

BEATA PRZYBOROWSKA

*Uniwersytet Mikołaja Kopernika
w Toruniu*

DLACZEGO POLACY NIE SĄ INNOWACYJNI? KONTEKSTY SOCJOPEDAGOGICZNE

ABSTRACT. Przyborowska Beata, *Dlaczego Polacy nie są innowacyjni? Konteksty socjopedagogiczne* [Why are Poles not Innovative? Socio-pedagogical Contexts]. *Studia Edukacyjne* nr 39, 2016, Poznań 2016, pp. 37-46. Adam Mickiewicz University Press. ISBN 978-83-232-3088-5. ISSN 1233-6688. DOI: 10.14746/se.2016.38.2

Innovation and being innovative are very important in different areas of our life. Reports indicate that Poland is characterized by little innovation. In this text I am focusing on the subjective dimension of innovation, which translates into a collective innovation, thus building innovation in all spheres of society. I wonder why Poles are not innovative as a society yet declare and manifest innovation at the individual level.

Key words: innovative society, innovation, education, Spiral Dynamics

Wprowadzenie

Innowacje i innowacyjność to słowa, które są powszechne w dyskursie publicznym dotyczącym różnych sfer praktyki społecznej w Polsce i na świecie. Jednocześnie raporty i rankingi innowacyjności od kilku lat wskazują na niski poziom innowacyjności Polski i społeczeństwa polskiego. Ostatni ranking innowacyjności Bloomberg Innovation Indeks 2016 bierze pod uwagę 6 wskaźników (jak badania i rozwój, patenty, edukacja, produkcja, wysokie technologie, pracownicy naukowci) i wskazuje na 50 najbardziej innowacyjnych gospodarek. Wśród nich w ostatnim rankingu znajdują się takie kraje, jak: Korea Południowa (1.), Niemcy (2.), Japonia (3.) i Szwajcaria (4.). Polska sytuuje się w nim na 23. pozycji (wzrost o 2 oczka w porównaniu

z rokiem 2015)¹. Wskaźniki decydujące o sumarycznym poziomie innowacyjności pokazują jedynie wymiar porównujący politykę innowacyjną różnych krajów. Pomimo że wyróżnione wskaźniki traktuje się rzeczywiście jako miarodajne to, jak pisze E. Bendyk, nie do końca są one w stanie ukazać realną wartość innowacyjności w danym kraju. Aby tak się stało, należałoby brać pod uwagę inne wskaźniki – endogenne, czyli innowacje społeczne i organizacyjne, tzw. pozatechnologiczne². W środowiskach naukowych i związanych z biznesem postuluje się w coraz większym zakresie promowanie oprócz innowacyjności technologicznej, niezbędnej w nadążaniu za światem, większe poświęcenie uwagi innowacyjności oddolnej, która wiąże się z humanistyką i edukacją. Warto zastanowić się nad innowacyjnością jako ideą i praktyką o ludzkim (indywidualnym) i społecznym wymiarze.

Zaskakująca i przecząca światowym rankingom innowacyjności jest wysoka samoocena jej poziomu wyrażana przez polskie społeczeństwo w badaniach ankietowych. Polacy w świetle prowadzonych badań czują się innowacyjni, za takich się uważają i tak są postrzegani przez innych (inne nacje). Raporty wskazują również na to, że Polacy podejmując pracę za granicą są cenieni i wykazują się zaradnością³. Jednocześnie, polska gospodarka jest traktowana jako mało innowacyjna. Wiele pomysłów na poprawę tego stanu mieli rządzący od lat politycy⁴. Aby pobudzić innowacyjność gospodarki, obecny rząd oraz MNiSW przygotowuje projekt tzw. Małej ustawy o innowacyjności. Celem tego projektu jest stworzenie narzędzi, które przyczynią się do wzrostu innowacyjności polskiej gospodarki⁵. Ministerstwo proponuje zwiększenie nacisku na współpracę nauki z biznesem. Proponuje przestawienie polskiej gospodarki z imitacyjnej na innowacyjną. Chce wzmocnić humanistykę, również poprzez promowanie innowacji społecznych⁶. Proponując pewne rozwiązania w tym zakresie, warto sięgnąć do Audytu Semiotycznego Innowacyjności, w którym Autorzy przestrzegają

¹ <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-19/these-are-the-world-s-most-innovative-economies> [dostęp 30.03.2016].

