**Autor i afiliacja:** dr Magdalena Zdun , adiunkt, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Katedra Gospodarki Regionalnej,

**Tytuł**: ***Przedsiębiorczość aksjologiczne uwarunkowana jako wyzwanie dla uniwersytetu****.*

**Streszczenie:** *Celem artykułu jest przedstawienie socjologicznej dyskusji wokół przedsiębiorczości w kontekście idei uniwersytetu. Tytułowa przedsiębiorczość rozważona zostanie w odniesieniu do socjologicznych koncepcji rozwoju gospodarczego m.in. autorstwa Schumpetera, Webera, Hagena, czy wreszcie McClellanda oraz Fromma i Maccoby’ego. Cechą wspólną przyjętych do analizy koncepcji jest aksjologiczne uwarunkowanie przedsiębiorczej działalności człowieka. Teza na temat dużej roli imponderabiliów kulturowych w kształtowaniu postaw aktywnych gospodarczo stanie się punktem wyjścia do wpisania przedsiębiorczości w ideę uniwersytetu. Wysunięte na plan pierwszy dwie podstawowe kategorie analizy tj. uniwersytet i przedsiębiorczość dyskutowane będą poprzez wskazanie wzajemnych zależności i powiazań. Uniwersytet dający się poznać nie tylko jako centrum dostarczające instrumentów przedsiębiorczego działania, ale również jako wspólnota odpowiedzialna za rozbudzanie entrepreneurial spirit okaże się być ściśle powiązany z aksjologiczne uwarunkowaną przedsiębiorczością. To z kolei pozwoli wskazać na szanse i zagrożenia przedsiębiorczej edukacji w współczesnym uniwersytecie.*

**Słowa kluczowane:** przedsiębiorczość, idea uniwersytetu, wartości, aksjologia

**Tytuł (ang):** *Axiologically conditioned entrepreneurship as a challenge for the university.*

**Streszczenie (ang):** *The aim of the article is to present sociological discussion around entrepreneurship in the context of the idea of university. Entrepreneurship will be considered with regard to sociological concepts of economic development by, among others, Schumpeter, Weber, Hagen as well as McClelland, Fromm and Maccoby. The common feature of all concepts adopted for the analysis is axiological conditioning of entrepreneurial human activity. The thesis on the considerable role of cultural imponderables in the shaping of economically active attitudes will become the starting point for including entrepreneurship in the idea of university. Two fundamental categories of analysis which come to the foreground, i.e. the university and entrepreneurship will be discussed by identifying mutual relationships and interactions. The university, which can be recognized as not only a center providing instruments for entrepreneurial activity but also as a community responsible for stimulating the entrepreneurial spirit, will turn out to be closely related to the axiologically conditioned entrepreneurship. This, in turn, will allow for identifying opportunities and hazards for entrepreneurial education at the contemporary university.*

**Słowa kluczowe (ang):** *entrepreneurship, the idea of the university, values, axiology*

**Wstęp**

Typowy dla wolnorynkowych systemów nacisk na rozwój gospodarczy rozpowszechnia przekonanie, że współczesna akademia powinna nie tyle kształcić przedsiębiorców, ile sama również przedsiębiorstwem się stać. W rezultacie na horyzoncie pojawia się widmo „uniwersytetu – fabryki”, którego bramy co rocznie opuszczać mają szeregi wąsko wyspecjalizowanych absolwentów, znajdujących zatrudnienie przede wszystkim w realizacji tematycznych projektów. Wizja ta nie tylko stawia pod znakiem zapytania przyszłość „uniwersytetu formującego”, ale również prowokuje pytanie o sedno samej przedsiębiorczości.

Czy dające się współcześnie obserwować przejście od „formowania” do „specjalizowania” oraz transformacja z „kontemplacyjności” na „kalkulacyjność” faktycznie służy rozbudzeniu gospodarczej inicjatywy ? Nie sposób odpowiedzieć na tak postawione pytanie bez zbadania natury samej przedsiębiorczości. Ta z kolei, ujmowana bywa skrajnie redukcjonistycznie, z pominięciem tego, co dla jej istnienia fundamentalne – aksjologicznej natury.

Przedsiębiorczości ma charakter złożony: aksjologiczno-instrumentalny. W dużej mierze do swojego zaistnienia i dalszego rozwoju potrzebuje poza-materialnych inspiracji. Stanowi pochodną aksjologii i formę realizacji przyjętych przez jednostkę wartości. W konsekwencji o jej szansach i powodzeniu decydują również czynniki ponad-pragmatyczne. Dwoista natura przedsiębiorczości umieszczająca inicjatywę gospodarczą dość pechowo w polu napięć między tym co: zyskowne i wartościowe, pragmatyczne i aksjologiczne, sprawa, że o uniwersytecie nie tylko należy, ale wręcz trzeba mówić, mając na uwadze jego potencjał do krzewienia „ducha”. W ten też sposób akademia daje się poznać zarazem jako miejsce, w którym nabywa się umiejętności skrojonych na miarę wyzwań współczesnego świata, jak i wspólnota, której wartości orientują jednostkę na aktywność i twórcze przekształcanie.

Celem niemniejszej analizy jest przedstawienie przedsiębiorczości w całej złożoności natury, tj. mając na uwadze przede wszystkim jej poza-instrumentalny wymiar. Ujęcie takie zdaje się być szczególnie ważne, czy wręcz „nowatorskie” w czasach efektywnościowych redukcjonizmów. Kontekst aksjologiczny pozwoli jednocześnie na płynne połączenie „idei przedsiębiorczości” z „idą uniwersytetu”, którego przecież odwiecznym zadaniem jest krzewienie ducha, w tym jego szczególnej odmiany: *entrepreneurial spirit.* W rezultacie zamierzeniem niniejszego artykułu staje się wskazanie wzajemnych i często niedostrzegalnych powiazań pomiędzy przedsiębiorczością i uniwersytetem. Obie te kategorie dyskutowane będą wielowymiarowo z unaocznieniem ich złożonej aksjologiczno-pragmatycznej natury.

**Instrumenty i narzędzia badawcze**

Praca ma charakter teoretyczny, a jej metodą jest dyskusja koncepcji i stanowisk. Naczelnymi kategoriami niniejszej analizy jest tytułowa „przedsiębiorczość” oraz „uniwersytet”. Pierwsza z wymienionych, dyskutowana będzie w oparciu o koncepcje, które pozwolą nie tylko uwypuklić aksjologiczną naturę inicjatywy gospodarczej, ale również unaocznią związek *entrepreneurial spirit* z ideą akademii. Niniejszy wywód prowadzony będzie przede wszystkim w odniesieniu do literatury światowej z zakresu przedsiębiorczości. Czynione będą odwołania zarówno do dzieł klasycznych Schumpetera (1960), Sombarta (2010, 2004), Attali (2003), Porter (2002) jak i rzadko cytowanych oraz nadal nietłumaczonych badań Hagena (1962), McCllelanda (1961), Fromma i Maccobiego (1970). Z kolei idea uniwersytetu dyskutowana będzie w szczególności w referencji do badań opisujących zjawiska najbardziej aktualne na uniwersytecie m.in.: Czerpaniak-Walczak (2006), Melosik (2009), Johnson (2002), Olsen (2002).

