

CHOWANNA

TOM 2 (35)



PSYCHOLOGICZNE UWARUNKOWANIA INNOWACYJNOŚCI



Wydawnictwo
Uniwersytetu Śląskiego
Katowice 2010

Nr indeksu 330566

CHOWANNA

TOM 2 (35)

PSYCHOLOGICZNE UWARUNKOWANIA INNOWACYJNOŚCI

pod redakcją Barbary Kożusznik

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Katowice 2010

Redaktor naczelny
Dr hab. Zbigniew Spendel

Recenzenci

Prof. dr hab. Grażyna Bartkowiak, prof. dr hab. Stanisław Witkowski

Rada Naukowa

Prof. dr hab. Jerzy Brzeziński
Prof. dr hab. Maria Czerepaniak-Walczak
Prof. dr hab. Kazimierz Denek
Prof. dr hab. Tadeusz Frąckowiak
Prof. dr hab. Adam Frączek
Prof. dr hab. Stanisław Juszczyk
Prof. dr hab. Stanisław Kawula
Prof. dr hab. Wojciech Kojs
Prof. dr hab. Stefan M. Kwiatkowski
Prof. dr hab. Zbigniew Kwieciński
Prof. dr hab. Tadeusz Lewowicki
Prof. dr hab. Mieczysław Łobocki
Prof. dr hab. Krystyna Marzec-Holka
Prof. dr hab. Stefan Mieszalski
Prof. dr hab. Aleksander Nalaskowski
Prof. dr hab. Czesław Nosal
Prof. dr hab. Irena Obuchowska
Prof. dr hab. Wincenty Okoń
Prof. dr hab. Stanisław Palka
Prof. dr hab. Karol Poznański
Prof. dr hab. Andrzej Radziewicz-Winnicki
Prof. dr hab. Bronisław Siemieniecki
Prof. dr hab. Tomasz Szkudlarek
Prof. dr hab. Bogusław Śliwerski
Prof. dr hab. Andrzej de Tchorzewski
Prof. dr hab. Janina Wyczęsany

Kolegium Redakcyjne

Prof. dr hab. Małgorzata Górnik-Dürose
Dr hab. Ewa Jarosz
Prof. dr hab. Barbara Kozusznik
Prof. dr hab. Anna Nowak
Prof. dr hab. Jan M. Stanik
Prof. dr hab. Adam Stankowski
Dr hab. Agnieszka Stopińska-Pająk
Prof. dr hab. Ewa Syrek

Sekretarz Redakcji

Dr Beata Pitula

www.chowanna.us.edu.pl

Adres Redakcji / Editorial Adress
Wydział Pedagogiki i Psychologii
Uniwersytetu Śląskiego
40-126 Katowice, ul. M. Grażyńskiego 53
tel./fax (32) 258-94-82
e-mail: zbigniew.spendel@us.edu.pl

Spis treści

Wstęp (<i>Barbara Kożusznik</i>)	5
Słowniczek najważniejszych pojęć (<i>Barbara Kożusznik</i>).	13

Artykuły

BARBARA KOŻUSZNIK Kluczowa rola psychologii we wspieraniu i w stymulowaniu innowacyjności	21
MAREK ADAMIEC Dynamika (nie)wiedzy, chaos, kultura	51
DAMIAN GRABOWSKI Kulturowe czynniki efektywności gospodarczej i innowacyjności. Kultura, efektywność a innowacyjność	77
JAROSŁAW POLAK Religijność a innowacyjność. Psychologiczne perspektywy badawcze	99
MAŁGORZATA CHRUPAŁA-PNIAK, MONIKA SULIMOWSKA-FORMOWICZ Organizacyjna kompetencja innowacyjności — determinanty psychospołeczne i ekonomiczne	119
MARTA STASIŁA-SIERADZKA Innowacje w zarządzaniu zasobami ludzkimi — historia i dzień dzisiejszy	145
AGATA HILAROWICZ, ANITA POLLAK Zespół wirtualny jako przykład rozwiązania innowacyjnego i narzędzia do tworzenia innowacji	163
DANUTA PIETER Wikinomia, czyli rewolucja nowej gospodarki wiedzą i innowacją	177
MAŁGORZATA KOŻUSZNIK Proinnowacyjne modele kształcenia studentów. Przykład studiów Master Erasmus Mundus on Work Organizational and Personnel Psychology (WOP-P)	187
MAŁGORZATA ŁUSZCZAK, REMIGIUSZ KOPOCZEK Rzeczywistość wirtualna w edukacji artystycznej	197
Zakończenie (<i>Barbara Kożusznik</i>)	207
Raport z VII Konferencji Socjoterapii, Sulejów 2009 (<i>Monika Frania</i>)	211
Noty o autorach.	215

Wstęp

Niniejsza praca powstała jako odpowiedź na wyzwania związane z koniecznością wspierania rozwoju innowacyjności. Poziom innowacyjności w Polsce jest nadal niski. Zgodnie z diagnozą dokonaną przez uczestników panelu „Polska przyszłości” zorganizowanego przez kancelarię premiera z okazji dwulecia rządu Donalda Tuska, Polska w obszarze kapitału intelektualnego zwiększa dystans wobec rozwiniętych gospodarczo krajów świata. Konieczne więc jest wyzwolenie kreatywności i innowacyjności, aby Polska mogła zbliżyć się do rozwiniętych gospodarczo krajów świata.

Takie apele pojawiały się już niejednokrotnie, nadszedł czas na realne zmiany, na przykład w postaci efektywnego wykorzystania funduszy europejskich (m.in. PO IG). Psychologowie włączają się nie od dziś w dyskusje nad tym, co zrobić, żeby zwiększyć poziom ekonomiczny kraju przez zwiększenie poziomu innowacyjności. Fascynujący świat technologii starają się oswoić od lat, badając procesy wdrażania innowacji i opory wobec zmian, które jakoby stanowią odzwierciedlenie drugiej natury człowieka. Ilustruje je określenie *overcoming resistance to change*. Psychologowie zauważają, że mimo iż człowiek jest autorem innowacji, bo je kreuje, potem staje się ich przeszkodą — bo przejawia nieuchronny, „wszechogarniający” opór wobec zmian. To właśnie te przeszkody i opory wobec zmian stały się głównym przedmiotem badań nad wprowadzaniem zmian, etapami przyswajania innowacji, zarządzaniem zmianą etc.

Niestety, uwzględnianie czynników psychologicznych w procesach związanych ze wspieraniem innowacji nie jest dostateczne. Innowacyj-

ność traktuje się wciąż jako proces i zjawisko technologiczne lub ekonomiczne (bo daje efekty ekonomiczne). Takie rozumienie innowacyjności wywołane jest z jednej strony podejściem nauk ekonomicznych, w których innowację uznaje się za efekt zaplanowanego procesu, a zatem jej powstanie warunkowane jest czysto technicznymi elementami (metodą zarządzania, dostępnym oprogramowaniem, dostępnymi patentami itp.). Czynniki o charakterze społecznym, w tym psychologicznym, wprowadzane są do poziomu zasobów i ujmowane w kategorię kapitału ludzkiego. Pojęcie to tylko częściowo łączy koncepcje ekonomiczne z psychologicznymi. Z drugiej strony sama psychologia nie oferuje spójnej metodologii i koncepcji dobrze wyjaśniającej proces innowacyjny, rzadko podejmuje się również interdyscyplinarne badania, które mogłyby potwierdzić skuteczność postrzegania procesu innowacyjnego przez pryzmat psychologii. Należy podkreślić, że równocześnie wobec psychologii formułowane są dzisiaj szczególne wyzwania. Coraz częściej słyszy się, że w związku z gwałtownymi przemianami technologii i ekonomii światowej oraz nadejściem ery tzw. konceptualnej to właśnie czynniki psychologiczne i edukacyjne będą odgrywały kluczową rolę w procesach innowacyjnych. Oznacza to, że powstała potrzeba włączenia psychologii do badań nad procesami innowacyjnymi, określenia głównych problemów związanych z innowacyjnością i współpracy z innymi dyscyplinami, które innowacyjnością się zajmują.