² E. Bendyk, *Złożony świat innowacji*, [w:] red. J. Żakowski, *Reforma Kulturowa 2020-2030-2040. Sukces wymaga mian* <http://www.kig.pl/raport-reforma-kulturowa-2020-2030-2040.html>. [dostęp 30.03.2016].

³ <https://www.msz.gov.pl/resource/b8b3993a-2df7-408b-a4c4-20b7ef465d34:JCR> [pobrano: 27.10.2015].

⁴ Patrz np. Raport Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności. Długookresowa Strategia rozwoju kraju, Warszawa 2013. <https://mac.gov.pl/files/wp-content/uploads/2013/02/Strategia-DSRK-PL2030-RM.pdf> [dostęp: 20.03.2016].

⁵ <http://www.nauka.gov.pl/aktualnosci-ministerstwo/jak-powinny-wygladac-polskie-innowacje-czekamy-na-wasze-opinie.html> [dostęp: 30.03.2016].

⁶ <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news,407959,gowin-dla-pap-polska-ma-byc-innowacyjna-a-nie-imitacyjna.html> [dostęp: 30.03.2016].

przed zjawiskami, jakie się obecnie dzieją w kontekście rozumienia i wdrażania innowacyjności w Polsce. Postulują, aby innowacyjność nie stała się schematem, formułą, urzędowym kryterium. Dostrzegają niebezpieczne nawoływanie do innowacyjności, które zaczyna nosić znamiona propagandy, a innowacyjność zaczyna być zamykana wyłącznie w obrębie firm⁷.

W niniejszym tekście skupię się na subiektywnym wymiarze innowacyjności, który przekłada się na innowacyjność zbiorową, budując w ten sposób innowacyjność we wszystkich sferach życia społeczeństwa. Zastanawiam się, dlaczego Polacy w wymiarze społecznym nie są innowacyjni, chociaż kompetencja ta deklarowana jest i przejawia się na poziomie indywidualnym.

Perspektywy analizy

W analizie zjawiska innowacyjności można wykorzystać AQAL – spójny model rozwoju ludzkiego potencjału. Jest to swoista mapa, która odnosi się do wielu znanych na świecie systemów i modeli ludzkiego rozwoju. Składa się na nią 5 czynników, które stanowią najistotniejsze elementy wpływające na ewolucję człowieka i społeczeństwa. W koncepcji tej nazywa się je ćwiartkami (kwadrantami), poziomami, liniami, stanami i typami. W niniejszym tekście posłużę się analizą jednego czynnika – poziomów świadomości. Clare Graves skonstruował teorię ewolucji świadomości, znaną jako *Spiral Dynamics*. Rozwinęli ją następnie Don Beck i Chris Cowan. Według tej teorii:

Czynnikiem stymulującym rozwój świadomości są zmieniające się warunki życia. Aby dostosować się do zmian, ludzie tworzą nowe, coraz bardziej złożone systemy pojęciowe, dzięki którym mogą sobie lepiej radzić, zapewnić przetrwanie i dalszy rozwój. Każdy model zawiera w sobie i przekracza wszystkie poprzednie, otwiera zatem nowe możliwości. Każdy poziom świadomości jest zorganizowany wokół systemu podstawowych wartości, wyrażających zbiorową inteligencję na danym etapie, a te same podstawowe wartości odnoszą się zarówno do całych kultur, jak i do jednostek ludzkich. System podstawowych wartości wyraża się poprzez memy, czyli samodzielnie rozprzestrzeniające się idee, zwyczaje, czy praktyki kulturowe⁸.

⁷ K. Polak, M. Żurawicka-Koczan, *Audyty semiotyczny innowacyjności*, Warszawa 2001. Semiotyk Solution. Pobrano ze strony PARP <https://www.parp.gov.pl/files/74/75/77/11715.pdf> [dostęp: 20.12.2015].

