

Felicjan Bylok

Wzór sukcesu w społeczeństwie polskim w okresie transformacji społeczno-ustrojowej

Annales. Etyka w życiu gospodarczym 8/1, 87-96

2005

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Wzór sukcesu w społeczeństwie polskim w okresie transformacji społeczno-ustrojowej

1. Uwagi wprowadzające

W społeczeństwie rynkowym, w którym ludzie permanentnie rywalizują ze sobą, sukces stanowi powszechny miernik tej rywalizacji. Dążność do powiększania własnego stanu posiadania nawet kosztem innych ludzi, powoduje chęć indywidualnego spożytkowania rezultatów aktywności gospodarczej. Jeśli dana jednostka osiąga stan posiadania wyższy od innych współzawodniczących z nią ludzi, to siłą rzeczy pojawia się kategoria oceny jej osiągnięcia zwana sukcesem. Słowem sukces określamy najczęściej osiągnięcia jednostki powiązane z jej aktywnością społeczną lub gospodarczą, które w opinii społecznej jest dokonaniem ponad miarę przeciętności. Sukces jako kategoria oceny osiągnięć stanowi w gospodarce rynkowej powszechnie aprobowany miernik, gdyż jest wynikiem społecznej akceptacji mechanizmu rynkowego uznającego rywalizację pomiędzy uczestnikami rynku za dominujący jej składnik¹. Jeżeli przyjmiemy, że rynek stanowi dominujący podsystem społeczny społeczeństwa, czego rezultatem jest ekonomizacja życia społecznego, w którym porządek rynkowy staje się ważnym elementem ładu społecznego, to można powiedzieć, że na ocenę społeczną pozycji i prestiżu jednostek wpływa w istotny sposób sukces rynkowy, który staje się główną składową sukcesu życiowego².

Ilościowym oraz jednocześnie jakościowym miernikiem aktywności jednostki na rynku są pieniądze. Uczestnik rynku mierzy swoje osiągnięcia za pomocą ilości posiadanych pieniędzy. To właśnie pieniądze stają się jednym z najważniejszych mierników sukcesu w dzisiejszym społeczeństwie. Ten fakt powoduje, że rynek jako miejsce rywalizacji gospodarczej porównywany jest do gry, której celem jest sukces oceniany za pomocą pieniędzy. Jedną z konsekwencji sukcesu pieniężnego jest prestiż jednostki uznanej za człowieka sukcesu. Prestiż wynika z postrzegania danej osoby jako człowieka sukcesu przez innych. Staje się ona autorytetem i wzorcem do naśladowania. Człowiek sukcesu ma korzystny, aktywi-

¹ Szerzej w L. Milian, F. Byłok, B. Sztumska, *Sukces życiowy jako wykładnia aktywności rynkowej*, Prace Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Zeszyt nr 1, Wyd. WZPCz, Częstochowa 1999, s. 72–80.

² Koncepcję rynku jako istotnego systemu społecznego w społeczeństwie omawiają teoretycy wywodzący się ze szkoły funkcjonalno-strukturalnej – T. Parsons, N.J. Smelser, *Economy and Society. A Study in the Integration of Economic and Social Theory*, Routledge and Kegan Paul, London 1966; N.J. Smelser, *Soziologie der Wirtschaft*, Juventa Verlag, München 1968, N. Luhman, *Die Wirtschaft der Gesellschaft*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Mein 1988.

zujący wpływ na zachowanie innych ludzi, a w przypadku, gdy jest to przedsiębiorca, ma istotny wpływ również na sytuację materialną innych ludzi.

Można zadać pytania: jaki wzór sukcesu dominuje w społeczeństwie polskim w dobie transformacji społeczno-gospodarczej, czy miarą sukcesu w dzisiejszym społeczeństwie są wyłącznie mierniki ekonomiczne (pieniądze), czy też są to mierniki społeczne (status społeczny, prestiż, itd.)?

Niniejsze opracowanie jest próbą odpowiedzi na tak sprecyzowane pytania.

2. Próba definicji sukcesu życiowego

W społeczeństwie, gdzie dominuje system rynkowy oparty na wolnym rynku, sukces życiowy często utożsamiany jest z sukcesem rynkowym. Na przykład, dla aktorów gry rynkowej miarą powodzenia i sukcesu życiowego jest zdobycie pieniędzy, które często są powiązane z prestiżem społecznym. Ocena sukcesu uczestników rynku nie zawsze pokrywa się z oceną społeczną szerszej zbiorowości. Często w ocenie tej ważny jest wymiar etyczny sukcesu, czyli nie tylko sposób, w jaki jednostka zdobywa pieniądze na rynku, ale również w jaki sposób nimi dysponuje. Na przykład, rozpowszechniona w kręgach biznesu filantropia, która ma na celu poprawienie wizerunku przedsiębiorców w opinii społecznej, jest przyjmowana niekiedy z pewną rezerwą.