**Wywód naukowy**

1. **Zysk i siła ducha – przedsiębiorca według Josepha Schumpetera.**

Przedsiębiorczość w naukach społecznych zakorzenia się za sprawą austriackiego socjo-ekonomisty Joseph Schumpeter (1960). W roku 1912 badacz ten wydaje książkę, w której nie tylko wyjaśnia prawidła rozwoju gospodarczego, ale równieżdefiniuje społeczno-ekonomiczną rolę przedsiębiorcy. *Teoria rozwoju gospodarczego* – bo o tę pozycję chodzi – nie tylko wpisuje samego Schumpetera w szereg klasyków ekonomii, ale również otwiera nową perspektywę badawczą i interpretacyjną aktywności gospodarczej jednostki. Przedstawiona przez austriackiego badacza koncepcja, w pewnej tylko części stanowi typową dla ekonomistów analizę, zamkniętą w kręgu pojęć związanych bezpośrednio ze światem zysku i pieniądza. W dużej mierze teoria ta wykracza poza kalkulacje i ekonomiczne obrachunki, poszukując źródeł przedsiębiorczości przede wszystkim w sferze działań i postaw jednostek. Dla Schumpetera sprawą jasną i niewymagającą dodatkowego uzasadnienia jest fakt, że rozwój gospodarczy ma charakter cykliczny i następuje za sprawą inicjatyw gospodarczych podejmowanych przez przedsiębiorców (Schumpeter 1938, 14). Ich szczególna odmiana to innowacje, mające moc przeprowadzania „twórczych destrukcji”, czyli wytrącenia systemu gospodarczego z równowagi (Mikosik 1993, s. 57). Wprowadzenie innowacji przesądza o dalszym rozwoju systemu. *Novum* pozwala systemowi wyjść poza prawidła ruchu okrężnego, czyli stadium statycznego gospodarki, w którym popyt równoważy się z podażą, a praca nastawionych na „ciułanie” podtrzymuje zastany porządek. Wprowadzone do gospodarczego obiegu innowacje, wytrącają system z równowagi i pozwalają mu się rozwijać. Aby jednak było to możliwe, koniczne jest przejście od *Wirt* do *Unternehmer* ; od gospodarza do przedsiębiorcy. Transformacja taka oznacza coś więcej aniżeli ukierunkowanie na zysk. To bowiem cechuje każdego chłopa (Schumpeter 1960, s. 128). Przedsiębiorczość, której miarą i zasadą jest „gotowość innowacyjna”, wymaga oparcia się na wartościach, wpracowania orientacji życiowej legitymizującej działania obciążone ryzykiem, wymagające myślenia w długich horyzontach czasowych i mobilizujących do ciągłej aktywności, elastyczności i autokorekty podejmowanych działań. Oznacza to, że przedsiębiorca nie może być nastawionym wyłącznie na zysk inicjatorem działań gospodarczych. Musi się przede wszystkim stać się realizatorem misji przekształcania i ulepszania świata. W konsekwencji, o jego zdolności do podejmowania się innowacyjnych działań decydować będzie nie tylko kalkulacja. Równie istotna, jak nie najistotniejsza, stanie się siła ducha, niezłomna wola „budowy prywatnych królestw”, ambicja naprawiania i rozwijania istniejących już rozwiązań (Schumpeter 1960, s. 149).

Zgodnie z przedstawioną przez Schumpetera (1960, s.130) logiką, przedsiębiorczość opiera się na dwóch filarach: racjonalności i sile ducha. Przejście od ruchu okrężnego do stadium dynamicznego oznacza zatem triumf nie tylko „świadomej racjonalności” nad „działalnością zwyczajową”, ale również transformację mentalnościową: przejście od bierności do aktywności; od orientacji retrospektywnej do prospektywnej; czy wreszcie: od obawy do ryzyka. „Czynienie czegoś innego niż się czyni zazwyczaj” (Schumpeter 1960, s.149) nie jest właściwe wszystkim ludziom w jednakowym stopniu. Schumpeter przekonuje, że przedsiębiorcy stanowią elitę społeczeństwa. „Wyższe od normalny zalety umysłu i woli” (Schumpeter, s. 130) – by raz jeszcze oddać głos austriackiemu scojoekonomiście – znamionują przedsiębiorcę i przesądzają o powodzeniu jego inicjatyw. W uformowaniu przedsiębiorcy zasadniczą rolę odgrywa kapitalizm. Jako model gospodarczy uczy on obrachunkowości na każdym etapie działania (Schumpeter 2009, s.153). Z kolei jako model kulturowy daje motywację do działania jednostkom z ambicją pięcia się w górę w hierarchii społecznych statusów. W ten też sposób przedsiębiorczość urzeczywistnia się na skutek, tego co Davis i Moore (2005, s. 437-445) określają mianem motywacji rywalizacyjnej, pojawiającej wszędzie tam, gdzie na awans pozwala elastyczności i system gratyfikacji systemu społecznego. „Przedkapitalistyczne życie gospodarcze nie pozostawia miejsca dla osiągnięć, które przekraczałyby granice klasowe” (Schumpeter 2009, s. 153) – zauważa Schumpeter argumentując za zbawiennym dla przedsiębiorczości systemem. Zdaniem Schumpetera (2009, s.153) kapitalizm „burząc intelektualny spokój dworu i wsi” zgłasza jednocześnie zapotrzebowanie na ludzi „silnej woli i tęgiej głowy”. System ten w rezultacie stwarza nowego człowieka.

