

Ewa Cierniak Szóstak
Anna Karwińska
Akademia Ekonomiczna w Krakowie

Socjalizacja do przedsiębiorczości. Możliwości i ograniczenia

Socjalizacja do przedsiębiorczości – pojmowanej jako pewne właściwości zachowań, które powodują, że można je uznać za przedsiębiorcze bez względu na warunki działania – stanowi element szerszego procesu socjalizacji ekonomicznej, czyli nabywania wiedzy, umiejętności zachowań, opinii i postaw dotyczących świata gospodarki. Głównym agendum socjalizacyjnym: rodzinie i instytucjom edukacyjnym przypada zatem szczególna rola w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych.

Przedsiębiorczość jest w znacznej mierze określona kulturowo. Polska kultura ekonomiczna cierpi na niedostatek wartości prorozwojowych: cechuje nas familizm i anarchiczny kolektywizm; awersja wobec wielkich organizacji; orientacja na terażniejszość; moralna solidarność, która merytokratyczne kryteria wynagradzania zastępuje godnościowymi i społecznymi (wiek, wielodzietność, upośledzona sytuacja); ambiwalentna postawa wobec bogactwa, które w społecznym odbiorze utożsamiane bywa z nieuczciwością; w końcu dwuznaczne rozumienie przedsiębiorczości, będącej dla wielu synonimem wykorzystywania niemoralnych i pozaprawnych sposobów dla własnych korzyści¹.

Opis kultury ekonomicznej Polaków (z konieczności uogólniający) pomija fakt, że na nierówny rozkład tych cech w społeczeństwie wpływa szereg zmiennych, m.in. miejsce pracy. Odmienność kontekstu instytucjonalnego – przedsiębiorstwo państwowe i prywatne – różnicuje świadomość ekonomiczną na „zetatyzowaną” i „sprywatyzowaną”. Pracownicy firm prywatnych nie tylko podkreślają znaczenie indywidualnego wysiłku, planowania, oszczędzania, rzetelnej pracy i odpowiedzialności, lecz są również przekonani, iż rynkowa wycena „wartości wymiennej” jednostki jest gwarantem sprawiedliwości społecznej – każdy otrzymuje tyle, ile jest wart. Badani z firm państwowych są częściej skłonni akceptować etatystyczną wersję mechanizmów merytokratycznych, w ramach której „wartość” jednostki

¹ J. Kochanowicz, M. Marody, *Towards Understanding Polish Economic Culture*, „Polish Sociological Review” 2003, nr 4.

jest pochodną pozycji zajmowanej w hierarchii służbowej, ta zaś powinna być wyznaczana przede wszystkim przez staż. Instytucjonalny kontekst działania rzutuje też na wybór jednej z dwóch interpretacji źródeł biedy. Pracownicy sektora prywatnego przyczyn upośledzenia ekonomicznego upatrują w sferze indywidualnych predyspozycji, motywacji i wyznawanych wartości, podczas gdy grupy z sektora państwowego źródła biedy lokują raczej w warunkach zewnętrznych, od jednostki niezależnych².

Można założyć, że w procesie socjalizacji ekonomicznej dziecka dokonuje się transmisja takiego typu świadomości ekonomicznej, jaki podzielają rodzice. A w psychospołecznym wyposażeniu znacznej części społeczeństwa brak jest takich cech, jak: potrzeba osiągnięć i sukcesu, innowacyjność, elastyczność poznawcza, otwartość na nowe doświadczenia, poczucie własnej skuteczności, aktywne obywatelstwo. Instytucje edukacyjne powinny te niedostatki rekompensować, nie tylko dostarczając wiedzy o mechanizmach działania społeczeństwa rynkowego, ale i kształtując postawy przedsiębiorcze, funkcjonalne w łaździe rynkowym.

