

Magdalena PIŁAT-BORCUCH
Politechnika Śląska,
Wydział Organizacji i Zarządzania,
Katedra Stosowanych Nauk Społecznych

HOMO HUBRIS I JEGO KAPITAŁ KULTUROWY A NOWOCZESNA ORGANIZACJA

Streszczenie. Artykuł akcentuje znaczenie kapitału kulturowego w dobie konkurencyjnej gospodarki wolnorynkowej. Autorka przywołuje ważne dla socjologii pojęcie kapitału kulturowego, którego wysoki poziom konstytuuje sylwetkę *homo hubris*.

HOMO HUBRIS CULTURAL CAPITAL AND MODERN ORGANIZATION

Summary. The article stresses the importance of cultural capital in the age of market economy. The author presents crucial for the sociology term of cultural capital of which high level constitutes the profile of *homo hubris*.

Wprowadzenie

W dobie silnej konkurencji rynkowej sytuacja funkcjonujących w niej firm jest bardzo trudna. Zglobalizowany świat, a nade wszystko gospodarka wymagają nieustającego wzrostu efektywności, często połączonej z efektywnością. Efektywność ta uzależniona jest od dwóch podstawowych czynników: finansowego i ludzkiego. Pomijając kwestie finansowe, które nie będą przedmiotem niniejszego artykułu, czynnik ludzki jest tym, który stanowi o sukcesie organizacji.

Niniejszy artykuł akcentuje znaczenie kapitału kulturowego jednostek i jego konsekwencji w kontekście sukcesu bądź porażki organizacji. Zdaniem autorki wysoki poziom kapitału kulturowego jest nieodłącznym atrybutem konstytuującym sylwetkę *homo hubris*,

a jednocześnie elementarnym komponentem, stanowiącym o sukcesie organizacji funkcjonującej na trudnej scenie współczesnej gospodarki wolnorynkowej.

Kapitał kulturowy – obecność pojęcia w literaturze

Pojęcie kapitału kulturowego ma swoją ugruntowaną pozycję w literaturze. Bardzo często występuje ono w korespondencji z pojęciem kapitału społecznego. Kapitał kulturowy definiowany jest – ujmując lapidarnie – jako nawyki, umiejętności, odruchy nabyte przez socjalizację. Ułatwia on utrzymanie (reprodukcję) elitarnych pozycji...¹, natomiast kapitał społeczny utożsamiany jest z istnieniem więzi zaufania, lojalności i solidarności, a znajduje wyraz w samoorganizowaniu się i samorządności, głównie w ramach dobrowolnych stowarzyszeń.²

A. Bartoszek zwraca uwagę na to, że termin „kapitał kulturowy” uzyskał znaczące miejsce w analizie socjologicznej dużo wcześniej od terminu „kapitał społeczny”, bo już w końcu lat sześćdziesiątych. Interpretacja tego pojęcia uwzględnia czynniki strukturalne obecnie zaliczane do zasobów „kapitału kulturowego” – np. zawód ojca, który podkreśla różnice nie tylko wzorców, ale i statusu klasowego, cechującego daną jednostkę.³ Na poziomie ogólnoteoretycznym pojęcie to jest stosowane w teorii reprodukcji struktury społecznej P. Bourdieu, a definiowane przez niego jako *sprzyjająca motywacja i ufność we własny sukces, oznaczający normalną drogę życiową, traktujący prawomocną kulturę jako swój należny spadek*.⁴

W nowoczesnej gospodarce rynkowej podlegającej gwałtownym zmianom nie zachodzi zależność – wskazywana przez M. Webera – o nierozzerwalności statusu jednostki od kultury, jej grupy stanowej i klasowej. Obecnie nie oczekuje się już jednorodnego „stylu życia” od wszystkich członków danego kręgu społecznego, a status grupowy nie jest specyficzną barierą wypełnioną konsekwencjami stanowymi.⁵

¹ P. Sztompka: Socjologia. Wydawnictwo Znak, Kraków 2002, s. 353.

² Ibidem, s. 224.

³ A. Bartoszek: Kapitał społeczno-kulturowy młodej inteligencji wobec wymogów rynku. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2003, s. 22-23.

