

*Adela Kożyczkowska*

## **„KOBIECE ELITY BIZNESU”: PRÓBA ROZPOZNANIA POJĘCIA NA POTRZEBY BADAŃ PEDAGOGICZNYCH I EDUKACYJNYCH**

**Słowa kluczowe:** elity, elity biznesu, kobiece elity biznesu, badania pedagogiczne i edukacyjne.

**Streszczenie:** Celem tekstu jest omówienie problemów metodologicznych związanych z rozpoznaniem pojęcia „kobiece elity biznesu” na potrzeby badań społecznych, w tym pedagogicznych i edukacyjnych. Polityczna transformacja rozpoczęła proces przebudowywania struktur społecznych, w tym proces odtwarzania elit biznesu i kobiecych elit biznesu. Autorka widzi konieczność podejmowania przez pedagogów badań pedagogicznych i edukacyjnych kobiecych elit biznesu. Badania takie mogą wzbogacić dorobek naukowy pedagogiki oraz praktyk w zakresie konstruowania programów pomocowych.

### **Wstęp**

Badaniem elit zajmują się przede wszystkim politolodzy i socjologowie. Pedagodzy mniej chętnie „biorą na warsztat” doświadczenia edukacyjne czy edukację w ogóle tej grupy/klasy społecznej. Chętniej za to podejmują badania związane z wykluczeniem społecznym i marginalizacją. Chętniej też projektują działania edukacyjne dla całej rzeszy klientów szeroko pojmowanych ośrodków terapeutycznych, edukacyjnych i resocjalizacyjnych. Głos pedagogów w sprawie elit – szczególnie elit biznesu – jest właściwie niesłyszalny, co ma także znaczenie dla praktyki. Przykładowo w praktyce poradniczej pedagogowie zajmują się doradztwem i poradnictwem dla osób, które są krótko i długo bezrobotne, bądź zagrożone utratą pracy. Tymczasem doradztwem i poradnictwem dla średnich i wyższych kadr menedżerskich, a także dla przedsiębiorców i właścicieli firm zajmują się tzw. coachowie, którzy penetrują doświadczenia edukacyjne tej grupy klientów i uczą ich efektywności, radzenia sobie ze stresem, czasami reorientują na inne cele osobiste bądź zawodowe, które odbudowują poczucie satysfakcji i zadowolenia.

Tak więc pedagodzy słabo obecni w polu badania elit tracą możliwość analizy ich doświadczeń biograficznych, w tym doświadczeń edukacyjnych i związanych z nimi procesów edukacyjnych. Niedostatek wiedzy pedagogicznej i edukacyjnej powoduje, że pedagodzy nie mają dziś wielkich możliwości działania edukacyjnego w zakresie choćby przenoszenia rozpoznanych wiedzy i umiejętności z pola elit w pole grup marginalizowanych.

Wydaje się, że badania elit są pedagogom potrzebne, by mogli oni lepiej zrozumieć nie tylko kulturę społeczeństwa, w którym przyszło im badać, studiować i kreować rzeczywistość edukacyjną (Sztumski 2003; Żyromski 2007), ale także po to, by lepiej zrozumieć istotę i znaczenie przemian społeczno-politycznych w obszarach pracy (Koźyczkowska 2005), przedsiębiorczości i zarządzania (Hardy 2010), i związanych z nimi procesów edukacyjnych (Nawrot 2014). Jednocześnie pedagodzy mogą mieć szereg wątpliwości w zakresie wyodrębniania przedmiotu badań (Puchowski 2007; Koźyczkowska 2008; Kola 2011) i zakreślania granic samego pojęcia „elita”, (Żyromski 2007), czyli zdefiniowania podmiotów kwalifikowanych do udziału w badaniach edukacyjnych i pedagogicznych.

Celem prezentowanego tekstu jest próba rozpoznania pojęcia „kobiece elity biznesu” na potrzeby badań pedagogicznych i edukacyjnych przez: (1) Ustalenie przekładalności potocznego rozumienia pojęcia „elita” na grunt nauk społecznych; (2) Rozpoznanie „elit biznesu” w kontinuum homogeniczność-heterogeniczność, co powiązane jest z kondycją gospodarki kapitałowej; (3) Znaczenie społecznego wytwarzania elit dla jej homogenizacji; (4) Propozycje pojęciowego opisanie „kobiecych elit biznesu” przez wskazanie czynników charakteryzujących.

### **Pojęcie „elity biznesu”: od potocznego do naukowego rozumienia**

Już pobieżne rozpoznanie potocznego rozumienia „elit” odsłania nieostrość pojęcia. Zwykle w rozumieniach potocznych „elity” obiektywizują się w wyobrażeniach stylu życia pewnej grupy ludzi, której egzystencję najogólniej można nazwać próżniaczą i konsumpcyjną niemal w Veblenowskim rozumieniu (Veblen 1998). Potoczność wiąże „elity” z posiadaniem – realnym lub wyobrażonym – wpływem na życie innych ludzi i z jakimś obszarem odpowiedzialności za los słabszych, co zwykle bywa sprowadzone do kierowania fundacją bądź stałym lub jednorazowym dotowaniem akcji ratowania życia czy zdrowia.