W świecie, który „jednostka obrachunkowa” zastąpiła „jednostkę pieniężną”, szanse powodzenia ma działanie racjonalne, pod warunkiem, że jest umotywowane czymś więcej niż zysk. Z tej też przyczyny wizerunek przedsiębiorcy, nakreślony przez austriackiego badacza, przestaje się mieścić w ramach wyznaczonych przez Adama Smitha czy Johna Stewarda Milla dla *homo oeconomicus*. Typ mentalny schumpeterowskiego przedsiębiorcy buduje się nie tylko wokół idei racjonalności, ale przede wszystkim wymaga hartu ducha. Stymulatorem ryzykownych poczynań prócz typowej dla *homo oeconomicus* kalkulacji jest również szczególny rys charakteru, osobowość uformowana na gruzach feudalnego świata. W rzeczywistości, w której pojawia się możliwość społecznego awansu, zaczynają liczyć się talenty i wytrwałość w ich rozwijaniu. Jednocześnie przypisany do jednostki potencjał przekształcania świata przyobleka działalność przedsiębiorcy w misyjne przyodzianie. W ten sposób sednem przedsiębiorczości staje się posłannictwo ulepszania świata. Sama inicjatywa gospodarcza daje się zaś zamknąć – jak chce tego Weber (1994) – w koncepcji powołania. Przedsiębiorcy w innowacyjnych poczynaniach towarzyszy pasja odkrywania nieznanego jutra we spół z bergsonowską radością tworzenia, co z kolei jest możliwe jedynie dzięki „duchowej wolności [która] zakłada dużą nadwyżkę siły w stosunku do wymagań dnia powszedniego” (Schumpeter 1960, s. 144). Przedsiębiorca, jako najbardziej „udane” dziecko kapitalizmu staje się w konsekwencji uosobieniem „duchowej wolności” oraz idei określonej przez Schumpetera mianem „antybohaterstwa”. W jego działaniach nie chodzi bowiem „wymachiwanie mieczem”, czy jakąkolwiek fizyczną dzielność (Schumpeter 2009, s. 158). Hart ducha realizuje się w biurze, w otoczeniu kolumn i liczb. Okazuje się on też równie istotny w zmaganiach z doświadczeniem „proroka w własnym kraju”, na które innowator jest niejako skazanych.

Radość tworzenia, siła woli i hart ducha ostatecznie pozwala przedsiębiorcę określić mianem misjonarza, który marzenia przekuwa w czyn, a chęć budowy „prywatnych królestw” i wybicia się nad innych przekłuwa na ogólnosystemowe benefity. Jednocześnie taka charakterystyka elitaryzuje postać przedsiębiorcy, samą zaś koncepcję przybliża do teorii elitarystycznych Gaetano Mosci czy Vilfredo Pareto. Najważniejsze jednak z punktu widzenia podjętej tu analizy jest fakt, że na przedsiębiorczość składa się nie tylko wiedza typowo techniczna. O jej powodzeniu decyduje w dużej mierze uformowana kulturowo osobowość, która realizuje się za sprawą duchowej wolności i radości tworzenia, skądinąd wartości podstawowych dla funkcjonowania akademii.

1. **Duch przedsiębiorczości – Maxa Webera i Wernera Sombarta spór wokół wartości stymulujących gospodarczą inicjatywę.**

Związek między „orientacją na zysk” a „orientacją na wartości” jeszcze wyraźniej eksponują badacze ukierunkowani na poszukiwanie źródeł przedsiębiorczości w systemach religijnych. Podejście takie jednocześnie staje się sposobem na rozważenie zależności między pobożnością i zamożnością, zyskiem i etosem tj. kategoriami, które zadają się wyznaczać przeciwległe antypody.

Max Weber na gruncie przeprowadzonych przez siebie badań nad przedsiębiorczością dowodzi czegoś niezwykłego: „kontemplacja” z „kombinacją” nie muszą wcale się wkluczać. Co więcej stanowić mogą dla siebie wzajemne wzmocnienie. Tym samym zakopaniu ulega przepaść między wizerunkami *homo oeconomicus* i *homo religiosus*, a sama przedsiębiorczość wyjawia swoje mocne aksjologiczne fundamenty. Weber (1994) zauważa, że kapitalizm rozwija się sposób szczególnie dynamiczny w krajach protestanckich. „Tylko Zachód – przekonuje Max Weber (1994, s.126) – zna racjonalne kapitalistyczne przedsiębiorstwa ze stałym kapitałem, wolną pracą oraz racjonalną specjalizacją (…)”. Obserwacja taka powala Weberowi identyfikować zarówno główne stymulatory gospodarczej inicjatywy, jak również umożliwia rozwiązanie konfliktu moralności i interesów. Analiza nauk Jana Kalwina i Marcina Lutra doprowadza Webera do stwierdzenia, że duch chrześcijańskiej ascezy może być realizowany poza murami klasztoru, w codziennym życiu zawodowym ( Webre 1994, s.108). Oznacza to, że „zniewolona” do tej pory zakonną regułą św. Benedykta z Nursji przedsiębiorczość (Mumford 1966, s.4-5), staje wreszcie przed szansą upowszechnienia się poza benedyktyńską i cysterską manufakturą (Burke i Ornstein 1999, s.102-103). W pismach ojców Reformacji znajdują się zapisy pozwalające tłumaczyć zasadność podejmowania się przedsiębiorczych inicjatyw poza formułą *ora et labora*.

Motywacja protestantów do przedsiębiorczości wypływa wprost z idei predestynacji, która z kolei znajduje bezpośrednie przełożenie na realizację zawodu tj. *Beruf*. Okazuje się, że protestantów do inicjatywy gospodarczej popycha chęć odgadnięcia łaski zbawienia, która jednym jest dana, a innym nie. O tym czy się jest wśród obdarowanych przez Stworzyciela szczęśliwców, dowiedzieć można się jeszcze na ziemi, za sprawą owoców własnej pracy. W ten sposób „Bóg pomaga tym, którzy pomagają sobie sami” (Weber 1994, s. 98), a zawód tj. *Beruf* ( od niemieckiego *Berufung* – zawołanie, powołanie) łączy aktywność gospodarczą z wyobrażeniem religijnym.

Pogodzenie kwestii zysku z wartościami oraz świata materii z światem ducha powoduje, że racjonalny sposób działania zyskuje etyczne przyodzianie. Okazuje się, że sam zysk, wynikający z kalkulacji nie jest wystarczającą motywacją do podjęcia trudu przedsiębiorczości. Nie da się również ukryć, że życie wypełnione treścią religijną i moralną potrafi się doskonale uzupełniać z życiem, którego miarą jest bogactwo, sukces i powodzenie. W rezultacie „kontemplacja” i „kombinacja” zaczynają legitymizować się wzajemnie. Z jednej bowiem strony zasada moralna nie wyklucza zainteresowania dobrem doczesny, z drugiej – bogacenie się zyskuje poza-materialny wymiar. Ostatecznie na kanwie tak sformułowanej teorii, formułuje się koncepcja przedsiębiorczość, dla której zbawienne jest istnienie wyrazistego katechizmu. Na plan pierwszy wybija się jednocześnie stwierdzenie, że przedsiębiorczość choć mierzona materią, istnieje dzięki sile ducha.