Nowe wyzwania dla instytucji edukacyjnych

Przedsiębiorczość do niedawna kojarzyła się niemal wyłącznie z biznesem. Stopniowo duch przedsiębiorczości zaczął przenikać do zarządzania sferą publiczną, kulturą, a także edukacją, co wiązało się z rozszerzaniem oczekiwań wobec procesów kształcenia i wychowania. Coraz więcej młodych ludzi podejmuje naukę na szczeblu średnim i wyższym. Obecnie istotnym zadaniem jest podniesienie jakości kształcenia i dostosowanie go do zwiększających się wymagań. Liczba uczelni wyższych wzrosła w Polsce trzykrotnie od początku lat 90. Rośnie liczba absolwentów, jednak przemianom ilościowym nie towarzyszą w takim samym zakresie przemiany jakościowe. Znaczna część młodych ludzi, którzy już przyswoili sobie przekonanie, że wykształcenie (zwłaszcza wyższe) jest jedyną drogą do sukcesu studiuje w szkołach, które przy pomocy rozmaitych technik promocyjnych bezpodstawnie oferują edukacyjny sukces. Częstym grzechem absolwentów wielu uczelni, także tych o dobrej reputacji, jest „wyuczona bierność”. Nie wystarcza unowocześnianie programów, wprowadzanie zajęć w językach obcych czy komputerowe wspomaganie edukacji. Absolwenci mają problemy ze znalezieniem pracy, z radzeniem sobie w sytuacjach trudnych. Co więcej, w sytuacji gdy osoba wkraczająca na rynek pracy powinna przewidywać

² M. Marody, *Spoleczne negocjowanie rzeczywistości*, [w:] M. Marody (red.), *Między rynkiem a etatem. Spoleczne negocjowanie polskiej rzeczywistości*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2000, s. 307.

przeciętnie czterokrotną zmianę zawodu i miejsca zatrudnienia, cechą polskich absolwentów jest często brak starań o wyrobienie sobie zdolności do znajdowania zatrudnienia (*employability*). Jeszcze w połowie lat 90. ukończenie dobrej uczelni, znajomość języków, biegłość w obsłudze komputera praktycznie gwarantowały pracę. Od kilku lat żaden dyplom nie daje takiej gwarancji. Z danych MNiSW wynika, że największym powodzeniem od lat cieszą się takie kierunki studiów, jak zarządzanie i marketing (choć notuje się tendencję spadkową), pedagogika, ekonomia, informatyka. Z kolei analizy dotyczące prywatnej stopy zwrotu z inwestowania w wykształcenie wyższe wskazują, że rentowność inwestycji w studiowanie na kierunkach ekonomicznych (biznesowych) zmniejsza się, rośnie natomiast atrakcyjność studiowania nauk rolniczych, inżynierskich czy medycyny³.

Jeszcze w latach 80. Koziński zastanawiając się, czy „produktem” systemu edukacyjnego powinien być człowiek oświecony, czy też innowacyjny, nie pozostawiał wątpliwości, że mimo tradycyjnej w kulturze polskiej atrakcyjności „oświecenia” chodzi przede wszystkim o stawanie się innowacyjnym⁴. Ten sposób myślenia ugruntował się w praktyce szkolnictwa wyższego, przynajmniej na poziomie przygotowywania programów nauczania i rozwijania dydaktyki.

Pod koniec lat 90. autorzy EU-monitoringu III wyodrębnili w społeczeństwie polskim co najmniej „trzy Polski” różniące się sposobem pozyskiwania dochodów, celami i w związku z tym wyborem najbardziej racjonalnych strategii działania: Polskę „kapitałową”, „etatową” i „zasilkową”. Interesująca nas Polska „kapitałowa” składa się z jednostek, które dążą do „sprzedawania” swoich zasobów (wykształcenia, zdolności, kompetencji) za jak najwyższą cenę. Podstawą pozyskiwania dochodu są tu więc indywidualne osiągnięcia, umiejętność poruszania się na rynku, zorientowanie na „kupca”. Obywatele tej Polski zyskują wysokie nagrody w myśl reguł sprawiedliwości merytokratycznej, w zamian ponosząc wysokie ryzyko związane z mechanizmami gospodarki rynkowej. Są jednak odpowiednio przygotowani, wyposażeni w niezbędne kwalifikacje i umiejętności, pozwalające im na stosowanie strategii maksymalizowania zysku⁵.

Zadanie ukształtowania takiej generacji „wygrywających” stawia się przed uczelniami wyższymi zakładając, że to przede wszystkim w nich następuje kształtowanie absolwentów

³ J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2003*, konspekt raportu *Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 29 lipca 2003, s. 76.

⁴ J. Koziński, *O człowieku wielowymiarowym. Eseje psychologiczne*, PWN, Warszawa 1988, s. 34.

⁵ J. Hausner, M. Marody (red.), *EU-monitoring III. Trzy Polski: Potencjał i bariery integracji z Unią Europejską*, Warszawa 1999.

o „osobowości nowoczesnej”, czyli posiadających pewne cechy niezbędne i te, które można określić jako przydatne człowiekowi funkcjonującemu w zmieniającym się środowisku. Ostatecznym sprawdzianem jakości kształcenia jest jednak nie tylko zdolność absolwentów do skutecznego funkcjonowania na rynku pracy, ale udział szkół wyższych w stymulowaniu rozwoju, stwarzaniu klimatu innowacyjności, poczucia społecznej odpowiedzialności.

