

# Wstęp

Współczesne państwa często porównujemy ze względu na posiadane przez nie cechy, takie jak: sprawność, efektywność czy skuteczność podejmowanych i realizowanych działań publicznych. Podobnie staramy się również analizować pewne charakterystyczne, jak się nam wydaje, cechy poszczególnych społeczeństw, ich „ducha”, kulturę obywatelską (polityczną) czy też kulturę zaradności (przedsiębiorczości). Coraz bardziej interesują nas pozainstytucjonalne specyficzne cechy społeczeństw i obywateli powodujące, iż bardzo dobrze radzą sobie oni z rozwiązywaniem problemów i dylematów zarówno o publicznym zasięgu, jak i w wymiarze jednostkowym. W ekonomii neoklasycznej takim odkryciem było silne zaakcentowanie znaczenia elementów (czynników) behawioralnych w działaniach podejmowanych przez jednostki i podmioty gospodarcze w praktyce życia gospodarczego.

We współczesnych państwach demokratycznych mamy z pewnością do czynienia ze współistnieniem dwóch zasadniczych kultur, z których wynikają poczynania czy zachowania poszczególnych jednostek, jak i całych społeczeństw. Kulture te są w wielu aspektach autonomiczne wobec siebie, choć jednocześnie stanowią dla siebie istotne zagrożenie. Zagrożenie to wynika przede wszystkim z odmiennych systemów wartości, na których się opierają i w wielu elementach są to wartości przeciwstawne, wzajemnie wykluczające się. Te przeciwstawne wartości „spotykają się” w każdym z nas, bowiem na co dzień występujemy w różnych rolach społecznych, które przychodzi nam pełnić jednocześnie. Jesteśmy bowiem jednocześnie rodzicami lub dziećmi (niekiedy i jednymi, i drugimi), pracownikami w różnych firmach sektora prywatnego lub publicznego, studentami lub uczniami, jesteśmy członkami partii lub stowarzyszeń obywatelskich, klientami w banku czy urzędzie gminy, konsumentami dóbr materialnych, ale i duchowych, jesteśmy wyborcami itd. itp. W naszym życiu współistnieją **kultura obywatelska i kultura kliencko-konsumencka**.

W wypadku pierwszej, ważne są dla nas własna pomyślność czy dobrobyt, ale również dobro ogółu, dobro społeczeństwa i państwa. Mamy przekonanie o potrzebie uczestnictwa w działaniach zbiorowych na różnych szczeblach w celu skutecznej realizacji publicznych przedsięwzięć lub obrony praw obywatelskich. Czujemy się i jesteśmy aktywnymi podmiotami działań władczych na poziomie gminy lub innym, mając świadomość dokonywanych wyborów i znaczenia demokratycznych instytucji dla budowania naszego rozwoju i postępu cywilizacyjnego. Jesteśmy gotowi do ponoszenia odpowiedzialności za rodzinę, ale i za państwo, samoograniczając

nasze roszczenia do tych realnych ekonomicznie i społecznie. Dbamy o nasze prawa i wolności obywatelskie, ale jesteśmy skłonni uczciwie wypełniać obowiązki na rzecz społeczeństwa czy państwa i nie aprobujemy uchylania się od nich przez innych obywateli lub firmy. Dobro wspólne, solidarność, podmiotowość, sprawiedliwość społeczna, bezinteresowna empatia są wartościami, które aprobujemy.

Kultura kliencko-konsumencka nakazuje traktować jednostki przedmiotowo, a ich zachowania regulować mechanizmami rynkowymi. Ważne jest, aby tanio kupić i sprzedać drogo, aby maksymalizować ewentualne zyski, a straty najlepiej jest uspołeczniać. Wielkimi „rozgrywającymi” w tej dziedzinie są korporacje transnarodowe, banki i instytucje finansowe oraz koncerty medialne. To one „uświadamiają” nam nasze potrzeby i proponują często „darmowe” sposoby ich zaspokojenia. To one kreują nasze dolegliwości i choroby, równocześnie proponując cudowne leki w „ekonomicznym” opakowaniu za „śmieszna” cenę. Mamy w ramach tej kultury prawo kupować, nabywać, stawać się właścicielem (a nawet kapitalistą). Jednak nasze prawa konsumenckie zwykle nie podlegają ochronie w „kulturze drobnego druku”, bowiem w zderzeniu z prawnikami banku czy korporacji jesteśmy z góry na straconej pozycji. Marzeniem licznych zastępów twórców tej kultury jest wyrugowanie naszych odruchów obywatelskich, czyli zupełna dominacja kliencko-konsumenckich zachowań i mentalnej aprobaty dla jedynie takiej naszej roli.

Nauka może w tym przeszkadzać, należy więc z całą mocą dążyć do jej utowarowienia (komodyfikacji), a następnie pozbyć się tych z nauk, które w sensie rynkowym są „kompletnie bezużyteczne” – nauk humanistycznych i społecznych. Mają one dodatkowo „nieprzezwyciężalną wadę”. Budują i kształtują poczucie obywatelskości, demokratycznej mentalności, w ramach której troszczymy się o własne interesy, ale również o dobro wspólne i staramy się jedno do drugiego odpowiedzialnie dopasowywać.

Oby w Nowym Roku nie tylko na gruncie nauk o polityce publicznej nam się to w pełni udawało. W życiu osobistym i zawodowym również.

*Joachim Osiński*  
Redaktor Naczelny