W niniejszym tomie zwrócono uwagę na to, że psychologia innowacji powinna zajmować się całym procesem innowacyjnym, a nie tylko wybranymi jego fragmentami. Psychologiczne wymiary innowacji powinny być uwzględniane i wykorzystywane na następujących poziomach:

1. Na poziomie tworzenia pomysłów jako przyszłych innowacji.

Brakuje nam w Polsce akceptacji świadomego wyławiania talentów, geniuszu, wspomagania go i ośmielania, uczenia, jak gospodarować własnymi zdolnościami, jak ich nie marnować, tego, jak ma się zachowywać twórca w gronie osób mniej kreatywnych. Często ów twórca jest traktowany jak „odmieniec”, ktoś zaburzony; bywa też odwrotnie — twórcę traktuje się z czolobitnością, nie zwracając uwagi na np. widoczne błędy w funkcjonowaniu społecznym. Psychologia może służyć swoją wiedzą i umiejętnościami — poprzez wzmacnianie samoświadomości twórców, ich przekonania o sobie i nastawienia na to, że są skuteczni i potrafią dokonać rzeczy wielkich, może wspomagać i doskonalić procesy twórczego myślenia, podejmowania decyzji etc. Potrzebne są więc badania procesu twórczego oraz procedury wspierania twórczości i twórców w organizacjach.

2. Na poziomie komunikacji i transferu innowacji.

Nie wystarczy wymyślenie najlepszego wynalazku, jeśli pomiędzy autorami wynalazku a ewentualnymi producentami, a także pomiędzy

samymi wynalazcami nie ma procesów komunikacji, współpracy, zrozumienia, jeśli brakuje chęci i odwagi przełamania stereotypów między nauką a biznesem, uczelnią techniczną a uczelnią humanistyczną, jednym zespołem badawczym a drugim. Mówiąc krótko — brakuje uczenia, wspierania i doskonalenia zachowań, które sprzyjałyby transferowi. Z diagnozy dokonanej przez uczestników panelu „Polska przyszłości” wynika, że samo zwiększenie liczby wynalazków i nowych rozwiązań niewiele da, gdyż większość Polaków charakteryzuje się dużą dozą sobkostwa i gra wyłącznie „na siebie”. Takie podejście nie wspiera rozwoju polskiej gospodarki. Psychologia mogłaby pomóc w przełamaniu wzajemnych niechęci i stereotypów poprzez projekty, programy i szkolenia związane z doskonaleniem umiejętności współpracy, komunikacji etc.

3. Na poziomie wdrażania i przyswajania innowacji.

Wprowadzanie zmian, które mogą stać się innowacjami, to proces trudny, często napotykający na opory. Znaczenie psychologicznych czynników na tym etapie jest bezsporne, brakuje jednak tzw. wskaźników twardych znaczenia poszczególnych czynników. Brakuje dobrych procedur organizacyjnych, które „konsumowałyby” psychologiczną wiedzę na temat radzenia sobie z procesami wdrażania innowacji w poszczególnych fazach procesu innowacyjnego. Brakuje nowoczesnych instrumentów, które pozwoliłyby menedżerom opanować nowe sposoby zachęcania ludzi do zmian i nowych zachowań.

Brakuje szerszej i głębszej refleksji o roli wiedzy, postępu, nauki we współczesnym świecie i ich znaczeniu — często niejednoznacznie pozytywnym — dla indywidualnego człowieka i cenionych przez niego wartości. Psychologowie nie do końca bezkrytycznie przyjmują model „panowania” technologii i poszukują głębszych uzasadnień wprowadzania zmian — na poziomie wartości, sensu istnienia, filozofii rozwoju wiedzy z poszanowaniem wszelkich przejawów jej rozwoju, także tych pozornie destrukcyjnych i chaotycznych.

Celem tego jest więc:

- podkreślenie roli psychologii w procesach innowacyjnych, a także jej miejsca w interdyscyplinarnych badaniach innowacji;
- ukazanie mechanizmów oparcia innowacyjności na głębokim funkcjonowaniu wiedzy — zamiast sztucznego podtrzymywania jej struktur — znaczeniu mechanizmów tolerancji, otwartości, współpracy i dzielenia się oraz chaosu i niepewności — czynników uważanych dotąd za destrukcyjne;
- podkreślenie znaczenia czynników kulturowych z uwzględnieniem ich sztywności i elastyczności oraz poszukiwania optimum, żeby innowacyjność mogła zaistnieć;

- ukazanie roli głębokich właściwości człowieka, jego indywidualności i wartości, które organizują świat wewnętrzny i ludzką osobowość tak, że człowiek jest w stanie być innowacyjny;
- podkreślenie, że skoro człowiek jest tak ważny w procesie innowacyjnym, to aby nie ulotniły się jego zdobycze i dorobek w postaci wiedzy, należy tworzyć struktury, procedury wspierające ujarzmianie procesu rozprzestrzeniania się wiedzy.

W tomie tym ukazujemy także, jak w praktyczny i konkretny sposób przedstawione programy, projekty i postulaty mogą zostać wcielone w życie. Oto propozycje:

- nowe metody zarządzania ludźmi związane dzisiaj z otwieraniem, demokratyzowaniem, delegowaniem etc.;
- zespoły wirtualne i ich wpływ na innowacyjne rozwiązania w organizacji;
- działania wikinonii — nowego innowacyjnego zjawiska dzielenia się wiedzą dla zwiększenia innowacyjności;
- proinnowacyjne modele edukacji w szkolnictwie wyższym oparte na łączeniu w edukacji teorii z praktyką oraz doświadczeniami międzykulturowymi, budowaniu kluczowych i uniwersalnych kompetencji;
- innowacyjne projekty wykorzystania wirtualności i jej humanizacji w celu doskonalenia kształcenia.

Kolejne artykuły tomu dotyczą problemów teoretycznych i praktycznych związanych z rolą psychologicznych mechanizmów i czynników w procesach innowacyjnych.

W części pierwszej znalazły się artykuły skoncentrowane wokół problemów teoretycznych innowacyjności.

Barbara Kożusznik w artykule *Kluczowa rola psychologii we wspieraniu i w stymulowaniu innowacyjności* omawia kluczową rolę psychologii w kreowaniu i wspieraniu procesów innowacyjnych oraz wyzwania ery konceptualnej wobec światowej gospodarki, opisuje modele badań psychologicznych nad innowacyjnością, przytacza wyniki badań nad psychologicznymi barierami innowacji. W konkluzji zwraca się do samych psychologów, aby podjęli nowe ambitne zadanie zwiększenia innowacyjności. Jednak aby pokonać psychologiczne bariery innowacyjności, których, jak wskazują badania, jest bardzo wiele, psychologia musi zostać potraktowana przez inne dyscypliny zajmujące się problematyką organizacji jak partner i sami psychologowie muszą poprzez swoją wiedzę i determinację włączyć się do wspierania i doskonalenia procesów innowacyjnych.