Zbudowanie definicji sukcesu życiowego jest trudne ze względu na ściśle powiązanie tego terminu z systemem wartości człowieka. Sukces jest zasadniczym elementem systemu wartości jednostki, które stają się jego istotnymi wyznacznikami. Powiązany jest zarówno z indywidualnym systemem wartości jednostki, jak i z ogólnospołecznym systemem wartości. Wobec tego w analizie sukcesu uwzględnia się dwa wymiary:

Wymiar subiektywny, polegający na tym, że człowiek podejmując określone działanie mające na celu osiągnięcie indywidualnego sukcesu, po jego zrealizowaniu odczuwa zadowolenie i jest dumny z siebie samego, niezależnie czy taki sukces jest dostrzegany przez środowisko, w którym żyje. Wynika z osobistego przeświadczenia danej jednostki, że dokonała czegoś znaczącego na miarę własnych subiektywnie ocenianych możliwości;

Wymiar obiektywny, oznaczający możliwość porównania osiągniętego sukcesu z sukcesami osiągniętymi przez inne osoby z jego otoczenia społecznego, co wiąże się z uzyskaniem najczęściej pożądanego prestiżu społecznego, tzn. środowisko społeczne człowieka dostrzega jego osiągnięcia, niezależnie od indywidualnej przestrzeni tego dostrzegania.

Niezależnie od indywidualnej, specyficznej dla każdego człowieka, wizji powodzenia życiowego, istnieje w świadomości zbiorowej danego społeczeństwa powszechny model sukcesu życiowego, który inferować można z analizy licznych badań nad dążeniami, celami i aspiracjami życiowymi, wartościami wartości i wzorów prestiżu społecznego³.

Na podstawie badań nad sukcesem życiowym Anny Firkowskiej-Mankiewicz można wyróżnić następujące wymiary sukcesu życiowego: wymiar materialny, wymiar stratyfikacyjno-prestiżowy, wymiar emocjonalno-afiliacyjny i wymiar samorealizacji⁴. Wśród nich

³ Zob. Z. Bauman, *Bariery życiowe młodzieży*, KiW, Warszawa 1986; E. Wnuk-Lipiński (red.), *Nierówności i upośledzenia w świadomości społecznej*, IFiS PAN, Warszawa 1987.

⁴ A. Firkowska-Mankiewicz, *Czym jest sukces życiowy dla współczesnego Polaka?*, [w:] H. Domański, A. Rychard (red.), *Elementy nowego ładu*, Wyd. IFiS PAN, Warszawa 1997, s. 304–306.

na pierwszy plan wysuwa się wymiar materialny, na który składają się: wysokość dochodu, sytuacja materialna oraz posiadanie majątku, zwłaszcza domu, mieszkania, samochodu, działki itd. Innym ważnym składnikiem sukcesu życiowego jest wymiar, który można określić mianem stratyfikacyjnym. Chodzi tutaj o poziom wykształcenia, rodzaj wykonywanej pracy, karierę zawodową, przynależność do warstw społecznych cieszących się prestiżem społecznym, wysokością pozycji społecznej, itd. Kolejnym wymiarem sukcesu życiowego jest wymiar emocjonalno-afiliacyjny, w skład, którego wchodzi szczęście rodzinne i małżeńskie, dobre stosunki z członkami rodziny, dobre kontakty z innymi ludźmi. Następny wymiar można określić jako samorealizacyjny. W jego skład wchodzi: spełnienie marzeń, osiągnięcia założonego celu, zrealizowanie ambicji, rozwój wewnętrzny, poczucie dokonania, że coś się zrobiło, itd. Ostatnim wymiarem sukcesu życiowego jest wymiar bezpieczeństwa, do którego zaliczamy stabilizację, poczucie bezpieczeństwa, życie bez problemów itd. Najogólniej mówiąc, sukces życiowy jest jakimś osiągnięciem, to znaczy pewnym faktem wyróżniającym człowieka spośród innych ludzi. Sukces musi być osiągnięciem lub dokonaniem, które wybiega poza normalność.

Sposób, w jaki sukces został osiągnięty przez daną osobę może spotkać się z akceptacją lub dezaprobatą otoczenia społecznego, przejawiająca się brakiem uznania osiągnięć danej osoby za sukces. Może również pojawić się negatywna ocena sukcesu przez środowisko społeczne, wynikające z zazdrości lub zawiści innych osób oraz z poczucia odmiennych wartości etycznych.

