

**Andrzej Raszkowski**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

---

## ZESTAWIENIE KREATYWNOŚCI KRAJÓW NA PRZYKŁADZIE *GLOBAL CREATIVITY INDEX*

---

**Streszczenie:** W niniejszym opracowaniu przedstawione zostało zestawienie odnoszące się do kreatywności krajów na przykładzie *Global Creativity Index*. Na wstępie poruszono problematykę teoretycznych aspektów kreatywności z uwzględnieniem uwarunkowań rozwojowych jednostek terytorialnych. Podkreślono, że kreatywność wpływa pozytywnie na innowacyjne procesy, dynamizując powstawanie pożądaných wartości w obszarach gospodarki i społeczeństwa. Następnie scharakteryzowana została metodologia tworzenia *Global Creativity Index*, opierająca się na koncepcji 3T (technologia, talent, tolerancja), nawiązującej do rozwoju społeczno-gospodarczego jednostek terytorialnych. Jednym z głównych założeń tej koncepcji jest traktowanie ludzkiej kreatywności jako podstawowego źródła wspomnianego rozwoju. Najogólniej rzecz ujmując, kraje, które chcą być kreatywne, a co za tym idzie – szybciej rozwijające się, konkurencyjne i atrakcyjne na światowym rynku, powinny stawiać na nowoczesne technologie, innowacje, edukację i rozwój swoich mieszkańców oraz poszanowanie odmienności i tolerancję. Rdzeń opracowania stanowi zaprezentowanie wybranych zestawień odnoszących się do kreatywności krajów w ramach *Global Creativity Index* (indeks technologii, indeks talentu, indeks tolerancji, składające się na indeks główny GCI, któremu lideruje Szwecja). Wysoką pozycję w rankingu GCI poszczególne kraje mogą traktować w kategoriach prestiżu i kolejnej formy promocji na arenie międzynarodowej oraz wzmocnienia swojego wizerunku. Zaletą indeksu jest wskazywanie krajom, w których obszarach ich funkcjonowania wymagana jest poprawa na drodze do kreatywności i rozwoju. W podsumowaniu zawarte zostały wybrane zastrzeżenia i uwagi odnośnie do metodologii opracowywania indeksu.

**Słowa kluczowe:** *Global Creativity Index*, koncepcja 3T, rozwój społeczno-gospodarczy, kreatywność.

### 1. Wstęp

W procesie poszukiwania nowych dróg rozwojowych coraz częściej poruszane są zagadnienia związane z kreatywnością odnoszącą się do miast, regionów, krajów. W czasach globalnego kryzysu zmieniają się koncepcje, podejścia odnoszące się do rozwoju ekonomicznego. Jednostki terytorialne, które podejmują działania stymulujące swój rozwój, powinny z jednej strony zabiegać o przyciąganie kreatywnych osobowości, wykorzystywać ich potencjał w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań,

z drugiej zaś stwarzać odpowiednie warunki do utrzymania kreatywnych sił w danym miejscu, przykładając należyłą wagę do kwestii tolerancji, czerpania twórczych inspiracji ze zróżnicowania kulturowego, odmienności poglądów i przekonań. W myśl tego podejścia zróżnicowanie etniczne, kulturowe czy wyznaniowe społeczności terytorialnej powinno być traktowane jako atut i swoista baza do rozwoju kreatywności. Kolejną przesłanką uwidaczniania się postaw kreatywnych jest dalece posunięta partycypacja społeczna w rozwiązywaniu problemów rozwojowych, aktywne uczestnictwo we wszelkich projektach stanowiących nierozzerwalny element życia w zorganizowanej przestrzeni terytorialnej. Kreatywność może być również traktowana jako kierunek działań rozwojowych, nastawionych na kompleksowy i długofalowy rozwój terytorialny, w miejsce krótkoterminowych rozwiązań i doraźnych korzyści.

Definiowanie pojęcia samej kreatywności nie jest zadaniem łatwym, liczne definicje pojawiające się w literaturze przedmiotu charakteryzują się zróżnicowaniem w kładzeniu głównych akcentów na poszczególne wymiary kreatywności. Na przykład kreatywność można rozumieć jako proces umysłowy prowadzący do powstawania nowych idei, koncepcji lub nowych skojarzeń, powiązań z istniejącymi już ideami i koncepcjami. Myślenie kreatywne to myślenie, które prowadzi do uzyskania oryginalnych i użytecznych rozwiązań. Kreatywność polega na odpowiednim zintegrowaniu własnych umiejętności w celu ukierunkowania ich na drogę dotychczas niezbadaną i stworzeniu w ten sposób nowej wartości. W tym miejscu podkreślić można użyteczny charakter kreatywności; działania określane mianem kreatywnych weryfikowane są przez osiągnięte efekty. Kreatywność podświadomie utożsamiamy w tym wypadku z pozytywnymi zmianami, tworzeniem wartości dodanych, stanem umysłu nastawionym na ulepszanie otaczającej nas rzeczywistości.