⁴ P. Bourdieu, J.C. Passeron: Reprodukcyjność. Warszawa 2006, s. 26.

⁵ P. DiMaggio, J. Mohr: Cultural Capital, Educational Attainment..., s. 1234-1235, [w:] A. Bartoszek: Kapitał społeczno-kulturowy młodej inteligencji wobec wymogów rynku. Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2003, s. 24.

Trudno uniknąć stosowania pojęcia „kapitału kulturowego”, jeśli chcemy nazwać czy opisać współczesną nam rzeczywistość. B. Jałowiecki akcentuje znaczenie poziomu wykształcenia, który to jest jednym ze składników kapitału kulturowego. Przecież właśnie osoby mające wyższe wykształcenie osiągają zwykle wyższe dochody. Osoby te cechuje również większa skłonność do migracji i zintensyfikowana częstotliwość codziennych, tygodniowych, urlopowych przemieszczeń, są więc znacznie bardziej ruchliwe, a zatem bardziej otwarte na świat niż osoby o niższym poziomie wykształcenia⁶.

Zatem kapitałem kulturowym są umiejętności, kompetencje, nawyki, skłonności czy gotowość do działania, czyli elementy „wyposażenia” personelu tych organizacji, które odnoszą sukces lub do tego sukcesu aspirują.

Homo hubris – czyli „sylwetka” nowoczesnego człowieka

Fakt istnienia związku między osobowością a przedsiębiorczością nie wymaga uzasadniania. Niewątpliwie bowiem dobrze prosperująca nowoczesna firma zawdzięcza ten fakt nowoczesnej osobowości osób tworzących daną firmę – jej właścicieli i personelu.

Zdaniem M. Szczepańskiego do najistotniejszych charakterystyk osobowości nowoczesnej należą: rozbudowana potrzeba osiągnięcia, wysoki poziom empatii i nonkonformizm.

Potrzebę osiągnięcia charakteryzują przynajmniej cztery cechy:⁷

- skłonność do podejmowania ryzyka, przy jednoczesnej świadomości jego następstw i konsekwencji,
- predyspozycje i skłonność do innowacji,
- analityczna ocena podejmowanych działań zakończonych zarówno sukcesem, jak i porażką,
- skłonność do uzyskiwania najlepszych wyników tylko w warunkach współzawodnictwa.

Przytoczone cztery cechy charakteryzujące potrzebę osiągnięcia z pewnością jej nie wyczerpują. Można odwołać się do trzech potrzeb niższego rzędu:⁸

- potrzeby kompensacji, wyzwalanej w jednostce przez obecność przeszkody lub frustrację po niepowodzeniu,

⁶ B. Jałowiecki: *Globalny świat metropolii*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007, s. 47.

⁷ M. S. Szczepański, A. Rosół (red.): *Pokusy nowoczesności, elity polityczne, system wychowania*. Częstochowa 1993, s.26.

⁸ *Ibidem*.

- potrzeby wyczynu, skłaniającej jednostkę do szybkiego, rzetelnego wykonywania zadań w warunkach rywalizacji,
- potrzeb poznawczych, związanych ze zdolnością do syntetycznego i logicznego myślenia, umiejętnością abstrahowania, przewidywania, rozpoznawania uwarunkowań zjawisk i procesów.

Potrzeba osiągnięcia konstytuuje tę odmianę człowieka, którego określić można mianem *homo hubris*. Pojęcie to rozumiane jest jako *trwale dążenie człowieka do potwierdzania i powiększania swojej wartości (ważności)*.⁹

Słowo *hubris* wywodzi się z języka greckiego, gdzie pierwotnie oznaczało niepokromioną pychę i pragnienie wywyższania się. Obecnie straciło już swoje negatywne znaczenie. Oznacza dowartościowanie siebie, rodzi satysfakcję, dumę, nadaje sens życiu.