3. Jak współcześni Polacy definiują sukces życiowy?

W przeprowadzonych badaniach nad przemianami konsumpcji w Polsce w 2003 roku dużo uwagi poświęcono sukcesowi życiowemu⁵. Chodziło o ustalenie, jakie wartości są wyznacznikami sukcesu życiowego. Na podstawie odpowiedzi na pytanie: „*Co rozumie Pan/Pani pod pojęciem sukcesu życiowego?*” ustalono osiem grup odpowiedzi stanowiących definicje sukcesu życiowego. Pierwsza obejmowała wypowiedzi związane z rodziną. Elementem sukcesu dla większości badanych respondentów było założenie rodziny i posiadanie dzieci. Wielu badanych wskazywało na udane małżeństwo, rodzinę jako wyznacznika sukcesu życiowego. Innym składnikiem sukcesu życiowego było wychowanie dzieci i zapewnienie im przyszłości.

Druga grupa wypowiedzi związana była ze sferą materialną. Chodziło o posiadanie pieniędzy, majątku (np. mieszkania, domu, samochodu), wysokiego standardu życia (konsumpcja dóbr luksusowych). Sukces utożsamiano również z karierą finansową, z dorabianiem się. Innym wymiarem materialnego sukcesu było bezpieczeństwo finansowe, zapewnienie rodzinie odpowiedniego poziomu życia, tj. konsumpcję na odpowiednim poziomie.

W trzeciej grupie wypowiedzi wskazywano na różne aspekty pracy zawodowej. Chodziło między innymi o posiadanie dobrej pracy, (tj. stabilnej, stałej o dobrym wynagrodzeniu), o zadowolenie z życia zawodowego (tj. o pracy przynoszącej satysfakcję).

⁵ Badania nad przemianami konsumpcji przeprowadzono w miesiącu czerwcu 2003 r. na liczącej 1016 osób reprezentatywnej próbie losowo-adresowej dorosłych mieszkańców Polski.

Grupę czwartą stanowiły wypowiedzi mówiące o karierze jako elemencie sukcesu życiowego. Była tu mowa o wysokim stanowisku w pracy, sukcesie zawodowym, awansie zawodowym, zdobyciu dobrej pozycji zawodowej.

Kolejna grupa obejmowała wypowiedzi związane z wykształceniem, tj. z ukończeniem szkoły, zdobyciem wykształcenia wyższego, posiadaniem konkretnej wiedzy (np. nauka języka obcego), zdobyciem stopnia naukowego.

W grupie szóstej zgrupowano wypowiedzi mówiące o stabilizacji, poczuciu bezpieczeństwa jako o elemencie sukcesu życiowego. Chodziło o stabilny tryb życia, życie bez problemów i stresów, o stabilizację życiową.

W grupie siódmej zawarto określenia sukcesu odnoszące się do aspektu psychologicznego, tj. do samorealizacji. Chodzi tutaj o zrealizowanie marzeń, osiągnięcie zamierzonego celu, rozwinięcie swoich talentów, zrealizowanie ambicji, życie zgodne z własną naturą, poczucie dokonań itd.

W skład grupy ósmej wchodziły wypowiedzi o charakterze ogólnym, odwołującym się do takich pojęć, jak: szczęście, zdrowie, życie zgodne z zasadami moralnymi.

T a b e l a 1. Definicje „sukcesu życiowego” dla współczesnego Polaka

Definicje sukcesu życiowego	Liczebność	%
Praca	498	49,0
Rodzina, dzieci, małżeństwo	427	42,0
Pieniądze, dobra materialne	396	38,9
Wykształcenie, wiedza	132	12,9
Samorealizacja, spełnienie marzeń	112	11,0
Kariera zawodowa, wysokie stanowisko w pracy	102	10,0
Stabilizacja, poczucie bezpieczeństwa	91	8,9
Zdrowie, szczęście	81	7,9
Inne	183	18,0
Liczba respondentów	1016	100

U w a g a: liczba wskazań przekracza 100%, ponieważ respondenci podawali na ogół więcej niż jedno rozumienie sukcesu.

Ź r ó d ł o: badania własne.

Analiza danych zawartych w tabeli 1 wskazuje, na dominujący udział trzech wartości: pracy, rodziny i pośrednio dóbr materialnych jako wskaźników sukcesu. Najczęściej z pojęciem sukcesu kojarzona jest praca. Prawie, co drugi respondent sukces utożsamia z pracą, z jej posiadaniem (49%). Wynikać to może z faktu, że w gospodarce rynkowej podstawą funkcjonowania jednostki na rynku jest praca i dochód uzyskiwany dzięki niej, zapewniający określony standard życia. Na drugim miejscu jako wyznacznik sukcesu znalazła się rodzina (42,0%). Tuż za nią uplasowało się rozumienie sukcesu odnoszące się do materialnej sfery życia (pieniądze, dobra materialne), na które wskazało 38,9% badanych respondentów.