⁸ C. Graves, D. Beck, *Teoria Spiral Dynamics*, <http://www.wilber.pl/wiedza/spiral-dynamics/spiral-rozwoju> [dostęp: 30.03.2016].

Tabela 1

Tabela systemów wartości

<i>Kolor</i>	<i>Początek</i>	<i>Nadrzędne wartości</i>
turkusowy	ok. 1970	Globalny ład i odnowa
żółty	ok. 1950	Jakość życia i odpowiedzialność
[^] drugi przedział [^] zielony	ok. 1850	Harmonia wspólnoty i równości
pomarańczowy	1000 AD	Sukces i autonomia
niebieski	3000 BC	Stabilność i celowe życie
czerwony	7000 BC	Moc i działanie
purpurowy	50000 BC	Bezpieczeństwo i ochrona
beżowy	100000 BC	Przetrawianie

Źródło: na podstawie: D. Beck, Ch. Covan, *Beck, Integral Leadership in the Real World*, 2006; sl. 8,9, <http://integralleadershipcollaborative.com/fe/16961-integral-leadership-in-the-real-world-don-beck>. Za: <http://www.wilber.pl/wiedza/spiral-dynamics/spirala-rozwoju>

Teoria Dynamiki Spiralnej opisuje osiem etapów ewolucji ludzkiej świadomości. Zostały one oznaczone kolorami: beżowym, purpurowym, czerwonym, niebieskim, pomarańczowym, zielonym, żółtym, turkusowym.

Ewolucja zachodzi w kierunku od beżowego do turkusowego, przy czym najczęściej spotykane współcześnie systemy wartości odpowiadają przedziałowi niebieski – pomarańczowy. Kolor zielony jest etapem przejściowym, który prowadzi do tzw. drugiego przedziału świadomości (żółty i turkusowy). Teoria zakłada, że do rozwiązania wielkich problemów trapiących świat potrzebna jest świadomość „drugiego przedziału”. Dzieje się tak dlatego, że żółty system wartości integruje wszystkie poprzednie i jest zdolny do działania na rzecz całej „spirali rozwoju”. Warto zauważyć, że ewolucja przyspiesza – następstwo kolorów jest coraz częstsze⁹.

Teoria Dynamiki Spiralnej była z powodzeniem stosowana do tworzenia nowego ładu polityczno-społecznego w obszarach konfliktów społecznych, np. w Afryce Południowej, Izraelu i Palestynie. Jest także często stosowana w biznesie, gdzie pomaga zrozumieć rynek, jak również coraz częściej bywa wykorzystywana w edukacji.

Teorię Spiralnej Dynamiki chciałabym wykorzystać do analizy procesów innowacyjnych w społeczeństwie. W analizie posłużę się również raportem 3M, zatytułowanym: Jak Polacy postrzegają innowacyjność, Diagnozą Spo-

⁹ Tamże.

łeczną z 2013 i 2015 oraz trzema kodami semiotycznymi innowacyjności, których audyt przeprowadził PARP. W tekście podejmuję się próby analizy dominującego kodu i koloru innowacyjności w społeczeństwie polskim. Spróbuję określić, czy dyskurs publiczny i nawoływania do innowacyjności w kulturze o świadomości na poziomie pomarańczowym i zielonym ma odzwierciedlenie w opiniach Polaków i generuje u nich podobny poziom świadomości. W ten sposób dokonam próby odpowiedzi na pytanie, dlaczego innowacyjność nie jest „najmocniejszą” cechą naszego społeczeństwa oraz czy innowacyjność, podobnie jak rozwój świadomości jednostkowej i społecznej, zmienia się i podlega rozwojowi. Czy możemy mówić o koewolucji innowacyjności jednostkowej i społecznej? Mając na uwadze również to co pisze K. Wilber, że

Każdą przemianę musimy analizować w kategoriach czterech ćwiartek (co najmniej), inaczej bowiem przeoczymy czynniki, które rzeczywiście są za nią odpowiedzialne. Ta transformacja napędzana jest przez nową techniczno-ekonomiczną bazę (informacyjną), ale wprowadza ze sobą również nowy światopogląd, z nowym modelem self i z nowymi intencjonalnymi i behawioralnymi wzorcami, osadzonymi w nowym kulturowym kontekście i w nowych społecznych instytucjach jako opokach. I, jak zwykle – poszczególne jednostki mogą lub nie sprostać tym nowym możliwościom¹⁰.