Kreatywność obejmuje twórcze myślenie, czyli myślenie w szerszej perspektywie, którego celem jest odkrywanie nowych, nietypowych rozwiązań problemów. Produkty myślenia twórczego są zarówno oryginalne, jak i odpowiednio dopasowane do sytuacji, a rozwiązania liczne i zróżnicowane [Szcześniak 2009, s. 15]. Takie ujęcie kreatywności ma szczególne znaczenie w kontekście rozwoju jednostek terytorialnych. W szybko zmieniającym się, burzliwym otoczeniu dzisiejszych organizacji, krajów, regionów umiejętność elastycznego dopasowania się do zaistniałej sytuacji, możliwość skorzystania z szerokiej palety potencjalnych rozwiązań może przyczyniać się do wzmacniania pozycji konkurencyjnej oraz atrakcyjności danej jednostki.

Kolejnym często spotykanym zjawiskiem jest postrzeganie kreatywności w kategoriach indywidualnego talentu, który uwidacznia się zdolnością do generowania nowych idei, pomysłów, niestandardowych rozwiązań pojawiających się czasami w nieoczekiwanych momentach, wypływających z wnętrza ludzkiego umysłu [Green 2010, s. 4]. W literaturze przedmiotu spotyka się również podejście łączące kreatywność z wrodzoną motywacją, która aktywizuje działania prowadzące do osiągnięcia zakładanego celu, wymagające twórczego podejścia i rozwiązań [Hen-

nessey, Amabile 1988, s. 13; *The impact of culture...* 2009, s. 22]. Rozwój oparty na kreatywności przyczyniać się może również do budowania poczucia własnej wartości, które na zasadzie sprzężenia zwrotnego będzie wspomagać ten rozwój [Todaro, Smith 2009, s. 22].

W innym ujęciu kreatywność oznacza zdolność do tworzenia znaczących, nowych form charakteryzujących się dwiema cechami: innowacyjnością i użytecznością. Z punktu widzenia ludzkiej kreatywności możliwe jest wyróżnienie czterech grup wartości, które związane są z czterema sferami ludzkiej aktywności. Celem ludzi, którzy uświadamiają sobie te wartości, jest poszukiwanie prawdy, piękna, użyteczności i dobra. W związku z powyższym typowymi dziedzinami kreatywności są: nauka, sztuka, pomysłowość i publiczna aktywność. Zdolności do rozpoznawania różnych aspektów napotykanymi problemami i motywowania do ich rozwiązywania to zdolności kreatywne. Można założyć, że kreatywność składa się z trzech, równie ważnych, elementów: wiedzy, twórczej wyobraźni i motywacji (aktywnej postawy). Zatem kreatywność oznacza również umiejętność działania na podstawie posiadanej wiedzy oraz wyobraźni wspieranej przez motywację. Przez połączenie tych trzech determinantów w jeden paradygmat i utrzymanie właściwych proporcji można osiągnąć sukces w procesie budowania innowacyjności i kreatywności. Kreatywność oparta na wymienionych elementach wydaje się jedną z ważniejszych ludzkich cech w nowoczesnym rozwoju gospodarczym i globalnej gospodarce [Karnat-Jasicka 2007, s. 401-402]. W toku teoretycznych rozważań nad kreatywnością nie należy zapominać o otwartości umysłu, tolerancji oraz o wrażliwości społecznej, będących ważnymi elementami procesów prowadzących do poprawy jakości życia społeczeństw, rozumianej jako połączenie materialnych aspektów życia z mniej wymiernymi elementami odnoszonymi do odczuwania komfortu, satysfakcji, zadowolenia z osiągniętej pozycji na gruncie prywatnym i zawodowym [Yuan, Yuen, Low 1999, s. 3-4; Clark, Huxley, Mountford 2010, s. 22].

Na podstawie dotychczasowych rozważań przyjąć można, że kreatywność wpływa pozytywnie na innowacyjne procesy, dynamizując powstawanie wartości w obszarach gospodarki i społeczeństwa. Należy jednocześnie zaznaczyć, że jednym z ważniejszych efektów wspomnianych procesów innowacyjnych powinno być dostarczanie innowacyjnych technologii i usług do finalnego odbiorcy, udowadniające tym samym użyteczność podejmowanych inicjatyw w kontekście wspierania rozwoju społeczno-gospodarczego [Lambooy 2007, s. 254]. Innowacje pojawiają się częściej, gdy otwieramy się na nowe wpływy, trendy rynkowe oraz nawiązujemy twórczy dialog z podmiotami egzystującymi w bliższym i dalszym otoczeniu, włączając w ten proces potencjalnych odbiorców innowacji oraz konkurentów [Chesbrough 2003, s. 43-44]. Wspieranie tworzenia innowacyjnej, wyspecjalizowanej, kreatywnej wiedzy jest wskazane do budowy zdolności absorpcyjnej, która umożliwi integrację z globalną wiedzą i przyczyni się do powstawania innowacyjnych produktów i usług [Schienstock 2007, s. 368].

Należy podkreślić, że osobowości kreatywne wydają się szczególnie pożądane, poszukiwane i mogą mieć znaczny wkład w procesy rozwojowe jednostek terytorialnych, które powinny czerpać z potencjału kreatywności ze względu na jej rolę w rozwiązywaniu problemów cywilizacyjnych, generowaniu nowej polityki prorozwojowej, dynamizowaniu procesów gospodarczych, wzmacnianiu tolerancji społeczeństwa czy tworzeniu i implementacji innowacyjnych rozwiązań w sferze społecznej i gospodarczej [Hall 2000, s. 33].