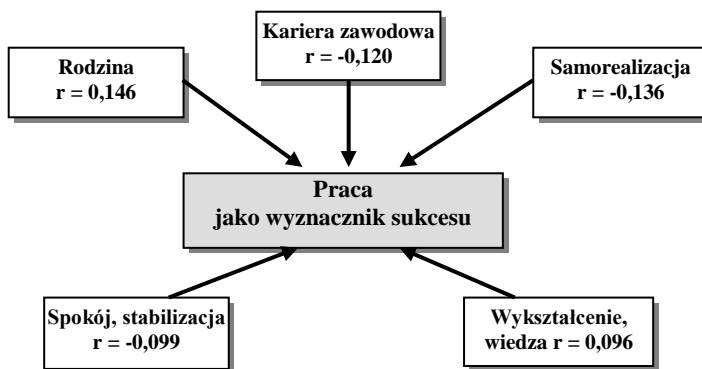
Inne wskazania dotyczące sukcesu występowały z dużo mniejszą częstotliwością. Na wykształcenie i wiedzę wskazało 12,9% badanych respondentów, na samorealizację jako

wymiar sukcesu wskazało 11,0%, sukces rozumiany jako kariera zawodowa, wysokie stanowisko w pracy – 10,0%. Relatywnie mało respondentów było za określeniem sukcesu w kategoriach stabilizacji, poczucia bezpieczeństwa (8,9%) i na określenie sukcesu w aspekcie zdrowia, szczęścia (7,9%). Na pozostałe definicje sukcesu, tj. równowagę wewnętrzną, miłość, przyjaźń, życie zgodne z zasadami moralnymi, wysoka pozycja społeczną, wolność, możliwość decydowania o sobie, itd. wskazało 18% badanych respondentów.

Porównując wyniki badań nad rozumieniem sukcesu życiowego w 2003 r. z badaniami Anny Firkowskiej-Mankiewicz⁶ z 1997 roku można stwierdzić, że wzrosła znacząco pozycja pracy jako wyznacznika sukcesu zawodowego (z 28,6% do 49%), oraz pozycja rodziny (z 26,5% do 42%). Zmalało natomiast kojarzenie sukcesu z pieniędzmi i dobrami materialnymi (z 47,5% do 38,9% wskazań). Można to zjawisko tłumaczyć ugruntowaniem się gospodarki rynkowej w Polsce, gdzie o sukcesie życiowym decyduje przede wszystkim rodzaj wykonywanej pracy powiązanej z określonym dochodem. Pełnienie aktywnej roli konsumenta zależy od ilości posiadanych środków pieniężnych, co znajduje odbicie w ujmowaniu sukcesu w kategoriach pieniędzy i dóbr materialnych. Pełnienie roli konsumenta jest możliwe tylko dzięki uzyskiwanym dochodom.

W analizie rozumienia sukcesu ważne jest ustalenie wzajemnych relacji między poszczególnymi jego wyznacznikami (tabela 1). Badając powiązania między różnymi wyznacznikami sukcesu, można powiedzieć, że w większości związki te nie są zbyt silne.

R y s u n e k 1. Praca jako wyznacznik sukcesu



Ź r ó d ł o: badania własne.

Osoby identyfikujące sukces z pracą, skłaniają się do włączania w syndrom sukcesu przede wszystkim rodzinę ($r=0,146$ przy $p_{<0,01}$)⁷, a dopiero później samorealizację ($r=-0,136$), karierę zawodową ($r=-0,120$) oraz wykształcenia, wiedzy ($r=0,096$). Można, zatem powiedzieć, że sukcesy w pracy pomocne są w osiągnięciu sukcesów w rodzinie, w robieniu kariery zawodowej, zdobywaniu wykształcenia i w samorealizacji. (Rys. 1) Respondenci, dla których wyznacznikiem sukcesu jest posiadanie rodziny, wiążą go z pracą ($r=0,146$, przy $p_{<0,01}$) i z samorealizacją ($r=0,146$). Pieniądze i dobra materialne rozumiane jako sukces

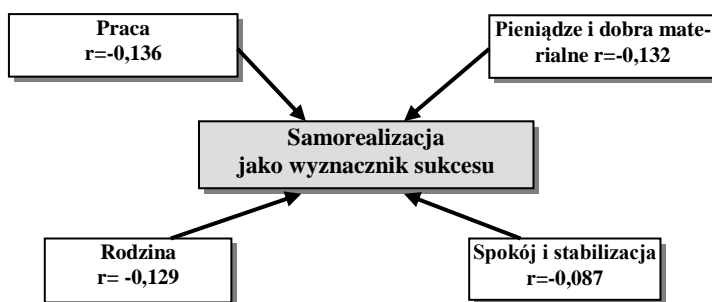
⁶ A. Firkowska-Mankiewicz, *op.cit.*, s. 310–311.