Zielone światło dla innowacyjności?

Nie trzeba nikogo przekonywać, że współcześnie mamy do czynienia z przyspieszeniem procesów innowacyjnych w niemal wszystkich dziedzinach życia. Stan ten odzwierciedla się również w świadomości jednostkowej i społecznej. Według Raportu 3M, co trzeci Polak czuje się innowacyjnym człowiekiem, a 70% uważa, że społeczeństwo polskie jest innowacyjne. Szczególnie uważają tak osoby młode z wyższym wykształceniem¹¹.

Kolor beżowy i purpurowy odzwierciedla poziomy świadomości, gdzie dominującymi wartościami są przetrwanie, bezpieczeństwo oraz ochrona. Kolor pomarańczowy uosabia kultywację takich wartości, jak sukces i autonomia. Według Raportu 3M, większość badanych osób kojarzy innowację z nowoczesnymi technologiami oraz sposobami, które ułatwiają życie codzienne (czyli innowacyjność na poziomie pomarańczowym). Wiążą je ściśle z poprawą jakości życia, a przede wszystkim komfortu życia (poziom beżowy). Dla ponad jednej trzeciej badanych innowacje to wynalazki i nowe

¹⁰ K. Wilber, *Krótką historią wszystkiego*, Warszawa 2007, s. 139.

¹¹ Raport 3M, *Innowacyjny Polak 2014*, Raport pobrano ze strony <http://www.laczanasinnowacje.pl/category/raporty/#raport-5> [pobrano: 20.12.2015], s. 9.

produkty¹². Polacy stosunkowo rzadko kojarzą innowacje z nowymi pomysłami czy procesami, które wymagają inkubacji, a potem imitacji, mają charakter długofalowy (poziom zielony). To kod, jakim posługuje się innowacyjność na poziomie zielonym, gdzie dominują wartości wspólnoty i jedności. Człowiek na tym poziomie świadomości tworzy liczne więzi i połączenia, kładzie nacisk na dialog i związki. Decyzje podejmuje poprzez pojednanie przeciwnych stron i konsensus. Wyznaje wartości silnie egalitarne, antyhierarchiczne, pluralistyczne. Zatem, Polacy nie bazują w swym życiu na innowacyjności w kolorze zielonym.

Raport 3M wskazuje, iż przeważająca większość Polaków uważa, że dzięki innowacjom czuje się bezpiecznie w domu i miejscu pracy. Najczęściej mieli własne doświadczenia innowacyjne w najbliższym otoczeniu. Większości badanych Polaków innowacje dają większe poczucie bezpieczeństwa. Zatem, polska innowacyjność ma charakter beżowo-purpurowy (pasy bezpieczeństwa, oznakowanie dróg), chociaż pojmowanie innowacyjności ma kolor pomarańczowy, a dyskurs publiczny jest zielony. Obszarem, który najbardziej zasługuje na innowacyjność jest, zdaniem Polaków, zdrowie, na drugiej pozycji znajduje się gospodarka i bezpieczeństwo, na trzeciej – na równi praca i nauka, a najmniej ważny dla innowacyjności jest obszar kultury i sztuki¹³.

Ale polska innowacyjność ma również zabarwienie pomarańczowe, gdyż 44% badanych uważa, że innowacje to nowoczesne technologie, rozwiązania ułatwiające życie (36%), rewolucyjne wynalazki (33%). Za trzy najbardziej innowacyjne rozwiązania Polacy uznali: syntetyczny gips (49%), opatrunki pooperacyjne (40%) oraz elektroniczny stetoskop (28%). W rankingu innowacyjności wygrywają produkty związane z ochroną zdrowia oraz bezpieczeństwem, a następnie usprawniające pracę na co dzień¹⁴.