W duchu przedsiębiorczość tkwi tajemnica inicjatywy gospodarczej, ale nie koniecznie jego siła budować się musi wokół etyki protestanckiej. Werner Sombart (2010) – autor koncepcji metodologicznie pokrewnej do teorii Webera, przekonuje, że przedsiębiorczość jest wręcz religijnym nakazem zapisanym w świętych żydowskich księgach: Biblii, Talmudzie, kodeksie Majmonidesa, Jakóba Aschera i Józefa Karo). Tym samym Sombart rozbija protestancki monopol na przedsiębiorczość i jednocześnie udowadnia, że istnieje nie jedna, ale wile kultur przedsiębiorczości, a inicjatywa gospodarcza może znaleźć oparcie w rozmaitych wartościach.

Francuski intelektualista Jacquess Attali (2003, s. 23-24) istotę judaistycznego ducha kapitalizmu wyprowadza z biblijnej opowieści o wędrówce ludu przez pustynię. Opisuje on sytuację, w której strudzony wędrówką lud zdobywa się bunt w czasie nieobecności Mojżesza. Buduje on wówczas ze skradzionych z Egiptu kosztowności cielca i oddaje mu część. Rodzi się w ten sposób kult bogactwa dla niego samego, który nagle zostaje przerywany przez powrót Mojżesza. Wówczas też dochodzi do przełomu światopoglądowego, a żydzi odbywają pierwszą lekcję ekonomii. W miejscu cielca pojawia się Prawo podyktowana przez Boga, które od tej pory zaczyna stanowić „ramę moralną” dla wszelkiej gospodarczej inicjatywy. W miejscu złota są odtąd wartości.

Werner Sombarat w polemicznej dyskusji z Maxem Weberem argumentuje nie tylko za silnym związkiem judaizmu z typową dla kapitalizmu przedsiębiorczością, ale również diagnozuje wysoki stopień aktywności gospodarczej i innowacyjnej Żydów. Zdaniem Sombarta przedsiębiorczość stanowi nie tylko sposób na sprawdzenie „notowań” w oczach Boga, ale również jest zapisanym w prawie religijnym przykazaniem. Z kolei zysk badacz ten interpretuje w kategorii stanu duszy ( Sombart 2010, s.155).

Związek między religią a aktywnością gospodarczą w przypadku Judaizmu zdaje się być szczególnie ważny, ponieważ „religia była dla [Żydów] nie tylko sprawą niedzieli i świąt, ale przenikała całe życie codzienne, aż do najdrobniejszych szczegółów” (Sombart 2010, s. 189). Oznacza to, że zależność ta nie jest ani pozorna, ani przypadkowa. Na czym jednak dokładnie polega? Sombart (2012, s. 214) przekonuje, że „wspólną cechą religii żydowskiej i kapitalizmu jest układanie życia według umowy”. Tradycja targowania się z Bogiem zawarta w świętych księgach wypracowuje nawyk ciągłego obmierzania korzyści, dając tym samym początek istocie obrachunkowej. Jednocześnie Judaizm mobilizuje do gromadzenia dobytku, gdyż majętność stanowi dowód na błogosławieństwo Pana. W rezultacie bogacenie staje się formą świątobliwości, a jego zdobywanie formą moralitetu. Za sprawą teologii rabinicznej postać Żyda staje się *spiritus*  *movens* rozwoju gospodarczego Europy, a Talmud daje się określić „Biblią dla bogatych”. Jego zapisy jednak nie tylko mobilizują do zdobywania bogactwa, ale również ordynują sposób jego rozporządzania. Majątek nie może być nigdy celem samym w sobie, „[rodzi potrzebę] przekraczania samego siebie, która nie ma granic”( Atali 2003, s. 87).

Przedsiębiorczość Żydów jest również wspomagana za sprawą specyficznej sytuacji społecznej i etniczna plemienia Dawidowego. Rozproszenie w przestrzeni, obcość, półobywatelskość i zamożność to czynniki, które budują wyjątkową solidarność i więź oraz przyczyniają się do wykreowania osobliwej kultury przedsiębiorczości (Sombart 2010, s.166-172).

Idąc tropem czynników społeczno-kulturowych, Sombart prócz Żydów wskazuje jeszcze inny „naród wybrany do kapitalizmu”. Są nim Amerykanie, u których przedsiębiorczość rozwija się na kanwie ideologii sukcesu, demokracji, dumy narodowej, wiary w awans społeczno-ekonomiczny i zapał „kolonizatora” do podbijania świata. Pozbawieni balastu europejskości Amerykanie ostatecznie formułują świecki kodeks wartości w oparciu o *amerykan dream*, śnie o możliwości przekroczenia siebie (Sombart 2004, s.120-135). W ten sposób okazuje się raz jeszcze, że przedsiębiorczość nie jest kwestią wyłącznie obrachunkowych umiejętności. Jest za to wytworem kultury, efektem i miarą przyswojonych przez jednostkę w drodze socjalizacji wartości.

1. **Przedsiębiorczość a system społeczny.**

Postawione przez Webera i Sombarta tezy stają się punktem wyjścia do rozważania związku między przedsiębiorczością a systemem społecznym. Kategoria systemu pozwala jeszcze dobitniej wyeksponować poza-instrumentalnie uwarunkowania przedsiębiorczości. Te z kolei stanowią przesłankę, by o przedsiębiorczości dyskutować mając na uwadze nie tylko poziom i dopasowanie jakości kształcenia do warunków rynkowych, ale również uwzględniając wartości służące podejmowaniu gospodarczych inicjatyw.

System społeczny funkcjonuje w oparciu o swoją zasadę, którą określają normy i wartości. Na ich bazie formować się mogą systemy pro- lub ant- przedsiębiorcze; takie, które rozbudzają ducha przedsiębiorczości bądź też go tłumią. O charakterze przedsiębiorczej orientacji systemu decyduje ostatecznie jego kultura, stanowiąca centrum akcjonormatywne społecznej całości.

Michael Porter (2003, s.59) przekonuje, że „postawy, wartości i przekonania, które czasami określa się zbiorczym mianem <kultura> wywierają wpływ na ludzkie zachowania i rozwój cywilizacyjny”. Przedsiębiorczości, zdaniem tego badacza, służy dominujące w danej kulturze podejście do dobrobytu. Tam gdzie promuje się aktywność jednostki, a bogacenie ma mocną społeczną legitymizację, tam przedsiębiorczość będzie się rozwijać. Gospodarcza inicjatywa nie lubi za to kontroli i przymusu, odgórnego i niezależnego od inicjatywy jednostki podziału dóbr. Z kolei Ronald Inglehart (2003, s. 146), polemizując z tezami weberystów stwierdza, że przedsiębiorczości służy nie trwanie przy tradycyjnych wartościach, ale im przeciwstawianie się. Badacz ten wskazuje przy tym kierunek transferu od wartości materialistycznych do postmaterialistycznych, co jest równoznaczne z przejściem kultur „bycia uzależnionym” do „bycia niezależnym”. Indywidualną inicjatywę gospodarczą stymulują zdaniem Ingleharta wartości ekspansji, mobilizujące do zdobywania i przekształcania świata. Z kolei barierą dla przedsiębiorczości są wartości przetrwania, skoncentrowane na pilnowaniu bezpieczeństwa i minimalizacji ryzyka.