Należy jednak zwrócić uwagę, że motywacja ta (motywacja hubrystyczna) *znacznie różnicuje ludzi. Jej siła może być umiarkowana lub krańcowa. W tym ostatnim wypadku jednostki dążą do wielkości, chcą osiągnąć najwyższą pozycję w skali społecznych porównań, chcą zdobyć szczyty doskonałości. Taka ekstremalnie silna motywacja hubrystyczna może ograniczyć z patologią: może mieć charakter neurotyczny lub psychotyczny*.¹⁰

Z pojęciem motywacji hubrystycznej związany jest termin *transgresja*. Wywodzi się on z biologii, gdzie oznacza przekraczanie przez mieszańce cech organizmów rodzicielskich. J. Koziński wyróżnia dwa kluczowe rodzaje transgresji. *Pierwszą z nich jest transgresja indywidualna (jednostkowa): występuje ona w sytuacjach, w których jednostka intencjonalnie wychodzi poza to, czym jest i co posiada, rozszerza własne terytorium, dokonuje wynalazków i tworzy siebie według własnego projektu*.¹¹ Drugim rodzajem transgresji jest transgresja zbiorowa. Dotyczy działań masowych, kolektywnych i globalnych, które są podejmowane przez grupy.

Wracając jednak do charakterystyk osobowości nowoczesnej w rozumieniu M. Szczepańskiego, drugim ważnym elementem osobowości nowoczesnej jest wysoki poziom empatii, czyli umiejętności wczuwania się w stany emocjonalne innych osób. *Empatia definiowana jest jako syndrom emocjonalno-poznawczy, wyraża się zatem w podatności na rozumienie uczuć innych ludzi, w gotowości do współpracy z nimi, w zdolności do wczuwania się w role nowoczesne, zajmowane przez jednostki odniesienia pozytywnego*.¹²

⁹ J. Koziński: O człowieku wielowymiarowym. Eseje psychologiczne. Warszawa 1988, s. 57.

¹⁰ Ibidem, s. 61.

¹¹ J. Koziński: Koncepcja transgresyjna człowieka. Warszawa 1987, s. 11.

¹² M. S. Szczepański, A. Rosół (red.): op. cit., s. 27.

Znaczenie empatii jest nieocenione w nowoczesnej firmie, w której jednostka stale zmuszana jest do podejmowania nowych ról i wczuwania się w nie.

Trzecią charakterystyką osobowości nowoczesnej jest postawa nonkonformistyczna. Najogólniej mówiąc, nonkonformizm to *niezgadzanie się z panującymi zasadami, poglądami, zasadami, z powszechną opinią itp.*¹³

Postawa nonkonformistyczna jest tą, która sprzyja zachowaniom niekonwencjonalnym. Cechuje ludzi o zredukowanej potrzebie uległości i ponizania się wobec innych. W pewnych sytuacjach jednak nonkonformizm może okazać się dysfunkcyjny wobec procesów zmian, co może utrudniać konsensus.

Zdaniem M. Szczepańskiego, przytoczone cechy charakteryzujące nowoczesną osobowość nie są wyczerpujące. Temu typowi osobowości można przypisać inne cechy:¹⁴

- otwartość na nowe doświadczenia,
- zdolność do zbierania informacji o faktach i umiejętność wykorzystania wiedzy w podejmowanych działaniach,
- umiejętność planowania,
- skłonność do kalkulacji,
- wysoka ocena umiejętności technicznych, ułatwiających korzystanie z nowych urządzeń,
- rozumienie logiki produkcyjnych i zasad podejmowania decyzji,
- wysokie aspiracje oświatowe oraz zawodowe,
- świadomość godności innych, a także szacunek dla godności cudzej,
- uniwersalizm i optymizm w postępowaniu.

Wymienione przeze mnie cechy charakteryzujące nowoczesną osobowość są ściśle powiązane z sukcesem danej organizacji. Nie chcę przez to powiedzieć, że każdy przedsiębiorca jest człowiekiem nowoczesnym, ale niemożliwe jest, aby dobrze prosperująca i rozwijająca się organizacja była pozbawiona nowoczesnej osobowości jej właściciela i personelu.

Każda współczesna organizacja chcąc się rozwijać musi inwestować, co zawsze zawiera w sobie mniejszy lub większy element ryzyka. Nowoczesna organizacja wprowadza nowości, np.: nowa linia produkcyjna czy zmiana branży, nabywa nowe doświadczenia, wykazuje chęć

¹³ Słownik wyrazów obcych PWN, J. Tokarski (red.), Warszawa 1980, s. 514.