⁷ W opisie następných współczynników r Pearsona występuje $p_{<0,01}$.

istotnie statystycznie powiązane są z samorealizacją ($r = -0,132$) i w mniejszym stopniu z karierą zawodową ($r = -0,085$). Posiadanie pieniędzy i dóbr materialnych postrzegane jest jako środek samorealizacji człowieka, co świadczy o wpływie wartości materialnych na tożsamość współczesnego człowieka. Sukces utożsamiany z wykształceniem, wiedzą powiązany jest przede wszystkim z pracą ($r = 0,096$).

Można powiedzieć, że dla części respondentów zdobycie odpowiednio wysokiego wykształcenia gwarantuje sukces w pracy i pozwala osiągnąć coraz wyższe szczeble kariery. Sukces rozumiany jako kariera zawodowa jest istotnie statystycznie powiązany z pracą ($r = -0,120$) oraz z pieniędzmi i dobrami materialnymi ($r = -0,085$). Najsilniejsze statystycznie związki występują między samorealizacją a pracą ($r = -0,136$), pieniędzmi, dobrami materialnymi ($r = -0,132$), rodziną ($r = -0,129$) i spokojem, stabilizacją ($r = -0,087$). (Rys.2) Stosunkowo słabsze statystyczne związki odnotowano między sukcesem pojmowanym jako spokój, stabilizacja a pracą ($r = -0,099$) i samorealizacją ($r = -0,087$).

R y s u n e k 2. Samorealizacja jako wyznacznik sukcesu



Ź r ó d ł o: badania własne.

Sumując wyniki analiz rozumienia sukcesu przez Polaków można powiedzieć, że w Polsce w latach 90 wraz z rozwojem gospodarki rynkowej obserwuje się zwiększenie znaczenia wartości materialnych, w szczególności ważności pieniądza w kształtowaniu nowej świadomości społecznej. Wzrost znaczenia pieniądza w ocenie własnej sytuacji społecznej świadczy o pojawieniu się, tzw. „monetaryzacji świadomości”. Janusz Czapiński⁸ tłumaczy to zjawisko jako wynik urealnienia złotówki oraz zmiany funkcji pieniądza wraz z rozwojem wolnego rynku oraz wyostreniem się różnic społecznych w wymiarze materialnych zasobów życia. Zatem, „monetaryzacja świadomości”, to nic innego jak zdominowanie myślenia o swojej pozycji społecznej przez pryzmat posiadanych pieniędzy i dóbr materialnych.

Można powiedzieć, że poczucie sukcesu życiowego Polaków jest już dziś silnie zakorzenione w obiektywnych warunkach ich bytowania, wyznaczonych przez ramy wolnego rynku. Przy czym o sukcesie człowieka nie decydują tylko zewnętrzne uwarunkowania, lecz w równej mierze subiektywne uwarunkowania tkwiące w psychice jednostki. Z badań A. Firkowskiej –Mankiewicz wynika, że w odniesieniu do mężczyzn jest to przebojowość, odwaga, skłonność do ponoszenia ryzyka i mierzenie się z nowymi sytuacjami i wyzwania-

⁸ J. Czapiński, *Uziemienie polskiej duszy*, „Kultura i Społeczeństwo” 1994, nr 3, s. 28–30.

niami. Natomiast w przypadku kobiet o sukcesie decyduje stan ducha, czyli dobre samopoczucie psychiczne⁹.

4. Etyczny wymiar sukcesu

W społeczeństwie, gdzie dominującym porządkiem gospodarczym jest wolny rynek, pojęcie sukcesu w istotny sposób powiązane jest z sukcesem rynkowym, który z kolei związany jest z pozycją społeczną. Im wyższą pozycję w hierarchii społecznej zajmuje jednostka, tym osiągnięcie większego sukcesu przypisuje jej opinia społeczna. Pragnienie osiągnięcia sukcesu determinuje aktywność społeczną jednostki. Samo dążenie do sukcesu może być ograniczone przez normy społeczne, w szczególności o podłożu religijnym. Miało to miejsce m.in. w średniowieczu, kiedy to sukces jako kategoria oceny aktywności ludzkiej został wyeliminowany ze świadomości społecznej. Cele życia jednostki związane zostały z kategorią powinności. Powinność rozumiano jako zlecenia do działania, którego odrzucenie skazuje człowieka na negację społeczną lub potępienie. Średniowieczna koncepcja powinności była zobowiązaniem człowieka nie wobec innych ludzi, ale wobec Boga¹⁰.

Doktryny religijne i dążenie do sukcesu nie zawsze poddawano krytyce. Etycy protestanccy aprobowali sukces jako miernik skuteczności gospodarczej człowieka, wiążąc go z zyskiem z działalności gospodarczej. Przy czym korzystanie z zysku było obwarowane normami moralnymi, w szczególności odnosiło się do konsumpcji dóbr luksusowych. Purytańska asceza zwracała się z całą siłą przeciw swobodnemu korzystaniu z życia i wszystkim radościom, które miało ono do zaoferowania. Postawa ascetyzmu wobec dóbr materialnych uznawanych za pozbawione bezpośrednich wartości religijnych była wroga. Asceza protestancka przeciwstawiała się dowolnemu korzystaniu ze zgromadzonego kapitału, ograniczając w ten sposób konsumpcję, szczególnie towarów luksusowych. Doceniano natomiast bogacenie się, które było wynikiem pracy zawodowej. Ciężką pracę uważano za cnotę, za którą nagrodą było bogactwo. Bogactwo było znakiem wybrania i łaski bożej, natomiast niepowodzenie było wyrazem wiecznego potępienia¹¹. Propagowanie ascetyczno-purytańskiej moralności pracy, konsumpcji i oszczędzania w nauce protestanckiej wpłynęło na nieznaną wcześniej, ekonomiczną efektywność i na akumulację kapitału. Jeśli ograniczenie konsumpcji połączono z dążeniem do bogacenia się i ascetycznym przymusem oszczędzania, to rezultatem było tworzenie się kapitału. Konsekwencją ograniczania konsumpcji było wykorzystanie oszczędności w postaci kapitału inwestycyjnego. Max Weber jako jeden z pierwszych badaczy analizował związki między religijnymi wyobrażeniami o świecie ziemskim a gospodarczymi zachowaniami. Wskazał na ścisły związek między kapitalistyczną mentalnością a protestancko-purytańskim nauczaniem i na wagę tegoż nauczania na racjonalność indywidualnych motywów konsumpcji. Możemy mówić zatem o tworzeniu

⁹ A. Firkowska-Mankiewicz, *op.cit.*, s. 328.

¹⁰ L. Milian, *Mechanizm w ocenie aksjologicznej. Studium wartości postulowanych i akceptowanych*, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2001, s. 132.

¹¹ E. Buß, *Lehrbuch zur Wirtschaftssoziologie, Markt und Gesellschaft. Eine soziologische Untersuchung zum Strukturwandel der Wirtschaft*, Verlag Duncker und Humbold, Berlin 1993, s. 40.

się ekonomicznie racjonalnego sposobu życia, który w znacznym stopniu wywarł wpływ na rozwój krajów, gdzie dominował „duch kapitalizmu”¹².

Jak pisze M. Weber, według norm etycznych, powinnością przedsiębiorcy jest dążenie do pomnażania kapitału, jako podstawy rozwoju społeczeństwa przemysłowego. Zadaniem przedsiębiorcy jest przeznaczanie zysku na rozwój swojego przedsiębiorstwa, na tworzenie miejsc pracy. Protestantka etyka wskazuje również na konieczność ustalania przez osoby osiągające sukces ekonomiczny godziwego poziomu płac pracowników najemnych. Można, zatem powiedzieć, że jednostka osiągająca sukces ekonomiczny, ma do spełnienia ważne posłannictwo moralne, mianowicie wpływać na wzrost poziomu dobrobytu społecznego. Przedsiębiorca powinien dzielić się osiągniętym zyskiem ze swej działalności, poprzez tworzenie nowych miejsc pracy. Jest to jego powinnością moralną. Przeznaczanie pieniędzy na nadmierną konsumpcję jest działaniem niezgodnym z normami etycznymi.

Protestancka koncepcja oceny sukcesu ekonomicznego, kładzie nacisk na jego etyczną stronę. Wyznacznikami wartości człowieka osiągającego sukces (przedsiębiorcy) jest zaradność i odpowiedzialność za losy współpracujących z nim pracowników najemnych. Pożądane cechy osobowe przedsiębiorcy takie, jak pracowitość, skromność, uwzględnianie interesu pracowników najemnych, ale również innych uczestników rynku pozwalają w etyczny sposób osiągać zysk¹³. Przedsiębiorca osiągający sukces, jeśli chce być postrzegany jako osoba etyczna, musi czynić coś konkretnego dla członków społeczności lokalnej. Tym konkretem jest zapewnienie innym, nie tylko sobie, dostatku materialnego. Przedsiębiorca w dążeniu do sukcesu musi podejmować zgodne z etyką działania służące do osiągnięcia sukcesu na rynku.