System społeczny zdolny jest więc do wykształcenia osobowości przychylnych bądź też wrogich przedsiębiorczości. David McClleland (1961) dowodzi, ze jest to możliwe za sprawą wykształcenia odpowiedniego typu motywacji. Badacz ten wprowadza przy tym nowatorskie rozróżnienie na typy motywacji: *need power* , *need archivement* oraz *need affiliation*. McClleland w swoich badaniach koncentruje się na wyjawieniu związku między typem motywacji a poziomem rozbudzenia *entrepreneurial spirit* w danej społeczności. Bada przy tym zarówno społeczeństwa mu współczesne, jak i minione. Poziom typowej dla inicjatywy gospodarczej motywacji tj. *need achivement* McClleland określa za sprawą dominujących treści kulturowych obecnych w opowieściach, legendach, czy później w szkolnych podręcznikach. Z kolei inicjatywę gospodarczą diagnozuje za sprawą aktywności ekonomicznej wybranego do badań obszaru: poziomu produkcji, zużycia energii elektrycznej, PKB. Na podstawie przeprowadzonej analizy McClleland ostatecznie stwierdza, że każdy etap dynamicznego rozwoju został poprzedzony treścią kulturową rozbudzającą motywacje do osiągnięć. Daje to mu podstawę do rozróżnienia trzech typów społeczeństw (McClleland 1973, s. 162-174). Pierwsze z nich buduje się w oparciu o władzę i przypomina sytuację, w której dzieci w sposób niezwykle skoordynowany budują łódź. Drugi typ społeczeństwa, formuje się w oparciu o przynależność i daje się zilustrować dziecięcą żeglugą pełną dobrej zabawy. Trzecie społeczeństwo, w którym przedsiębiorczość ma szansę się na dobre zakorzenić, ufundowane jest na motywacji osiągnięć i przypomina żeglugę w dobrze skonstruowanej łodzi w określonym celu (McClleland 1973, s.169).

Everett Hagen (1962) z kolei przeprowadza badania na Burmie, we wsi położonej o 20 mil od Rangoon oraz pośród mieszkańców Javy. Hagen przyjmuje założenie, że na typ orientacji życiowej wpływa przede wszystkim dzieciństwo i zinternalizowane wówczas wzorce. Obserwowane przez Hagena regiony uformowane zostały wokół zasad dla wrogich przedsiębiorczości. Społeczności te (choć jedna buddyjska, a druga muzułmańska) cechują się duży stopniem autorytarności, mocno spetryfikowaną strukturą społeczną oraz dużą kontrolą aktywności jednostki. Dzieci tam wychowywane są na zasadzie nakazów i zakazów. Trzymane w dyscyplinie już od czasu niemowlęctwa uczone są „bycia gorszym od starszych”, a świata jaki się im przedstawia jest wrogi i pełen niebezpieczeństw (Hagen 1962, s. 160-168). Java i Burma to przykłady społeczności tradycyjnych, dla których typowa jest osobowość autorytarna. Jednostka o takim usposobieniu postrzega świat jako odporny na wszelkie przekształcenia, nie wierzy przez to w możliwość zmiany, a jedyną znaną mu reakcją na wyzwania jest bezsilność. Przeciwieństwem osobowości autorytarnej, jest typowa dla społeczeństw nowoczesnych osobowość innowacyjna, która formuje się społecznościach otwartych, o elastycznej strukturze, w której na skutek własnych starań i aktywności jednostka może awansować. Taka orientacja życiowa sprzyja przedsiębiorczości. Oznacza to, że gotowości do podejmowania gospodarczych inicjatyw można jednostkę nauczyć w drodze specjalizacji (Hagen 1962, s. 88-95).

Do podobnych wniosków dochodzi para badaczy: Erich Fromm i Malcolm Maccoby (1970), która angażuje do wyjaśnienia przyczyn przedsiębiorczości kategorię charakteru społecznego. Zadaniem Fromma charakter leży u źródeł zachowania jednostki. Jest rodzajem siły, której człowiek sobie nie uświadamia. Jednocześnie podlega on zmianą pod wpływem okoliczności, może być wręcz społecznie wymodelowany. Oznacza to, że społeczność może wykreować charaktery przychylne i odporne gospodarczej inicjatywie. Tezy takiej dowidzi Fromm z Maccobim w badaniach przeprowadzonych w meksykańskiej wsi Morelos, położonej 50 mil na południe od miasta Meksyk. Przedmiotem badań była przychylność wobec procesu modernizacji, w tym typowa dla przedsiębiorczości gotowość innowacyjna tj. otwartość na rzeczy nowe. Badania dowiodły, że dominującym typem orientacji jest charakter nieproduktywny, dla którego charakterystyczna jest mentalność ciułacza, pilnowanie tego co jest, obawa przed zmianą oraz brak wiary w sens własnych przedsięwzięć (Fromm i Maccoby 1970,s. 100-121). Ten typ charakteru społecznego ukształtował się gruncie historii i kultury wsi. Morelos to spadkobierca systemu semifeudalnego, typowego dla funkcjonującej tam do 1910 roku hiszpańskiej hacjendy. Ponadto dla meksykańskiej wsi charakterystyczna była „mentalność chłopska” dająca się opisać poprzez pesymizm i wzajemną podejrzliwość. Dodatkowo orientacja życiowa mieszkańców ukształtowana została za sprawą matkocentrycznej kultury, uformowanej wokół Matki Boskiej z Gudalupe. Ten typ kultury – jak przekonuje Fromm – kształtuje osobowości w oparciu o miłość bezwarunkową, o którą nie trzeba ani walczyć, ani zabiegać. To zaś skutkuje ostudzeniem zapału i inicjatywy przedsiębiorczej.

1. **Uniwersytet i przedsiębiorczość – między światem wartości i pragmatyzmu**

Podobnie jak przedsiębiorczość, również sam uniwersytet posiada dwa oblicza. Pierwsze z nich, skierowane w stronę świata wartości, znajduje swoje urzeczywistnienie w uformowanej już kilkaset lat temu idei akademii. Z kolei oblicze drugie, ryzuje się w oparciu otoczenie społeczne, w której akademia funkcjonuje. Oblicze to symbolizuje „uniwersytet zaangażowany”, stanowiący niejako aglomerat odpowiedzi na pytania i problemy najbardziej aktualne. Ta strona, czy inaczej: „rewers idei uniwersytetu” formuje się przede wszystkim w oparciu o sferę *praxis*, codziennego doświadczenia i konkretnych potrzeb. Dzięki niej akademia daje się poznać jako zobowiązana nie tylkorealizacji własnych, najbardziej szczytnych idei, ale również obciążona powinnością udoskonalania świata, dawania odpowiedzi na stawiane przez epoki wyzwania.

