

# Marcin Zarzecki

---

## Etos polskich przedsiębiorców 2014: metoda, pomiar, analiza

---

Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne nr 9, 104-110

---

2014

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Marcin Zarzecki

Instytut Socjologii, Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

## ETOS POLSKICH PRZEDSIĘBIORCÓW 2014: METODA, POMIAR, ANALIZA

### ABSTRAKT

Międzykatedralny Zespół Badawczy Instytutu Socjologii Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie w kwietniu 2014 roku zrealizował badanie serii Polski Pomiar Postaw i Wartości pt. *Postawy wobec religii przedsiębiorców a percepcja rzeczywistości gospodarczej i społecznej*. Badanie przeprowadzono na reprezentatywnej próbie przedsiębiorców (N = 1002 respondentów), zróżnicowanych pod względem wieku, płci, wykształcenia, branży (PKD07), wielkości podmiotu gospodarczego i liczby lat jego funkcjonowania na rynku, a także wielkości miejsca jego lokalizacji. Badaniem objęto 16 województw. Celem badania było zdobycie aktualnych danych statystyczno-socjologicznych dotyczących etosu grupy zawodowo-środowiskowej przedsiębiorców w Polsce.

**Słowa kluczowe:** etos, etyka, biznes, przedsiębiorcy, PAPI, wartości, normy, religijność, korupcja, małżeństwo, rodzina, czas wolny, praca.

### ABSTRACT

Research Team of the Institute of Sociology of the Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw in April 2014 made a research: *Entrepreneurs' attitudes towards religion and their perception of economic and social reality* which was part of the series: *Polish measurement of attitudes and values (PPPiW)*. The research was conducted on a representative sample of entrepreneurs (N = 1002 respondents), diverse in variables of age, sex, education, sector (PKD07), number of employees and the number of years on the market. The research involved 16 voivodeships. The aim of the study was to obtain current data on sociological ethos of environmental entrepreneurs in Poland.

**Keywords:** ethos, ethics, business, entrepreneurs, PAPI, values, norms, religion, corruption, marriage, family, leisure, work.

### Wstęp

Zasadniczą inspiracją dla badania pt. *Etos polskich przedsiębiorców* zrealizowanego w Pracowni Badawczej Polski Pomiar Postaw i Wartości było zainteresowanie procesami formowania społeczeństwa wolnorynkowego w Polsce oraz powstawaniem teorii konsolidacji kapitału społecznego (z teorią zaufania społecznego włącznie), które uczyniły zasadnym podjęcie socjologicznej interpretacji etosowych form świadomości społecznej. Bezpośrednich inspiracji dostarczyła krytyka weberyzmu autorstwa Shmuela Noaha Eisenstadta [Eisenstadt, 1968, 1972, 1974, 1989, 1999]. Logicznym punktem wyjścia dla idei opracowania integrującego życie religijne i moralność z zawodem przedsiębiorcy były natomiast badania samego Maxa Webera, który w dziele pt. *Etyka protestancka i duch kapitalizmu* (*Die Protestantische Ethik und der Geist des*

*Kapitalismus*, Tübingen 1905) zaakcentował wpływ idei religijnych na system kapitalistyczny. Weber zajmował się przede wszystkim etyką gospodarczą religii światowych: chińskiej, indyjskiej czy żydowskiej, a także różnymi odłamami protestantyzmu. Analiza komparatystyczna pozwoliła mu na wyróżnienie religii odznaczających się otwartością na problemy świata i na działanie w świecie traktowane jako doskonalenie, czyli tzw. asceza wewnątrzświatowa (przykładem religii tego rodzaju było dla Webera przede wszystkim chrześcijaństwo, a głównie określone nurty protestantyzmu). Drugi rodzaj religii nastawiony jest natomiast eskapistycznie wobec świata, czyli reprezentuje tzw. ascezę zewnątrzświatową (w tej grupie Weber umieszczał religie Orientu). Centralna teza Webera podkreśla znaczenie etyki protestanckiej, sakralizującej każdy zawód i nadającej mu charakter życiowego powołania. Doktryna predestynacji przekonuje wierzącego, że miarą bliskości Boga jest sukces w świecie doczesnym, szczególnie powodzenie ekonomiczne, i tym samym redukuje napięcie między obawą o zbawienie a dbałością o ziemski zysk [Morawski, 2001: 76-82]. W konsekwencji protestantyzm w wersji kalwińskiej, a zwłaszcza purytańskiej wpłynął na rozwój kapitalizmu i towarzyszącej mu zrjonalizowanej biurokracji. Religia jest więc dla Webera etyczną interpretacją rzeczywistości, która przyczynia się do „odczarowania świata” (*Entzauberung der Welt*) [Krasnodebski, 1999: 99].