Marek Adamiec w artykule *Dynamika (nie)wiedzy, chaos, kultura* omawia sposoby funkcjonowania wiedzy w kulturze w ogóle oraz organizacjach i systemach społecznych. Zgodnie z główną tezą artykułu,

wiedza jest rodzajem organizacji, uporządkowania, które aby istnieć, musi przejawiać dynamikę, czyli zmieniać formy od bardziej do mniej uporządkowanych i odwrotnie. Jeśli wiedza ma zmieniać się, wzrastać, to musi odrzucać część siebie, tę część, która stoi na przeszkodzie zmiany. W kulturze istnieją wzory tamujące ten proces odrzucania i przekształcania. Końcowa część artykułu jest próbą odpowiedzi na pytania: jakie warunki kulturowe, organizacyjne (kultura organizacji, itp.) sprzyjają modelowi pełnej dynamiki wiedzy, a tym samym jej ewolucji, doskonaleniu i rozpowszechnianiu? Czy umiemy takie warunki tworzyć lub zmieniać? Jakie narzędzia mogą tu być przydatne? Celem analizy jest wskazanie instytucjonalnych i organizacyjnych narzędzi wzrostu wiedzy. Może się okazać, w świetle sformułowanego modelu, że wiedzę można rozumieć w sposób znacząco inny niż się to robi w jej „tradycyjnych” koncepcjach.

Damian Grabowski w artykule *Kulturowe czynniki efektywności gospodarczej i innowacyjności. Kultura, efektywność a innowacyjność* przedstawia listę czynników kulturowych, które uznaje się za warunki rozwoju gospodarczego umiejscowione w umyśle człowieka. Opisywane są m.in. etyka pracy, odraczanie gratyfikacji, zgodność zachowań z normami, a właściwie mała rozbieżność między zachowaniem a normami moralnymi. We współczesnej gospodarce innowacyjność, inwencja decydują o sukcesach gospodarczych, natomiast akcentowanie efektywności gospodarczej rozumianej jako zwiększanie wydajności może zmniejszyć innowacyjność i doprowadzić do upadku organizacji. Innymi słowy: z jednej strony kultura biurokratyczna może hamować innowacje, ale z drugiej strony elastyczna organizacja nastawiona na zdobywanie nowych klientów, z założenia wzmacniająca innowacyjność, może generować organizacyjny chaos. W artykule opisano zależności między kulturą organizacji a innowacyjnością, przedstawiając organizację metaelastyczną jako taką, która stosuje jednocześnie rozwiązania charakterystyczne dla kultur biurokratycznych i elastycznych, takich jak adhocracja, co chroni przed pułapką sztywności oraz chaosu i sprzyja innowacjom w procesie produkcji.

Jarosław Polak w artykule *Religijność a innowacyjność. Psychologiczne perspektywy badawcze* stawia sobie za cel określenie perspektyw badawczych zjawisk psychologicznych związanych z religijnością oraz ze zmiennymi warunkującymi innowacyjne postawy, zachowania w nowoczesnych organizacjach i zorganizowanym życiu społecznym. Religijność ludzi jest zjawiskiem powszechnym i panuje zgoda co do tego, że religijność może w znaczący sposób regulować ludzkie zachowania w dziedzinie kreatywności i innowacyjności.

Przegląd możliwych perspektyw badawczych służy autorowi za podstawę sformułowania pytań o kierunki zależności pomiędzy złożonym

zjawiskiem religijności ujmowanej z perspektywy psychologii a innowacyjnością oraz wynikające z tego konsekwencje dla funkcjonowania ludzi i społeczeństw. W opracowanym przeglądzie podejść badawczych ocenie podlegają zwłaszcza możliwości wyjaśniania zjawiska innowacyjności i zmiennych ją warunkujących w ramach poszczególnych podejść badawczych w psychologii religii.

Małgorzata Chrupała-Pniak i Monika Sulimowska-Formowicz w artykule *Organizacyjna kompetencja innowacyjności — determinanty psychospołeczne i ekonomiczne* podejmują zagadnienie innowacyjności organizacyjnej (przedsiębiorstwa) w kontekście czynników ekonomicznych i psychospołecznych. Celem artykułu jest próba znalezienia zależności między innowacyjnością organizacyjną a zachowaniami innowacyjnymi pracowników oraz skonstruowanie wskaźników tzw. miękkich i twardych ukazujących efektywność innowacyjną przedsiębiorstwa. Na użytek niniejszego opracowania autorki proponują nowy konstrukt: kompetencja innowacyjności. Kompetencja innowacyjności definiowana jest jako hybryda wiedzy (wiedza ukryta i jawna na temat specjalistycznych technicznych i technologicznych zagadnień organizacyjnych), umiejętności (umiejętność uczenia się, umiejętność analizowania sytuacji, w jakiej znajduje się przedsiębiorstwo, umiejętność podejmowania ryzyka i ponoszenia odpowiedzialności za własne propozycje i projekty), postawy (zaangażowanie organizacyjne i zaangażowanie do wysiłku innowacyjnego).

Na drugą część tomu składają się opisy praktycznych proinnowacyjnych działań:

Marta Stasiła-Sieradzka w artykule *Innowacje w zarządzaniu zasobami ludzkimi — historia i dzień dzisiejszy* pisze, że od czasów, kiedy obserwować można społeczny podział pracy, toczą się rozważania nad ludzką efektywnością i regulacją stosunków między pracodawcą i pracobiorcą. Historię tych rozważań podzielić można na kilka etapów, w których w rewolucyjny wręcz sposób zmieniały się sposoby pracy człowieka. Odkrywając kolejne kamienie milowe owych zmian, warto zwrócić uwagę na towarzyszące im innowacyjne rozwiązania w obszarze zarządzania ludźmi. W artykule przedstawiono ewolucję myśli o organizacji pracy ludzkiej, rozpoczynając od okresu wędrownych nomadów, poprzez rewolucję agrarną i przemysłową, a kończąc na przewidywaniach i rozwiązaniach nadchodzącej epoki postorganizacyjnej.

Agata Hilarowicz i Anita Pollak w artykule *Zespół wirtualny jako przykład rozwiązania innowacyjnego i narzędzia do tworzenia innowacji* omawiają zagadnienia funkcjonowania zespołu wirtualnego jako innowacji rozumianej z jednej strony jako forma organizacji pracy jakościowo różna od rozwiązań dotychczas istniejących, z drugiej

zaś jako radykalna zmiana zachowań członków takiego zespołu prowadząca do uzyskania innowacji. W pierwszym znaczeniu interesujący jest aspekt technologiczny oraz sposób wymiany informacji pomiędzy członkami zespołu, w drugim — jako konsekwencja powyższego — kwestie zmiany zachowań członków zespołu oraz jego lidera. Celem analizy jest wskazanie tych zachowań, które wydają się niezbędne dla efektywnego i innowacyjnego funkcjonowania zespołu wirtualnego, zwłaszcza umiejętność świadomego osłabiania czy zrzekania się własnego wpływu — deinfluentyzacji. Deinfluentyzacja stanowi w zespole wirtualnym warunek pełnego wykorzystania możliwości poszczególnych elementów zespołu (lidera, zespołu jako całości i konkretnych jednostek).