Oblicza uniwersytetu, choć zwrócone w strony przeciwne, nie muszą jednak wcale się wykluczać. Co więcej, stanowić mogą dla siebie wzajemnie uzupełnienie. Warunkiem takiej „konfiguracji” jest społeczna odpowiedzialność uniwersytetu. Oznacza to, że z jednej strony uniwersytet nie jest zamkniętą twierdzą, odporną na sygnały i zapotrzebowanie wysyłane z zewnętrz; z drugiej – w swej „odpowiedzialności” pozostaje miejscem autonomicznego poszukiwania prawdy. W ten sposób akademia daje się poznać jako twór fenomenalny, którego aksjologiczność wcale nie deprecjonuje sfery praktyczności, lecz umożliwia jej kolejne udoskonalenia.

Uniwersytet, który z swej natury stanowi pomost między praktyką i ideą, zdaje się być miejscem najwłaściwszym do formowania się przedsiębiorczości, również ulokowanej na granicy dwóch światów. Przedsiębiorczość do swojego ukształtowania, potrzebuje specjalnego „inkubatora”, o podobnej do siebie strukturze. Pozwolić on ma z jednej strony na rozwój wartości właściwych dla przedsiębiorczości, z drugiej – dać ma szansę na wykształcenie konkretnych umiejętności, związanych z prowadzeniem inicjatywy gospodarczej. W rezultacie „uniwersytet” i „przedsiębiorczość” stanowić zaczynają bliźniaczą parę, umieszczoną w polu napięć między tym co aksjologiczne i pragmatyczne. Z jednej strony ich istnienie bez idei zdaje się być wątpliwe, z drugiej – funkcjonowanie w oparciu o sam koncept jest pozbawione sensu.

Duch akademii podobnie jak *entrepreneurial spirit* realizuje się jedynie w warunkach wolności, a ginie tam gdzie dominuje przymus i wymuszenie (Nowak 2002, s.71). Działanie w oparciu o ideę wolności – jak przekonuje Stróżewski – nie uwalnia jednak uniwersytetu od służby społeczeństwu, dla którego przecież istnieje. Akademia realizuje swoje powołanie w określonym miejscu i czasie, stanowiąc jednocześnie pomost między „wczoraj” a „dziś”, łącznik najbardziej odległych od siebie pokoleń i zakątków świata (Stróżewski 1992, s.18). Idea wolności zobowiązuje uniwersytet do reagowania na zaistniałe w świecie zmiany. W ten sposób akademia pozostaje w stałej gotowości do dialogu i pracuje dla społeczeństwa, jednocześnie zachowując autonomię w sferze badań. Odpowiadając na wyzwania epoki pozostać musi „królestwem wartości” (Stróżewski 1992, s.23)., wspólnotą, w której „ludzie wychowują się nawzajem[…] poprzez świadome uczestniczenie w tym, czemu ostatecznie służą” (Stróżewski 1992, s.24).

Uniwersytet jako „królestwo wartości” to jedyne miejscem gdzie można nauczać przedsiębiorczości *par exellence*. Z jednej strony przedmiotem transferu są tu konkretne prawidła, umiejętności i zasady; z drugiej – sama idea uniwersytetu stanowi klimat, w którym duch przedsiębiorczości może się narodzić i wzmocnić. Idea uniwersytetu buduje się bowiem wokół kilku wartości, istotnych również dla uformowania się *entrepreneurial spirit* (Bobko, Gałkowski 2002, s. 53-54). Pierwsza z nich to bezinteresowności w dążeniu do prawdy, współbieżna z właściwą dla schumpeterowskiej przedsiębiorczości misją przekształcania świata, czy inaczej ambicją „budowy prywatnych królestw”. Wartość druga to wolność akademicka, znajdująca swój sens i wyraz z swobodzie zadawania pytań, a bliźniaczą parę w „sile ducha” i „radości tworzenia” przedsiębiorcy (Schumpeter 1960). Wartość trzecia to kształcenie kolejnych pokoleń – adeptów akademickiej wiedzy i krzewicieli idei uniwersytetu. W społeczną nośność uposażona jest również sama przedsiębiorczość, do której wychowuje system społeczny i jego kultura. Wartość czwarta to wypracowywanie uniwersalnych kryteriów racjonalności, nakładająca na uniwersytet niezwykle odpowiedzialną i zaszczytną rolę eksperta oraz uwalniająca z oskarżenia o bałwochwalczy kult samego siebie. Racjonalność to także kwintesencja gospodarczej inicjatywy. Myślenie obrachunkowe i kalkulacja, możliwość uzyskania zysku i konkretnych beneficjów to podstawowa, ale też nie jedyna motywacja do podjęcia się trudu przedsiębiorczości.

W rezultacie „katechizm uniwersytetu” staje się równocześnie „katechizmem przedsiębiorcy”. W konsekwencji, oskarżana o swą archaiczność idea uniwersytetu – w znaczeniu nadanym przez Humbolta tejże domenie (Sauerland 2008, s. 31-33) – stwarza naturalne warunki rozwoju przedsiębiorczości. Rzecz tylko w tym, by zarówno o uniwersytecie, jak i o samej przedsiębiorczości dyskutować w sposób pełny tj . wolny od krzywdzących redukcjonizmów. Wówczas okaże się, że powołaniem akademii jest nie tylko prowadzenie badań i przekazywanie wiedzy, a miarą coś więcej aniżeli sztucznie wskaźnikowana efektywność.

Redukcjonistyczne podejście do człowieka, które przed akademią stawia przedmiot a nie podmiot nauczania zagraża nie tylko samemu uniwersytetowi, ale również pod zdankiem zapytania stawia – by użyć współczesnej nomenklatury – jej „efekty kształcenia”. Dlatego też, w momencie gdy student – jak zauważa Melosik (2009, s. 80) – stanie się gliną, którą można dowolnie kształtować, nadchodzi czas na upomnienie się o restytucję podmiotowości w procesie kształcenia. Ta z kolei jest fundamentalna dla formowania przedsiębiorczości

 W tym duchu o uniwersytecie wypowiada się właśnie Jan Paweł II. Widzi on w akademii strażnika integralnej wizji człowieka, zdolnego do transcendencji i autoafirmacji w swych czynach. Uniwersytet – zdaniem Wojtyły – wynosi i warunkuje godność osoby ludzkiej, ale tylko wtedy gdy rozbudzi jego potencjał duchowy. „Można wytworzyć serie ludzi wyuczonych, wykształconych, ale problem nie jest w tym; chodzi o to, czy się wyzwolił ten olbrzymi potencjał duchowy człowieka, przez który człowiek urzeczywistnia swoje człowieczeństwo” ( Jan Pawał II cyt. za: Bochenek 2006, s. 27). Ów „potencjał duchowy”, czy jak chce Schumpeter „siła ducha” i „radość tworzenia” to jednocześnie przymioty przedsiębiorcy, dla którego uniwersytet – w ujęciu nadanym przez Wojtyłę – staje się naturalnym środowiskiem formowania. W ten sposób akademia stwarzając warunki do autoafirmacji i transcendencji, czy inaczej: przeżywania samego siebie, urasta do rangi inkubatora przedsiębiorczości.