Potoczne wyobrażenia „elit” pozwalają rozpoznać oczywistą tezę, że są one wytworem społecznym. Proces ich wyodrębniania nie jest tylko „zwykłym” wyznaczaniem granic między określoną częścią społeczeństwa a jego resztą. Jest przede wszystkim procesem, w którym stale rozwiązywany musi być konflikt między „obiektywnym” oczekiwaniem społeczeństwa (wyobrażeniem co do stylu życia i funkcji elity dla/wobec społeczeństwa) a „subiektywnym” oczekiwaniem elity (wyobrażeniami, co do własnej „motywacji” i „potrzeb”). Rozpoznając ów „konflikt” w optyce teorii Pierre’a Bourdieu, trzeba go nazwać procesem wytwarzania

habitusu właściwego elicie. Habitus jest produktem społecznym, w znaczeniu produktu historii (przeszłości) tego społeczeństwa, co oznacza, że tworzy on jednostkowe i społeczne praktyki i zapewnia w nich obecność przeszłych doświadczeń społecznych. Nie oznacza to, że habitus sztywno jest reprodukowany w kolejnych pokoleniach, ale zmienia się on w zależności od społecznych (i psychicznych) warunków. Jego obiektywne ujednoczenie wynika z tych samych warunków życia grupy (lub klasy) społecznej (tu: elity) i obiektywnie uzgodnionych praktyk jego wytwarzania (tu: wytwarzania elit). Istotne jest, że wytwarzanie habitusu dzieje się bez świadomego odniesienia do normy społecznej i jednocześnie wynika z konieczności wzajemnego dopasowania (homogenizacji) członków grupy (bądź klasy) społecznej (Bourdieu 2008).

Ujęcie habitusu nie tylko jako tego, co zostało „obiektywnie” wytwarzane, ale także jako „praktycznego zmysłu” (za: Bourdieu), pozwala dostrzec potencjał edukacyjny habitusu związany z uczeniem się tego, co to znaczy być elitą, i jak trzeba żyć, by być uznanym za elitę. Wracając do potocznego pojmowania elit, można dostrzec w nim dwa sposoby rozumienia: opisowe (próżniacze, konsumpcyjne życie) i funkcjonalne (odpowiedzialność za innych i siebie). Takie poznawcze ujęcie znajduje swe odzwierciedlenie przykładowo w teorii elit Marka Żyromskiego (Żyromski 2007). Jeśli jednak ująć proces wytwarzania elity jako praktykę uczenia się (do) bycia elitą, to rozpoznać można ukierunkowanie tej praktyki na (1) Wspólnotowość jako społeczną solidarność (choćby odpowiedzialność za słabszych); (2) Cel związany z kreowaniem rzeczywistości; (3) Indywidualność związaną z własnymi motywacjami i potrzebami. Tak rozpoznana edukacyjna praktyka wytwarzania elity jest zbieżna z koncepcją biograficznego podejścia do edukacji dorosłych Ewy Marii Skibińskiej (Skibińska 2006).

Z kolei potoczne rozumienie „elit biznesu” zwykle odzwierciedla przypisywane elitom miejsce i rolę, jakie zajmują one w strukturze społecznej. Można więc rozpoznać definiowanie „elity” przez pozycję zajmowaną w strukturze przedsiębiorstwa, a także posiadany prestiż wiązany z rzeczywistym wpływem na podejmowane decyzje w zakresie produkcji i kształtowania ludzkich, a właściwie pracowniczych, biografii. Dodać też trzeba decyzyjność elit jako odzwierciedlenie realnej władzy (Nocoń 2004). I chociaż nieostrość pojęcia „elity biznesu” jest niezwykle interesująca, to stanowi istotny problem dla postępowania badawczego. Badacz projektując swe działania staje wobec konieczności konkretyzacji nie tylko przedmiotu badań, ale i wyznaczenia weryfikowalnych wskaźników decydujących o doborze osób do grupy badawczej, czyli określenia „jasnych granic elity” (Żyromski 2007), korzystając z wypracowanych w tym obszarze teorii. Jednak, jeśli przyjąć, że każde społeczeństwo wytwarza elitę właściwą swej kulturze, to jednocześnie to samo społeczeństwo wytwarza także właściwą swej elicie „teorię”, czyli jej społeczne rozumienie. Potoczne rozumienia i naukowe teorie elit mogą być podpowiedzią dla badacza, ale to on ostatecznie – w sposób arbitralny (czyli kulturowy) – decyduje, jakie i jak określi granice pojęcia „elita biznesu” (Pareto 1994; Sztumski 2003).

Większy problem jest w przypadku „kobięcych elit biznesu” ze względu na swoisty niedostatek dorobku naukowego. Trudności w definiowaniu „kobięcych elit biznesu” wynikają także z tego, że dostępne teorie i analizy koncentrują się na androcentrycznym modelu klas wyższych, także w zakresie zarządzania, przedsiębiorczości i pracy (Hardy 2010).

Jeśli, najogólniej ujmując, elita to grupa ludzi, która stanowi awangardę społeczną pod względem prestiżu, kwalifikacji i władzy w danym środowisku czy instytucji, to w tym pozytywnym rozumieniu ujawnia się swoiste oddzielenie elity od społeczności na skutek wyobrażonej lub rzeczywistej wyższości. Sednem sprawy jest przyjęte społeczne rozumienie, którym obdarza się elitę (w starożytnej Grecji „aristoi”, czyli „elitę urodzenia”) jako odrębną klasowo i posiadającą majątek (Zajączkowski 1993), a także – jak piszą Arystoteles i Platon – najbardziej predysponowaną do zarządzania i kierowania.

Nauki społeczne wyrosły z potrzeby poddania namysłowi problemów i spraw życia codziennego jednostek i grup społecznych. Istotna jest jednak ich zdolność do przekładania pojęć potocznych w pojęcia naukowe. Różnica między nimi jest merytoryczna, gdyż związana z językowym opisem rzeczywistości: cechą pierwszych jest niejednoznaczność i nieostrość, cechą drugich jest dążenie do jednoznaczności i ostrości. O ile też pojęcia potoczne cechuje niedoskonałość języka, o tyle pojęcia naukowe cechuje sztuczność języka. Nauka jednak potrzebuje jednoznacznych pojęć, tak by mogła z nich korzystać w „sposób operatywny”, czyli taki, w którym badacz będzie potrafił arbitralnie zdecydować, czy pojęcie odzwierciedla rzeczywistość i oddaje jej logikę. Toteż pojęcia opisane w języku nauki powinny być jednoznaczne i jednocześnie operatywne (Ossowski 1962).

