktywny (turystyka kulturalna, biznesowa, uzdrowiskowa czy religijna), istotna staje się kwestia zagospodarowania tego obszaru rynku.

¹³ Zob. M. Smoleń, *Przemysły kultury. Wpływ na rozwój miast*, Kraków 2003.

¹⁴ *Cultural Industries, A challenge for the future culture*, Paris 1982.

¹⁵ M. Smoleń, dz. cyt.

¹⁶ Tamże, s. 26.

¹⁷ A. Stępniewska, *Przemysły kultury w Polsce – aktualne wyzwania*, Warszawa 2007.

¹⁸ Tamże.

Klasyfikacja przemysłów kultury jest zadaniem trudnym choćby ze względu na interdyscyplinarność działań niektórych podmiotów. Można jednak wyróżnić:

- przemysł filmowy,
- przemysł muzyczny,
- przemysł książki,
- przemysł reklamy,
- przemysł medialny (telewizja, radio, prasa, Internet, mobile),
- sztuki sceniczne,
- galerie i handel sztuką,
- działalność artystów i rzemiosło artystyczne,
- konserwacja zabytków i dzieł sztuki.

Natomiast przemysły czasu wolnego można podzielić na:

- turystykę,
- rekreację,
- gastronomię.

Należy zaznaczyć, iż termin przemysły kultury nie odnosi się do wartości kultury i sztuki, lecz dotyczy sposobu organizacji, zarządzania, multiplikacji i dystrybucji jej produktów i usług.

Każdy wygrywa – co to jest klaster?

Koncepcja klastrów zyskuje obecnie coraz większą popularność w Europie i w Polsce, jako atrakcyjne i efektywne narzędzie podnoszenia konkurencyjności oraz innowacyjności gospodarek lokalnych i regionalnych.

Pojęcie klastra w odniesieniu do struktury organizacyjnej i sposobu współpracy przedstawił Michael Porter na początku lat dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku. Nawiązał w ten sposób do tradycji włoskich dystryktów przemysłowych, a zdefiniował je jako: „geograficzne skupisko wzajemnie powiązanych firm, wyspecjalizowanych dostawców, jednostek świadczących usługi, firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji (np. uniwersytetów, stowarzyszeń branżowych, jednostek normalizacyjnych). Podmioty działające w ramach klastra konkurują ze sobą, wchodzą we wzajemne interakcje (formalnie i nieformalnie), ale przede wszystkim znajdują pewne obszary do współpracy”¹⁹.

Aby można było mówić o klastrze, musi być spełnionych kilka warunków, takich jak: przekroczenie masy krytycznej podmiotów kooperujących z sektora biznesu, zaangażowanie i wsparcie władz samorządowych, transfer wiedzy z uczelni wyższych, udział jednostek badawczo-rozwojowych oraz branżowych organizacji pozarządowych (stowarzyszeń i fundacji).

Najbardziej znanym przykładem klastra jest kalifornijska Dolina Krzemowa, gdzie na obszarze kilkuset kilometrów kwadratowych ulokowanych jest ponad 6000 firm z sektora teleinformatycznego, które konkurują ze sobą, wprowadzając innowacyjne produkty i usługi, a jednocześnie współpracują przy dużych projektach (powołując

¹⁹ M. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, London 1990.

konsorcja). Dzięki przepływowi wiedzy, tzw. *know-how*, z uczelni i jednostek badawczo-rozwojowych, dużej liczby wysoko wykwalifikowanych absolwentów, kadry naukowej i ich częstej rotacji, następuje transfer wiedzy, doświadczenia i dobrych praktyk, co skutkuje komercjalizacją wyników badań naukowych, które wypuszczone w postaci produktów i usług konkurują na globalnym rynku²⁰.

Klasyry tym m.in. różnią się od sieci, iż oprócz współpracy występuje w nich konkurencja, rozumiana jako presja na zmiany, dyfuzja innowacji i zwiększenie wydajności. Efekty synergii dzięki funkcjonowaniu w takiej strukturze dają korzyści wszystkim podmiotom należącym do klastra, w imię zasady „każdy wygrywa” (*win-to-win*), będącej podstawą nowej formuły współpracy ery informacyjnej, nazywanej „kapitalizmem sojuszników”.