1. **Szanse i zagrożenia idei przedsiębiorczego uniwersytetu we współczesnym świecie.**

Władysław Stróżewski przekonuje, ze idea uniwersytetu wymaga przemyślenia w szczególnych momentach dziejowych. „W obliczu różnych nacisków związanych z potrzebami chwili” (Stróżewski 1992, s. 7). uniwersytet nie może pozostać obojętny i niejako zobowiązany jest do określenia swej misji na nowo. Tak jest również dzisiaj, kiedy uniwersytet zmaga się z postulatem jego „u-przedsiębiorczenia”. Dezyderat reorientacji ideologicznej i metodologicznej uniwersytetu niesie z sobą zarówno szanse i zagrożenia. Te ostatnie wiążą się przede wszystkim z redukcjonistycznym, bo okrojonym wyłącznie do strony instrumentalnej, ujęciem przedsiębiorczości. Inicjatywa gospodarcza wskaźnikowana wyłącznie efektywnościowo, domaga się szybkiego przekształcenia uniwersytetu w fabrykę. Jak przekonuje Teresa Bauman (2002, s. 54) można odnieść wrażenie, że akademia zagubiła się w ideologii efektywności, ukierunkowując się przede wszystkim na oczekiwania społeczne. Uniwersytet, pod strzałem ideologii konsumpcjonizmu, staje się sam przedsiębiorstwem, w najbardziej technicznym tego słowa znaczeniu. Ma być prostą drogą do dobrej pracy, trampoliną do kariery i zysków zawodowych, fabryką specjalistów, a nie miejscem krzewienia kultury ducha i rozwoju osobowego. W ten sposób proces kształcenia przestaje mieć charakter tożsamościowy. Pozwala jednocześnie na rezygnacje z zadawania pytań o własne miejsce w świecie i deprecjonuje znaczenie samoidentyfikacji.

Jak przekonuje Beck istnieją dwa aspekty współczesności, które zdają się odciskać piętno na współczesnym uniwersytecie. Pierwszy z nich to odchodzenie od tradycji, a drugi narastająca indywidualizacja (Olsen 2002, s. 25). Odżegnywanie się od tradycji podkopuje autorytet uniwersytetu, z kolei indywidualizacja wymusza na akademii instrumentalizację wiedzy, która stać się musi dobrym towarem dla jednostki niczym nieskrępowanej w swych wyborach i ukierunkowanej na szybkie osiągniecie sukcesu. W rezultacie akademia traci swoją moc do kreowania świata. Nie dzieje się to jednak za sprawą słabości naukowej metody. Przyczynia się do tego prędzej słabnący „duch” , a nie „materia” współczesnej akademii.

**Wyniki analizy naukowej: jaka przyszłość „przedsiębiorczości na uniwersytecie”?**

Jak zatem jest dalsza droga przed „przedsiębiorczością na uniwersytecie”? Z pewnością przyznać rację należy tym, którzy protestują przeciwko pielęgnowaniu samej jego idei. Wolność akademicka nie może być wartością samą w sobie, ale służyć musi zarówno doskonaleniu procesu badawczego jak i rozbudzaniu niczym nie skrepowanego ducha przedsiębiorczości. Wolność taka, jak przekonuje Melosik (2009, s. 23), stanowi antytezę biurokratycznego podporządkowania. Za jej sprawą uniwersytet uposaża się w prawo oddzielenia od społeczeństwa, przy jednoczesnym zaangażowaniu w społeczne dobro (Melosik 2009, s.16). Równie niebezpieczny dla przyszłości akademii zdaje się być bałwochwalczy kult prawdy samej w sobie, zamykający placówki badawcze na sygnały docierające z zewnątrz (Bobko, Gałkowski 2002, s. 53-54). Dlatego rację mają postulanci przetransformowania uniwersytetu z epistemologii kontemplatywnej w kierunku epistemologii performatywnej, znajdującej zastosowanie w sferze *praxis* (Johnson 2002, s. 16). Jednocześnie uniwersytet nie może pozbawić się swojego aksjologicznego przyodziania, Ono przesądza bowiem nie tylko o jego autonomiczności i autorytecie, ale również o potencjale „przedsiębiotwórczym”. Z tego też powodu kluczowe zdaje się być rozróżnienie wprowadzone przez Czerpaniak-Walczak (2006, s. 56) na „uniwersytet-przedsiębiorstwo” oraz „przedsiębiorczy uniwersytet”. Zadaniem uniwersytetu-przedsiębiorstwa jest „produkowanie” specjalistów, kształcenie szablonowe, z kalkulacją kosztów i korzyści w tle. Z kolei model drugi, zakłada otwarcie uniwersytetu na sygnały docierające ze środowiska. Zadaniem akademii staje się tutaj pomnażanie kapitału społecznego i intelektualnego. Do rangi najwyższej urasta – tak istotny dla *entrepreneurial spirit* – wielowymiarowy rozwój.

Ostatecznie tajemnica powiązania przedsiębiorczości i uniwersytetu tkwi w aksjologicznej naturze obu przyjętych do analizy kategorii. Nie może być mowy o transferze zasad przedsiębiorczości w kształceniu uniwersyteckim, które samo swej idei się wypiera. I dlatego przedsiębiorczość jest dla współczesnej akademii wyzwaniem. Domaga się przecież obrony wartości, które leżą u jej podstawy.

**Wnioski końcowe**

Przedstawiciele szkoły austriackiej przekonują, że kwintesencją przedsiębiorczości jest indywidualizm i subiektywizm (Tittenbrun 2002, s. 177-180). Ta typowa dla arystotelczyków kontynuacja atomizmu – pozwala przedsiębiorczość ująć w sposób nieco psychologizowany tj. przez pryzmat motywacji do podejmowania się trudu gospodarczej inicjatyw. To z kolei podnosi rangę „ducha przedsiębiorczości”, który nie tylko był tematem klasycznych już dzisiaj badań, ale winien pozostać przedmiotem troski instytucji odpowiedzialnych za rozwój gospodarczy i społeczny. Jedną z takich instytucji jest uniwersytet, oddziałujących na otoczenie, „w którym” i „dzięki któremu” funkcjonuje.