Współcześnie dążenie do sukcesu przestało być w tak znaczący sposób jak dawniej uwarunkowane normami religijnymi, obecnie wpływ na postrzeganie jakiejś działalności człowieka w kategoriach sukcesu mają przede wszystkim wartości społeczne. Majątek i bogactwo jako cel dążenia człowieka wpływa na społeczne utożsamienie sukcesu z zarabianiem i posiadaniem pieniędzy. Upowszechnia się recepta na powodzenie życiowe: *nie ważne jest to, co robisz, ważne, ile zarabiasz*. Dominacja materialnego widzenia świata wpływa w istotny sposób na wybór działań pozwalających na osiągnięcie sukcesu materialnego. Polem umożliwiającym osiągnięcie sukcesu stał się rynek. Przy czym nie zawsze podejmowane działania w celu zdobycia sukcesu rynkowego mają wymiar etyczny. Z jednej strony dochodzi do sytuacji, kiedy to przedsiębiorca w pogoni za maksymalizacją zysku, zapomina o sprawiedliwym podziale wypracowanego zysku ze swoimi pracownikami najemnymi. Z drugiej strony podejmuje nieetyczne działania wobec konkurencji na rynku, np. korupuje urzędników państwowych lub samorządowych w celu uzyskania korzyści indywidualnych, np. w czasie zabiegów o pozyskanie zlecenia na roboty publiczne.

Dochodzenie do sukcesu na rynku może przybierać dwie postacie, które się wzajemnie wykluczają. Jedna orientacja uznaje rynek jako sferę o praktycznie nieograniczonych możliwościach podejmowania działalności gospodarczej przez konkurujące podmioty. Przy takim rozumieniu działalności gospodarczej, rynek funkcjonuje jako scena, na której działania przedsiębiorców przybierają postać bezkompromisowej walki, gdzie wszelkie metody są dopuszczalne w celu osiągnięcia zwycięstwa. Miarą sukcesu staje się pokonanie konku-

¹² Pojęcie „duch kapitalizmu” szeroko omawia M. Weber: *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*, [w:] *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*, Verlag Mohr, T. 1, Tübingen 1963, s. 163–207.

¹³ Etos działalności przedsiębiorcy szczegółowo omawia: M. Weber, *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, Wyd. TEST, Lublin 1994.

rencji rynkowej. Druga orientacja, przeciwstawna opisanej wyżej, opiera się na odmiennych założeniach. Tutaj działalność gospodarcza związana jest z moralnością. Każde działania na rynku powinno mieć swoje odbicie w normach moralnych. Podstawą do oceny sukcesu rynkowego staje się nie tylko zysk osiągnięty w grze rynkowej, lecz przede wszystkim trwanie i stopniowy rozwój firmy (mówi się „o etyce pogoni za zyskiem”).

Te dwie odmienne orientacje znajdują odzwierciedlenie w postawach prezentowanych przez przedsiębiorców w Polsce. Popularna w latach dziewięćdziesiątych była postawa, w myśl której warto było zrobić jeden dobry interes i duże pieniądze, bez względu na skutki, jakie to działanie wywiera na innych uczestnikach rynku. Takie działania ułatwiała nieszczelne prawo regulujące życie gospodarcze. Dominowało tutaj podejście utylitarne, w myśl którego sukces zapewnia tylko takie działanie, które przynosi natychmiastowe korzyści¹⁴. Wraz z utrwalaniem się gospodarki rynkowej w Polsce obserwuje się zmiany w myśleniu części przedsiębiorców. Orientacja na trwanie i stopniowy rozwój firmy staje się obecnie dominująca wśród znacznej części ludzi biznesu w Polsce.

Pomimo zmiany orientacji w postrzeganiu sukcesu rynkowego w dalszym ciągu w świadomości społecznej ludzi biznesu aktualne jest pytanie: czy sukces rynkowy jest możliwy wyłącznie ze względu na wielkość osiąganego zysku i w związku z tym inne kryteria (w tym moralne) nie bierze się pod uwagę, czy też sukcesem jest funkcjonowanie przedsiębiorstwa, w którym przedsiębiorca godzi się na wielkość zysku wynikającego z gry rynkowej, a nie z nieuczciwej konkurencji, prezentując godziwą postawę moralną wobec konkurentów i swoich pracowników?