Kontrowersje związane z tezą Webera zainspirowały socjologów do podjęcia badań teoretyczno-empirycznych nad rolą i funkcjami religii w społeczeństwach zindustrializowanych i zurbanizowanych. Krytyka koncepcji Weberowskiej nie dyskwalifikuje samej idei wpływu wartości religijno-moralnych na system gospodarczy. Nawet tak konsekwentni krytycy Webera jak Robert J. Holton, którego antyewolucjonistyczne podejście do dorobku autora *Etyki protestanckiej* wiąże się także z atakiem na Marksa i Smitha, podkreślają realność związków między religią a gospodarką [zob. Czarnota, Zybortowicz, 1989]. Także w ujęciu Güntera Kehrera relacja religia–gospodarka ma charakter procesualny i należy ją rozpatrywać w kontekście rozwoju mechanizmów kontroli społecznej. Innymi słowy, dla niemieckiego socjologa systemy religijne determinują trwałość struktury ekonomicznej i politycznej poprzez wyznaczenie symbolicznych granic ład społeczny oraz dostarczanie metod dyscyplinowania zachowań nonkonformistycznych [Kehrer, 1997: 71]. Według autora *Wprowadzenia do socjologii religii* szczególnie w społeczeństwach akefalicznych uwidacznia się wzajemne przenikanie wierzeń religijnych i sankcji społecznych. Nawiązać tutaj można do badań Durkheima nad społecznościami pierwotnymi, w których religia integrowała społeczeństwo w ramach wspólnoty rytuałów, ale także poprzez system zakazów tabuicznych. Wraz z organizacją i instytucjonalizacją struktur państwowych oraz rozwojem systemu gospodarczego pojawiła się potrzeba religijnego uprawomocnienia systemu władzy, mającego monopol na stosowanie przemocy. Musimy w tym miejscu zaznaczyć, że Günter Kehrer nie akceptuje marksistowskiej teorii genezy religii (tzw. hipotezy projekcyjnej lub kompensacyjnej), wywodzącej się jeszcze z koncepcji Paula Henry’ego d’Holbacha. Celem Kehrera jest podkreślenie roli religii w konstytuowaniu się nowożytnych struktur politycznych i gospodarczych, zwłaszcza współczesnej demokracji liberalnej i systemu wolnorynkowego.

Poszukując egzemplifikacji tezy o integralnym związku religii i gospodarki Kehrer sięga do komparatystycznej analizy Guya Swansona, według którego demokracja i system wolnorynkowy w formie najbardziej stabilnej pojawiły się jedynie w krajach protestanckich. Zdaniem Swansona okres Reformacji wykreował warunki religijno-polityczne stanowiące fundament dla budowania demokratycznych społeczeństw kapitalistycznych. Do warunków tych Swanson zaliczał: protestancką ideę transcendentnego Boga, przeciwstawioną katolickiej wizji Boga posiadającego atrybuty immanentne oraz istnienie kompromisu między władzą centralną a innymi instytucjami.

W konkluzji swojego wywodu badacz ten postawił wniosek, że katolicyzm przez dłuższy okres dominował w reżimach nieposiadających waloru reprezentacji społecznej (Hiszpania i Francja), natomiast protestantyzm zakorzenił się w legitymizowanych społecznie systemach politycznych [por. Kehrer, 1997: 92]. Koncepcja Swansona jest podatna na krytykę, ale stanowi twórczą próbę wyjaśnienia istniejącej w historii zależności pomiędzy przynależnością konfesyjną a systemem politycznym i gospodarczym.

