

Potrzebny jest nam lek na kompleksy i poczucie niższości. Narzędzie przewycięzania apatii społecznej. Droga budowy zaufania do państwa i przywracania nadziei młodemu pokoleniu

## Polska potrzebuje projektu cywilizacyjnego

Jan Szomburg\*

Rok 2005 jest i powinien być rokiem szczególnym. Odszedł od nas Jan Paweł II, upłynęło 15 lat transformacji, obchodzimy 25. rocznicę Sierpnia, poznajemy trud współtworzenia Unii. Czekają nas także bardzo ważne wybory. Mamy nadzieję na pozytywne zmiany, których strumyki już się zaczęły.

Przechodząc niezbędny okres porządkowania przeszłości, musimy też myśleć o przyszłości, zwłaszcza dla młodego pokolenia. Ten rok z pewnością warto wykorzystać do refleksji i przygotowania zmian systemowych dotyczących ustroju i sposobu działania demokracji, państwa i gospodarki. Jednak warto pójść jeszcze krok dalej i pokusić się o sformułowanie swego rodzaju projektu cywilizacyjnego dla Polski na następnych 15-20 lat (ideę takiego projektu wysunął Marek Cichocki w: „System wartości i norm społecznych podstawą rozwoju Polski”, „Wartości i Rozwój” nr 2. IBnGR 2005).

II Rzeczpospolita potrafiła wydać z siebie taki narodowy projekt niedługo po swoich narodzinach. Wszyscy znamy jego owoce: Gdynię, magistralę węglową czy też Centralny Okręg Przemysłowy. Mimo długiej przeszłości zaborowej zdolność do formułowania i realizacji wielkich, zbiorowych zadań była wówczas większa niż po 50 latach komunizmu. Czas dojrzał, abyśmy i my zmierzili się z takim wyzwaniem.

Po 15 latach transformacji znamy już swoje silne i słabe strony, lepiej rozumiemy, na jakich cechach mentalnych możemy budować całościową wizję rozwoju, która byłaby pełną odpowiedzią na wyzwania wewnętrzne i zewnętrzne, przed którymi stoimy. Potrzebujemy odważnego i spójnego projektu cywilizacyjnego, który bazując na naszej tożsamości, byłby dźwignią (katalizatorem) naszej konkurencyjności i rozwoju.

Jednak znaczenie takiego projektu wykraczałoby daleko poza sferę rozwoju gospodarczego. Byłby on lekiem na nasze kompleksy i poczucie niższości, osią krystalizowania się dumy i mobilizacji narodowej. Narzędziem przewycięzania dezintegracji i apatii społecznej. Droga budowy zaufania do państwa i przywracania nadziei młodemu pokoleniu. Przyjęcie wyrazistej

wizji rozwojowej byłoby też naturalną dźwignią pogłębienia współpracy Polaków oraz budowy prorozwajowo i prokonkurencyjnie zorientowanej – a zarazem otwartej – wspólnoty obywatelskiej.

Projekt taki miałby ogromne znaczenie także w naszych relacjach zewnętrznych: w stosunkach z Rosją, partnerami unijnymi i w skali globalnej. Pokazywałby naszą zdolność do świadomej, „pozbieranej” modernizacji, do długofalowego budowania przewag konkurencyjnych zgodnych z naszą kulturą i mentalnością. Do podążania swoistą polską drogą rozwoju. W sferze gospodarczej wytyczyłby nasze strategiczne miejsce w międzynarodowym podziale pracy, naszą szeroko rozumianą narodową specjalizację.

Przykładami skuteczności wyrazistej narodowej strategii rozwoju są Finlandia i Irlandia. Finowie – do niedawna naród chłopów, drwali i leśników – postawili na edukację oraz rozwój własnego sektora naukowo-badawczego zorientowanego na ścisłą współpracę z przemysłem. Dziś Finlandia ma jedną z najbardziej konkurencyjnych gospodarek na świecie z powszechnie rozpoznawalną marką Nokia.

Irlandia w latach 80. też zainwestowała bardzo dużo w edukację, ale zamiast rozwoju własnego sektora badań postawiła na wysokotechnologiczne inwestycje zagraniczne, głównie w sektorze IT. W krótkim czasie stały się one lokomotywą eksportu i rozwoju całego kraju. Wielki, będący przedmiotem dumy narodowej, program kosmiczny realizują dziś Chiny. Korea Południowa uznała za dźwignię cywilizacyjno-rozwojową powszechny dostęp do szerokopasmowego internetu. W chwili obecnej dysponuje nim 77 proc. ludności tego kraju (48 mln), podczas gdy w Polsce tylko niecałe 4 proc.

Taki projekt cywilizacyjny musi mieć jednak bardzo szeroką akceptację społeczną. Musi być przedmiotem porozumienia wykraczającego poza ramy partii politycznych czy określonych środowisk. Musi mieć charakter ogólnonarodowy. Wyrastać ze zbiorowej, a nie z eksperckiej czy decydenckiej mądrości. Musi wyrażać aspiracje i marzenia różnych pokoleń. Dopiero wówczas będzie strategicznym dobrem wspólnym zdolnym do mobilizacji i ukierunkowania energii, kreatywności, przedsiębiorczości i pracowitości Polaków.

Aby go stworzyć, musimy przede wszystkim sami siebie – jako społeczeństwo – lepiej zrozumieć. Musimy się otworzyć na dialog „między”: międzysrodowiskowy, międzypokoleniowy, międzyregionalny. Z perspektywy Warszawy i transformacyjnych zwycięzców nie zrozumiemy całej Polski, jej różnych lokalnych i regionalnych potencjałów i aspiracji, jej przewag konkurencyjnych.

Potrzebujemy mechanizmu komunikacji i budowy konsensusu, który odegrałby rolę akuszerki unikalnej samowiedzy różnych grup i organizacji społecznych dotyczącej możliwości i chęci działania oraz woli wspólnego kształtowania przyszłości. Samowiedzy, o której często administracja odpowiedzialna za planowanie gospodarcze nie ma zielonego pojęcia.

Tworząc wizję rozwoju, musimy się nauczyć łączenia przewidywania z wymyśleniem przyszłości, sfery celów ze sferą środków, wiedzy i działania. Musi to być proces interaktywny, w którym wymiana dotyczy nie tylko informacji, ale także emocji. Jednak przede wszystkim definiowanie wizji rozwojowej kraju musi być oparte na wartościach. Jego istotą jest bowiem wspólne poszukiwanie „strategicznego dobra wspólnego”.

\*Jan Szomburg jest prezesem Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową