

Stereotyp polskiego bezrobotnego na podstawie badań empirycznych

Autor tekstu: **Piotr Jarco**

Summary

Stereotype of the Polish unemployed

In Poland high unemployment generates a lot of new phenomenons, also these connected to the Polish society's awarness. They don't concern only people who are afflicted with problems of unemployment. The whole nation observes that difficult situation. The unemployed have some idea about working people as well as employees, who are not experienced by inactivity in their professional life, perceive in a specific way the phenomenon of unemployment and the unemployed. This article shows the results of a research concerning a stereotype of an unemployed in a perspective of people who possess a job.

*

Utrzymujące się w naszym kraju wysokie bezrobocie jest wciąż postrzegane przez opinię publiczną jako jeden z najważniejszych problemów społecznych. Także większość polskiej klasy politycznej, przynajmniej w wymiarze deklaracyjnym, postrzega ten problem jako kluczowy dla normalnego rozwoju naszego państwa i społeczeństwa. Znaczących sygnałów zwiastujących zmianę sytuacji w tym obszarze jednak nie widać. Obecny wzrost gospodarczy, który miał przynieść zwiększanie zatrudnienia, nie spełnił oczekiwań. Optymiści analizujący sytuację gospodarczą twierdzą, że potrzebny jest czas, by skutki wzrostu gospodarczego były odczuwalne. Pesymiści oraz krytycy rządu, wskazują na wciąż wysokie koszty pracy, jak i na tzw. postępujące bezrobocie technologiczne, związane wyłącznie ze zwiększaniem wydajności pracy a nie ze wzrostem zatrudnienia.

Obecna rzeczywistość gospodarcza wymusza zdolność adaptacji do trudnych warunków rynku pracy. Zjawisko bezrobocia w dużej skali pojawiło się w Polsce na początku lat 90-tych ubiegłego wieku. Było to nieznane doświadczenie, które wymagało wypracowania nowych wzorców zachowań. Postawy przystosowawcze w tym okresie były często nieefektywne, zarówno u poszczególnych ludzi, jak i całych grup zawodowych. Pierwsze reakcje na zagrożenie utraty pracy pokazały, że jest to problem trudny do rozwiązania. Dowodem tego mogą być m.in. „spóźnione reakcje” związków zawodowych w sektorach przemysłowych z początku lat 90-tych. Zorganizowane w związki grupy zawodowe przyglądały się z pełną ufnością i optymizmem zmianom prywatyzacyjnym a ustawa z końca 89' roku, dotycząca bezrobocia, wydawała się początkowo całkowicie wystarczająca dla łagodzenia jego negatywnych skutków. Większość badanych Polaków w tamtym okresie była zdania, że w wypadku utraty pracy, może liczyć na pomoc państwa. Takie postawy wyrastały z doświadczeń okresu PRL-u, gdy państwo miało charakter opiekuńczy [1].

Tabela 1. Opinia o opiekuńczości państwa w zakresie zatrudnienia. (Badania ogólnopolskie, N- 1114)

Jak Pan(i) myśli, czy człowiek, który straci pracę:	Wskazania respondentów według terminów badań (w %)	
	I '90	XI '98
- będzie mógł liczyć na pomoc ze strony państwa	57%	27%
- faktycznie zostanie pozostawiony sam sobie	41%	64%
- trudno powiedzieć	2%	9%

Źródło: [CBOS](#)

Obszar powiększającej się biedy powodowany bezrobociem generuje wiele nowych zjawisk, także zjawisk świadomościowych w polskim społeczeństwie. Nie dotyczą one tylko osób dotkniętych brakiem pracy lecz całego narodu. Zarówno osoby bezrobotne mają pewne wyobrażenie o ludziach pracujących, o ich cechach, trybie życia i odmiennych potrzebach, jak i osoby pracujące, nie doświadczające traumy bezczynności zawodowej, postrzegają w określony sposób zjawisko bezrobocia. Świadomość społeczna, dotycząca bezrobotnych, zjawiska bezrobocia, relacji pracodawca — pracownik, kształtowała się przez ostatnie kilkanaście lat w

nowych warunkach rynkowych. Powstawały także stereotypy dotyczące bezrobocia a treść tych stereotypów nadal podlega zmianom.