Autorów omawianego tu badania PPPiW kontrowersje związane z tezą Webera zainspirowały do przeprowadzenia teoretyczno-empirycznej analizy roli i funkcji wartości w zawodzie przedsiębiorcy w Polsce, z intencją dokonania pomiaru postaw wobec religii i wartości w grupie zawodowej uznawanej za badawczo nadinkulturowaną.

### Metodologia

Metodologia badania zakładała realizację celów badawczych na poziomie oszacowań statystycznych. Dla każdego z obszarów eksploracji, wchodzących w skład projektu badawczego PPPiW zostało zaproponowane podejście pomiarowe obejmujące zmienne i wartości. Jednocześnie zaproponowana metodologia miała na celu zapewnienie, że uzyskane wyniki badania będą wzajemnie spójne, komplementarne i pozwolą na uzyskanie koherentnego obrazu etosu środowiskowo-zawodowego przedsiębiorców w Polsce. Badanie ilościowe zapewniło reprezentatywność uzyskanych danych oraz możliwość generalizacji interpretacji w odniesieniu do ogółu polskich przedsiębiorców. Pomiar ilościowy umożliwił zmapowanie statystyczne problemów badawczych, które nie są objęte systematycznymi badaniami realizowanymi wśród przedsiębiorców, ponieważ etos środowiskowo-zawodowy można zaliczyć do tzw. empirycznego obszaru nieoznaczoności.

W założeniach metodologicznych, na poziomie konstrukcji definicyjnych dystynkcji przyjęto, że obserwacją objęte zostaną jednostki reprezentujące podmioty gospodarcze zagregowane terytorialnie na obszarze 16 województw kraju. Kryterium operacyjnym „populacji celowej” i podstawą zaliczenia danej jednostki do zbioru jednostek badania była koniunkcja atrybutów, jakie winna posiadać jednostka klasyfikowana, w tym numer Rejestru Urzędowego Podmiotów Gospodarki Narodowej REGON, kompletność i aktualność danych teleadresowych oraz kryteria schematu doboru próby. Ze względu na strukturę polskich podmiotów gospodarczych (z perspektywy liczby zatrudnianych pracowników) alokacja próby w przypadku podmiotów średnich i dużych została odpowiednio powiększona, umożliwiając statystyczne analizy porównawcze. Proponowana alokacja próby wymagała wyznaczenia wag analitycznych niezbędnych do szacowania parametrów całej populacji pracodawców przy założeniu przekroczenia wartości krytycznych proporcji losowania, wag gwarantujących estymację frakcji w warstwach z dokładnością +/-3. W badaniu wykorzystano moduł skonstruowany w języku PYTHON 2.5.7 do ważenia wieńcowego – SPSSINC RAKE. W module danych metryczkowych umieszczono pytania umożliwiające identyfikację struktury próby w interwałach zmiennych: wielkość podmiotu, PKD07 (zagregowane do branż), wielkość miejsca lokalizacji podmiotu, lata funkcjonowania na rynku, płeć oraz wiek respondenta. Zastosowano jeden z modeli losowania z prawdopodobieństwem proporcjonalnym do wielkości (PPS - *Probability Proportional to Size*). Technika wymagała posiadania informacji o wielkości (liczebności) parametrów składających się na populację przedsiębiorców. Dane pozyskano za pomocą techniki CAWI narzędziem internetowym nadzorowanym przez system *LimeSurvey* bazujący na architekturze kontaktu serwer–respondent. *LimeSurvey* jest internetową aplikacją, która zainstalowana na serwerze UKSW

zarządzała programem poprzez przeglądarkę internetową. Potwierdzenie statusu danego respondenta następowało przez wygenerowany kod tokena. Łącznie zgromadzono 1002 obserwacje odpowiadające 1002 efektywnym wywiadam.