Roztrząsania teoretyczne są ważne, gdyż w ich efekcie autor badań może dokonać wyboru perspektywy teoretycznej i na jej gruncie językowo zrekonstruować pojęcie, tak by było ono jednoznaczne i operatywne. Próba opisania pojęcia „kobięce elity biznesu” wymaga od badacza swoicie otwartych poznawczo postaw, już z tej przyczyny, że jest ono skonstruowane z pojęć, które posiadają mniej lub bardziej utrwalony dorobek teoretyczny na gruncie nauk społecznych. Jednoznaczność i operatywność przełożyć się zatem powinny na skonstruowanie pojęcia na gruncie nauki, które przybierze postać wzorca pozwalającego: (1) Rozpoznać pojęcie „elita biznesu”; (2) Rozpoznać cechy homogenizujące elitę (biznesu), które jednocześnie różnicują ją w stosunku do nieelity; (3) Rozpoznać swoistość pojęcia „kobięcych elit biznesu”.

### **„Elity biznesu”: rozpoznanie pojęcia**

Lena Kolarska-Bobińska i Olga Pucek do elit gospodarczych i biznesowych zaliczają: kadre kierowniczą, menedżerów i przedsiębiorców (Kolarska-Bobińska, Pucek 2004). Bolesław Rok do grup biznesowych zalicza menedżerów i przedsiębiorców (Rok 2004). Krzysztof Jasiołkowski do elit gospodarczych i biznesowych rozwiniętych gospodarek rynkowych zalicza wielkich przedsiębiorców, znaczących

udziałowców (akcjonariuszy) i czołowych menedżerów największym firm. Polska gospodarka rynkowa jest w procesie kształtowania i analogicznie kształtuje się też nowa elita ekonomiczna, a w jej skład wchodzi osoby zajmujące kluczowe miejsca w instytucjach gospodarczych o znacznej skali oddziaływania. Jasiocki zalicza do nich: przedsiębiorstwa produkcyjne, handlowe, usługowe oraz finansowe (Jasiocki 2002). Jacek Wasilewski i Edmund Wnuk-Lipiński do starych elit ekonomicznych (nomenklatura 1988 roku) zaliczają: dyrektorów i zastępców dyrektorów największych przedsiębiorstw. Natomiast do nowych elit ekonomicznych zaliczają: dyrektorów i zastępców dyrektorów wielkich przedsiębiorstw państwowych, prezesów i wiceprezesów dużych spółdzielni, właścicieli i wyższą kadre zarządzającą sektora prywatnego (Wasilewski, Wnuk-Lipiński 1995).

Dla podjętego problemu istotny jest wniosek, do którego – w wyniku badań – dochodzi Jasiocki: elity biznesowe rozwiniętych gospodarek kapitałowych różnią się od elit rozwijających się gospodarek rynkowych. Jednym z najważniejszych wskaźników elity w rozwiniętych i ustabilizowanych gospodarkach wolnorynkowych jest jej homogeniczność. Jednorodność elit oznacza integrowanie się i ujednocianie w takich wymiarach jak: wykształcenie, pochodzenie, styl życia a także poglądy polityczne (Jasiocki 2002). Trzeba jednakże dopełnić wyliczenie Jasiockiego o wypowiedzi Bourdieu, który pisze o ujednocionych upodobaniach estetycznych, zawieraniu relacji w podobnych kręgach społecznych i personalnych oraz zbieżnych oczekiwaniach wobec ról społecznych, wartości i postaw (Bourdieu 2000).

Homogeniczność decyduje o funkcjonowaniu elity w obrębie struktury społecznej i odróżnia ją od innych klas społecznych. Przejawia się ona zawłaszczeniem pewnych zachowań społecznych, co jest rozpoznawane jako styl życia klasy wyższej. Jakościowo ujednociona elita stanowić powinna mniej lub bardziej zwartą całość społeczną i psychologiczną – jest więc grupą określonych członków klasy społecznej, która ujawnia swe wewnętrzne podobieństwo na poziomie posiadanego kapitału kulturowego i ekonomicznego, co prowadzi – jak już pisałam – do wytwarzania i gruntowania określonego habitusu. Ktoś albo jest przyjęty i należy do elity, albo nie – zauważa Charles Wright Mills. Konieczność wytwarzania i gruntowania różnicy między elitą a nie-elitą jest efektem jakościowego wewnętrznego jej ujednocnienia. Elita posiada mniejszą lub większą świadomość swej odrębności klasowej, a jej członkowie zachowują się wobec siebie inaczej niż wobec osób z innych klas i warstw społecznych: przyjmują się wzajemnie, żenią między sobą, rozumieją się i pracują ze sobą, oraz myślą co najmniej podobnie. Większość jej członków posiada podobne pochodzenie społeczne oraz utrzymuje między sobą nieformalne stosunki. Szczególną cechą elit jest założenie, że to wewnątrz niej następuje wymiana stanowisk pomiędzy różnymi hierarchicznymi układami związanymi z pieniądzem, władzą i prestiżem. Jednakże jedność elit nie jest sprawą tylko podobieństwa społecznego i psychicznego bądź jakiejś zbieżności interesów czy prestiżu stanowisk. Jedność elit jest – jak podkreśla Mills – efektem wspólnego

przekonania, że interesy można realizować korzystniej i łatwiej wtedy, gdy będzie się działać wspólnie, a decyzje będzie się uzgadniać między sobą w trybie bardziej lub mniej formalnym (Mills 1959).

Elity biznesowe rozwijających się gospodarek kapitałowych cechuje heterogeniczność (Wasilewski, Wnuk-Lipiński 1995), co wydaje się oczywiste w perspektywie transformacji politycznej i ekonomicznej. Istotna jest tu konieczność odbudowania klasy średniej i wyższej, z których wyłonić mogą się potentaci ekonomiczni. Jednocześnie ważkie jest tworzenie możliwości uczenia się bycia elitą. Jak się wydaje, gwałtowne zmiany społeczne sprzyjają krążeniu elit i wymianie, jaka dokonuje się w obrębie klas. Formułujące się w Polsce elita i elita władzy potrzebują zinstytucjonalizowanych form uprawomocnienia swej pozycji społecznej. Przesunięcia pionowe i poziome w polu społecznym cechuje duży dynamizm, którego efektem jest powolne i stopniowe krystalizowanie się nowych elit, nie tylko biznesowych, ale i politycznych, wojskowych, intelektualnych i in.

Zmieniona sytuacja społeczno-ekonomiczna konsekwentnie wymusza zmiany także w płciowej strukturze elit. Literatura przedmiotu ukazuje świat elit (w ogóle) jako świat męczyzn, co staje się widoczne zwłaszcza w świecie polityki czy biznesu. Egzemplifikacją mogą tu być badania Bogusławy Budzowskiej, Danuty Duch-Krzysztozek i Anny Titkow podejmujące problematykę barier awansu zawodowego kobiet. Autorki rozpoznają, że świat elity biznesu to przede wszystkim świat męski.

*Kobiety, które się w nim znalazły, doskonale zdają sobie z tego sprawę [w tym miejscu autorki odwołują się do wypowiedzi jednej z respondentek – uwaga A.K.]. Nie ulega wątpliwości, że pracuję w męskim świecie i to jakby wyraźnie widać na spotkaniach dyrektorów, gdzie na 25 dyrektorów tych kobiet jest kilka, i to jest zdecydowanie męski świat, i męskie wartości, męskie komunikaty (...)* (Budzowska, Duch-Krzysztozek, Titkow 2003, s. 112).

W tym sensie świat biznesu jest odmianą świata męskiej dominacji a bariery, które napotykały kobiety, to narzędzia negatywnej selekcji i zamykania dróg awansu zawodowego. Kobiety stają zatem wobec niemożności wykorzystania nagromadzonego kapitału kulturowego w konstruowaniu kapitału ekonomicznego, a ten z kolei jest jednym z najważniejszych czynników determinujących dostęp do prestiżu i władzy (Titkow 2003; Kożyczkowska 2008). Nie podejmując szczegółowych aspektów, warto podkreślić szczególne kryterium selekcji członków do elit dyrektorskich dużych korporacji, na które zwraca uwagę Mills, który pisze: *trzeba być po prostu swoim człowiekiem*. Awans w instytucji ekonomicznej jest w dużej mierze efektem arbitralnej oceny zwierzchników. Kryteria nie są ani jasne, ani obiektywne i mają charakter dwuznaczny. Sprawiają wrażenie całkowicie nieuchwytnych, subiektywnych i rozpoznawane są przez osoby z niższego szczebla jako mętne i co najmniej dziwne. Okazuje się, że cechy charakteru i zewnętrzny wygląd są ważniejsze niż rzeczywiste kompetencje, umiejętności oraz wiedza specjalistyczna. Kryterium doboru elit związane jest z umiejętnością wpisania się w homogeniczną grupę osób tworzących najwyższe kręgi władzy

w przedsiębiorstwie. Zwyciężają ci, którzy potrafią się dostosować. Paradoksalnie jednak dostosowani są nie ci, którzy posiadają najwyższe kwalifikacje i kompetencje, ale ci, którzy odpowiadają kryteriom ustalonym przez osoby znajdujące się u władzy w przedsiębiorstwie (Mills 1959, s. 140–143).

Z barierami i trudnościami w awansie zawodowym spotykają się i mężczyźni, i kobiety. Z tym że kobiety są w o tyle trudniejszej sytuacji, że wchodząc w świat męskiej przedsiębiorczości zaburzają jego naturalną, płciową homogeniczność. Już z samej racji różnicy płci kobietom trudniej sprostać owym subiektywno-społecznym kryteriom selekcji i urzeczywistnić w sobie podobieństwo do mężczyzny-lidera. Wydaje się, że kobiety biznesu pokonać muszą wpływy sił władzy działające w hierarchicznym polu relacji ekonomicznych, a trudności, które napotykają, związane są nie tylko z kryteriami stawianymi wobec kandydatów w ogóle, ale wiążą się one z przełamaniami homospołecznych barier determinowanych płcią. Być może jest to związane z tym, co Eve Kosofsky Sedgwick nazywa męskimi więzami. Cechuje je głęboka homofobia, lęk i nienawiść wobec homoseksualności. I jednocześnie forum męskich więzi wytwarza swoiste strategie legitymizujące struktury relacji między mężczyznami, przy podkreśleniu ich historycznej ważności jako tego, co różnicuje je od innego typu relacji (Sedgwick 2005).

Homogenizacja elit biznesu istotnie ogranicza do nich dostęp i warunkuje relacje wewnętrzne. Ponadto w społeczeństwie, w którym dostęp do władzy jest różnicowany ze względu na płeć, ujawniają się istotne różnice między kobietami i mężczyznami w ich społecznym funkcjonowaniu. Być może tu leży przyczyna zakładania i prowadzenia własnych przedsiębiorstw i wytwarzania własnego – i jednocześnie alternatywnego – pola władzy. Kobiety, nawet jeśli posiadają konieczny elitom kapitał kulturowy, w niewielkim tylko odsetku – jak pokazują rankingi – dysponują koniecznym kapitałem ekonomicznym, który otwierałby im drogę do ubiegania się o możliwość wejścia do zdominowanych przez mężczyzn elit biznesu.

Tak więc kontinuum heterogeniczność–homogeniczność jest opozycją, w której trzeba konstruować pojęcie „elita biznesu”. Takie czynniki jak wykształcenie, pochodzenie, styl życia, poglądy polityczne, upodobania estetyczne, relacje społeczne i personalne, oczekiwania wobec ról społecznych, wartości i postaw – pozwalają wytwarzać homogeniczność elit. Bliżej jednak krańca „heterogeniczności” lokować będzie się płeć, stąd naturalnym dążeniem elit będzie wypracowanie strategii wykluczania kobiet z męskich elit biznesu, przy jednoczesnym „motywowaniu” kobiet do poszukiwaniu alternatywnej ścieżki wytwarzania „nowych”, bo kobiecych elit biznesu.

### **Społeczne wytwarzanie elit: homogenizacja elit (biznesu)**

Elita to zbiór osób, które związać się muszą więzią integrującą, co społecznie pozwala im istnieć jako grupa lub klasa społeczna. Celem nie jest jednak zwykle różnienie się, ale uzyskanie uprzywilejowanego statusu i prestiżu. Jednocześnie elity są podatne na erozję, z czasem „upadają”, a ich miejsce zajmują nowe

(Zajączkowski 1993). Elita podlega swoistej dynamice przemian, co może różnicować się, ale w obrębie szczególności. Już przecież samo pojęcie „elita” ma charakter uniwersalny i jest związane z faktem, że elity są wytworem społecznym, i tym samym kryteria ich opisu też mają charakter społeczny. Jednak „zawsze” są to cechy uznane jako wyjątkowe czy najprzedniejsze (Sztumski 2003). Uprzywilejowany status i prestiż społeczny powiązany jest z przypisaniem elicie cech społecznie uznanych za szczególnie rzadkie, a przez to pożądane.

Elita to najlepsza część społeczeństwa w jakiejś dziedzinie, dlatego że osiąga w niej najlepsze efekty. Chodziłoby więc o szczególne zdolności intelektualne, moralne i takie cechy jak aktywność oraz odwaga. Obecność elit uzmysławia społeczeństwu, że nie jest ono jednorodne i homogeniczne, ale że jest zorganizowane hierarchicznie i zarządzane przez małą grupą ludzi, czyli elitę (Pareto 1994).

Ważkie dla podjętego problemu jest przyjęcie tezy, że elity to wynik społecznych procesów selekcji i wypracowanie przez jednostki społecznych strategii radzenia sobie w obliczu konieczności poddania się kryteriom selekcji. Te przyjmują bowiem postać narzędzi klasyfikacji, które decydują o tym, jaki należy osiągnąć stopień podobieństwa, by otrzymać dostęp do elit.

Jest to jednak nie tylko klasyfikacja przeznaczona dla jednostek, ale posiada również użyteczność społeczną. Społeczeństwo dokonuje w swoim obrębie podziału na warstwę niższą (nie-elitę) i na warstwę wyższą (elitę). W warstwie wyższej pozostają osoby, które osiągają szczególnie wysoką efektywność w wybranym obszarze działania (Pareto 1994). Inną właściwością elit jest jej zdolność do degradacji, co oznacza że dana elita może zniknąć z mapy społecznej, ale w obrębie społeczeństwa zachodzi także zjawisko tzw. krążenia elit i rekrutacji nowych członków z klas niższych. Krążenie elit nie tylko zapobiega jej erozji, ale jest impulsem dla rozwoju samoświadomości w zakresie ideału, co pozwala zachować prestiż i opóźnia upadek (Pareto 1994).

W praktyce dążenie elity do wewnętrznej homogenizacji nie oznacza jej sztywności tak w zakresie struktury, jak wypełniającej ją treści. „Krążenie elit” jest tym społecznym mechanizmem, który utrudnia precyzyjne rozpoznanie czynników decydujących o przynależności. Urodzenie, bogactwo czy zdolności są czynnikami, które decydują o przynależności, ale pod warunkiem że są to: konkretne urodzenie, konkretne bogactwo i konkretne zdolności. Będą one konstruowane społecznie, wypowiedane w języku mniej lub bardziej potocznym i będą konstruowały tzw. status grupy bądź klasy społecznej (por. Pareto 1994). Status może być dziedziczony po przodkach (elity urodzenia), może być też nabyty. Łatwość uzyskania wymaganego statusu zwiększa bądź zmniejsza prestiż miejsca w zhierarchizowanej strukturze społecznej. Status jest wynikiem poziomu trudności, który trzeba pokonać, by zyskać dostęp (Zajączkowski 1993). Jest on także efektem działań, które trzeba podjąć, by awansować w górę drabiny społecznej (Bourdieu 2000).

Dostęp do elit – niejako naturalnie – jest społecznie skomplikowany. Bourdieu zwraca uwagę na praktyki kulturowe, które gwarantują dostęp do danej grupy lub



