

GRZEGORZ GACH
Katedra Makrostruktur Społecznych KUL

ATUTY POLSKI W PROCESIE INTEGRACJI EUROPEJSKIEJ W OPINII STUDENTÓW SOCJOLOGII KUL

Wspólnota Europejska powiększyła się w 2004 r. tak znacznie, jak jeszcze nigdy w swej historii. Nowe państwa członkowskie i ich społeczeństwa przez swoje działania rozpoczynają kształtowanie wizerunku, siły i pozycji światowej całej Unii Europejskiej. Zjawiska, które dostrzega socjolog na mikropoziomie grupy społecznej, gdy przyjmuje ona nowe osoby, można odnieść do grupy państw, kiedy taka organizacja rozrasta się. Badania mówią, że zmienia się wtedy postrzeganie siebie nie tylko przez nowych członków, ale i przez dotychczasowych, a zwielokrotniona sieć relacji powoduje całkiem nowe zjawiska i dalszą ewolucję grupy. Kluczem, który otwiera tę drogę, jest samoidentyfikacja wchodzących do grupy i jej komunikowanie. Przyjmując założenie, że Unia Europejska jest wspólnotą interesów albo grą interesów poszczególnych państw, można dopuścić twierdzenie, że o jej przebiegu i wynikach decydują uświadomione mocne strony jej uczestników.

Dominującym obecnie tematem sondaży społecznych związanych z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej jest stopień poparcia dla tego wydarzenia, ocena korzyści z niego wynikających w wymiarze indywidualnym lub ogólnopństwowym albo stosunek do bieżących projektów, dyrektyw polityczno-prawnych tworzących dorobek wspólnoty krajów europejskich. Brakuje w problematyce badawczej kwestii oceny szans płynących z procesu integracji, które są wynikiem konkretnych autodefinicji członków społeczeństwa polskiego w zakresie atutów ich kraju. Wydaje się, że spośród aktorów społecznych najsilniej słyszany jest głos Kościoła, jeśli chodzi o wezwanie do refleksji i debaty na temat tego, co Polska może zaoferować, wnieść do organizacji krajów europejskich. Tylko od takiej refleksji, badań opinii, debaty publicznej może rozpocząć się dyskusja nad losem tożsamości Polaków w ciągu następujących dziesięcioleci, już po piętnastu latach wolności.

Na powyższych tezach bazował pomysł przeprowadzenia badania wśród studentów studiów dziennych pierwszego roku socjologii Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego

w marcu 2004 r. Są to osoby w większości urodzone w 1984 r., a więc te, u których lata edukacji szkolnej przypadły już w całości w okresie po upadku minionego systemu. Z racji podjęcia studiów socjologicznych można wnioskować o respondentach, że nie są im obce społeczne problemy i mają wysokie aspiracje co do swojej przyszłej pozycji społecznej. Pytanie badawcze brzmiało: *Przedstaw, jakie są, w Twojej opinii, mocne strony Polski w procesie integracji z Unią Europejską, przyporządkuj szanse, jakie z nich wynikają, spróbuj podać co najmniej pięć takich atutów*. Badanych proszono o uwzględnienie różnych kryteriów wyboru (gospodarczych, politycznych, kulturowych itd.), jeśli dzięki temu możliwe byłoby podanie większej ilości owych mocnych stron. Pytanie było całkowicie otwarte, studenci proszeni byli o odpowiedzi pisemne. Udzieliło ich 41 osób, przy czym niektórzy wskazali na mniej niż pięć atutów, a niektóre z nich w jednej ankiecie znaczeniowo pokrywały się.

Różnorodność uzyskanych odpowiedzi nie przeszkodziła w podzieleniu ich na kilka grup, wyodrębnieniu zagadnień, propozycji definicji obecnych atutów Polski w procesie integracji europejskiej według tych, którzy w pełni wykształceni w III RP, za kilka lat rozpoczną kształtować aktywnie życie społeczne, gospodarcze i polityczne. Był to właściwy cel całego przedsięwzięcia.

Najwięcej wskazań (29) dotyczyło tych atutów, które można zbiorczo określić jako *o f e r t a p r o d u k t ó w p o c h o d z e n i a r o l n i c z e g o*. Były to następujące odpowiedzi: dobra jakość towarów, głównie rolnych, ich różnorodność, naturalne, niemodyfikowane uprawy, unikalne uprawy (np. tytoń) i produkty spożywcze, produkty regionalne, rozwinięte sadownictwo, przemysł zielarski, bogata kuchnia polska, duża liczba gospodarstw rolnych. Szanse wobec tego upatrują uczestnicy badania w: zdobyciu nowych rynków, zwiększeniu skali docenianych na rynkach upraw i hodowli, eksportu, gwarancji przestrzegania norm sanitarnych i jakościowych przy produkcji, rozwoju rolnictwa stawiającego na ekologiczną żywność, obecności potraw polskich w jadłospisach Europejczyków, napływie środków z funduszy pomocowych na wytwarzanie takich produktów.