Analiza statystyczna została zrealizowana na macierzy danych SPSS/PASW Statistics. Przeprowadzono analizę danych za pomocą tabel częstości empirycznej rozkładów wskazań oraz tabel kontyngencji. Jest to klasyczny sposób analizy i redukcji danych. Test niezależności  $\chi^2$  posłużył do określenia istotnej statystycznie zależności między zmiennymi, zaś do obliczenia siły związku między zmiennymi użyto współczynników kontyngencji C Pearsona i V Cramera. W procedurze krzyżowania zmiennych zastosowano poprawkę Bonferroniego. Poprawka Bonferroniego jest stosowana w celu „utrudnienia” uznania za statystycznie istotny wyniku pojedynczego testu, przy wielokrotnym przeprowadzaniu testów w oparciu o te same dane. Poprawka Bonferroniego była dokonywana przez podzielenie poziomu istotności alfa (przyjmowanego na poziomie 0,05) przez liczbę przeprowadzanych testów. Analiza braków odpowiedzi (*item non-response*) została przeprowadzona w oparciu o procedurę MVA – *Missing Values Analysis*.

## Dane

Badaniem objęto grupę środowiskowo-zawodową przedsiębiorców, tak aby poprzez pomiar stosunku do zjawisk społeczno-gospodarczych zidentyfikować elementy ich systemu religijnego. Analiza socjologiczna etosu pracy, indeksu wartości przypisywanego pracy przez reprezentantów konkretnej grupy środowiskowo-zawodowej, zróżnicowanych ze względu na kryteria socjo-ekonomiczne pozwala wyłącznie na pozycjonowanie wartości, nie zaś na wyjaśnienie, „jak przeżytemu doświadczeniu nadaje się znaczenie, jak jest ono definiowane, odczuwane, wyrażane, ucieleśniane, interpretowane i rozumiane” [Denzin, 1990: 58]. Mechanizm wyboru systemu wartości nie jest wyborem wolitywnym i w pełni egalitarnym, ale raczej siecią wpływów, instytucjonalnych procesów i oczywiście indywidualnych doświadczeń, których geneza także jest społeczna. Poznanie owego wewnętrznego uniwersum idei i przekonań umożliwia tylko procedura *sympathetic introspection*, czyli metoda empatycznego rozpoznania przez badacza intencji i motywów badanych podmiotów poprzez rekonstrukcję źródeł ideologii codzienności. Interpretacja danych ilościowych oznaczała konieczność akcentowania faktów ze sfery świadomościowo-przeżyciowej respondentów, faktów wskazujących na fundamentalne węzły, które redefiniują indywidualne biografie, oraz identyfikujących imperatywne wyznaczniki związane z etosem pracy. Zasadniczym (hipotetycznym) korelatem wskaźnika etosu pracy były postawy wobec pracy, traktowane jako zbiorcze przekonania i dyspozycje do definiowania samego siebie, własnej pracy zawodowej i życia społecznego w kategoriach określonych motywacji.

W ramach badania serii Polski Pomiar Postaw i Wartości 2014 zastosowano w kwestionariuszu wywiadu kafeterię nawiązującą do ducha analiz Weberowskich, pragnąc po części zweryfikować tezę o wpływie wartości religijno-moralnych na etos pracy w sensie ekonomicznym. Założeniem badania było zidentyfikowanie powtarzających się wątków i treści, trwałych elementów ideologicznych wyborów. Przez kategorie składające się na etos przedsiębiorcy rozumiano indeks cech osobowościowo-charakterologicznych, motywów wyboru zawodu, a także umiejętność zdefiniowania etosu zawodowego i nałożenia skonstruowanej siatki pojęciowej na własne środowisko zawodowe. Za kategorie uzupełniające, uwypuklające specyfikę pracy przedsiębiorcy i poziom integracji/konfliktu w obrębie środowiska uznano ideologiczne różnice/podobieństwa między przedsiębiorcami. Polaryzacja struktury próby ze względu na płęć



jest wyraźną konsekwencją maskulinizacji zawodu przedsiębiorcy w Polsce. Z perspektywy aprobaty lub dezaprobaty dla działań związanych z przynależnością do kościoła rzymskokatolickiego lub wynikających z akceptacji ideologii determinowanej systemem religijnych wartości i norm intrygujący jest rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące postaw względem wybranych działań społecznych (według skali inwersyjnej). Przedsiębiorcy nie zgadzają się z dotacjami publicznymi dla wszystkich nieefektywnych podmiotów gospodarczych zagrożonych bankrutem. Funkcjonowanie przedsiębiorstw pozostawiają autoregulacji rynkowej, co stanowi wyraz dojrzałego stosunku do systemu wolnorynkowego.