Próbując ustalić jaki jest dziś stereotyp osoby bezrobotnej, w grudniu 2003 przeprowadzone zostały badania na 100 osobowej grupie respondentów. Opisuując próbę badaną, wymienić można następujące jej cechy:

- Płeć: 54% mężczyzn, 46% kobiet.
- Wiek: 68 % badanych to osoby młode (do 30 roku życia).
- Wszystkie osoby pracują bądź uczą się, zatem nie należą do kategorii bezrobotnych.
- Wykształcenie: 27 % -wyższe, 57% - średnie, 6% — zawodowe, 10%- podstawowe.

W ankiecie poproszono respondentów o wyrażenie swojej opinii na temat tego, jak postrzegają osoby bezrobotne. Obszary w jakich respondenci mieli wyrazić swoją opinię dotyczyły:

1. Jakie są charakterystyczne cechy polskiego bezrobotnego?
2. Co najbardziej ceni polski bezrobotny?
3. Jakie są najbardziej charakterystyczne cechy wyglądu polskiego bezrobotnego?

Ad. 1

Analizując cechy przypisywane bezrobotnym, zauważyć można głównie tendencję do negatywnej charakterystyki (tabela 2). 19,8% wskazań dotyczy lenistwa i jest to zarazem najczęściej pojawiająca się cecha charakterystyczna dla typowego bezrobotnego. Drugą pod względem częstości wymienianą cechę to brak wykształcenia. Ta charakterystyka pojawia się w 17,4% wszystkich wskazań. Niewiele mniej, bo 17,2% wskazywanych cech związanych jest z ogólnie rozumianą niezaradnością życiową : brakiem inicjatywy, nieumiejętnością zadbania o siebie i swoje interesy, brakiem konsekwencji i dążenia do celu.

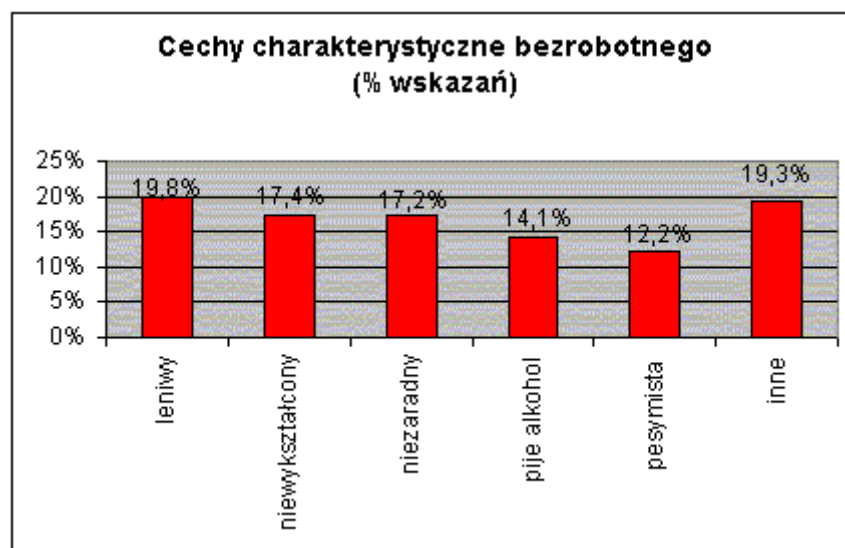
14,1% przypisywanych cech dotyczy spożywania alkoholu, przy czym w zdecydowanej większości respondenci nie używają określenia „alkoholik” lecz — „pije alkohol”. 12,2% przymiotników jakimi określani są bezrobotni to pesymizm i brak wiary w poprawę sytuacji, zarówno własnej, jak i w najbliższym otoczeniu.

Warto także zauważyć, że określenia ukryte pod kategorią „Inne”, nie są wyłącznie określeniami pejoratywnymi. Poza takimi przymiotnikami, jak nieodpowiedzialność czy poczucie niższości, pojawiały się przymiotniki neutralne bądź nawet mające pozytywne konotacje np.: wesoły, wolny jak ptak, cieszący się życiem itp.

Tabela 2. Cechy charakterystyczne polskiego bezrobotnego.

Cecha	Liczba wskazań [2]	% wskazań
Leniwy	63	19,8%
Niewykształcony	56	17,4%
Niezaradny	55	17,2%
Pije alkohol	45	14,1%
Pesymista	39	12,2%
Inne [3]	61	19,3%
Razem	319	100%

Wykres 1. Cechy charakterystyczne polskiego bezrobotnego.



Ad.2

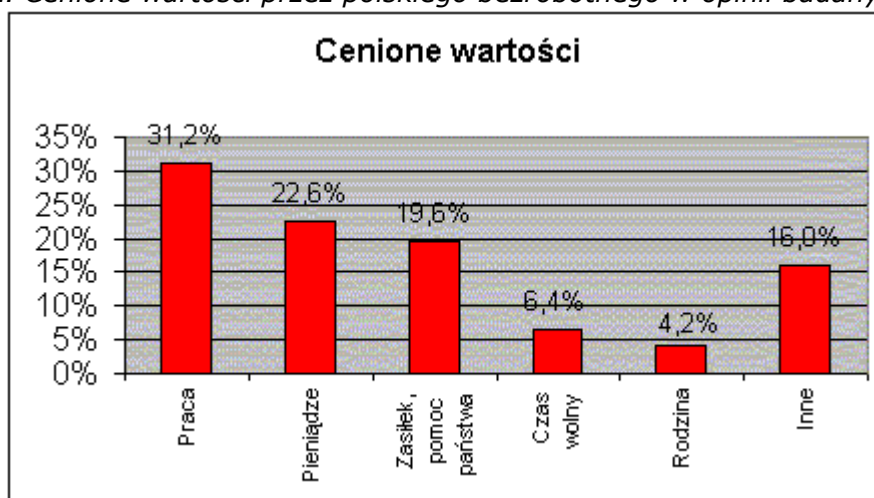
Ponieważ jednym z ważnych elementów stereotypu jest także obszar związany z systemem wartości i potrzebami, ankietowani poproszeni zostali o wyrażenie opinii o tym, co najbardziej cenią sobie osoby bezrobotne – co jest dla nich ważne.

Według badanych najbardziej ceniona przez bezrobotnych jest praca- 31,2%. Większość wskazań dotyczących pracy wiązało się z „obojętnie jaką pracą”. 42,2% wskazań zawiera przekonania, że dla osób bezrobotnych najważniejsze są środki materialne, w tym ogólnie pieniądze- 22,6% oraz szeroko rozumiana pomoc państwa (zasiłek, inna pomoc materialna)- 19,6%.

Tabela 3. Co ceni najbardziej polski bezrobotny?

Cenione wartości	Liczba wskazań [4]	% wskazań
Praca	73	31,2%
Pieniądze	52	22,6%
Zasiłek, pomoc państwa	46	19,6%
Czas wolny [5]	15	6,4%
Rodzina	10	4,2%
Inne [6]	37	16%
Razem	233	100%

Wykres 2. Cenione wartości przez polskiego bezrobotnego w opinii badanych.