Zadanie współczesnej akademii w kształtowaniu przedsiębiorczości zdaje się być niebagatelne. Z jednej bowiem strony, przed uniwersytetem stoi zadanie dopasowania się do aktualnych wymagań systemu społecznego, z drugiej – akademia jest historycznie zobowiązania do trwania przy swojej idei. Ostatecznie uniwersytet musi sprostać trudnemu zadaniu podtrzymania jednocześnie dwóch różnych transferów: instrumentalnego i aksjologicznego. A wszystko dlatego, że przedsiębiorczość – podobnie jak sam uniwersytet – zredukowana wyłącznie do warstwy „zyskownej”, cechuje się krótkowzrocznością i nie ma przed sobą dłuższej perspektywy.

Zarówno dla trwania akademii, jak i rozwoju w jej ramach gospodarczej inicjatywy znaczenie ma nie tylko materia, ale również „duch”. W ten też sposób, tak powszechnie instrumentalizowana przedsiębiorczość, staje się ostatecznie metodą na obronę, a nie krytykę idei samego uniwersytetu. Stanowi swoistą nobilitację „[zajęć] które nie prowadzą do niczego, a mimo to trzymają się mocno przez całe stulecia, które uważane są za coś godnego podziwu, chociaż dotąd nie potrafiły dowieść swojej użyteczności, muszą widocznie mieć same w sobie wystarczający cel, czymkolwiek by się ten okazał” (Newman 1990, s. 186).

I z tego też wynika ostateczny wniosek i rekomendacja: przedsiębiorczości i uniwersytetu nie można taktować rozłącznie. Co więcej, kategorie te wzajem się warunkują za sprawą aksjologicznej natury. Ta z kolei przesądzając o ich sile, jest jednocześnie podstawowym i wzajemnym dla nich wyzwaniem, które realizować się może poprzez wzmacnianie, a nie eliminację sedna swych idei.

**Bibliografia**

Attali J., 2003, Żydzi, świat, pieniądze, Warszawa: Wydawnictwo Cykady.

Bauman T., 2002, Zagrożona tożsamość uniwersytetu, w: A. Ładyżynski, J. Raińczuk (red.) Uniwersytet – miedzy tradycją a wyzwaniami współczesności, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls.

Bobko A., Gałkowski S., 2002,Uniwersytet –tradycja i współczesne wyzwania, w: M. Żardecka-Nowak, J. Skrzypek-Faluszczak (red.), Idea uniwersytetu dziś. Perspektywa filozoficzna, Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Bochenek K.,2006, Personalistyczny kontekst wizji uniwersytetu w refleksji Karola Wojtyły, w: W. Furmanka (red.) Idea uniwersytetu w nauczaniu Jana Pawła II, Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Burke J., Ornstein R.,1999, Ostrze geniuszu. Obosieczne skutki rozwoju cywilizacji, Warszawa: Wydawnictwo Philip Wilson.

M. Czerepaniak-Walczak, 2006, Uczenie się czy studiowanie? Niektóre aspekty Procesu Bolońskiego, [w:] K. Jaskot (red.),Wprowadzenie do pedagogiki szkoły wyższej, Szczecin

Davis K., Moore W., 2005, O niektórych zasadach uwarstwienia, [w:] P. Sztompka, M. Kucia (red.)Socjologia. Lektury, Kraków: Wydawnictwo Znak.

Fromm E., Maccoby M., 1970, A Social Charakter in Mexican Village. A Socio- Psychoanalytic Study, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliiffs.

Hagen E., 1962, On the Theory of Social Change. How Economic Growth Begins, Illinois: The Dorsey Press. INC.

Ingleharat R., 2003, Kultura a demokracja, Hamilton, w: L. E. Harrison, S.P. Huntington (red.), Kultura ma znaczenie. Jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw, Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.

Johnson R., 2002, Społeczeństwo ryzyka – implikacje dla uniwersytetów, w: A. Ładyżynski, J. Raińczuk (red.) Uniwersytet – miedzy tradycją a wyzwaniami współczesności, Kraków: Oficyna Wydawnicza Impuls

McClelland D., 1973, Business Drive and National Achievements, w: E.Etzioni –Halevy, A. Etzioni (red.) Social Change. Sources, Patterns, and Consequences, New York: Basic Books, INC. Publishers.

McClelland D.,1961, The Achieving Society, Princeton: D. Van Nostrad Company, Inc.

Melosik Z., 2009, Uniwersytet i społeczeństwo, Kraków: Impuls.

Mikosik S., 1993, Teoria rozwoju gospodarczego Josepha A. Schumpetera, Warszawa: PWN.

Mumford L., 1966, Technika a cywilizacja, Historia rozwoju maszyny i jej wpływ na cywilizację, Warszawa: PWN..

Newman J. H., 1990. Idea uniwersytetu, Warszawa: PWN.

Nowak W. M., 2002, Idea uniwersytetu wobec nowej sytuacji kulturowej, w: M. Żardecka-Nowak, J. Skrzypek-Faluszczak (red.), Idea uniwersytetu dziś. Perspektywa filozoficzna, Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.

Olsen H.S., 2002, Modernizacja uniwersytetów w czasach późnej nowoczesności. Studia projektowe i konstruowanie tożsamości, w: A. Ładyżynski, J. Raińczuk (red.) Uniwersytet – miedzy tradycją a wyzwaniami współczesności, Kraków: Impuls.

Porter M.E., 2003, Postawy, wartości i przekonania a makroekonomia dobrobytu, w: L. E. Harrison, S.P. Huntington (red.), Kultura ma znaczenie. Jak wartości wpływają na rozwój społeczeństw, Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.

Sauerland K., 2008, Idea uniwersytetu – aktualność tradycji Humbolta, Przegląd Pedagogiczny, Nr 1.

Schumpeter J., 1938, Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist process, New York: McGraw-Hill.

Schumpeter J.,2009, , Kapitalizm, socjalizm, demokracja, Warszawa: PWN.

Schumpeter J., 1960,Teoria rozwoju gospodarczego, Warszawa: PWN.

Sombart W.,2004, Dlaczego nie ma socjalizmu w Stanach Zjednoczonych?, Warszawa: IFIS PAN.

Sombart W., 2010, Żydzi i życie gospodarcze, Warszawa: IFiS PAN.

Stróżewski W., 1992, W kręgu wartości, Kraków: Znak.

Tittenbrun J., 2002, Gospodarka w społeczeństwie, Poznań: Wydawnictwo Zysk i ska.

Weber M. , 2002, Gospodarka i Społeczeństwo. Zarys socjologii rozumiejącej, Warszawa: PWN.

Weber M.,1994, Etyka protestancka a duch kapitalizmu, Lublin: Wydawnictwo Test.