Za najważniejszy obszar innowacyjności, jak podaje Raport 3M, Polacy uważają zdrowie (60%), na drugiej sytuują gospodarkę (39%), dalej zaś bezpieczeństwo (38%), pracę (31%), naukę (30%), na kolejnych innowacje w domu i gospodarce domowej (18%), informatykę (15%) oraz kulturę i sztukę (7%). Podobnie jak w innych raportach, również Raport Diagnoza Społeczna 2013 ukazuje, że kardynalną wartością dla Polaków jest zdrowie (65%)¹⁵. Można wysunąć wniosek, że jest to również wartość najbardziej

¹² Tamże.

¹³ Tamże, s. 20-21.

¹⁴ Tamże, s. 15-16.

¹⁵ J. Czapiński, T. Panek, *Diagnoza Społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków 2013, Główne wyniki i wnioski*, <http://ce.vizja.pl/en/issues/volume/7/issue/3.1>, s. 11 [pobrano: 20.02.2016].

zagrożona, wymagająca ochrony i rozwoju w tym zakresie. I właśnie tam Polacy oczekują największej innowacyjności.

Innowacje, zdaniem badanych, stanowią efekt sojuszu państwa ze światem nauki (zatem kolor pomarańczowy). Potwierdzają to inne badania, gdzie dla Polaków najważniejsze wartości to zdrowie i rodzina (beż i purpura), a wartości ogólnospołeczne mają dla nich znaczenie mniejsze. Brak funduszy to główna przeszkoda w korzystaniu z innowacji (62% – kolor beżowy), brak odpowiednich umiejętności (32% – kolor pomarańczowy), przywiązanie do tradycyjnych rozwiązań (32% – kolor niebieski)¹⁶.

Braki innowacyjności w kolorze zielonym i żółtym

Jeśli przyjmiemy, że prawdziwe jest stwierdzenie: „Pozytywna innowacyjność, to taka która służy zbiorowym długookresowym celom, a nie np. realizowaniu osobistych doraźnych aspiracji kosztem przyszłości lub otoczenia”¹⁷, to badania przedstawione w Raporcie 3M ukazują niższy poziom świadomości jednostkowej Polaków (beżowy i niebieski) w zakresie innowacyjności niż oczekiwany w społeczeństwie i propagowany przez media – kolor pomarańczowy oraz ten, który wyłania się powoli – kod emergentny zielony, wymagający od ludzi zespołowości i współpracy. Jest to jednakże niezbędny warunek, aby innowacyjność społeczna się wyłoniła i dzięki której możliwy jest rozwój społeczny i gospodarczy.

W niniejszej analizie poziomu innowacyjności Polaków posłużę się również audytem Polskiej Agencji Przedsiębiorczości, która dokonała analizy semiotycznej innowacyjności. Celem audytu było zrozumienie kontekstu kulturowego, w którym funkcjonuje innowacyjność, określenie kodów komunikacyjnych innowacyjności: rezydualnych, dominujących i emergentnych. Na podstawie badań stwierdzono, że kod rezydualny wiązał się z ulepszeniem i poprawieniem sprawności. Kluczowe pojęcia to: modernizm, rozwój, postęp, wynalazczość, skok cywilizacyjny. Kod dominujący posługuje się takimi pojęciami, jak: zrobić inaczej, wyjść poza ramy, naukowość, odmienność, technologia, a kod emergentny – odkrywaniem nowego, poszukiwaniem nowych idei, zacieraniem granic między nauką, naturą i technologią¹⁸. Gdyby odnieść te kody do poziomów innowacyjności, to można

¹⁶ Raport 3M, Innowacyjny Polak 2014.

¹⁷ J. Żakowski, *Co zrobić?* [w:] *Reforma Kulturowa 2020-2030-2040. Sukces wymaga mian*, red. J. Żakowski, <http://michalboni.pl/wp-content/uploads/2015/06/RAPORT-KIG.pdf>, s. 85 [pobrano: 3.03.2016].