klasy społecznej, prawie wyłącznie jednostkom wywodzącym się z tej grupy lub klasy społecznej. Jest to efekt wytwarzania kapitału kulturowego, który oparty jest na takim układzie sił w polu społecznym, by zabezpieczał układ hierarchiczny, i tym samym nie zmieniał podziału na grupy dominujące i zdominowane. Dla podjętego problemu ważne jest, że układ sił (rozumiany przez Bourdieu jako przemoc symboliczna) wytwarzany między grupami lub klasami społecznymi, w efekcie obiektywizuje się jako społeczna relacja członków klas wyższych i niższych (Bourdieu, Passeron 2006). W ich zabezpieczeniu wykorzystywane są te praktyki pedagogiczne, których celem jest uprawomocnienie kultury dominującej, co wiąże się z odtwarzaniem (...) *struktury układów sił między grupami lub klasami* (...) (Bourdieu, Passeron 2006). Ich sens edukacyjny odsłania się w instytucjach w tym, że zdominowani i dominujący uznają swe miejsce w strukturze społecznej i uznają prawomocność kultury dominacji jako „faktu dokonanego” (Bourdieu, Passeron 2006). Zostaje w ten sposób wytworzone kulturowe podłoże obecności i nieobecności pewnych grup czy klas społecznych w pewnych obszarach społecznych (wertikalnych i horyzontalnych). Przekłada się to na kulturowe wytwarzanie tzw. nieodwracalnych dyspozycji, które jednak – jak pisze Bourdieu – mogą zostać stłumione lub przekonwertowane w inne, nowe, nieodwracalne dyspozycje. Mowa o habitusach pierwotnych i wtórnych. Istotnym elementem koncepcji Bourdieu jest założenie, że habitus pierwotny leży u podstaw formułowania kolejnych, wtórnych habitusów. Sukces tego procesu zależy od dwóch rzeczy: skuteczności praktyk pedagogicznych i odległości, jaka dzieli habitus pierwotny od habitusu wtórnego (Bourdieu, Passeron 2006). W praktyce wiąże się to z takim szkolnym wdrażaniem w strukturę społeczną, które na bazie kapitału kulturowego habitusu pierwotnego zabezpieczy strukturę społeczną przed nadmiernym ruchem w górę i w dół drabiny społecznej (Bourdieu 2000). Dla badanego problemu oznacza to, że jakkolwiek zakreślenie granic elity jest kwestią skomplikowaną, tak w myśleniu potocznym, jak naukowym, to praktyczne wejście do elity jest sprawą równie skomplikowaną. Okazuje się, że urodzenie w określonym miejscu pola relacji społecznych daje przywilej nabycia kapitału kulturowego, który zabezpieczy miejsce w elicie. Gdyby zasilić koncepcję Bourdieu elementami koncepcji Pareto, to trzeba uznać, że istnieje w polu relacji społecznych kulturowa możliwość przesunięć wertykalnych w strukturze społecznej. Jest ona jednocześnie koniecznością, ponieważ zabezpiecza elity przed ich degradacją i erozją. W pewien sposób myślenia obu autorów są zbieżne, gdyż chodzi o skuteczność praktyk pedagogicznych i odległość między habitusami pierwotnym i wtórnym. Jeśli ta odległość jest zbyt duża, czyli w sytuacji gdy „kandydat” jest zbyt różny od grupy lub klasy społecznej, do której aspiruje, i jeśli przeszkoda jest niemożliwa do pokonania – a taką przeszkodą jest płęć – to odrzucony kandydat może tworzyć własną grupę lub klasę o cechach elitarnych. Ta zaś dążyć będzie do zajęcia uprzywilejowanej pozycji w strukturze społecznej. Można więc mówić nie tylko o reprodukcji klas wyższych, ale o ich wytwarzaniu (Bourdieu, Passeron 2006). O zjawisku wytwarzania elit można – jak się wydaje – mówić w przypadku kobiecych elit biznesu (Koźyczkowska 2008). Proces ten

powinien jednak odpowiadać społecznie przyjętym zasadom konstruowania elit i dążeniom do ich homogeniczności (Mills 1959). Potencjalna elita powinna „na stracie” jedynie rozpoznać „w miarę szybko”, na czym polega „metoda” wytwarzania elit w danym społeczeństwie. Dla tego tekstu ważne są dwa zagadnienia, na które zwraca uwagę Mills: (1) Społeczeństwo nie tylko wytwarza swe elity (w tym elity władzy), ale także instytucjonalnie zabezpiecza stabilność struktury społecznej, przez główne instytucje o charakterze ekonomicznym, politycznym i wojskowym. (2) Elita dla swego ustanowienia potrzebuje władzy, bogactwa i prestiżu. Te z kolei zabezpieczone są przez biurokratyczne instytucje państwa w taki sposób, że albo otwierają, albo zamykają one dostęp do władzy, bogactwa i prestiżu (Mills 1959). Skoro społeczeństwo, przez swe instytucje, odbiera jednostkom dostęp do elit ze względu na konkretną dyferencyjność (np. płeć), to koniecznością staje się wytworzenie instytucji alternatywnych (Titkow 2003). Powinny one jednak funkcjonować wedle przyjętego standardu uprawomocnienia, w przeciwnym bowiem razie nie będą mogły legitymizować swoich członków jako potencjalnej elity.

Sprowadzając dyskusję do próby zrozumienia tego, czym społecznie są „kobiectwo elity biznesu”, trzeba zaryzykować twierdzenie, że jest to „zjawisko” społeczne związane z wytwarzaniem przez niektóre kobiety (pozbawione dostępu do wyższych warstw biznesowych) własnej, kobiecej strategii uprawomocnienia własnych kobiecych elit biznesu. Tworzenie własnej przedsiębiorczości jest sposobem wytyczania drogi awansu nie tylko w rozumieniu zawodowym i ekonomicznym, ale przede wszystkim społecznym i politycznym. Być może stąd wyższy wskaźnik przedsiębiorczości Polek wobec przedsiębiorczości innych Europejek (Kozak 2004; Hardy 2010). Bogactwo, władza i prestiż kobiecych elit biznesu są inne niż bogactwo, władza i prestiż męskich elit biznesu. Przedsiębiorstwa należące do kobiet, jeśli nie liczyć wyjątków, są mniejsze niż firmy należące do mężczyzn. Kobiety zdecydowanie rzadziej pojawiają się w rankingach najbogatszych Polaków. Być może, nie dysponując tak wielkim jak mężczyźni kapitałem ekonomicznym, nie mogą również liczyć na prestiżowe miejsca w elitarnych klubach, fundacjach czy stowarzyszeniach. I być może właśnie ten czynnik skłania kobiety do konstruowania innej, alternatywnej strategii, jaką jest tworzenie kobiecych organizacji o charakterze elitarno-biznesowym (np. Polskie Stowarzyszenie Kobiet Biznesu).