Klaster Przemysłów Kultury i Czasu Wolnego

Na zwycięstwo mogą liczyć PBK – pomysłodawcy bez kapitału,
z kolei na porażkę skazani są KBP – kapitaliści bez pomysłów.
D.H. Bags

Klaster Przemysłów Kultury i Czasu Wolnego – to inicjatywa sieciowej współpracy podmiotów z sektora szeroko rozumianych przemysłów kultury i czasu wolnego, biznesu, administracji publicznej, organizacji pozarządowych, uczelni wyższych oraz jednostek badawczo-rozwojowych, odpowiadająca na wyzwania dzisiejszych czasów, potrzeby otwarcia na zmiany, wprowadzania innowacji, dążenia do statusu społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy, w dobie konwergencji mediów cyfrowych i powszechnej digitalizacji treści, w zaistniałych realiach nowego, interaktywnego modelu uczestnictwa w kulturze – jej tworzenia i konsumowania oraz zmiany sposobu ochrony własności intelektualnej z *copyright* na *creative commons*.

Idea powstania Klastra

Powstanie Klastra jest odpowiedzią na zapotrzebowanie sektora przemysłów kultury i czasu wolnego, który dawno już przekroczył masę krytyczną niezbędną do stworzenia sieci współpracy. Koncepcja ta wykorzystuje potencjał miast i regionów, czym wpisuje się w strategię ich rozwoju i promocji, programy operacyjne, strategię informatyzacji i rozwoju społeczeństwa informacyjnego oraz strategię innowacyjności realizowane dzięki Regionalnym Systemom Innowacji (RIS) itp.

Dzięki funkcjonowaniu w Internecie – medium globalnym – w ramach międzyregionalnej sieci współpracy jest możliwe uzyskanie korzyści tzw. efektu skali. Otwiera to także możliwości finansowania ze środków unijnych, gdyż polityka wspierania klastrów jest jednym z priorytetów Wspólnoty, która w ramach programu *Innowacyjna Gospodarka*, będzie przeznaczać na rozwój przedsiębiorczości w Polsce ponad miliard euro rocznie.

²⁰ Zob. S. Szultka, *Klasyry. Innowacyjne wyzwanie dla Polski*, Gdańsk 2004.

Kluczowym czynnikiem rozwijania związków kooperacyjnych w ramach klastra jest wykorzystanie technologii informatycznych w postaci konwergentnej platformy internetowej, która będzie jednym z narzędzi współpracy. Wymiana informacji, prowadzenie wspólnych projektów w sieci, możliwość weryfikacji bądź rekomendacji partnera biznesowego, system płatności *on-line*, dostęp do baz danych, wyszukujących samodzielnie przez założone kryteria, oraz kojarzący partnerów biznesowych, to tylko niektóre z opcji dostępnych dla członków powstającego klastra.

Drugą częścią platformy internetowej będzie portal społecznościowy oparty na modelu Web 2.0. Pozwoli on na zbudowanie społeczności branżowej, wymianę uwag i doświadczeń oraz lepsze poznanie i zrozumienie wzajemnych potrzeb.

Łańcuchy wartości (*value chain*), produkcji i dystrybucji, o których pisał Porter, istnieją w każdym z przemysłów kultury i czasu wolnego. Aby zorganizować koncert, potrzeba od kilku do kilkunastu podmiotów (m.in. artysta, menedżer, firma oświetleniowa, nagłośnieniowa, operator sali/miejsca, drukarnia, dystrybutor biletów, ekspozytor plakatów, media), które przygotowują poszczególne sekwencje w łańcuchu, dając wynik w postaci wydarzenia artystycznego. Te podmioty w większości wypadków nie mogą funkcjonować w innych łańcuchach, tak więc ich kooperacja jest warunkiem ich istnienia. Dzięki klastrowi będzie możliwe znalezienie partnerów do współpracy w całej Polsce, redukcja kosztów, przyspieszenie pracy, usprawnienie procesów, skorzystanie z efektu skali oraz zwiększenie przychodów.

Cele Klastra

Realizacja założonych celów musi być rozpatrywana w długim horyzoncie czasowym. Są to działania długofalowe i – jak pokazuje analiza SWOT – zależne od wielu czynników zewnętrznych i wewnętrznych. Priorytetem Klastra jest połączenie zasobów z potrzebami, kojarzenie partnerów biznesowych i rozwijanie współpracy branżowej w sektorze przemysłów kultury i czasu wolnego, dyfuzja *know-how* i *tacit knowledge* (wiedzy ukrytej), profesjonalizacja kadry przez dostarczanie kompleksowej wiedzy w ramach szkoleń i warsztatów, stworzenie systemu zintegrowanego zarządzania owymi sektorami z uwzględnieniem długookresowej perspektywy czasowej, wspieranie uzyskiwania przewag konkurencyjnych przez implementację innowacji i usprawnianie procesów oraz rozwijanie postaw przedsiębiorczych zwłaszcza wśród studentów i absolwentów uczelni artystycznych.