Danuta Pieter w artykule *Wikinomia, czyli rewolucja nowej gospodarki wiedzą i innowacją* pisze, że rozpowszechniony przez generację internetową, coraz bardziej mobilną, szybką, poszukującą szerokich kontaktów i wiarygodności, Web 2.0 wykreował nowe, dotychczas niewyobrażalne możliwości współpracy. Te nowe narzędzia, jak również silne pragnienie zaangażowania się i współpracy poszczególnych jednostek powodują, iż przedsiębiorstwa stają przed wyzwaniem przyjęcia nowych reguł konkurencyjnych, takich jak: otwarcie na współpracę, wymiana, dobre relacje pomiędzy jednostkami oraz działanie globalne; w konsekwencji możemy oczekiwać głębokiego przekształcenia modeli biznesowych.

Małgorzata Kozusznik w artykule *Proinnowacyjne modele kształcenia studentów. Przykład studiów Master Erasmus Mundus on Work Organizational and Personnel Psychology* opisuje Master Erasmus Mundus on Work Organizational and Personnel Psychology (WOP-P) — program stworzony przez pięć europejskich uniwersytetów w duchu innowacyjnych rozwiązań Unii Europejskiej i Europejskiego Stowarzyszenia Psychologów Pracy (EAWOP) i European Network of Organizational Psychology (ENOP). Master WOP-P jest nie tylko innowacyjnym, ale także proinnowacyjnym programem, kształtującym postawy i wrażliwość proinnowacyjną studentów dzięki czterem głównym charakterystykom organizacji Mastera WOP-P: (1) oparciu na kompetencjach i (2) na modelu badacz-praktyk, (3) wspieraniu współpracy międzykulturowej i obowiązkowej wymiany międzynarodowej studentów i profesorów w postaci trzymiesięcznej wymiany naukowej oraz dwutygodniowego intensywnego kursu Winterschool oraz (4) wykorzystywaniu nowych technologii. Celem studiów jest umożliwienie absolwentom otwarcia się na nowy wzór pracy, przełamywanie barier i stereotypów. Studenci uczą się nowych twórczych rozwiązań oraz zdobywają niezbędne kompetencje, takie jak elastyczność, otwartość na zmiany, wrażliwość i umiejętność prowadzenia międzynarodowego dialogu. Po ukończeniu tego programu

psychologowie ukierunkowani są między innymi na pomoc w kreowaniu innowacji, w transferze innowacji, pokonywaniu oporów i przyswajaniu innowacji przez organizacje.

Małgorzata Łuszczak i Remigiusz Kopoczek w artykule *Rzeczywistość wirtualna w edukacji artystycznej* opisują, jak bardzo rozwój technologiczny, obserwowany w ostatnich latach, w istotny sposób zmienił formy i metody nauczania na odległość. Możliwość komunikacji dwukierunkowej i kontakt z odbiorcą przekazu, a także możliwość weryfikacji zdobytej wiedzy i umiejętności w znaczny sposób przyczyniły się do powstania formy nauczania zwanej e-learningiem. Wygoda obsługi oraz atrakcyjna forma przekazywanej wiedzy, opierająca się nie tylko na informacji tekstowej, lecz również multimedialnej, spowodowały, że rozwój tej dziedziny nauczania jest bardzo dynamiczny. Wykorzystanie wirtualnych środowisk może w większym stopniu zmienić styl uczenia niż działanie w ramach sformalizowanej struktury sali wykładowej. W niniejszym artykule omówione zostały techniki i metody wykorzystania rzeczywistości wirtualnej w edukacji artystycznej.

Dziennikarze znanych w świecie i opiniotwórczych pism „Forbes”, „Wall Street Journal”, a także wizjonerzy ekonomiczni zjednoczyli się obecnie w przekonaniu, że wzrost ekonomiczny będzie stymulowany i wzmacniany przez innowacje. Stany Zjednoczone i inne państwa o dużym potencjale ekonomicznym będą się rozwijać dzięki nowym produktom i ich ciągłemu ulepszaniu oraz dopasowywaniu istniejących produktów w ramach nowego typu konsumpcji opartej w dużej mierze na wartościach. Nie jest to w gruncie rzeczy nic nowego, bo wprowadzanie nowych idei na rynek zawsze było bodźcem do wzrostu ekonomicznego. Wszystko to oznacza, że psychologia jest dyscypliną kluczową dla ekonomii i dla innowacji.

Barbara Kożusznik

Słowniczek najważniejszych pojęć

W związku z tym, że każdy z autorów niniejszego tomu odnosi się do zjawisk innowacji i innowacyjności, zamieszczamy w tym miejscu definicje najważniejszych pojęć, które stanowią podstawę rozważań w poszczególnych artykułach. Pojęcie innowacyjności odnoszone jest do różnych zjawisk, rozpatrywane w kategoriach podmiotowych i przedmiotowych przez poszczególnych autorów. Aby dokonać uściślenia rozumienia najważniejszych pojęć i aby przynajmniej częściowo przewyciężyć różnice wynikające z interdyscyplinarności proponowanego w tej pracy podejścia, proponujemy przyjęcie konkretnego rozumienia poszczególnych terminów.

Innowacja

W niniejszej pracy przyjmujemy szerokie rozumienie innowacji, wedle którego — podobnie jak Joseph A. Schumpeter — definiujemy innowację jako nowe kombinacje różnych materialnych elementów i produkcyjnej siły człowieka, których istotą jest: wytworzenie nowego produktu lub wprowadzenie na rynek towarów o nowych właściwościach; posłużenie się nową metodą produkcyjną; znalezienie nowego rynku zbytu; zdobycie nowych źródeł surowców; wprowadzenie nowej organizacji, np. utworzenie monopolu lub jego likwidacja. Schumpeter postrzega innowację szeroko, nie zawęża jej tylko do rozważań technicznych; uważa,

że innowacja obejmuje też przedsięwzięcia ekonomiczne oraz pojawia się w sferze zmian o charakterze organizacyjnym i w obszarze stosunków międzyludzkich. Zdaniem Schumpetera, źródłem innowacji jest inwencja odkrywczej i przedsiębiorczej jednostki (Schumpeter, 1960, s. 140; Mikosik, 1993, s. 67–74).

Podobnie szeroko rozumie innowację Peter Drucker. Innowacja według Druckera to wysiłek wydatkowany w celu stworzenia celowej i ukierunkowanej, zamierzonej zmiany w sferze ekonomicznej lub społecznym potencjale organizacji. Innowacja więc to nowy produkt lub procedura, którego zastosowanie jest znacząco nowe w stosunku do stanu poprzedniego. Innowacje, które nie odnoszą sukcesu rynkowego, są tylko pomysłami, ideami (Drucker, 1985). Innowacja w kulturach europejskich i amerykańskiej ma konotacje pozytywne.

Jako pojęcie z zakresu teorii organizacji i zarządzania innowacja oznacza „wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej w praktyce gospodarczej, organizacji miejsca pracy lub stosunkach z otoczeniem” (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju, 2008, s. 48).