Problemy kształtowania postaw przedsiębiorczych

Od ponad 30 lat prowadzone są badania nad młodzieżą regionu toruńskiego, dotyczące m.in. wybieranych strategii życiowych, poziomu aspiracji i deklarowanych działań w odpowiedzi na sytuacje przedstawione w pytaniach projekcyjnych. Interesujący jest rozkład odpowiedzi dotyczących wybieranych strategii życiowych, przy podziale na „młodzież wiejską” i „młodzież miejską”.

Tabela 1. Rozkład procentowy badanych według obieranych strategii życiowych

Strategia życiowa	Młodzież miejska	Młodzież wiejska	Ogółem
Dedal	45,7%	34,2%	42,3%
Mrówka	11,2%	17,4%	12,5%
Dyzio Marzyciel	5,3%	4,5%	5,1%
Kłapouchy	1,1%	2,3%	1,5%

Źródło: M. Kwiecińska-Zdreńska, Socjalizacja do bezradności: Iluzoryczna czy faktyczna cecha środowiska wiejskiego?, „Przegląd Socjologiczny” 2001, tom L/1, s. 80

Przyjęte w badaniach metafory odnoszą się do aspiracji i chęci ich zrealizowania. I tak, „Dedal” wie, czego chce i ma wysokie aspiracje; „Mrówka” oczekuje niewiele od życia, ale jednocześnie sądzi, że należy podejmować działania w życiu, „Dyzio Marzyciel” jest bierny, nie podejmuje działań, przekonany o ich bezsensowności, niemożności osiągnięcia postawionych celów, wreszcie „Kłapouchy” jest przekonany, że działanie na nic się nie zda. Komentując wyniki badań, autorka wskazuje, że w grupie najbardziej aktywnej, stawiającej sobie ambitne zadania przeważa młodzież miejska, ważną determinantą jest także typ rodziny: im wyższy status rodziny, tym więcej osób planujących optymistycznie i podejmujących się aktywnej realizacji planów. Dane z badań wskazują jednak na to, że szkoły nie spełniają w zadowalającym stopniu swoich funkcji wzmocnienia czy wytwarzania

tej części „kapitału kulturowego”, który odnosi się do wybieranych orientacji życiowych, budowania zaufania we własne siły i postaw aktywnych wobec problemów i wyzwań.

Jednym z elementów tego procesu jest budowanie kompetencji do poruszania się w gospodarce wolnorynkowej, czemu z założenia powinien służyć przedmiot podstawy przedsiębiorczości. Podręcznik dla szkół ponadpodstawowych *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, skomponowany został zgodnie z ideą pokazania człowieka-jednostki aktywnie działającej w kontekście najpierw mikro (rodzina), następnie w układach struktur średniego zasięgu (społeczność lokalna i przedsiębiorstwo) aż po poziom makro – państwo, struktury ponadpaństwowe⁶. Przyjęta definicja przedsiębiorczości – zdolność do kreowania i zaspokajania swoich i cudzych potrzeb – skłania do przyjęcia perspektywy indywidualnej w dalszych rozważaniach. To jednostka jest w centrum uwagi, jej możliwości rozwojowe, zdolność do autokreowania postaw i umiejętności odpowiednich do pożądaných celów. Cel podręcznika sformułowany we wstępie zapowiada *rozbudzenie w Tobie ducha przedsiębiorczości oraz zachęcenie do zachowań przedsiębiorczych. A przedsiębiorczym można być we wszystkich sferach życia. W podręczniku sfery te ograniczono do rodziny, przedsiębiorstwa oraz organizacji i stowarzyszeń. Sukces działań w każdej z nich zależy od dobrej znajomości otoczenia, w którym się działa*⁷. Warto podkreślić rozległość perspektywy postrzegania człowieka jako istoty aktywnej. Oczywiście, problematyka zaprezentowana została w sposób przystosowany do potrzeb i wiedzy nastolatków, pozwala jednak na dostrzeżenie ważności samowiedzy, umiejętności kontrolowania swojego życia, podejmowania świadomych decyzji.

Część druga poświęcona makrouwarunkowaniom przedsiębiorczości, prezentuje główne kwestie związane z systemem gospodarki rynkowej, funkcjonowania państwa, rynku pracy i wreszcie integracji Polski z Unią Europejską. Ma ona określić czynniki pozostające poza sferą możliwości działania jednostek i grup społecznych, a jednocześnie znacząco wpływające na sferę życia rodzinnego, lokalnej społeczności, funkcjonowanie rynku pracy i przedsiębiorstw. Pozwala to uczniom na dostrzeżenie uwarunkowań, z których często nie zdają sobie sprawy.