Celem opracowania jest przedstawienie przesłanek, ogólnej metodologii oraz wybranych wyników *Global Creativity Index* (GCI) jako jednego z bardziej interesujących indeksów, w ramach którego podjęta została próba zbadania kreatywności jednostek terytorialnych, uwzględniająca wagę i znaczenie jego poszczególnych komponentów, stanowiących jednocześnie autonomiczne zestawienia. W opracowaniu podjęto również próbę wskazania na wybrane słabości, zastrzeżenia odnośnie do omawianego indeksu.

## 2. Charakterystyka metodologii tworzenia *Global Creativity Index*

Od 2004 r. Martin Prosperity Institute, pod przewodnictwem R. Floridy, przygotowuje *Global Creativity Index*, odnoszący się do monitorowania zmian w obszarze gospodarki kreatywnej w kilkudziesięciu krajach świata. Ze względu na swoją cykliczność, stosunkowo szeroki zestaw czynników, które są brane pod uwagę w procesie tworzenia, oraz zasięg terytorialny indeks uznać można za jedną z ciekawszych inicjatyw dotyczących badania kreatywności jednostek terytorialnych, w tym wypadku krajów.

W 2011 r. badaniem objęto 82 kraje. Zebrane dane dotyczą lat 2000-2009, jednak nie wszystkie badane zjawiska udało się przeanalizować w tak długim okresie, w niektórych przypadkach występowały również problemy z dostępnością danych dla poszczególnych krajów. Ze względu na ograniczenia objętościowe niniejszego opracowania w dalszej części przedstawione zostaną rankingi zawierające pierwsze 30 państw w danym zestawieniu. Na ogólny GCI składają się trzy zmienne, które tworzą zarazem autonomiczne indeksy (indeks technologii, indeks talentu, indeks tolerancji), na które składają się kolejne zmienne (subindeksy) dopasowane do ich charakteru i przeznaczenia w kontekście ogólnego zarysu badania kreatywności (tab. 1). Dodatkowo w ramach raportu przedstawiającego wyniki GCI zaprezentowano korelacje tego indeksu z innymi czynnikami, związanymi z prosperity jednostek terytorialnych, takimi jak wyniki gospodarcze, konkurencyjność ekonomiczna, przedsiębiorczość, poziom nierówności rozwojowych, wskaźnik rozwoju społecznego, ogólny poziom szczęścia i zadowolenia z życia.

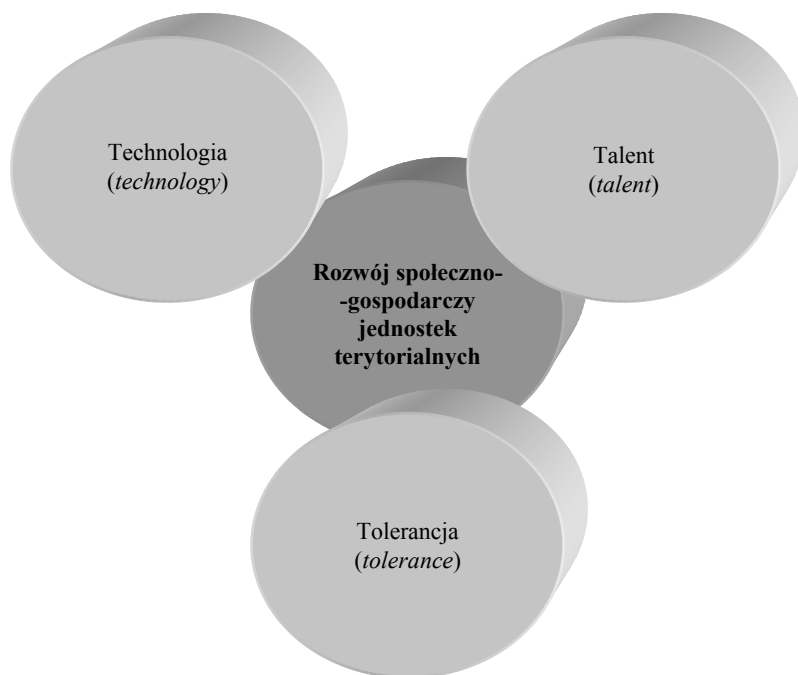
Rdzeń metodologiczny GCI oparty został na koncepcji 3T (technologia, talent, tolerancja) odnoszącej się do rozwoju społeczno-gospodarczego (rys. 1). Jednym z głównych założeń tej koncepcji jest traktowanie ludzkiej kreatywności jako podstawowego źródła wspomnianego rozwoju. Należy zauważyć, że koncepcja 3T sto-