W psychologii innowacji pojęcie „innowacja” oznacza pojawienie się, transfer i wdrożenie nowych produktów i metod, które prowadzą do zwiększania efektywności i zysków dzięki właściwościom grup społecznych oraz tworzących te grupy ludzi.

Genrich Altszuller (1972), dostrzegając w innowacji konieczność zachodzenia procesów twórczych, podkreślał związek innowacji z kreatywnością. Innowacja według niego jest złożonym zjawiskiem i zbiorem umiejętności, odmiennym sposobem organizowania, syntezy i wyrażania wiedzy, postrzegania świata i tworzenia nowych idei, perspektyw, reakcji i produktów.

Innowacyjność

Innowacyjność to „szczególny proces odnawiania się ludzi i organizacji”. Takie spojrzenie akcentuje nie tylko rezultat, czyli samą innowację w postaci wynalazku, nowego produktu czy usprawnienia organizacyjnego, ale także, a może przede wszystkim proces kreowania innowacyjności rozciągnięty w czasie (Nonaka, Takeuchi, 2000).

Innowacyjność przedsiębiorstw stanowi cechę organizacji, które w danym okresie wprowadziły przynajmniej jedną innowację techniczną;

udział nowych, istotnie ulepszonych produktów wprowadzonych na rynek w ostatnich 3 latach.

Działalność innowacyjna oznacza szereg działań o charakterze naukowym, badawczym, technicznym, organizacyjnym, finansowym, handlowym, których celem jest opracowanie i wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych wyrobów i procesów. Niektóre z tych działań są innowacyjne same w sobie, inne zaś mogą nie zawierać elementu nowości, lecz są niezbędne do opracowania i wdrożenia innowacji (Oslo Manual, 2005).

Definicja prawna działalności innowacyjnej stanowi, że jest to działalność związana z przygotowaniem i uruchomieniem wytwarzania nowych lub udoskonalonych materiałów, wyrobów, urządzeń, usług, procesów lub metod przeznaczonych do wprowadzenia na rynek albo innego wykorzystania w praktyce (Dz.U. nr 179, poz. 1484).

Przedsiębiorstwo innowacyjne (Jasiński, 1995), organizacja, która w szerokim zakresie prowadzi prace badawczo-rozwojowe lub korzysta z rozwiązań wygenerowanych przez inne innowacyjne podmioty na rynku, przeznaczając na tę działalność wysokie nakłady finansowe, systematycznie wdraża nowe rozwiązania naukowo-techniczne, dysponuje dużym udziałem nowości w realizowanej produkcji lub świadczonych usługach. Przedsiębiorstwo innowacyjne to organizacja posiadająca umiejętność sprawnego wprowadzania nowych technologii i metod organizacji niezbędnych do realizacji zmieniających się celów rozwojowych (Bogdanienko, red., 2004).

Inwencja, kreatywność

Inwencja, kreatywność określają proces tworzenia nowych pomysłów i wynalazków. Z punktu widzenia psychologii inwencja jest to proces twórczy angażujący indywidualny, grupowy i organizacyjny potencjał kreatywności.

- J. Brilman (2002) akcentuje dwa wymiary kreatywności:
- kreatywność adaptacyjną — charakteryzuje pracowników, którzy doskonaląc swoje kwalifikacje, przyczyniają się do lepszego funkcjonowania firmy;
 - kreatywność innowacyjną — charakteryzuje pracowników odkrywających nowe rozwiązania, metody itp., które mogą stać się źródłem przewagi konkurencyjnej, a o których nikt jeszcze nie pomyślał.

Psychologia innowacji

Psychologia innowacji to dziedzina zajmująca się badaniem zachowania człowieka w organizacji i relacjami między jednostką a organizacją; w badaniu bierze się pod uwagę proces innowacyjny i jego najważniejsze elementy (tworzenie, transfer, dyfuzja, przyswajanie).

Transfer innowacji (inwencji)

O transferze innowacji (inwencji) mówimy wtedy, gdy mamy do czynienia z procesem przenoszenia nowych wytworów naukowych od źródła ich powstania do ich potencjalnych użytkowników.

Dyfuzja innowacji

Dyfuzja innowacji stanowi proces rozprzestrzeniania się i upowszechniania wytworów: metod, narzędzi, produktów, w celu uzyskania pożądanych efektów; dzięki kształtowaniu procesu dyfuzji innowacji i zarządzaniu nim również w tym obrębie mogą się pojawić innowacje (innowacje procesowe).

Proinnowacyjność

Proinnowacyjność to zespół cech i właściwości jednostek i zespołów oraz organizacji jako systemu, pobudzających do działań twórczych — rodzaj przedsiębiorczości, proaktywności (w odróżnieniu od reaktywności rozumianej jako naśladownictwo). Proinnowacyjność jest kontrolowaną przedsiębiorczością (zdyscyplinowaną twórczością) — konieczne jest bowiem nadanie działaniom twórczym pewnych ram, aby działania te mieściły się w pewnych przyjętych założeniach co do ich adekwatności i efektywności (mimo dużej swobody niezbędnej do tworzenia nie na wszystkie

organizację stać i nie wszystkie kierunki badań/prób są adekwatne do potrzeb). Proinnowacyjność umożliwia ludziom tworzenie i wdrażanie nowych pomysłów. Właśnie te cechy należałoby badać, tak aby następnie można było je wykorzystać w praktyce zarządzania, ułatwiając jednostkom, organizacjom i innym złożonym systemom społecznym tworzenie innowacji w obszarach właściwych ich działaniom.

Cechę proinnowacyjności można badać na poziomie;

- systemu — organizacyjna kompetencja innowacyjności;
- zespołu — twórcze/proinnowacyjne zespoły;
- jednostki — osobiste kompetencje innowacyjne.

Im bliżej poziomu systemu, tym bardziej twórczość powinna być zdyscyplinowana — to system ma nadawać ramy optymalnego poziomu nieokreśloności czy chaosu.

Organizacyjna kompetencja innowacyjności

Kompetencja innowacyjności to pojęcie funkcjonujące na poziomie metakompetencji organizacyjnych jako zmienna systemowa decydująca o indywidualnym poziomie proinnowacyjności danej organizacji. Pojęcie to obejmuje wiedzę organizacyjną, zarówno ukrytą, jak i jawną, na temat specjalistycznych, technicznych i technologicznych zagadnień organizacyjnych, umiejętności organizacyjnego uczenia się, w tym umiejętności pracowniczych w zakresie analizowania sytuacji, podejmowania decyzji w warunkach niejednoznaczności i chaosu, podejmowania osobistego ryzyka i ponoszenia odpowiedzialności za własne działania, umiejętności konwertowania wiedzy ukrytej w wiedzę jawną, umiejętności analizowania sytuacji, w jakiej znajduje się przedsiębiorstwo, oraz postaw przejawiających się w konkretnych zachowaniach proinnowacyjnych.

Bibliografia

Altszuller G.S., 1983: *Elementy teorii twórczości inżynierskiej*. Przeł. A. Góralski. Warszawa.

Altszuller H., 1972: *Algorytm wynalazku*. Warszawa.

Bogdanienko J., red., 2004: *Innowacyjność przedsiębiorstw*. Toruń.