Kolejna część ma pomóc w orientowaniu się w zasadach funkcjonowania i konkurencyjności przedsiębiorstw, racjonalnego gospodarowania zasobami. Zatem ciągle jeszcze uczeń porusza się w obszarze zagadnień, które dotyczą go raczej pośrednio (np. poprzez doświadczenia rodziców). Dopiero dwie ostatnie (znacznie krótsze) części

⁶ S. Grzegorzcyk i in., *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2002.

⁷ Tamże, s. 6.

podręcznika przenoszą czytelnika w świat problematyki znanej z bezpośredniego doświadczenia – funkcjonowania rodziny i działań przedsiębiorczych w ramach społeczności lokalnej. Oczywiście zawartość podręcznika zawsze może budzić dyskusje, także i w tym przypadku można polemizować z doбором problematyki. Rysem charakterystycznym jest pokazanie rzeczywistości jako układu powiązanych ze sobą sfer działania i możliwości udziału czynnego lub pośredniego (poprzez wykorzystanie wiedzy o mechanizmach gospodarczych i społecznych) w działaniach gospodarczych na poziomach makro, mezo i mikro.

Jak jednak wynika m.in. z naszych badań⁸, ale także innych cytowanych tu danych, rozwijanie indywidualnych postaw przedsiębiorczych jest zadaniem trudnym. Nawet studenci kierunków ekonomicznych mają rozbudowane oczekiwania wobec państwa, a powodzenie w realizowaniu własnych zamierzeń widzą raczej w „układach”, „znajomościach” czy „szczęściu” niż własnej aktywności. Deklaratywne uznanie dla przedsiębiorczości nie idzie do końca w parze z dokonywanymi wyborami czy akceptacją ryzyka związanego z podejmowaniem działań przedsiębiorczych. Badania porównawcze ujawniły istotne różnice w mentalności ekonomicznej studentów I roku ekonomii (stacjonarnej i wieczorowej) oraz filologii polskiej.

„Ekonomiści” wieczorowi – adaptacja do brudnych reguł gry. Akceptują państwo hierarchiczne, ale zapewniające opiekę socjalną. Tylko nieliczni w wolnym rynku widzą możliwości, szansę na sukces dla ludzi operatywnych i kreatywnych; dla większości wolny rynek oznacza bezwzględną walkę konkurencyjną, gdzie nie obowiązują żadne reguły i wszystkie środki są dopuszczalne. Wizja „bezlądu”, pustki normatywnej określa postawy wobec zjawisk rynkowych i indywidualne strategie działania na rynku. Tylko co trzeci badany wiąże bogactwo ze sprawiedliwą nagrodą za zasługi. Odwaga, gotowość do ryzyka, talent i szczęście są wprawdzie wymieniane jako pierwsze czynniki sukcesu, ale tuż za nimi są cechy negatywne: omijanie prawa, przekupstwo urzędników, bezwzględność w stosunku do innych. Ta grupa jest najsilniej zorientowana na „bycie na swoim” i gotowa zawieszać takie pozaprawne kategorie, jak uczciwość czy ambicja, jeśli są dysfunkcjonalne w osiągnięciu sukcesu, kojarzonego z sukcesem materialnym.

„Ekonomiści dzienni” – pragmatyczni specjaliści na oswojonym rynku. Wolny rynek widzą jako pole walki konkurencyjnej, która daje swobodę działania i stwarza szansę najlepszym. Oczekiwania wobec państwa sprowadzają do popierania przez nie indywidualnej

⁸ *Społeczny wymiar gospodarowania. Raport z badań statutowych Katedry Socjologii AE w Krakowie, Kraków 2004.*