Drugim z kolei, pod względem ilości odpowiedzi (27), jest obszar *d o r o b k u k u l t u r o w e g o i i n i c j a t y w k u l t u r a l n y c h*. Konkretnie chodziło o: wielokulturową tradycję tworzoną przez pokolenia, tradycję ludową, muzykę folkową, bogate dobra kultury, jak np. klasztory i kościoły, bogatą historię, uznanych artystów. Szansą miałyby być: popularyzacja w Europie polskich zabytków, renowacje tych dóbr, promocja sztuki, rozwój usług turystycznych w tej branży, ubogacenie europejskiej kultury, środki finansowe dla polskich artystów, dzielenie się swoimi doświadczeniami historycznymi i wpływającymi z nich postawami, wspólne przedsięwzięcia kulturalne, dobra kultury jako przedmiot inspiracji twórców zagranicznych, programy wsparcia działań artystycznych dla rodzimych twórców.

Kolejna grupa wskazań (25) skoncentrowana jest na *p o t e n c j a l e k a - p i t a ł u l u d z k i e g o*. Taką dziedzinę pozwalają utworzyć następujące elementy: wysoki poziom wykształcenia i kształcenia, szkolnictwa, ambicja i aspiracje młodych, wykwalifikowana i wyspecjalizowana kadra niektórych zawodów, jej potencjał intelektualny. Daje to szansę na rozwijanie umiejętności, w tym językowych, dostęp do nowych miejsc pracy, szerszego rynku (także szansa na zatrud-

nienie w instytucjach UE), zdobycie doświadczenia w pracy za granicą i wykorzystania go w kraju, wpływ na formę i działania UE, kontakty ze studentami z innych krajów, konkurowanie z nimi, wymiany młodzieży, współpracę szkół, prestiż oraz wzrost znaczenia Polski w wielu dziedzinach, przełamanie stereotypów Polaków pijaków i złodziei.

Spora liczba odpowiedzi (24) daje się umieścić w kategorii *bogactwa natury i związana z nią turystyka*. Składałoby się na to: atrakcyjna baza turystyczna, ekologicznie czyste tereny, parki narodowe, zróżnicowanie geograficzne i krajobrazowe kraju, bogactwo przyrody, niewykorzystane odpowiednio i dostatecznie bogactwa naturalne i mineralne, np. bursztyn, miedź, sól, wody termalne. Szanse w tym kontekście widzą badani w większych dochodach dla turystyki, jej rozwoju (w tym zatrudnienia), rozwoju agroturystyki, gospodarstw agroturystycznych.

Następny obszar, który można nazwać *chłonnym rynkiem pracy i inwestycji* (22), składa się z elementów takich jak: wolny i duży rynek, otwartość na inwestycje, dobre podłoże inwestycyjne, stosunkowo tania i wykwalifikowana (często mobilna – już wielu pracuje w UE) „siła robocza”, zasoby pracy, struktura demograficzna (wyż demograficzny), stosunkowo duża liczba ludności, tania produkcja, doświadczenie przedsiębiorców w wykorzystywaniu środków pomocowych. W obszarze szans oznacza to: większą konkurencję, nowe inwestycje, filie zagranicznych przedsiębiorstw, zanik monopoli, mniejsze koszty usług, nowe miejsca pracy w kraju, zmniejszenie bezrobocia, współpracę przedsiębiorców, wyższy standard życia, dobry rynek zbytu dla producentów unijnych, wzrost gospodarczy, wykorzystanie funduszy UE, silniejszy głos w podejmowaniu decyzji ze względu na liczbę ludności, korzyści z wprowadzenia euro, rygorizm budżetowy, zalegalizowanie pobytu i pracy Polaków pracujących w Unii.

Położenie geograficzne i geopolityczne Polski (21) jest kolejną dziedziną, którą da się utworzyć na potrzeby opracowania wyników badań. Stwarza ono, według ankietowanych, szansę na szczelną granicę wschodnią, bezpieczeństwo wewnętrzne, mediację między państwami członkowskimi a państwami za wschodnią granicą Unii, rozwój branży transportowo-komunikacyjnej, infrastruktury komunikacyjnej, gospodarki, umiejscowienie w Polsce instytucji unijnych związanych z kontaktami zewnętrznymi, handel ze Wschodem, dotacje na rozbudowę dróg i autostrad.