- Brilman J., 2002: *Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania*. Przeł. K. Bolesta-Kukułka. Warszawa.
- Denning P.J., 2004: *The social life of innovation*. „Communication of the ACM”, vol. 47, no. 4, April.
- Drucker P.F., 1985: *The discipline of innovation*. „The Innovative Enterprise” 2002, August.
- Drucker P.F., 1992: *Innowacja i przedsiębiorczość*. Przeł. A. Ehrlich. Warszawa.
- Grudzewski W., Hejduk I., 2004: *Systemy zarządzania wiedzą — nowy paradygmat czy wyzwanie? W: Przedsiębiorstwo przyszłości. Fikcja i rzeczywistość*. Red. I Hejduk. Warszawa.
- Hejduk I., 2004: *Przedsiębiorstwo przyszłości. Fikcja i rzeczywistość*. Warszawa.
- Jasiński A.H., 1995: *Przedsiębiorstwo innowacyjne na rynku*. „Marketing i Rynek”, nr 3.
- Mikosik S., 1993: *Teoria rozwoju gospodarczego Josepha A. Schumpetera*. Warszawa.
- Nonaka I., Takeuchi H., 2000: *Kreowanie wiedzy w organizacji. Jak spółki japońskie dynamizują procesy innowacyjne*. Przeł. E. Nalewajko. Warszawa.
- Okoń-Horodyńska E., 1999: *Narodowy system innowacji w Polsce*. Katowice.
- Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju, 2008. Podręcznik Oslo. *Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji*. Warszawa.
- Oslo Manual, 2005: *The Measurement of Scientific and Technological Activities Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. 3rd ed. version.
- Schumpeter J.A., 1960: *Teoria rozwoju gospodarczego*. Przeł. J. Grzywicka. Wstęp J. Górski. Warszawa.

Barbara Kożusznik

Zakończenie

Wszyscy autorzy artykułów zamieszczonych w niniejszym tomie zmierzili się z tym samym zagadnieniem: psychologicznymi uwarunkowaniami innowacyjności. Jakie więc są te najważniejsze czynniki warunkujące innowacyjność? Teksty zawarte w tym tomie łączy jedno: dotyczą one sytuacji przełomu. Każdy autor widzi inne jego aspekty, ale w każdym artykule zawarta jest myśl, że od umownego „teraz” będzie już zupełnie inaczej. Mamy mało czasu, by się przygotować na zmiany. Potrzebujemy nowych pomysłów, jak żyć w świecie inwazji nowych rozwiązań. Sytuacja ta wymaga specjalnych poznawczych perspektyw, psychologicznych zdolności, modyfikacji istniejących systemów więzi społecznych i organizacyjnych. I każdy autor wskazuje na jakiś rodzaj tych czynników.

Marek Adamiec jako wyposażenie na czas przełomu proponuje nam zestaw powinności, zwłaszcza dotyczących naszego odniesienia do ludzkiej wiedzy. Autor radzi, żeby zamiast kurczowo trzymać się istniejących rozwiązań uprawiać „twórczą destrukcję” postulowaną przez wielu w zarządzaniu organizacjami. Należy pamiętać, że niewiedza jest nieodłącznym składnikiem wiedzy: zamiast oddawać cześć dogmatycznym a niepewnym porządkom, należy mówić „nie wiem, nie wiadomo”. Być może już nadeszła chwila, by ten nowy sposób myślenia o świecie zacząć stosować?

Barbara Kozusznik nie rysuje wizji nowego lepszego świata, ale pokazuje, co w obecnym świecie organizacji jest wrogie człowiekowi i czego pozbyć się należy, by umożliwić rozwój jego zdolności zarówno adaptacyjnych, jak i twórczych. Autorka czyni to poprzez wskazanie, jak wykorzy-

stać zdobytą już wiedzę oraz istniejące psychologiczne narzędzia i metody, aby ułatwić organizacjom osiągnięcie ich celów poprzez rzeczywiste uwzględnienie wolnego i nieograniczonego potencjału ludzi. Artykuł jest przeniknięty praktycznym postulatem upowszechniania tych narzędzi i wykorzystywania ich w obserwowanych czasach przełomu.

Damian Grabowski najbardziej ze wszystkich autorów dosadnie opisuje sytuację „przejścia”, w której znajdują się współczesne organizacje i tworzący je ludzie. Mówi on o sytuacji balansu pomiędzy zmianą i przeciwdziałaniem zmianie, balansu między porządkiem i chaosem. Człowiek i organizacje w obecnym świecie mają mniej lub bardziej określone granice tolerancji dla zmian. Czy w związku z tym będziemy umieli zachować ten balans w świecie zupełnie obcym i całkowicie nowym?

Jarosław Polak rozważa kwestię zjawiska, które w dobie modernizmu uważane było za symbol wsteczności — ludzką religijność. Czy religia może ułatwiać nam funkcjonowanie w przyszłym świecie? Wbrew wielu współczesnym ideologom, autor nie wyklucza, że w nowym świecie religijność (lub duchowość) będzie czynnikiem ważniejszym niż można sądzić na podstawie tego, co dzieje się obecnie w Europie. Nie znamy scenariusza przyszłości. W świetle danych dotyczących rosnącego wpływu religijności na życie ludzi w skali globalnej warto te czynniki uważnie śledzić.

Zdaniem Moniki Sulimowskiej-Formowicz i Małgorzaty Chrupały-Pniak, organizacyjna kompetencja innowacyjności odgrywa nadrzędną rolę wobec wszystkich kompetencji przedsiębiorstwa. Aktywne włączenie się psychologów w procesy zarządcze pozwoli zaprojektować trwale skuteczny system, w którym zarządzanie strategiczne, zarządzanie ludźmi i zarządzanie wiedzą doprowadzą do osiągnięcia tytułowej organizacyjnej kompetencji innowacyjności. Autorki pokazują, że bez wykorzystania wiedzy psychologicznej w zarządzaniu nie uda się osiągnąć standardów tzw. *conceptual age* w żadnej organizacji.

Marta Stasiła-Sieradzka twierdzi, że innowacyjne rozwiązania w zakresie zarządzania ludźmi to w pierwszej kolejności zmiana filozofii zarządzania. Wymaga to zastąpienia tradycyjnego, centralizującego władzę w rękach kierowników podejścia takim, które jest otwarte na ludzkie potrzeby, ambicje, możliwości. Autorka zadaje pytanie, czy w nadchodzącej erze będziemy mieć do czynienia z kierowaniem bez kierowników? Czy dotarliśmy do kolejnego kamienia milowego, równie ważnego jak rewolucja agrarna czy przemysłowa?

Artykuły Anity Pollak i Agaty Hilarowicz, Małgorzaty Kożusznik, Małgorzaty Łuszczak i Remigiusza Kopoczka oraz Danuty Pieter wskazują na całkowicie nowe i często nieznane obszary innowacyjności — świat pracy wirtualnej, uczenie się w skali globalnej i międzykulturowej, otwarte formy funkcjonowania i współdziałania w przestrzeni Internetu

(wikinomia) oraz znaczenie nowych metod dydaktycznych multimedialnych i związanych z wirtualnym światem oraz e-learningiem. Z artykułów tych wynika przekonanie, że wszystkie te obszary powinniśmy dobrze zbadać, by w nowym, „konceptualnym”, otwartym i dynamicznym świecie móc je efektywnie wykorzystać do zwiększenia innowacyjności organizacji i ludzi je tworzących.