Tabela 1. Indeksy tworzące ogólny *Global Creativity Index*

GLOBAL CREATIVITY INDEX	Indeks	Zmienne indeksów głównych (subindeksy)	Charakterystyka zmiennych
	Technologia	Nakłady na działalność B+R	Określenie nakładów na działalność B+R jako procent PKB, zaczerpnięte ze Wskaźników Rozwoju Światowego ( <i>World Development Indicators</i> ) Banku Światowego
		Badacze w obszarze B+R	Profesjonalni badacze zaangażowani w badania B+R na milion mieszkańców, dane źródłowe odnosiły się do okresu 2000-2005. Zaadaptowano ze Wskaźników Rozwoju Światowego ( <i>World Development Indicators</i> ) Banku Światowego. Profesjonalni badacze są tutaj definiowani jako osoby zaangażowane w proces kreowania nowej wiedzy, produktów, procesów, metod i systemów oraz zarządzające projektami dotyczącymi tych procesów
		Globalne innowacje	Liczba przyznanych patentów w odniesieniu do liczby mieszkańców. Dane uzyskane z Biura Patentów i Znaków Towarowych Stanów Zjednoczonych ( <i>The United States Patent and Trademark Office – USPTO</i> ), pokrywające lata 2001-2008. Przyjęto założenie, że patenty przyznane w Stanach Zjednoczonych przez USPTO są reprezentatywnym wyznacznikiem poziomu globalnych innowacji i ich ochrony. Zliczono liczbę przyznanych amerykańskich patentów dla każdego z badanych krajów
	Talent	Kapitał ludzki	Zmienna odnosząca się do kapitału ludzkiego bazuje na standardowym poziomie edukacji, mierzonym liczbą osób, które kontynuują naukę po ukończeniu szkoły średniej na wyższych stopniach edukacji. Dane obejmujące lata 2004-2006, które dostarczane są do UNESCO ( <i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i> ) przez poszczególne kraje, pozyskiwane są z bazy Wskaźników Rozwoju Światowego
		Klasa Kreatywna	Klasa Kreatywna bazuje na danych Międzynarodowej Organizacji Pracy ( <i>International Labour Organization</i> ), obejmujących lata 2004-2007. W tym wypadku mierzony jest odsetek ludzi pracujących w określonych sektorach, których aktywność zawodowa wymaga kreatywnego rozwiązywania problemów w codziennej pracy, do liczby pracujących ogółem. Wśród sektorów zawodowych wymagających kreatywnych umiejętności wyszczególniono m.in.: matematykę, informatykę, architekturę, nauki inżynierskie i techniczne, nauki o życiu, przyrodzie i społeczne, edukację, szkolenia, bibliotekarstwo, sztukę, projektowanie, rozrywkę, sport, media oraz profesjonalistów pracujących w zarządzaniu, biznesie i finansach, prawie, zarządzaniu sprzedażą i ochronie zdrowia
	Tolerancja	Tolerancja dla mniejszości rasowych i etnicznych	Badanie tolerancji dla mniejszości rasowych i etnicznych bazuje na danych Instytutu Gallupa (Gallup Organization's World Poll). Zadano pytanie: „Czy twoje miasto, jednostka terytorialna jest dobrym czy złym miejscem dla rasowych i etnicznych mniejszości?”. Poziom tolerancji określono na podstawie odsetka osób, które uznały miejsce swojego zamieszkania za przyjazne dla wymienionych mniejszości. Badanie dotyczy roku 2009
		Tolerancja dla mniejszości seksualnych	Badanie tolerancji dla mniejszości seksualnych również bazuje na danych Instytutu Gallupa (Gallup Organization's World Poll). Zadano pytanie: „Czy twoje miasto, jednostka terytorialna jest dobrym czy złym miejscem dla mniejszości seksualnych?”. Poziom tolerancji określono na podstawie odsetka osób, które uznały miejsce swojego zamieszkania za przyjazne dla mniejszości seksualnych. Badanie dotyczy roku 2009

Źródło: opracowanie na podstawie: [Florida i in. 2011; Florida, Tinagli 2004; *A Study on Creativity...* 2005; Krätke 2007; Evans 2009].

sunkowo dobrze wpisuje się w przedstawione wcześniej, teoretyczne aspekty kreatywności, jednocześnie porządkuje jej poszczególne wymiary oraz ułatwia próby dokonywania jej pomiarów. Najogólniej rzecz ujmując, należy stwierdzić, że kraje, które chcą być kreatywne, a co za tym idzie – szybciej rozwijające się, konkurencyjne i atrakcyjne na światowym rynku, powinny stawiać na nowoczesne technologie, innowacje, edukację i rozwój swoich mieszkańców oraz poszanowanie odmienności i tolerancję.



**Rys. 1.** Koncepcja 3T odnosząca się do rozwoju społeczno-gospodarczego jednostek terytorialnych

Źródło: opracowanie na podstawie [Florida 2002; 2005].

W założeniach koncepcji 3T podkreśla się, że kreatywność, w przeciwieństwie do tradycyjnych czynników produkcji, jest źródłem niewyczerpanym, odnawialnym i nieustannie ulepszającym się. Zakłada się, że każda jednostka może być kreatywna, nasz rozwój i dobrobyt nie zależy od pozyskania zarezerwowanej wybranym grupom wiedzy, ale od uwolnienia pokładów kreatywności drzemających w każdym człowieku. Przyjmuje się założenie, że w ostatecznym rozrachunku ludzka wiedza, umiejętności, kreatywność, aspiracje czynią dane miejsce atrakcyjnym, tworzą jego potencjał turystyczny, kulturalny, rynkowy, społeczny i polityczny [Anholt 2007, s. 75].