¹⁴ A. Inkeles, D. Smith: *Becoming Modern. Individual Change in Six Developing Countries*. Cambridge (Mass.) 1974, cyt. [za:] M. S. Szczepański, A. Rosół (red.): op. cit., s. 28.

zbierania informacji, ciężko i rzetelnie wykonuje zadania i optymistycznie patrzy do przodu, bo wierzy w swój sukces. Nie ma nowoczesnych organizacji bez właścicieli i personelu o nowoczesnej osobowości, a jeżeli jeszcze istnieje, to jej dni są już policzone.

Etyka jako element kapitału kulturowego a nowoczesna organizacja

Czy przedsiębiorczość skorelowana jest z etyką? Czy można być jednocześnie pobożnym i zamożnym?

Problem ten podejmuje Max Weber w swoim dziele *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*.

W wyobraźni społeczeństw doświadczonych realnym socjalizmem nie mieści się wiara w to, że współczesny przedsiębiorca może być jednocześnie dżentelmenem. Jednak typowy człowiek kapitalizmu ukształtowany jest przez ducha wywodzącego się z etyki protestanckiej, wykazuje wobec czasu pokorę, w myśl zasady: „czas to pieniądz”, co oznacza, że na bogactwo pracuje się długo, w pocie czoła, inwestując w jego zdobycie wysiłek i rezygnując z przyjemniejszego sposobu spędzania życia.

Max Weber uważał, że możliwe jest pogodzenia zasad moralności i jednoczesnego powodzenia w interesach. Na tym właśnie polegał fenomen mentalności protestanckiej – na harmonijnym pogodzeniu etyki z ekonomiką. Aby powściągnąć naturalną chęć natychmiastowego użycia posiadanych dóbr, etyka protestancka posłużyła się pewnym chwytem – sakralizowała pracę. Traktowała ją nie jako środek do celu doczesnego, ale konieczną drogę do zbawienia duszy. Zdaniem Maxa Webera człowiek z natury nie chce zarabiać więcej, lecz chce po prostu żyć tak, jak się do tego przyzwyczaił i zarabiać tyle, ile jest to konieczne.¹⁵

Istnieje jednak korelacja między wynagrodzeniem a zyskiem, bowiem o ile więcej pracownik otrzymuje za wykonaną pracę, o tyle zmniejsza się zysk. Tą drogą szedł kapitalizm od samego początku. Kapitalizm dla swojego rozwoju potrzebuje nadwyżki ludności.

Jednak *Niskie wynagrodzenie wcale nie jest tożsame z tanią pracą. Już patrząc czysto ilościowo widzimy, że przy biologicznie niewystarczającym wynagrodzeniu wydajność pracy zawsze spada, co na dłuższą metę oznacza wręcz selekcję najgorszych. Z czysto ekonomicznego punktu widzenia niskie wynagrodzenie jako podstawa rozwoju kapitalizmu*

¹⁵ Zob.: M. Weber: *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*. Lublin 1994.

*zawodzi wszędzie tam, gdzie chodzi o wytwarzanie towarów wymagających wykwalifikowanej pracy, obsługę kosztownych i łatwych do uszkodzenia maszyn czy w ogóle o uważną pracę i inicjatywę.*¹⁶

Skorelowanie etycznego postępowania z przedsiębiorczością, szczególnie w dużych firmach, traktowane jest często jako sprawa honoru. Stąd angażowanie się ich w akcje mające na celu pomoc innym (nie należy zapominać, że często czynione są z powodów prestiżowych, przekładających się na ich sukces finansowy) wpisały się już w klimat współczesnych przemian wolnorynkowych. Innym korelatem tego zjawiska jest dowartościowanie personelu (szczególnie o wysokich kwalifikacjach), zarówno na płaszczyźnie finansowej, jak i pozafinansowej. Dbłość o personel przekłada się na skuteczność funkcjonowania organizacji, o czym te organizacje, które odnoszą sukces w dobie wolnorynkowej konkurencji doskonale zdają sobie sprawę.