Respondenci są zwolennikami całkowitego zakazu rozpowszechniania pornografii, zdecydowanie nie zgadzają się i raczej nie zgadzają się z zakazem nauczania religii we wszystkich szkołach publicznych, natomiast są raczej indyferentni w kwestii opodatkowania wiernych na rzecz Kościoła oraz usunięcia symboli religijnych z urzędów publicznych – wskazania skrajne aprobaty/dezaprobaty dla tego ostatniego ujawniają przewagę braku zgody na to działanie. W przekrojach danych ze względu na wielkość firmy obserwujemy znaczące różnice wskazań. Zakaz nauczania religii we wszystkich szkołach publicznych w najmniejszym stopniu jest akceptowany przez reprezentantów podmiotów zatrudniających od 10 do 49 pracowników. W tej kategorii badanych ujawnia się też najwyższy ogólny brak akceptacji dla tego zakazu (łącznie odpowiedzi „raczej nie zgadzam się” i „zdecydowanie nie zgadzam się”). Zestawienie zmiennej „opodatkowanie wiernych na rzecz Kościoła” ze zmienną wielkości podmiotu gospodarczego różnicuje obraz opinii respondentów, redukując ogólną indyferentność odpowiedzi. Z wyjątkiem kategorii małych podmiotów zauważamy wszędzie akceptację dla propozycji zawartej w pytaniu. Z kolei zestawiając zmienną „usunięcie symboli religijnych z urzędów publicznych” ze zmienną wielkości podmiotu gospodarczego we wszystkich kategoriach podmiotów, z wyjątkiem zatrudniających od 10 do 49 pracowników (postawa indyferentna), zauważamy brak aprobaty dla tej propozycji. Zróżnicowanie opinii według kategorii lat funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku również wydaje się stanowić intrygujący predyktor wskazań. Istnieje korelacja dodatnia między tą zmienną a poziomem religijności (mierzonym globalnym stosunkiem oraz praktykami religijnymi). Liczba lat funkcjonowania danego podmiotu na rynku opisuje nam jednak efektywność i doświadczenie organizacji, w której możemy mieć do czynienia z wysokim poziomem fluktuacji personelu. Tłumaczy to względną symetrię rozkładów opinii niezależnie od wartości zmiennej lat funkcjonowania na rynku podmiotu gospodarczego.

Respondenci deklarują przynależność do konfesji rzymskokatolickiej (94,9%), 87,3% z nich określa się jako osoby wierzące, a 59,9% jako praktykujące niesystematycznie. Badani dosyć niejednoznacznie postrzegają osoby wierzące jako bardziej godne zaufania w biznesie (od osób niewierzących). 47,9% respondentów wyraziło brak zdania na temat imperatywności religii dla budowania etosu pracy. Respondenci deklarowali, że nie łamiąc norm etycznych i przestrzegając wszystkich nakazów religii można osiągnąć sukces zawodowy i awansować w pracy (89,4% ogółu wskazań). Zauważamy wśród przedsiębiorców symptomy subiektywizacji i prywatyzacji religijności (87,2%) oraz poleganie w działalności gospodarczej na swojej własnej przedsiębiorczości i zaradności (89%). Przedsiębiorcy powszechnie nie akceptują zachowań korupcyjnych, są zdecydowanie przeciwni patologizacji systemu rynkowego i to niezależnie od podstawowych zmiennych społeczno-demograficznych czy też zmiennych odnoszących się do religijności. Trzy czwarte badanych jest zadowolonych ze swoich osiągnięć: wykształcenia, wykonywanej pracy zawodowej, standardu życia oraz życia małżeńskiego i rodzinnego, choć dostrzega jednocześnie problem harmonijnej integracji sfery życia zawodowego z życiem rodzinnym.