Podkreśla się również, że wszystkie trzy T są istotne i wzmacniają się wzajemnie na rzecz rozwoju, tworząc sieć powiązań stymulujących kreatywność. Wzmacnianie

tylko jednego czynnika może okazać się niewystarczające dla osiągnięcia zakładanych celów rozwojowych. W ramach wyjaśnienia należy dodać, że w oryginalnej koncepcji mowa jest najczęściej o rozwoju ekonomicznym. Jednak na potrzeby niniejszego opracowania przyjęto, że lepszym, bardziej kompleksowym określeniem opisującym kreatywne przemiany w terytorialnej przestrzeni będzie rozwój społeczno-gospodarczy. Ponadto w opracowaniu celowo użyto sformułowania „jednostka terytorialna” ze względu na możliwość zastosowania indeksu kreatywności bazującego na modelu 3T w odniesieniu zarówno do miast, regionów, jak i krajów.

### **3. Wybrane zestawienia odnoszące się do kreatywności krajów w ramach *Global Creativity Index***

W odniesieniu do indeksu technologii (tab. 2) uwagę zwraca silna pozycja krajów nordyckich. Na pierwszym miejscu znalazła się Finlandia, ponadto w pierwszej trzydziestce znalazła się również Szwecja (5. miejsce), Dania (7. miejsce) i Norwegia (12. miejsce). Zestawienie potwierdza dominującą pozycję krajów nordyckich we wszelkich rankingach dotyczących innowacyjności i aktywności w obszarze B+R. Na podium znalazła się również Japonia oraz Stany Zjednoczone, dzierżące pozycję lidera w zakresie globalnych innowacji (najwięcej patentów na liczbę mieszkańców). Zaskakująca wydawać się może bardzo wysoka (4. miejsce) pozycja Izraela, który przoduje pod względem nakładów na działalność B+R. Stosunkowo niskie pozycje zajęły Francja (14. miejsce), Wielka Brytania (18. miejsce) oraz Chiny (30. miejsce). Nie sposób nie zwrócić uwagi na korzystne pozycje krajów Europy Środkowo-Wschodniej, jak Czechy (25. miejsce) czy Estonia (27. miejsce). Silną reprezentację w czołówce mają również kraje bałkańskie (Słowenia, Serbia, Chorwacja), zawdzięczając to głównie stosunkowo wysokim nakładom na działalność B+R.

Zestawienie indeksu talentu (tab. 3) również otwiera Finlandia, na drugim miejscu znalazła się Szwecja, na trzecim Singapur, który przoduje pod względem osób pracujących, zaliczonych do klasy kreatywnej. Kolejne miejsca zajęły Dania (4. miejsce), Nowa Zelandia (5. miejsce) oraz Norwegia (6. miejsce). Stany Zjednoczone ze względu na dalsze miejsce pod względem klasy kreatywnej zajęły ostatecznie 8. pozycję w indeksie talentu. Warte odnotowania są wysokie pozycje Grecji (9. miejsce) oraz Słowenii (10. miejsce). Dobre pozycje zajęły Łotwa, Estonia i Litwa. Ponownie na miejscach poniżej oczekiwań i aspiracji znalazły się Wielka Brytania (19. miejsce), Francja (23. miejsce) i Niemcy (26. miejsce). Po raz pierwszy i jedyny w pierwszej trzydziestce pojawiła się Polska (29. miejsce), zawdzięczając to głównie dobrej pozycji w odniesieniu do kapitału ludzkiego (mierzonego liczbą osób kontynuujących edukację po ukończeniu szkoły średniej).

Zwycięzcą rankingu tolerancji (tab. 4) została bezspornie Kanada, za nią uplasowały się Irlandia (2. miejsce) oraz Holandia (3. miejsce), lider pod względem

Tabela 2. Indeks technologii 2011

Kraj	Nakłady na działalność B+R	Badacze w obszarze B+R	Globalne innowacje	Indeks technologii
Finlandia	3	1	4	1
Japonia	4	3	2	2
Stany Zjednoczone	6	7	1	3
Izrael	1	—	5	4
Szwecja	2	2	6	5
Szwajcaria	5	11	3	6
Dania	9	5	9	7
Korea Południowa	7	16	—	8
Niemcy	8	13	7	9
Singapur	11	4	11	10
Kanada	13	9	8	11
Norwegia	18	6	18	12
Austria	12	14	13	13
Francja	10	15	16	14
Australia	17	8	17	15
Belgia	14	17	15	16
Holandia	16	18	12	17
Wielka Brytania	15	—	14	18
Nowa Zelandia	25	10	20	19
Irlandia	23	19	19	20
Rosja	22	12	36	21
Hongkong	41	26	10	22
Słowenia	20	22	22	23
Hiszpania	29	21	23	24
Czechy	21	27	26	25
Włochy	27	34	21	26
Estonia	33	20	30	27
Serbia	19	—	59	28
Chorwacja	24	28	31	29
Chiny	26	39	—	30

Źródło: opracowanie na podstawie [Florida i in. 2011].