Innowacyjność jest dziś modnym pojęciem. Ale jest to moda, która lansuje coś, co ma rzeczywiście ogromne znaczenie we współczesnym świecie. Od umiejętności szybkiego wymyślania rzeczy, procesów, stanów nowych, unikatowych i praktycznie użytecznych zależy przyszłość jednostek, społeczności, a nawet cywilizacji. Pomysł wraz z receptą użycia oraz siłą na jego realizację gwarantuje zwycięstwo. Dobry pomysł jest jednak dobrem rzadkim. Ewoluuje on tylko w środowisku, które gwarantuje mu optymalne warunki wzrostu. Autorzy artykułów w niniejszym tomie zastanawiali się nad czynnikami mogącymi mieć istotny wpływ na to, czy rozpoczną się i trwać będą procesy prowadzące do powstania innowacji, a jeśli tak, to czy innowacje te będą miały szanse na autentyczne trwanie w postaci nowych i efektywniejszych sposobów pracy.

Barbara Kożusznik

Raport z VII Ogólnopolskiej Konferencji Socjoterapii Sulejów 2009

W dniach 25—27 września 2009 roku odbyła się w Sulejowie pod Piotrkowem Trybunalskim VII Ogólnopolska Konferencja Socjoterapii pod tytułem *O wolności i odpowiedzialności. I: o mnie, o tobie, o byciu razem; o godności i dojrzałości; o wyborach; o przyjaźni; o radości*. Spotkanie cieszyło się dużym zainteresowaniem. Wzięło w nim udział wielu przedstawicieli ośrodków i placówek związanych z socjoterapią, przedstawicieli uczelni wyższych, nauczycieli, wychowawców, psychologów, pedagogów oraz wolontariuszy z całego kraju.

Konferencję współorganizowali: Pracownia Alternatywnego Wychowania z Łodzi; Sekcja Socjoterapii przy Polskim Towarzystwie Psychologicznym, Krakowskie Stowarzyszenie „Ocalić Szansę”, Stowarzyszenie „Ocalić Szansę” z Wrocławia, Państwowa Organizacja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych.

Patronat honorowy nad Konferencją objęli: prezydent miasta Łodzi Jerzy Kropiwnicki, marszałek województwa łódzkiego Włodzimierz Fisiak, marszałek województwa małopolskiego Marek Nawara, marszałek województwa dolnośląskiego Marek Łapiński, Polski Komitet do spraw UNESCO.

Patronat medialny sprawowały m.in.: „Charaktery” — magazyn psychologiczny; TVP Łódź; „Chowanna” — czasopismo naukowe Uniwersytetu Śląskiego.

Organizatorzy korzystali z dofinansowania ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego, a także budżetu Rzeczypospolitej Polski w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych.

Atmosfera Ośrodka Wypoczynkowo-Konferencyjnego „Dresso”, położonego w środku lasu sosnowego, sprzyjała wyciszeniu, przemyśleniom zainspirowanym wykładami oraz pełnemu zaangażowaniu podczas warsztatów i seminariów.

Konferencję rozpoczęła **Ewa Rose-Alster**, kierownik Pracowni Alternatywnego Wychowania z Łodzi, która powitała uczestników i przedstawiła tematykę spotkania. Wszystkie wykłady i warsztaty toczyć się miały wokół tematyki wolności i odpowiedzialności.

Wykład inauguracyjny *Opowieść o współistnieniu* wygłosił **Krzysztof Czyżewski**. Opierając swoją refleksję na legendzie o dwóch mnichach, starał się przekonać słuchaczy, że we współczesnych czasach coraz trudniejsze jest współistnienie. Ciężarem pozostaje spotkanie z Innym, który pozostał Obcym. Dzieje się tak dlatego, że „sami nie potrafimy przekroczyć siebie”. Tymczasem „stajemy się sobą, przekraczając siebie”. Jednak granica nie czyni nas wolnymi, dlatego że ogranicza, ale dlatego, że stwarza nam możliwość przekroczenia. Inny powinien być właśnie rozpoznaną częścią nas samych.

Po wykładzie uczestnicy Konferencji zostali podzieleni na 13 grup warsztatowych i pod okiem profesjonalistów związanych z łódzkim PAW, wrocławskim SOS oraz krakowskim SOS wzięli udział w zajęciach, podczas których zastanawiali się wspólnie, co w ich życiu oznaczają pojęcia wolności i odpowiedzialności. Wieczór zakończył pokaz wybranych filmów dokumentalnych Przeglądu „Procinema Festival”. Widzowie mogli obejrzeć następujące dokumenty: *Bogusia Blues* (reż. D. Woźniak); *Wegajty* (reż. W. Czechowski); *Sen, śmierć, przebudzenie* (reż. P. Gralak). Wieczór zakończył się koncertem muzyki na żywo. Pieśni rosyjskie zaprezentował zespół muzyków Nie Po Drodze z Suwałk.

Wykład prof. zw. dr hab. **Anny Brzezińskiej** *O wychowaniu do wolności: między bliskością a autonomią* rozpoczął drugi dzień Konferencji. Prof. A. Brzezińska już na samym początku podkreśliła, że problem wolności opiera się na dwóch pojęciach, między którymi zachodzi naturalna sprzeczność: bliskości i autonomii. W przypadku dzieci wkraczanie w sferę wolności to pewnego rodzaju oddalanie się, ale tylko przy jednoczesnym poczuciu bezpieczeństwa. Jeżeli go nie ma, jeżeli nie istnieje więź, wówczas trudno mówić o wolności. Wychowanie do wolności zależy od wieku i zadań rozwojowych. W każdym okresie wzrastania istnieją obszary, których ta wolność dotyczy. Są to: płaszczyzna wartości, celów, środków realizacji i warunków realizacji. Podczas wystąpienia nakre-

ślone zostały granice wolności i jej rodzaje oraz podstawowe zasady wychowania do wolności. Przedstawiono również obszary ryzyka związane z wychowaniem do wolności.

Następnie uczestnicy wzięli udział w warsztatach grupowych i twórczych, mających na celu refleksję nad własnymi lękami i sposobami ich przezwyciężania. Z pomocą rekwizytów teatralnych oraz dzięki własnej kreatywności uczestniczący w zajęciach starali się również ukazać pojęcie wolności w scenkach. Wieczór zakończył spektakl Teatru „Krzyk” *Głosy* oraz warsztaty tańców korowodowych prowadzone przez Alicję i Jacka Hałasów

Trzeci, ostatni dzień Konferencji zdominowany został przez wykład **Elżbiety Czyż** z Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka na temat praw i obowiązków ucznia w statutach szkolnych. Analizowano podstawę prawną, źródła oraz typowy statut szkoły.

Następnie uczestnicy wzięli udział w warsztatach podsumowujących Konferencję oraz uroczystości jej zakończenia.

Opuszczając Sulejów, można było mieć wrażenie, że uczyniło się krok dalej, by żyć zgodnie z tekstem Dezyderaty, która stała się mottem Konferencji: „Kroc spokojnie wśród zgiełku i pośpiechu — pamiętaj, jaki pokój może być w ciszy. Tak dalece, jak to możliwe, nie wyrzekając się siebie, bądź w dobrych stosunkach z innymi ludźmi [...]”.

Monika Frania

Noty o autorach

Dr Marek Adamiec — wykładowca w Katedrze Psychologii Pracy i Organizacji Wydziału Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Śląskiego.