Struktura Klastra

Klaster o międzyregionalnym zasięgu działania powstaje w Krakowie. Współpraca będzie się odbywać z najważniejszymi ośrodkami przemysłów kultury i czasu wolnego, jak Warszawa, Łódź, Trójmiasto, Poznań, Wrocław, Śląsk, Zakopane. Klaster będzie posiadać osobowość prawną, będzie zarządzany przez fundację (obecnie w rejestracji). Termin podpisania umowy o powołaniu klastra jest planowany na przełom 2007 i 2008 roku.

Oprócz zarządzania współpracą na platformie internetowej i prowadzenia biura Klastra będzie też posiadać inkubator, spełniający dwie funkcje. Pierwsza to wynajem powierzchni biurowych i pracowni dla artystów, zapewnienie obsługi logistycznej, prawnej i księgowej, druga to funkcja impresaryjna, gdzie będzie możliwe m.in. komercjalizowanie pomysłów artystów i twórców z opcją założenia działalności gospodarczej.

Partnerzy Klastra

Spektrum partnerów Klastra jest szerokie: od firm i podmiotów działających w przemysłach kultury i czasu wolnego, poprzez instytucje otoczenia biznesu, sektor publiczny, sektor pozarządowy, do uczelni wyższych o profilu artystycznym.

„Foresight” – społeczna wizja przyszłości

Dla przeszłości nie można zrobić nic,
dla teraźniejszości prawie nic,
ale dla przyszłości wszystko.
Anonim

Planowanie strategiczne w wielu dziedzinach gospodarki, stało się w ostatnich latach domeną tych krajów, które wkroczyły już na drogę rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Przewidywanie kierunków rozwoju poszczególnych branż przemysłu, usług czy przemian społecznych nosi czasem znamiona samospełniającej się przepowiedni. Amerykański socjolog W.I. Thomas stwierdził, że jeżeli ludzie definiują jakieś sytuacje jako rzeczywiste, to takimi one się stają²¹. Czasami jednak przewidywania nie sprawdzają się, przypominając wróżenie z fusów. Bywa też tak, iż sami nie potrafimy przewidzieć rozwoju wypadków, gdyż zbyt wiele czynników i zmiennych decyduje o przyszłości. „Sięgaj, gdzie wzrok nie sięga” – chciałoby się powiedzieć. Zwłaszcza od ludzi kreatywnych, twórczych zajmujących się kulturą i sztuką można wymagać wskazania kierunków zmian lub ich wykreowania od podstaw w nowej rzeczywistości. Nie powinno się jednak przerażać tym, co przyniósł „wiek dostępu”, lecz spróbować wykorzystać nowe możliwości z pożytkiem dla sztuki. Marco Polo twierdził, że „Gdy nie można zawrócić, trzeba iść naprzód”.

Wydaje się zasadne, by w ramach Narodowego Programu Foresight Polska 2020²² określić kierunki rozwoju przemysłów kultury i czasu wolnego jako dynamicznego sektora gospodarki, traktowanego jako czynnik wzrostu ekonomicznego. Państwo natomiast oprócz stworzenia strategii na poziomie mikro i makro oraz systemu pośred-

²¹ E. Bendyk, *Wróżenie z bitów*, „Polityka” 15 V 2004.

²² Narodowy Program Foresight Polska 2020 – to wizje rozwoju priorytetów polityki naukowo-technicznej, służący jako narzędzie podejmowania bieżących decyzji i mobilizowania wspólnych działań, <http://www.foresight.polska2020.pl/mis/pl/oprogramie/idea.html>

niego wsparcia przemysłów kultury i czasu wolnego powinno prowadzić systematyczne badania służące podejmowaniu racjonalnych decyzji.

Bywają myśli tak głębokie, że pogrążają autora.
Anonim

W latach osiemdziesiątych XX wieku Neal Postman przestrzegał, iż „ekspansja kultury popularnej prowadzi do tego, że *zabawimy się na śmierć*”²³. Jednakże postulaty tych, którzy obawiają się owych przemian „wieku dostępu”, zmiany mentalności konsumentów kultury masowej i cyberkultury, wydają się nieuzasadnione. Karl Farkas stwierdził, iż „człowiek woli patrzeć przez dziurkę od klucza niż przez lunetę”²⁴, a przecież wyobraźnia jest naszą największą zaletą, inteligencja najcięższą bronią, a ciekawość najprostszą drogą do znalezienia innowacyjnych rozwiązań.



²³ N. Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*, 1985.

²⁴ A. Bianco, *Koniec epoki masowego rynku*, „BusinessWeek” 22 VII–4 VIII 2004.