**Tabela 3.** Indeks talentu 2011

Kraj	Kapitał ludzki	Klasa kreatywna	Indeks talentu
Finlandia	1	8	1
Szwecja	5	5	2
Singapur	—	1	3
Dania	8	7	4
Nowa Zelandia	4	14	5
Norwegia	7	9	6
Australia	12	4	7
Stany Zjednoczone	6	27	8
Grecja	3	29	9
Słowenia	9	22	10
Holandia	24	2	11
Belgia	22	6	12
Rosja	13	20	13
Łotwa	10	23	14
Estonia	16	15	15
Litwa	11	28	16
Kanada	21	12	17
Włochy	18	16	18
Wielka Brytania	23	11	19
Izrael	26	13	20
Irlandia	25	19	21
Szwajcaria	35	3	22
Francja	27	17	23
Korea Południowa	2	51	24
Węgry	20	24	25
Niemcy	31	10	26
Ukraina	14	31	27
Hiszpania	15	34	28
<b>Polska</b>	<b>19</b>	<b>30</b>	<b>29</b>
Austria	32	21	30

Źródło: opracowanie na podstawie [Florida i in. 2011].

tolerancji dla mniejszości seksualnych. Kolejne miejsca zajęły Nowa Zelandia (4. miejsce) oraz Australia (5. miejsce). Stany Zjednoczone, podobnie jak w przypadku indeksu talentu, znalazły się na 8. miejscu. Warte odnotowania są wysokie pozycje Urugwaju (9. miejsce), Republiki Południowej Afryki (15. miejsce) czy Nikaragui (24. miejsce). W czołówce, poza Serbią, tym razem nie znalazł się żaden kraj byłego bloku wschodniego.

Tabela 4. Indeks tolerancji 2011

Kraj	Tolerancja dla mniejszości rasowych i etnicznych	Tolerancja dla mniejszości seksualnych	Indeks tolerancji
Kanada	1	2	1
Irlandia	3	5	2
Holandia	16	1	3
Nowa Zelandia	2	12	4
Australia	4	8	5
Hiszpania	14	3	6
Szwecja	7	8	7
Stany Zjednoczone	5	12	8
Urugwaj	11	5	9
Wielka Brytania	9	10	10
Norwegia	16	12	11
Hongkong	11	16	12
Belgia	21	6	13
Dania	21	9	14
Republika Południowej Afryki	7	21	15
Francja	30	14	16
Singapur	7	34	17
Niemcy	25	17	18
Finlandia	27	18	19
Szwajcaria	39	16	20
Tajwan	13	37	21
Brazylia	—	21	22
Włochy	30	19	23
Nikaragua	21	27	24
Cypr	23	—	25
Kostaryka	25	27	26
Serbia	13	49	27
Chile	36	24	28
Malezja	30	—	29
Indie	16	52	30

Źródło: opracowanie na podstawie [Florida i in. 2011]

W najważniejszym zestawieniu, rankingu Global Creativity Index (tab. 5), zwyciężyła Szwecja, która nie oddaje prowadzenia od czasu pierwszego zestawienia GCI w 2004 r. Nie odniosła ona zwycięstwa w ramach poszczególnych indeksów, jednak jej pozycje były wystarczająco wysokie we wszystkich trzech obszarach. Wiceliderem zostały Stany Zjednoczone, na najniższym stopniu podium znalazła się Finlandia, która wygrywając indeksy technologii i talentu, gorzej wypadła w kwestii

tolerancji. Kolejne miejsca zajęły Dania (4. miejsce) oraz Australia (5. miejsce). Zwycięzca indeksu tolerancji – Kanada – znalazł się ostatecznie na 7. miejscu. Miejsca Wielkiej Brytanii (13. miejsce), Francji (15. miejsce) i Niemiec (15. miejsce) wydają się poniżej oczekiwań. Pozytywnie zaskoczyły, znajdując się w ścisłej czołówce GCI, Grecja, Słowenia, Serbia, Węgry i Czechy, stosunkowo nisko znalazła się Japonia (30. miejsce). Wysoką pozycję w rankingu GCI poszczególne kraje mogą traktować w kategoriach prestiżu i kolejnej formy promocji na arenie międzynarodowej oraz wzmacniania swojego wizerunku.

**Tabela 5.** Ogólny ranking Global Creativity Index 2011

Lp.	Kraj	Technologia	Talent	Tolerancja	GCI
1	Szwecja	5	2	7	0,923
2	Stany Zjednoczone	3	8	8	0,902
3	Finlandia	1	1	19	0,894
4	Dania	7	4	14	0,878
5	Australia	15	7	5	0,870
6	Nowa Zelandia	19	5	4	0,866
7	Kanada	11	17	1	0,862
7	Norwegia	12	6	11	0,862
9	Singapur	10	3	17	0,858
10	Holandia	17	11	3	0,854
11	Belgia	16	12	13	0,813
12	Irlandia	20	21	2	0,805
13	Wielka Brytania	18	19	10	0,789
14	Szwajcaria	6	22	20	0,785
15	Francja	14	23	16	0,764
15	Niemcy	9	26	18	0,764
17	Hiszpania	24	28	6	0,744
18	Tajwan	—	32	21	0,737
19	Włochy	26	18	23	0,707
20	Hongkong	22	37	12	0,691
21	Austria	13	30	35	0,663
22	Grecja	38	9	37	0,638
22	Słowenia	23	10	51	0,638
24	Serbia	28	35	27	0,614
24	Izrael	4	20	66	0,614
26	Węgry	33	25	34	0,606
27	Korea Południowa	8	24	62	0,598
28	Portugalia	32	34	33	0,577
29	Czechy	25	31	49	0,553
30	Japonia	2	45	61	0,541

Źródło: opracowanie na podstawie [Florida i in. 2011].