Dr Małgorzata Chrupała-Pniak — adiunkt w Zakładzie Zachowań Organizacyjnych Szkoły Zarządzania Uniwersytetu Śląskiego.

Dr Damian Grabowski — adiunkt w Katedrze Psychologii Pracy i Organizacji Wydziału Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Śląskiego.

Dr inż. Agata Hilarowicz — adiunkt w Katedrze Stosowanych Nauk Społecznych Wydziału Organizacji i Zarządzania Politechniki Śląskiej.

Dr Remigiusz Kopoczek — adiunkt w Katedrze Interdyscyplinarnej Kształtowania Kultury Wydziału Artystycznego Uniwersytetu Śląskiego.

Prof. dr hab. Barbara Kozusznik — prorektor ds. studenckich, promocji i współpracy z zagranicą Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, kierownik Katedry Psychologii Pracy i Organizacji Wydziału Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Śląskiego.

Mgr Małgorzata Kozusznik — doktorantka Uniwersytetu w Walencji, stypendystka Programu V Segles, Comunidad Valenciana.

Prof. zw. dr hab. Małgorzata Łuszczak — dyrektor Instytutu Sztuki Wydziału Artystycznego Uniwersytetu Śląskiego.

MA Danuta Pieter — absolwentka Imperial College London (dyplom Master of Engineering), Institut des Sciences Politiques w Paryżu (dyplom), HEC (Hautes Etudes Commerciales) w Paryżu (dyplom).

Dr Jarosław Polak — adiunkt w Zakładzie Zachowań Organizacyjnych Szkoły Zarządzania Uniwersytetu Śląskiego.

Dr Anita Pollak — adiunkt w Katedrze Psychologii Pracy i Organizacji Wydziału Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Śląskiego.

Dr Marta Stasiła-Sieradzka — adiunkt w Katedrze Psychologii Pracy i Organizacji Wydziału Pedagogiki i Psychologii Uniwersytetu Śląskiego.

Dr Monika Sulimowska-Formowicz — adiunkt w Zakładzie Ekonomii Stosowanej Szkoły Zarządzania Uniwersytetu Śląskiego.

W roku 2010 nakładem

Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego

ukazały się następujące publikacje z dziedziny pedagogiki i psychologii

Małgorzata Zalewska-Bujak

Udział nauczycieli w przemianach edukacyjnych przełomu XX i XXI stulecia w Polsce

Eugenia Rostańska

Dziecko i dorosły w rozmowie. Doświadczenie komunikacji. Odniesienia edukacyjne

Ewa Wysocka

Doświadczenie życia w młodości — problemy, kryzysy i strategie ich rozwiązywania. Próba opisu strukturalno-funkcjonalnego modelu życia preferowanego przez młodzież z perspektywy pedagogiki społecznej. Wyd. 2.

Teresa Wilk

Rewitalizacja społeczna poprzez współczesną sztukę teatralną w ocenie reprezentantów (twórców i odbiorców) sztuki dramatycznej Legnicy, Nowej Huty i Wałbrzycha

Katarzyna Borzucka-Sitkiewicz

Środowiskowe uwarunkowania agresywnych zachowań młodzieży (jako wyznacznik oddziaływań profilaktycznych i interwencyjnych)

Nr indeksu 330566
PL ISSN 0137-706X
(wersja drukowana)
ISSN 2353-9682
(wersja elektroniczna)

Copyright © 2010 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

Publikacja będzie dostępna — po wyczerpaniu nakładu — w wersji internetowej:

Central and Eastern European Online Library
www.cceol.com

Redaktor
MAGDALENA STARZYK

Projekt okładki
i szaty graficznej
BEATA MAZEPA-DOMAGAŁA

Redaktor techniczny
MAŁGORZATA PLEŚNIAR

Korektor
BEATA KLYTA

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawus@us.edu.pl

Wydanie I. Nakład: 280 + 50 egz. Ark. druk. 13,75. Ark.
wyd. 15,0. Papier offset. kl. III, 90 g Cena 30 zł (+ VAT)

Łamanie: Pracownia Składu Komputerowego
Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego
Druk i oprawa: PPHU TOTEM s.c., M. Rejnowski, J. Zamiara
ul. Jacewska 89, 88-100 Inowrocław

Zasady opracowania materiałów

1. Redakcja przyjmuje teksty, które dotąd nigdzie nie były publikowane.
2. Nadsyłane prace będą recenzowane, a następnie omawiane na posiedzeniach Redakcji, która podejmie decyzję w sprawie zakwalifikowania ich do druku. O decyzji Redakcji Autor zostanie poinformowany. W przypadku niezakwalifikowania artykułu do druku zostanie on zwrócony Autorowi. (Prace realizowane między innymi w ramach grantu powinny być opatrzone informacją o rodzaju, numerze i tytule problemu badawczego).
3. Objętość tekstu nie może przekraczać 16 stron formatu A4, łącznie z bibliografią, przypisami, tabelami, rysunkami. Wyjątek od tej zasady stanowią jedynie artykuły zamówione.
4. Materiały przekazane do redakcji powinny zawierać:
 - komputerowy wydruk tekstu wraz z bibliografią (uporządkowaną alfabetycznie, w układzie nazwisko/data) oraz CD,
 - tabele, rysunki (wydruk oraz CD),
 - do każdego tekstu abstrakt oraz słowa kluczowe — w języku angielskim (względnie polskim),
 - przypisy: bibliograficzne (podane w tekście głównym, umieszczone w nawiasach w układzie nazwisko/data), rzeczowe (opatrzone cyfrą odpowiadającą numeracji ciągłej przypisów w tekście głównym, napisane na oddzielnej stronie),
 - informacje o Autorze (imię i nazwisko, tytuł, stopień naukowy i zawodowy, specjalność, stanowisko i miejsce pracy, aktualnie pełnione funkcje w stowarzyszeniach i towarzystwach krajowych i zagranicznych, adres do korespondencji, adres domowy, numer telefonu).

Warunki prenumeraty

Warunkiem regularnego otrzymywania „Chowanny” jest złożenie zamówienia na prenumeratę roczną. Cena każdego z tomów wyniesie 30 zł.

Zamówienia prosimy wysłać pod adresem:

WYDAWNICTWO UNIWERSYTETU ŚLĄSKIEGO
UL. BANKOWA 12B, 40-007 KATOWICE
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawus@us.edu.pl
tel. (032) 359-15-70

Bieżące numery można nabywać bezpośrednio w księgarni Wydawnictwa ul. Bankowa 12 (budynek rektoratu) lub zamawiać korespondencyjnie.

Subscription orders for all the magazines published in Poland available through the local press distributors or directly through the:

Foreign Trade Enterprise
ARS POLONA
Krakowskie Przedmieście 7, 00-950 Warszawa, Poland
Bank Account: Bank Handlowy SA w Warszawie 201061-710-1310

Księgarnia Wysyłkowa
„LEXICON”
Maciej Woliński
skrytka pocztowa 957, 00-950 Warszawa 1
tel./fax (022) 625-01-29, (022) 648-41-23
e-mail: lexicon@medianet.pl

KOLPORTER SIECI HANDLOWE
Sp. z o.o.
ul. Zagnańska 61
25-528 Kielce

CHOWANNA 2010, TOM 2 (35) • PSYCHOLOGICZNE UWARUNKOWANIA INNOWACYJNOŚCI

Cena 30 zł