Wśród badanych przedsiębiorców 67,5% wskazało, że kilka razy w roku nie mogło wykonać niezbędnych prac domowych ze względu na zbyt duże zmęczenie pracą. Prawie 22% doświadcza takich trudności kilka razy w miesiącu, a 3,6% odczuwa je codziennie. Mężczyźni częściej niż kobiety zgadzają się z twierdzeniem o zaburzeniu równowagi między pracą a życiem rodzinnym. Badani prowadzący działalność budowlaną najczęściej kilka razy w roku nie mogli wykonać niezbędnych prac domowych (94,2%), a wśród przedsiębiorców świadczących usługi 45,9% wskazało, że takie trudności miało kilka razy w miesiącu. Największe problemy z wykonywaniem obowiązków domowych deklarowali przedsiębiorcy w wieku 35–44 lata, a najmniejsze problemy z integracją zadań – respondenci w wieku do 24 lat oraz powyżej 64. roku życia. Obciążenie pracą jest typowe dla mężczyzn, wśród których 78,1% kilka razy w roku zrezygnowało z uczestnictwa w uroczystościach rodzinnych. Stres w pracy przekładający się na życie rodzinne był najczęściej problemem w przypadku przedsiębiorców zatrudniających od 10 do 49 pracowników.

Prawie 90% badanych przedsiębiorców zgadza się z twierdzeniem, że powinni polegać przede wszystkim na własnej przedsiębiorczości i zaradności (23% „zdecydowanie się zgadza”, natomiast „nie zgadza się” 7,7%). Z twierdzeniem tym zgadza się zdecydowanie więcej kobiet (19,3%) niż mężczyzn (4,8%). Brak zgody na to, że przedsiębiorcy powinni polegać przede wszystkim na własnej przedsiębiorczości, częściej wyrażają właściciele firm jednoosobowych (23,2%) oraz zatrudniający między 2 a 9 pracowników (16,2%). Osoby z wykształceniem zawodowym, średnim i pomaturalnym zdecydowanie częściej nie zgadzały się z omawianym twierdzeniem niż badani z wykształceniem wyższym licencjackim lub inżynierskim. Około 30% badanych deklarujących się jako głęboko wierzący odpowiadało, że nie zgadza się z twierdzeniem, iż ludzie powinni polegać przede wszystkim na własnej przedsiębiorczości i zaradności.

Z kolei akceptację dla państwa opiekuńczego odrzucali przedsiębiorcy mieszkający w miastach 50-99 tys. W przypadku twierdzenia „Zróżnicowanie dochodów według kwalifikacji niezbędne jest dla rozwoju gospodarczego” poparcie dlań jest wyższe wśród mężczyzn niż kobiet. Najwyższy wskaźnik aprobaty występuje wśród właścicieli firm zatrudniających 10-49 osób – 91,6%, w tym 78,7% „raczej się zgadza”. Również 94% respondentów z wykształceniem wyższym licencjackim i inżynierskim akceptuje omawiane twierdzenie. Z twierdzeniem „Obecność wartości religijnych w życiu publicznym i związek między państwem i Kościołem jest gwarancją moralności” zgadza się 22,9% respondentów, a odrzuca je 22,5% badanych.

O braku zależności między osiągnięciem i zachowaniem wysokiego poziomu przewagi konkurencyjnej na rynku a łamaniem norm etycznych i nakazów religii było przekonanych 84% badanych. Możliwość skutecznego negocjowania warunków porozumień handlowych bez łamania norm etycznych i nakazów religii uznawało 85% przedsiębiorców.

Jak wskazuje jeden ze współautorów omawianego opracowania Rafał Wiśniewski, badani przedsiębiorcy „powszechnie zauważają zachowania korupcyjne, ale nie akceptują ich. Rzadko też dopuszczają możliwość, że dawanie łapówek jest usprawiedliwioną sytuacją. Wyniki te nie zależą od cech społeczno-demograficznych respondentów. Można jedynie pokusić się o stwierdzenie, że bardziej bezkompromisowe w potępianiu korupcji są: osoby głęboko wierzące, obojętne lub niewierzące, a jednocześnie systematycznie, rzadko lub wcale niepraktykujące, kobiety, pracownicy najmniejszych, ale też największych firm, przedstawiciele handlu i produkcji, gorzej wykształceni, z małych i dużych miejscowości, osoby najmłodsze i najstarsze, a także osoby o krótszym stażu pracy” [Wiśniewski, 2014: 258].