Na koniec warto przyjrzeć się dokładniej pozycji Polski w ramach poszczególnych indeksów oraz zasadniczego zestawienia GCI. W ogólnym zestawieniu GCI Polska zajęła 41. miejsce, co należy uznać za przyzwoity rezultat. Najgorzej wypadła w indeksie tolerancji (58. miejsce), stosunkowo dobrze w indeksie technologii (37. miejsce), a najlepiej w indeksie talentu, plasując się w czołówce (29. miejsce). Wysokie miejsce w obszarze talentu podyktowane jest chęcią i edukacyjnymi aspiracjami społeczeństwa. Jeżeli GCI traktować w charakterze drogowskazu wskazującego drogę do kreatywności, przyspieszania rozwoju społeczno-gospodarczego oraz poprawy jakości życia, najwięcej jest do zrobienia w zakresie tolerancji oraz otwartości na odmienność i różnorodność kulturową.

#### 4. Podsumowanie

W ramach podsumowania należy zaznaczyć, że *Global Creativity Index*, jak inne podobne inicjatywy, nie jest idealnym narzędziem mierzenia kreatywności w odniesieniu do jednostek terytorialnych. Wśród potencjalnych uwag merytorycznych i zastrzeżeń metodologicznych wymienić można:

- przypisywanie zbyt dużej roli w kontekście mierzenia poziomu innowacyjności amerykańskiemu urzędowi patentowemu. Nadawane przez wspomniany urząd patenty mają niewątpliwie duże znaczenie, jednak sama innowacyjność w wymiarze globalnym obejmować powinna szersze spektrum uwarunkowań,
- GCI mógłby obejmować swoim zasięgiem więcej państw świata (na świecie jest obecnie blisko 200 państw); przyjmuje się, że ewentualne poszerzenie listy badanych krajów utrudnione jest ze względu na problemy w dostępie do wiarygodnych danych źródłowych,
- indeks odnosi się do danych za lata 2000-2009, natomiast w części przypadków zmienne cząstkowe (subindeksy) opierają się na krótszych periodach czasowych,
- wydaje się, że w procesie tworzeniu indeksu w zbyt małym stopniu uwzględnia się rolę kreatywności opartej na kulturze (*culture-based creativity*), która może przyczyniać się do generowania wartości ekonomicznych i społecznych, sprzyjając tym samym stymulowaniu rozwoju gospodarczego. Uwarunkowane jest to przejawianiem się kreatywności przez ludzką wrażliwość, na którą składają się m.in. wyobraźnia, intuicja, wspomnienia, znajdujące swoje twórcze zastosowanie w obszarze szeroko rozumianej kultury,
- w ramach koncepcji 3T, na której bazuje konstrukcja metodologiczna GCI, zakłada się, że potencjał kreatywny drzemie w każdej osobie, wystarczy tylko dotrzeć do niego i uwolnić go. Wyzwolone potencjały kreatywne przyczynią się do dynamizowania rozwoju społeczno-gospodarczego jednostek terytorialnych. Z pewnością kreatywność nie jest zarezerwowana dla wybranych, jednak trakto-

wanie wszystkich jako potencjalnych kreatywnych osobowości wydaje się kwestią dyskusyjną. Wątpliwość wynika z założenia, że pewne cechy, predyspozycje mamy wrodzone i możemy je rozwijać, ale tylko do pewnego poziomu,

- głębszego zastanowienia wymaga realne znaczenie subindeksu klasy kreatywnej, mocno eksponowanego w raporcie zawierającym GCI. Największą wątpliwość budzi automatyczne przyporządkowanie ludzi do określonej klasy, w tym wypadku kreatywnej, ze względu na ich miejsce pracy. Można przyjąć założenie, że w większości przypadków wykonywany zawód, zajmowane stanowisko predysponuje do kreatywnych postaw i aktywności, trudno jednak określić, w ilu sytuacjach ma to rzeczywiście miejsce. Kolejną kwestią wartą zastanowienia jest fakt, że w poszczególnych krajach określone zawody cechują się zróżnicowaniem w odniesieniu do oczekiwanych pokładów kreatywności,
- zdaniem części naukowców zbyt dużą rolę przypisuje się indeksowi tolerancji, deprecjonując tym samym szanse wielu krajów o historycznie i kulturowo ukształtowanym konserwatywnym światopoglądzie już na stracie. Za takim podejściem przemawia jednak sama idea tworzenia indeksu, w którym tolerancja występuje na równi z innowacjami i ludzkimi talentami.

Powyższe zastrzeżenia i refleksje mają naturalnie dyskusyjny charakter, ogólnie Global Creativity Index uznaje się za inicjatywę potrzebną i użyteczną. Wychodząc z założenia, że lepsze jest badanie rzeczywistości na bazie dostępnych danych i obranej metodologii niż całkowite zaniechanie badania, GCI jest sukcesem i ważnym elementem w upowszechnianiu idei kreatywności na rzecz rozwoju społeczeństw. Jedną z większych zalet indeksu jest pokazywanie poszczególnym krajom, w których obszarach mają pewne zaniedbania na drodze osiągania kreatywności prowadzącej do przyspieszonego rozwoju społeczno-gospodarczego.