Homogenizacja wiąże się tak z procesem reprodukcji, jak i wytwarzania elit. Homogenizacja dotyczy głównych kryteriów społecznej (potocznej) koncepcji elit, ale mogą się one różnicować w zakresie ich konkretnych treści: jak choćby pożądaných najlepszych kompetencji w danej dziedzinie, w danym momencie jej rozwoju. Powoduje to, że elita nie może osiągnąć idealnego stanu homogenizacji, gdyż oznaczałoby to jej niemożność reagowania na zmieniające się warunki społeczno-polityczne, a wraz z nimi nie tylko społeczne oczekiwania, ale i społeczne wyobrażenia dotyczące elit. Homogenizacja wytwarza jednak kryteria, które przez niektórych kandydatów aspirujących nigdy nie zostaną spełnione. Jest więc odpowiedzialna za proces alternatywnego wywarzania grup lub klas elitarnych.

Alternatywa jest jednak – jak się wydaje – dopuszczalną alternacją homogenizacji, ale nie rezygnacją ze społecznie przyjętej strategii wytwarzania i uprawomocnienia elit w ogóle.

### **W stronę konkluzji: „kobiece elity biznesu”**

Proces wyodrębniania i konkretyzacji pojęcia „elita biznesu” na potrzeby badań pedagogicznych i edukacyjnych powiązany jest z procesem konstruowania rozumienia „elit biznesu”. Dostępne teorie elit koncentrują się na „elitach” jako takich, co stanowi punkt wyjścia dla wyodrębniania koncepcji „elit biznesu”. Konstruowane przez badacza rozumienie „elit” jest nie tylko efektem doboru teorii wyjaśniających, ale powinno być tworzone w odniesieniu do dynamiki zmian elit w ich kontinuum heterogeniczność–homogeniczność, co jest powiązane z dynamiką zmian społeczno-politycznych i na ich gruncie – z przemianami w społecznym rozumieniu i wyobrażeniu elit.

Společne wytwarzanie elit decyduje o wyborze węzłowych wskaźników, jak wykształcenie, przynależność do elitarnych klubów czy styl życia, które pozwolą opisać pojęcie „elity biznesu” w sposób jednoznaczny. W podjętej próbie rozpoznania rozumienia pojęcia „kobiece elity biznesu” opis komplikuje się ze względu na słabą reprezentację kobiet w wyższych szczeblach zarządzających czy w grupie właścicieli/współwłaścicieli wielkich przedsiębiorstw. Co z kolei wytwarza społeczne przeświadczenie bardziej wyjątku niż powszechności.

Wydaje się jednak, że można wyodrębnić wskaźniki opisujące „kobiece elity biznesu” w optyce kryteriów: ekonomicznego, subiektywnego, a także przynależności do prestiżowych organizacji biznesowych, także tych tworzonych przez same kobiety (Polskie Stowarzyszenie Kobiet Biznesu). Być może w badaniach „kobięcych elit biznesu” warto zrezygnować z kryterium wysokości posiadanego bogactwa, właśnie na rzecz przynależności do organizacji o charakterze elitarno-biznesowym. Dostęp do tego typu instytucji jest znacznie ograniczony, a kryterium „bycia najbogatszym” jest „wtórne” wobec takich wartości jak etyka czy społeczna odpowiedzialność biznesu.

Kryterium ekonomiczne związane może być z: (1) Posiadaniem bądź współposiadaniem przedsiębiorstwa; (2) Aktywnym zarządzaniem na poziomie decyzyjnym; (3) Tworzeniem miejsc pracy; (4) Zawieraniem umów z kooperantami; (5) Posiadaniem kapitału, który jest inwestowany i pomnażany; (6) Wpływem na kierunki rozwoju gospodarczego co najmniej w swoim regionie. Dodatkowo trzeba wziąć pod uwagę: (6) Kryterium czasowości w prowadzeniu firmy, co wiąże się z czasem potrzebnym do konstruowania się (7) doświadczenia edukacyjnego.

Kryteria subiektywne prowadzące do wytwarzania obrazu „kobięcych elit biznesu” w świadomości społecznej i wytwarzające samoświadomość grupy to: (1) Status materialny; (2) Pozycja zawodowa (posiadanie firmy i zatrudnianie pracowników); (3) Pozycja społeczna; (4) Przynależność do znaczących/znaczącej organizacji; (5) Obecność w ważnych społecznych wydarzeniach; (6) Wpływ co

najmniej na lokalny rozwój społeczno-gospodarczy. A także poczucie odrębności związane z: (1) Zadaniami; (3) Obowiązkami; (3) Etyką odpowiedzialności za podejmowane działania wobec pracowników, rodziny i siebie samej.

Tak więc kobiece elity biznesu tworzone są przez kobiety zatrudnione na stanowiskach menedżerskich/dyrektorskich bądź eksponowanych/kluczowych stanowiskach kierowniczych w przedsiębiorstwach państwowych lub prywatnych. Są to również kobiety posiadające własne przedsiębiorstwa produkcyjne lub usługowe (bądź są one ich współwłaścicielkami), które swym zasięgiem i wpływem obejmują co najmniej region, w którym funkcjonują. Jednocześnie kobiece elity biznesu wpisać się powinny w istniejący społeczny wzór elit (idealny habitus), w społeczną strategię wytwarzania elit, a także w społeczne oczekiwania i wyobrażenia dotyczące elit. I choć płęć jest czynnikiem zakłócającym homogeniczność elit biznesu w ogóle, i jest motywatorem wywarzania elit alternatywnych, to pozostałe – społecznie rozpoznane – wskaźniki nie mogą znacząco odbiegać od społecznie wytwarzanego wzorca elit w ogóle, gdyż jedyną drogą legitymizacji jest proces społecznego uznania i samoświadomość grupy lub klasy jako elitarniej.