5. Zakończenie

Proces transformacji społeczno-gospodarczej w Polsce wpłynął w istotny sposób na przemiany postrzegania sukcesu życiowego. Ma miejsce sytuacja, w której wolny rynek w silny sposób odcisnął swoje piętno na świadomości społecznej. Sukces życiowy osiąga się przede wszystkim dzięki pracy. Powszechnie akceptuje się i nagradza prestiżem ludzi, którzy osiągnęli majątek i bogactwo dzięki własnej pracy. O stosunku Polaków do ludzi bogatych w społeczeństwie wiele mówi wskaźnik postaw wobec ludzi bogatych. W badaniach CBOS-u z lutego 1999 roku¹⁵ wynika, że prawie trzy czwarte respondentów (72%) uważa, że istnienie ludzi znacznie bogatszych od innych jest czymś naturalnym, a blisko połowa uważa, że jest to korzystne dla społeczeństwa (49%). Przy czym tylko jedna trzecia badanych uważa, że jest to sprawiedliwe społecznie (36%), natomiast przeciwnego zdania jest duża część badanych respondentów (42%).

Mianem człowieka sukcesu określa się tego, który osiąga sukces rynkowy w postaci ponad przeciętnego zysku z działalności gospodarczej. Przy czym na miano człowieka sukcesu zasługuje tylko ten, który wybija się ponad przeciętność swoimi umiejętnościami prowadzenia gry rynkowej, a nie działaniami pozaetycznymi. Najlepiej oddaje ideę tworzenia się nowego spojrzenia na sukces Zygmunt Bauman, który uważa, że inne niż dawniej cechy sprzyjają sukcesom życiowym: „[...] *nie – konsekwencja w postępowaniu, uparte*

¹⁴ M. Koster, *Czym jest etyka zarządzania*, „Przegląd Organizacyjny” 1992, nr 2, s. 18.

¹⁵ Badania CBOS nt.: „Aktualne problemy i wydarzenia”, (104), 6–12 stycznia 1999, reprezentatywna próba losowo-adresowa dorosłych mieszkańców Polski (N= 1134).

trzymanie się z góry obranego celu, wytrwała specjalizacja, gromadzenie kwalifikacji o zdecydowanym profilu – lecz elastyczność zainteresowań i umiejętność zapominania tego, co wyszło z użycia. Najlepiej się wiedzie osobom, których swobody ruchu nie krępuje precyzyjna specjalizacja, zachowują dystans i wstrzemięźliwość wobec tego, czym się w danym momencie zajmują”¹⁶.

Każde społeczeństwo dąży do wykreowania takiego wzorca sukcesu, który by mobilizował ludzi do działań ponad przeciętnych, przynosząc korzyści nie tylko sobie, ale również innym członkom społeczeństwa. Sukces rynkowy jest takim właśnie modelem sukcesu, który najbardziej pożądanym jest w społeczeństwie rynkowym. Przy czym, we współczesnych wysokorozwiniętych społeczeństwach, w wyniku rozwoju cywilizacji wolnego czasu coraz liczniejsi są zwolennicy dążeń do odmiennego wzorca sukcesu w aktywności pozarynkowej. Ma miejsce indywidualizacja sukcesu, mianowicie jednostka wyznacza sobie cele nie związane z rywalizacją z innymi, ale ze swoim życiem wewnętrznym, np. cele związane z samorealizacją lub z życiem rodzinnym.

Podsumowując rozważania o sukcesie życiowym, można powiedzieć, że niezależnie od jego materialnego czy też prestiżowego oblicza, sukces nigdy nie przestanie łączyć się z ludzkim pragnieniem stania się kimś znaczącym, chociaż te pragnienia nie muszą łączyć się z dążeniem do osiągnięcia coraz wyższego statusu materialnego. Sukces jest, bowiem powiązany w naturalny sposób z potrzebą rywalizacji człowieka.

Success in Life in the Polish Society in the Period of System Transition

Summary

This paper discusses the meaning of success in life as influential for social activity. Within the market society, where people continuously compete each other, a success is a way to measure the competition. If any individual reaches the higher ownership status than the other competitors, the new category of his/her achievement, called success, appears. In the paper different specimens of success, present in social awareness of Poles, are analysed. Success in life is mostly identified with being employed and possessing money and wealth. That can be explained by the stability of the free market economy and by the fact that success in life is mostly determined by the kind of profession and the gained income.

In the analysis of success in life the ethical aspect of success is the main issue, especially in the area of entrepreneurs. Success on the market can be obtained in two ways. The first bases on morality of economical activities. Each market activity should respect moral norms. In this case not the income but first of all duration and steady development of the company are the base to estimate market success.

The second way bases on different assumptions. Success can be reached by unethical actions taken against market competitors or co-operators. According to this orientation the market is recognised as a sphere of unlimited abilities to undertake economic activities by competing organisations. Following this perception of economic activity, the market is an arena where entrepreneurs' activities are close to uncompromising fight. The possibility of use all means to win is characteristic for that situation. Defeating the market competitors is a criteria of success.

Key words: *market, living success, money, ethics.*

¹⁶ Z. Bauman, *Dwa szkice o moralności ponowoczesnej*, Instytut Kultury, Warszawa 1994, s. 16.