Za mocną stroną była niekiedy (14) uznawana *tradycja chrześcijańska i związane z nią wartości* poprzez wskazania na: silne poczucie tożsamości Polaków, konserwatyzm, humanizm, wrażliwość społeczną, doświadczenia historyczne, przywiązanie do rodziny i tradycji, tradycyjny model rodziny i małżeństwa jako związku kobiety i mężczyzny. Szanse, które się w tym kontekście pojawiają, to możliwość wyróżnienia się, podkreślenia i dookreślenia swoich walorów, składników tożsamości, bycie zauważonym, podkreślenie wartości kształtujących naszą tożsamość, bycie przewodnikiem moralnym, wzorem dla innych państw europejskich, utrzymanie inspiracji chrześcijańskich w kształtowaniu życia społecznego.

Przedostatni obszar odpowiedzi to, ogólnie rzecz ujmując, polska nauka (9). Chodziło respondentom o dobry potencjał naukowy, sukcesy polskich naukowców, bazę i kadre naukową, nowatorskie projekty naukowców i rozwinięte nauki humanistyczne. Implikuje to szanse na większe możliwości finansowania instytucji i prac badawczych, nowe osiągnięcia naukowe, korzystanie z nowoczesnej infrastruktury, wspólne badania naukowe i nowe rozwiązania z nich wynikające.

Najmniejsza, ale jeszcze dość wyraźna dziedzina wskazań to polskie społeczeństwo obywatelskie (4) w rozumieniu stosunkowo dużej aktywności społecznej młodych ludzi, tworzenia oddolnych inicjatyw, poczucia solidarności Polaków z potrzebującymi, chorymi i ubogimi. To po stronie szans, zdaniem ankietowanych, oznacza wizerunek Polski jako kraju, gdzie silne są wzory postaw prospołecznych, świadomości praw i obowiązków społecznych, dofinansowanie inicjatyw społecznych, współpracę między grupami z różnych krajów w danej dziedzinie, współpracę w niesieniu pomocy ofiarom katastrof i w akcjach charytatywnych.

Podsumowując powyższe wyniki, można stwierdzić, że studenci wskazują na dość spójny zespół atutów swojego kraju w procesie integracji europejskiej. Gdyby dziedziny dorobku kulturowego i inicjatyw kulturalnych połączyć z obszarem tradycji chrześcijańskiej, a dziedziny kapitału ludzkiego z obszarem nauki, utworzyłoby się siedem grup odpowiedzi, w tym sześć dużych. W takim zestawieniu atuty kapitału kulturowego i ludzkiego wyprzedzają atuty gospodarczo-rynkowe. Po pierwsze, oznacza to, że proces integracji europejskiej nie jest postrzegany przez młodych jedynie w wymiarze gospodarczym. Po drugie, mają oni świadomość, że produkty gospodarki polskiej nie są konkurencyjne wobec produktów krajów Unii. Wyjątkiem są tutaj dobrej jakości produkty pochodzenia rolniczego; tylko na takie wskazywano w tym kontekście. Nie wymieniono żadnych innych marek oprócz produktów spożywczych. Inne badania oraz statystyki społeczno-demograficzne pokazują, że młodzi Polacy nie wiążą swej przyszłości z życiem na wsi, prowadzeniem gospodarstw, produkcją żywności. Trudno powiedzieć, czy branża turystyki opartej na bogactwie przyrody byłaby dla nich atrakcyjną perspektywą indywidualnego rozwoju, choć w wymiarze ogólnokrajowym jest postrzegana jako atut. Wobec tych faktów można wnioskować, że młodzi widzą szansę dla siebie, jeśli nie w czasowej bądź stałej emigracji, to na pewno w inwestycjach wielkokapitałowych w kraju i w edukacji, która ma ich uzdolnić do funkcjonowania w warunkach silnej konkurencji rynkowej i dawać poczucie prestiżu w swojej dziedzinie. Młodzi, podając atuty – tanią siłę roboczą, mniejsze koszty usług, rynek zbytu – nie traktują tych zjawisk z obawą, uznali ich realność i konieczność działania w takich warunkach. Można postawić tezę, że historia Polski w Unii Europejskiej, poparcie społeczeństwa dla procesów integracji zależeć będzie od tego, jak dużo wskazywanych szans zostanie wykorzystanych, zwłaszcza tych oczekiwanych najczęściej.