¹⁸ K. Polak, M. Żurawicka-Koczan, *Audyty semiotyczny innowacyjności*.

powiedzieć, że w dyskursie publicznym w kulturze współczesnej odchodzi kod o kolorze niebieskim i pomarańczowym, dominujący staje się zielony, a powoli wyłania się żółty. Nie jest to sytuacja kompatybilna, kiedy rozwój kultury nie postępuje w parze z rozwojem jednostek. Można powiedzieć, że go wyprzedza. W koncepcji K. Wilbera, organizm i środowisko współewoluują, jak również współewoluuje kultura i świadomość ludzka. Te wszystkie cztery elementy wspólnie tetra-ewoluują.

Oznacza to, że obiektywny organizm (Górna Prawa ćwiartka) z jego DNA, szlakiem bodźców nerwowych, systemami mózgu i wzorcami zachowania pozostaje w interakcji z obiektywnym środowiskiem, ekosystemami i realiami społecznymi (Dolna Prawa) – wszystkie te elementy rzeczywiście współewoluują. Podobnie indywidualna świadomość (Górna Lewa) z jej intencjonalnością, strukturami i stanami powstaje wewnątrz i pozostaje w interakcji z intersubiektywną kulturą (Dolna Lewa), w której funkcjonuje i którą z kolei pomaga tworzyć, a więc one także współewoluują. Ale równie ważne jest to, że subiektywna intencjonalność i obiektywne zachowanie wzajemnie na siebie oddziałują (np. poprzez wolę i reakcję), a światopoglądy kulturowe pozostają w interakcji ze strukturami społecznymi, podobnie jak indywidualna świadomość i zachowanie¹⁹.

Każda z czterech ćwiartek – organizm, środowisko, świadomość i kultura – tworzy i jest tworzona przez pozostałe ćwiartki, a więc ulega także równoczesnej zmianie. Zatem, nie tylko warunkuje, ale również kreuje zmiany wewnątrz własnej ćwiartki.

Te trzy kody funkcjonują współcześnie. Nie mamy danych, który z nich przeważa, ale biorąc pod uwagę Raport 3M, wskazujący, że Polacy generalnie bazują na rozumieniu i potrzebie innowacyjności na poziomie beżowym, niebieskim i pomarańczowym, to można pokusić się o wniosek, że kod rezydualny jest dominujący w świadomości większości Polaków, a pozostałe dwa kody mają dopiero wymiar emergentny.

Przyczyny i rozwiązania

Diagnoza Społeczna 2013 wskazuje, że Polacy wciąż rozwijają się molekularnie, a nie zespołowo, również w dziedzinie innowacyjności. Zasadniczym powodem tego stanu rzeczy jest brak kapitału społecznego. Raport ukazuje również, że Polacy najrzadziej wybierają takie wartości, jak: wolność i swoboda, silny charakter, wykształcenie, życzliwość i szacunek oto-

¹⁹ K. Wilber, *Psychologia integralna*, Warszawa 2006, s. 56.

czenia²⁰. Pogłębia to deficyt kapitału społecznego, który pomimo wzrostu wykształcenia Polaków nie rośnie w proporcjonalnym tempie. Jednocześnie, rosnącej zaradności indywidualnej nie towarzyszy wzrost umiejętności współpracy. Nie uczymy się współpracy, bo nie ufamy innym ludziom, sąsiadom, instytucjom. Częściej ufamy rodzinie²¹. Najnowsza wersja Diagnozy Społecznej z 2015 roku wskazuje na to, że Polacy mają stabilny system wartości, tylko waga wartości „zdrowie” systematycznie wzrasta²². Na to nakłada się przekonanie Polaków, że system szkolnictwa jest tradycyjny (72%), podobnie jak tradycyjny jest sposób myślenia o gospodarce i przemyśle (73%). Autorzy Diagnozy Społecznej sugerują, że aby zaradzić tej sytuacji należałoby do szkół wprowadzić przedmiot: kompetencje obywatelskie. Światelkiem w tym tunelu są dane z Diagnozy Społecznej 2015, które wskazują na to, że pojawiły się niewielkie oznaki budowania społeczeństwa obywatelskiego. Od 2013 roku w niewielkim zakresie zwiększył się odsetek ludzi ufających innym ludziom – z 12% w 2013 do 15% w 2015 roku. Jednocześnie nie wzrosły, a nawet zmalały, niezmiennie od transformacji i jednocześnie jedne z najniższych w Europie, wskaźniki kapitału społecznego, tolerancji oraz skłonności do zrzeszania się²³.