### Bibliografia

1. Bourdieu P. (2000), *Distinction: a social critique of the judgement of taste*, transl. by R. Nice, Harvard University Press, Cambridge.
2. Bourdieu P. (2008), *Zmysł praktyczny*, przekł. M. Falski, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
3. Bourdieu P., Passeron J.-C. (2006), *Reprodukcja. Elementy teorii systemu nauczania*, przeł. E. Neyman, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
4. Budzowska B., Duch-Krzyszczak D., Titkow A. (2003), „*Szklany sufit*” wyniki badań. *Wprowadzenie*, [w:] A. Titkow (red.), *Szklany sufit. Bariery i ograniczenia karier kobiet*, Wydawnictwo Fundacja Instytutu Spraw Publicznych, Warszawa, s. 105–107.
5. Hardy J. (2010), *Nowy polski kapitalizm*, przeł. A. Czarnacka, Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, Warszawa 2010.
6. Jasiołkowski K. (2002), *Elita biznesu w Polsce. Drugie narodziny kapitalizmu*. Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN, Warszawa.
7. Kola A.M. (2011), *Problemy kształcenia elit. Przypadek studiów doktoranckich*, Wydział Nauk Pedagogicznych, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń, niepublikowana praca doktorska.
8. Kolarska-Bobińska L., Pucek O. (2004) *Polski kapitalizm po piętnastu latach -społeczna ocena funkcjonowania systemu gospodarczego*, [w:] L. Kolarska-Bobińska (red.), *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Wydawnictwo Instytutu Spraw Publicznych, Warszawa, s. 11–35.
9. Kosofsky Sedgick E. (2005), *Męskie pragnienie homospołeczne i polityka seksualności*, tłum. A. Ostolski, „Krytyka polityczna” nr 9/10, s. 176–186.
10. Kozak W. (2004), *Zostać przedsiębiorcą? – ocena warunków prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce*, [w:] L. Kolarska-Bobińska (red.), *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Wydawnictwo Instytutu Spraw Publicznych, Warszawa, s. 133–165.

11. Kożyczkowska A. (2005), *Problem pracy i braku-pracy w kontekście zmiany rynku pracy. Konstatacja pedagoga*, „Kwartalnik Pedagogiczny” nr 4 (198), s. 167–185.
12. Kożyczkowska A. (2008), *Praca kobiet elit biznesu jako doświadczenie edukacyjne*, Instytut Pedagogiki, Uniwersytet Gdański, Gdańsk, niepublikowana praca doktorska.
13. Mills C.W. (1959), *The Power Elite*, Oxford University Press, New York.
14. Nawrot D. (2014), *Sylwetka innowacyjnego menedżera w oparciu o biografie edukacyjne menedżerów*, [w:] E. Dubas, J. Stelmaszczyk (red.), *Biografie edukacyjne. Wybrane konteksty*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2014, s. 59–97.
15. Nocoń J. (2004), *Elity polityczne. Studium interpretacji funkcjonalnej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń.
16. Ossowski S. (1962), *O osobliwościach nauk społecznych*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
17. Pareto V. (1994), *Uczucia i działania: fragmenty socjologiczne*, przeł. M. Dobrowolska, M. Rozpędowska, A. Zinserling, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
18. *Polskie Stowarzyszenie Kobiet Biznesu*, dostępny na [http://pskb.pl/\(otwarty: 26.02.2016 r.\)](http://pskb.pl/(otwarty:26.02.2016 r.)).
19. Puchowski (2007), *Jezuickie kolegia szlacheckie Rzeczypospolitej Obojga Narodów. Studium z dziejów edukacji elit*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
20. Rok B. (2004), *Biznes w społeczeństwie – oczekiwania i ich realizacja*, [w:] L. Kolarska-Bobińska (red.), *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Wyd. Instytut Spraw Publicznych, Warszawa, s. 73–101.
21. Skibińska E.M. (2006), *Mikroświaty kobiet. Relacje autobiograficzne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Wydawnictwo Instytutu Technologii Eksploatacji, Warszawa – Radom.
22. Sztumski J. (2003), *Elity, ich miejsce i rola w społeczeństwie*, Wydawnictwo Naukowe „Śląsk”, Katowice – Warszawa.
23. Titkow A. (2003) (red.), *Szklany sufit. Bariery i ograniczenia karier kobiet*, Wydawnictwo Fundacja Instytutu Spraw Publicznych, Warszawa.
24. Veblen T. (1998), *Teoria klasy próżniaczej*, przeł. J. Frentzel-Zagórska, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA SA, Warszawa.
25. Wasilewski J., E. Wnuk-Lipiński (1995), *Polska: kręta droga od elity komunistycznej do postsolidarnościowej*, [w:] I. Szelenyi, D. Treiman, E. Wnuk-Lipiński, *Elity w Polsce, w Rosji i na Węgrzech. Wymiana czy reprodukcja?*, tłum. J. Wasilewski, E. Wnuk-Lipiński, Wydawnictwo Instytutu Studiów Politycznych PAN, Warszawa, s. 59–84.
26. Zajączkowski A. (1993), *Elity urodzenia. Szkic*, Wydawnictwo Semper, Warszawa.
27. Żyromski M. (2007), *Teorie elit a systemy polityczne*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza, Poznań.

**„Women business elites”: an attempt to understand the concept  
for pedagogical and educational research**

**Key words:** elites; business elites; women business elites; pedagogical and educational research.

**Abstract:** The aim of the text is to discuss methodological problems pertaining to understand for concept „women business elites” for the purposes of social studies, including pedagogical and educational research. Political transformation begun process of reconstruction of social structures and including business elites and women business elites. The author sees the need for pedagogical and pedagogical research of women business elites. The research can enrich the scientific potential of pedagogy and the practice of constructing assistance programs.

Dane do korespondencji:

**Dr Adela Kożyczkowska**

Uniwersytet Gdański

Instytut Pedagogiki

e-mail: [pedako@ug.edu.pl](mailto:pedako@ug.edu.pl)