przedsiębiorczości, gdyż przez pomyślność i bogacenie się jednych rośnie dobrobyt całego społeczeństwa. To przeciwieństwo mentalności dystrybucyjnej studentów wieczorowych pociąga za sobą zgodę na to wszystko, co wytwarza ład rynkowy, czyli dyferencjację materialną społeczeństwa. Częściej niż wieczorowi postrzegają sukces biznesowy jako skutek ciężkiej pracy, umiejętności, odwagi i szczęścia, a rzadziej jako efekt omijania prawa i oszustw. Znacznie słabsze są też negatywne stereotypy dotyczące ludzi bogatych. W odróżnieniu od wieczorowych są też przekonani, że w gospodarce rynkowej istnieje pewien ład normatywny. Dlatego zjawiska naruszające uczciwe reguły gry (takie jak korupcja czy nierzetelność dłużnika) spotykają się z rygorystycznym potępieniem. Studenci dzienni są nastawieni przede wszystkim na bycie pracobiorcą, w mniejszym stopniu zainteresowani są prowadzeniem własnej firmy. Nie są też tak silnie zdeterminowani dążeniem do sukcesu materialnego, dorobienia się, zdobycia poczucia bezpieczeństwa i stabilności. Zarobki traktują jako oczywistą i należną im zapłatę za indywidualne zasługi w rozwijającej, interesującej pracy, a nie cel sam w sobie.

„Poloniści” – moraliści outsiderzy. Opowiadają się za państwem opiekuńczym, wykazują zarazem najmniejszą tolerancję dla zróżnicowania majątkowego. Bogactwo postrzegają jako niekorzystne dla społeczeństwa i równocześnie niesprawiedliwe, bo niemające związku z indywidualnymi zasługami. „Poloniści” rzadziej niż „ekonomiści” są przekonani, że sukces biznesowy i finansowy zależy od pracowitości i talentu; awansują cechy negatywne (omijanie prawa, korupcja, bezwzględność). Ambicje zawodowe lokują na ogół poza własną firmą: w budżetówce, prywatnych i państwowych firmach czy pracy za granicą. W pracy poszukują przede wszystkim poczucia bezpieczeństwa i możliwości rozwoju⁹.

Konkluzje

Trwałość wartości polskiej kultury ekonomicznej oraz dysfunkcjonalny wobec gospodarki rynkowej model socjalizacji ekonomicznej w wielu grupach społecznych są jednymi z ograniczeń w kształtowaniu nastawień przedsiębiorczych przez instytucje edukacyjne. Edukacja do przedsiębiorczości na poziomie ponadpodstawowym wydaje się nie spełniać zakładanej roli socjalizującej, dając prymat „wiedzy” nad „umiejętnościami”. W tej sytuacji na uczelni wyższe spada obowiązek socjalizacji do przedsiębiorczości ludzi już w dużej mierze ukształtowanych.

⁹ A. Karwińska, E. Cierniak-Szóstak, *Edukacja a percepcja ładu gospodarczego*, [w:] S. Partycki (red.), *Religia a gospodarka*, KUL, Lublin 2005, t. 2.

Bibliografia

- J. Czapiński, T. Panek (red.), *Diagnoza społeczna 2003*, konspekt raportu *Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa 29 lipca 2003.
- S. Grzegorzczak i in., *Przedsiębiorczość bez tajemnic*, WSiP, Warszawa 2002.
- J. Hausner M. Marody (red.), *EU-monitoring III. Trzy Polski: Potencjał i bariery integracji z Unią Europejską*, Warszawa 1999
- A. Karwińska, E. Cierniak-Szóstak, *Edukacja a percepcja ładu gospodarczego*, [w:] S. Partycki (red.), *Religia a gospodarka*, KUL, Lublin 2005, t.2.
- J. Kochanowicz, M. Marody, *Towards Understanding Polish Economic Culture*, „Polish Sociological Review” 2003, nr 4.
- J. Koziński, *O człowieku wielowymiarowym. Eseje psychologiczne*, PWN, Warszawa 1988.
- M. Marody, *Spoleczne negocjowanie rzeczywistości*, [w:] M. Marody (red.), *Między rynkiem a etatem. Spoleczne negocjowanie polskiej rzeczywistości*, Scholar, Warszawa 2000.
- Spoleczny wymiar gospodarowania*, Raport z badań statutowych Katedry Socjologii AE w Krakowie, Kraków 2004.

Abstract

Socialization for entrepreneurship – understood as certain patterns of behavior – is an element of a much broader process of economical socialization. The problem is how to gain knowledge, skills, competencies, opinions and attitudes related to the world of economy. The main socialization agents: family and educational institutions play a particularly important role in the creation of entrepreneurial attitudes.

Nota o Autorkach

Ewa Cierniak-Szóstak pracuje w Katedrze Socjologii AE w Krakowie. Zajmuje się problematyką społeczno-kulturowych uwarunkowań gospodarowania.

Anna Karwińska jest Kierownikiem Katedry Socjologii AE w Krakowie. Zajmuje się problematyką socjologii miasta i przestrzeni, socjologii kultury, zagadnieniami ekonomii społecznej i jakością nauczania.