Polska młodzież ma dużą wiedzę o społeczeństwie, która nie ma przełożenia na działania praktyczne, wolontariat; jest tak samo molekularna w zakresie innowacyjności i kompetencji do radzenia sobie w życiu ze zmianami jak rodzice. Bez współpracy nie jesteśmy przygotowani na rozwój innowacyjnej gospodarki. Umiejętność współpracy jest to niezbędna kompetencja dla rozwoju społeczeństwa innowacyjnego i jego praktyk.

BIBLIOGRAFIA

- Bendyk E., *Złożony świat innowacji*, [w:] *Reforma Kulturowa 2020-2030-2040. Sukces wymaga mian*, red. J. Żakowski, <http://www.kig.pl/raport-reforma-kulturowa-2020-2030-2040.html> [dostęp: 30.03.2016].
- Czapiński J., Panek T., *Diagnoza Społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków 2013, Główne wyniki i wnioski*, <http://ce.vizja.pl/en/issues/volume/7/issue/3.1>, s. 11 [pobrano: 20.02.2016].
- Czapiński J., Panek T., *Diagnoza Społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków*, <http://ce.vizja.pl/en/issues/volume/9/issue/4>, s. 8 [pobrano: 20.12.2015].

²⁰ J. Czapiński, T. Panek, *Diagnoza Społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków. Główne wyniki i wnioski*, <http://ce.vizja.pl/en/issues/volume/issue/3.1>, s. 11 [pobrano: 15.03.2015].

²¹ J. Czapiński, T. Panek, *Diagnoza Społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków*, http://analizy.mpips.gov.pl/images/stories/publ_i_raporty/DS2013/Raport_glowny_Diagnoza_Spoleczna_2013.pdf, s. 423-425 [pobrano: 9.09.2015].

- Graves C., Back D., *Teoria Spiral Dynamics*, <http://www.wilber.pl/wiedza/spiral-dynamics/spirala-rozwoju> [dostęp: 30.03.2016].
- <http://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news,407959,gowin-dla-pap-polska-ma-byc-innowacyjna-a-nie-imitacyjna.html> [dostęp: 30.03.2016].
- <http://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-19/these-are-the-world-s-most-innovative-economies>, [dostęp: 30.03.2016].
- <https://www.msz.gov.pl/resource/b8b3993a-2df7-408b-a4c4-20b7ef465d34:JCR> [dostęp: 27.10.2015].
- Polak K., Żurawicka-Koczan M., *Audyty semiotyczny innowacyjności*, PARP, Warszawa 2001. Semiotyk Solution. Pobrano ze strony PARP <https://www.parp.gov.pl/files/74/75/77/11715.pdf> [dostęp: 20.12.2015].
- Raport 3M, Innowacyjny Polak 2014, Raport pobrano ze strony <http://www.laczanasinnowacje.pl/category/raporty/#raport-5> [dostęp: 20.12.2015].
- Raport Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności. Długookresowa strategia rozwoju kraju, Warszawa 2013, <https://mac.gov.pl/files/wp-content/uploads/2013/02/Strategia-DSRK-PL2030-RM.pdf> [dostęp: 20.03.2016]. <http://www.nauka.gov.pl/aktualnosci-ministerstwo/jak-powinny-wygladac-polskie-innowacje-czekamy-na-wasze-opinie.html> [dostęp: 30.03.2016].
- Wilber K., *Psychologia integralna*, Wydawnictwo Czarna Owca, Warszawa 2006.
- Wilber K., *Krótką historią wszystkiego*, Jacek Santorski & co Agencja Wydawnicza, Warszawa 2007.
- Żakowski J., *Co zrobić? [w:] Reforma Kulturowa 2020-2030-2040. Sukces wymaga mian*, red. J. Żakowski, <http://michalboni.pl/wp-content/uploads/2015/06/RAPORT-KIG.pdf> s. 85 [pobrano: 3.03.2016].