## Literatura

- A Study on Creativity Index*, Home Affairs Bureau, The Hong Kong Special Administrative Region Government, Centre for Cultural Policy Research, The University of Hong Kong, Hong Kong 2005.
- Anholt S., *Competitive Identity. The New Branding Management for Nations, Cities and Regions*, Palgrave Macmillan, New York 2007.
- Chesbrough H., *Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Boston, Harvard Business School Press, Boston 2003.
- Clark G., Huxley J., Mountford D., *Organising Local Economic Development: the Role of Development Agencies and Companies*, OECD Publishing, Paris 2010.
- Evans G., *Creative cities, creative spaces and urban policy*, „Urban Studies” 2009, no 46 (5&6).
- Florida R., *Cities and the Creative Class*, Routledge, London and New York 2005.
- Florida R., Mellander C., Stolarick K., Silk K., Matheson Z., Hoggood M., *Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index*, Martin Prosperity Institute, Rotman School of Management, University of Toronto, Toronto 2011.

- Florida R., *The Rise of the Creative Class: and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York 2002.
- Florida R., Tinagli I., *Europe in the Creative Age*, Carnegie Mellon, Software Industry Center, Pittsburg 2004.
- Green A., *Creativity in Public Relations*, Kogan Page Publishers, London 2010.
- Hall P., *Innovative Cities*, [w:] *Structural Change in Europe. Innovative Cities and Regions*, red. L. Hagbarth, Hagbarth Publications, Bollscheil 2000.
- Hennessey B., Amabile T., *The Conditions of Creativity*, [w:] *The Nature of Creativity: Contemporary Psychological Perspectives*, red. R.J. Sternberg, Cambridge University Press, New York 1988.
- Karnat-Jasicka B., *Regional Diversification of Creativeness and Innovativeness in Poland*, [w:] *Towards a New Creative and Innovative Europe*, red. A. Kukliński, C. Lusiński, K. Pawłowski, Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University, Nowy Sącz 2007.
- Krätke S., *The Metropolization of the European Urban System in the Era of Globalization*, [w:] *Cities in Globalization. Practices, Policies, and Theories*, red. P. Taylor, B. Derudder, P. Saey, F. Witlox, Routledge, New York 2007.
- Lambooy J., *Relation Spaces and Relational Dynamics: the Conditions of Knowledge Diffusions and Innovation*, [w:] *The Future of European Regions*, red. P. Jakubowska, A. Kukliński, P. Żuber, Ministry of Regional Development, Warsaw 2007.
- Schienstock G., *Regional Development: From Spaces of Technologically Specialized Places to Spaces of Global Knowledge Flows*, [w:] *Towards a New Creative and Innovative Europe*, red. A. Kukliński, C. Lusiński, K. Pawłowski, Wyższa Szkoła Biznesu – National-Louis University, Nowy Sącz 2007.
- Szcześniak A., *Praktyczna użyteczność nauki*, [w:] *Przedsiębiorczy Uniwersytet. Praktyczna użyteczność badań naukowych i prac badawczo-rozwojowych. Projektowanie i prowadzenie badań naukowych we współpracy z gospodarką*, red. M. Bąk, P. Kulawczuk, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa 2009.
- The impact of culture on creativity*, A Study Prepared for the European Commission (Directorate – General for Education and Culture), KEA European Affairs, Brussels 2009.
- Todaro M., Smith S., *Economic Development*, Pearson Education Limited, London 2009.
- Yuan L., Yuen B., Low C., *Quality of Life in Cities – Definition, Approaches and Research*, [w:] *Urban Quality of Life. Critical Issues and Options*, red. L. Yuan, B. Yuen, C. Low, School of Building and Real Estate, National University of Singapore, Singapore 1999.

## COMPARISON OF COUNTRIES CREATIVITY BASED ON THE EXAMPLE OF GLOBAL CREATIVITY INDEX

**Summary:** The hereby paper compares countries' creativity based on the example of Global Creativity Index. The introduction presents theoretical problems of creativity including developmental determinants in territorial units. It was emphasized that creativity exerts positive influence on innovation processes by initiating the desirable values in economic and social sectors in a dynamic manner. Next the methodology of Global Creativity Index preparation, based on 3T concept (Technology, Talent, Tolerance), was characterized in relation to socio-economic development of territorial units. One of the assumptions ingrained in this concept is referring to human creativity as a basic source of the mentioned above development. In general, countries which aspire to be creative and in consequence develop more dynamically, to be competitive and attractive on the global market should invest in high-tech solutions, innovations,

education and development of their inhabitants, as well as respect diversity and tolerance. The core of the study consists of selected comparisons referring to countries' creativity within the framework of Global Creativity Index (Technology Index, Talent Index, Tolerance Index constituting the main GCI index with Sweden as its leader). Top position in GCI ranking may be regarded by particular countries as a synonym of high prestige and another form of promotion at an international arena manifesting itself by a strengthened image. The index advantage is offering information in which areas of countries' functioning an improvement is required on their way heading towards creativity and development. The summary includes chosen reservations and remarks referring to methodology of index preparation.

**Keywords:** Global Creativity Index, 3T concept, socio-economic development, creativity.