## Podsumowanie

Interesująca wydaje się nie tylko diagnoza i rekonstrukcja hierarchii wartości aprobowanych wśród przedsiębiorców, ale także poznanie sposobów ich przekazywania i transformowania w działaniach ekonomicznych. Studia nad etosem wskazują również przyczyny zaniku określonych wartości lub ich radykalnego przekształcania. Szerokie podejście do badania etosu przedsiębiorców ujawnia swą moc eksplikacyjną, gdy zauważymy, że właśnie wartości i normy są fundamentem osobowości „sterującym” potrzebami i motywami jednostek.

Wyznaczanie cezury czasowej dla procesu „sakralizacji” gospodarki nacechowane byłoby arbitralnością i metodologiczną dowolnością. Trudno jest bowiem określić okres historyczny, w którym zjawiska religijne byłyby oderwane od zagadnień *sensu stricto* gospodarczych, i odwrotnie: okres, w którym zagadnienia konwencjonalnie zaliczane do sfery gospodarki nie oddziaływałyby na religię. Jak zauważa filozof Richard Tarnas, nawet w totalnie świeckim obrazie świata elementy religijnego systemu znaczeń znajdują swoje zakamuflowane surogaty [Tarnas, 2002: 378n.]. Konkludując należy podkreślić, że socjologiczne badania teoretyczne i empiryczne nad religią jako aktywnym czynnikiem w systemach ekonomicznych oprócz swojej wartości akademickiej stanowią w wymiarze praktycznym materiał niezbędny z punktu widzenia weryfikacji konkretnych procesów decyzyjnych przedsiębiorców.

## Bibliografia

- Bendix R., (1975) *Max Weber. Portret uczonego*, PWN, Warszawa.
- Czarnota A., Zybertowicz A., (1989) *Narodził się kapitalizm: konieczność czy przypadek? Między empirią a teorią*, w: *Interdyscyplinarne studia nad genezą kapitalizmu. Prezentacja i krytyka* t. 1, red. A. Czarnota, K. Wajda, A. Zybertowicz, Wydawnictwo UMK, Toruń.
- Denzin N.K., (1990) *Reinterpretacja metody biograficznej w socjologii*, w: *Metoda biograficzna w socjologii*, red. J. Włodarek i M. Ziółkowski, PWN, Warszawa.
- Eisenstadt S.N., (1968) *Max Weber on Charisma and Institution Building*, University of Chicago Press, Chicago.
- Eisenstadt S. N., (1972) *Some Reflections on the Significance of Max Weber's Sociology of Religions for the Analysis of Non-European Modernity*, „Archives de sociologie des religions” 32, s. 29–52.
- Eisenstadt S. N., (1974) *The Implication of Weber's Sociology of Religion for the Understanding of the Processes of Change in Contemporary Non-European Societies and Civilizations*, „Diogene”, 85.
- Eisenstadt S. N., (1989) *Max Weber on Western Christianity and the Weberian Approach to Civilizational Dynamics*, „Canadian Journal of Sociology” 14 (2), s. 203–224.
- Eisenstadt S. N., (1999) *Weber's Analysis of Islam and the Specific Pattern of Islamic Civilization*, w: *Max Weber and Islam*, ed. T.E. Huff and W. Schluchter, New Brunswick, NJ and London: Transaction Publishers, s. 281-294.
- Kehrer G., (1997) *Wprowadzenie do socjologii religii*, Nomos, Kraków.
- Krasnodębski Z., (1999) *Max Weber*, PIW, Warszawa.
- Morawski W., (2001) *Socjologia ekonomiczna. Problemy. Teoria. Empiria*, PWN, Warszawa.
- Tarnas T., (2002) *Dzieje umysłowości zachodniej. Idee, które ukształtowały nasz światopogląd*, Zysk i Ska, Poznań.
- Wiśniewski R., (2014) *Ku wertykalnemu i horyzontalnemu spojrzeniu na korupcję w Polsce*, w: *Etyka katolicka a duch kapitalizmu. Etos polskich przedsiębiorców w badaniach Polskiego Pomiaru Postaw i Wartości*, red. S. Zaręba, M. Zarzecki, Kontrast, Warszawa, s. 251–261.