Na zakończenie o klasie metropolitarnej, czyli *homo hubris* w praktyce

Metropolizacja definiowana jest jako proces przejmowania przez niektóre wielkie miasta funkcji kierowniczych w zarządzaniu gospodarką postindustrialną w skali ponadnarodowej. Mamy do czynienia z metropoliami globalnymi, kontynentalnymi i regionalnymi. Cechą metropolii jest przede wszystkim umiędzynarodowienie ich działalności usługowej i znacznie silniejsze związki z innymi metropoliami niż z otaczającym regionem.¹⁷

Wyspecjalizowany sektor usług wymaga personelu o najwyższych kwalifikacjach. *W klasie metropolitarnej składającej się z różnego rodzaju specjalistów, szczególnie w nowych dziedzinach wiedzy: informatyce, informacji, zarządzaniu i administrowaniu w skali ponadnarodowej... Klasa metropolitarna wyróżnia się i rodzajem kompetencji, i specyficznym stylem życia. Należący do niej ludzie osiągają na danym rynku ponadprzeciętne zarobki, większość wydatków pokrywają kartami kredytowymi, mówią biegle co najmniej jednym językiem obcym, jeżdżą samochodem wyższej klasy, na co dzień posługują się komputerem i telefonem komórkowym, ubierają się w markowych domach mody, wakacje spędzają na Wyspach Kanaryjskich i Seszelach, a w Paryżu, Berlinie, Londynie czy Nowym Jorku czują się jak u siebie w domu.*¹⁸

¹⁶ Ibidem, s. 42-43.

¹⁷ B. Jałowiecki, M.S. Szczepański: op. cit., Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 208.

¹⁸ Ibidem, s. 241-242.

B. Jałowiecki zauważa, że członkowie klasy metropolitarnej żyją w castellsowskiej przestrzeni przepływów niezakorzenieni ani w żadnym miejscu, ani żadnej grupie społecznej, należąc chwilowo do organizacji, w której pracują i do amorficznego towarzystwa, z którym uprawiają „clubbing” – spędzają wolny czas w anonimowej atmosferze bez społecznych zobowiązań.¹⁹

Klasa metropolitarna stanowi zatem personel, który przynależy przede wszystkim do organizacji, a wysiłek tej klasy przekłada się na jej sukces finansowy. Kapitał kulturowy tej klasy jest tożsamy z rejestrem cech składających się na sylwetkę *homo hubris*. Transgresja, której dokonuje *homo hubris* ułatwia i jednocześnie umożliwia transgresję organizacji. Zatem bez *homo hubris* i jego kapitału kulturowego nie może być mowy o nowoczesnej organizacji.

Bibliografia

1. Bartoszek A.: Kapitał społeczno-kulturowy młodej inteligencji wobec wymogów rynku, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2003.
2. Bourdieu P., Passeron J.C.: Reprodukacja. Warszawa 2006.
3. Jałowiecki B.: Globalny świat metropolii. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007.
4. Jałowiecki B., Szczepański M.S.: Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2006.
5. Koziński J.: O człowieku wielowymiarowym. Eseje psychologiczne. Warszawa 1988.
6. Koziński J.: Koncepcja transgresyjna człowieka. Warszawa 1987.
7. Szczepański M.S., Rosół A. (red.): Pokusy nowoczesności, elity polityczne, system wychowania. Częstochowa 1993.
8. Sztompka P.: Socjologia. Wydawnictwo Znak, Kraków 2002.
9. Weber M.: Etyka protestancka a duch kapitalizmu. Lublin 1994.
10. Słownik wyrazów obcych. PWN, J. Tokarski (red.), Warszawa 1980.

Abstract

The article embraces the issues related to cultural capital of individuals and its consequences as far as success or failure is concerned. High level of cultural capital is inseparable attribute constituting the profile of *homo hubris*. In the same time it is an

¹⁹ B. Jałowiecki: Globalny świat metropolii, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2007, s. 36.

elementary component which determines success of organization operating in highly competitive contemporary market economy.

In the times of tough market competition the situation of firms is difficult. The globalized world as well as the globalized economy permanently call for constant increase in effectiveness, often linked with flashiness. The effectiveness is however dependent on two basic factors: the financial factor and the human factor. Putting aside financial issues human factor is the one which determines success of organization.