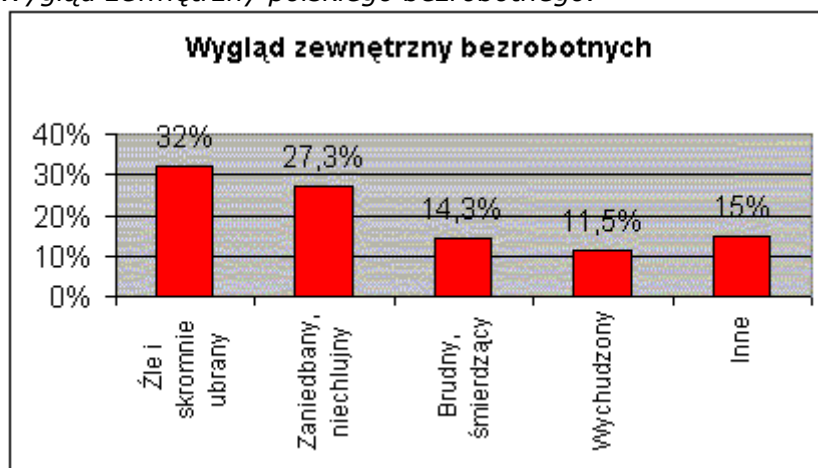
Ad.3

Kolejnym ważnym elementem składającym się na stereotyp bezrobotnego jest jego wygląd zewnętrzny. W świetle badań okazuje się, że wygląd bezrobotnego opisywany jest wyłącznie w kategoriach negatywnych. Najwięcej, aż 32% wskazań, dotyczy złego ubioru, jako najbardziej rozpoznawalnej cechy bezrobotnego. Zaniedbanie i niechlujność jest kolejną cechą wymienianą przez respondentów – 27,3%. W dalszej kolejności wskazywano na widoczny brak higieny (brudny, śmierdzący) oraz szczupłą sylwetkę.

Tabela 4. Wygląd zewnętrzny polskiego bezrobotnego.

Cechy wyglądu	Liczba wskazań [7]	% wskazań
Źle i skromnie ubrany	95	32%
Zaniedbany, niechlujny	81	27,3%
Brudny, śmierdzący	43	14,3%
Wychudzony	34	11,5%
Inne [8]	45	15%
Razem	298	100%

Wykres 3. Wygląd zewnętrzny polskiego bezrobotnego.



Analiza wyników badań pokazuje wyraźnie negatywny wizerunek osób bezrobotnych. Badani są skłonni przypisywać bezrobotnym głównie negatywne cechy.

Powszechnie znany sąd określający osoby bezrobotne jako leniwe, potwierdza się najczęściej pojawiającą się cechą charakterystyczną dla bezrobotnych jest właśnie ta postawa (19,8% wskazań). Z drugiej jednak strony, aż 31,2% wskazań odnośnie tego, co najbardziej cenią bezrobotni dotyczy – paradoksalnie – pracy i jej znalezienia. Wyniki te świadczą o tym, że społeczny wizerunek bezrobotnych jest treściowo niespójny- zawiera cechy sprzeczne, np. lenistwo i zarazem pragnienie pracy.

Należy zaznaczyć, że badanie stereotypu bezrobotnego, nie jest tym samym, co badanie cech osobowości bezrobotnego. Stereotyp bowiem odzwierciedla wyłącznie percepcję społeczną tych cech, a więc subiektywną wizję osobowości i wyglądu bezrobotnego. Badanie rzeczywistych cech wymagałoby zastosowania tzw. zobiiektywizowanych narzędzi pomiaru.

Można na koniec postawić pytanie: po co w ogóle badać stereotyp bezrobotnego? Otóż odpowiedź jest prosta. Poprzez stereotypy ludzie poznają rzeczywistość. W określony sposób ją interpretują i wartościują [9]. Negatywny stereotyp bezrobotnego generuje negatywną ocenę osoby bezrobotnej, a więc deprecjonuje jej wartość. Postrzeganie bezrobotnego jako osoby bezwartościowej może prowadzić do groźnych następstw, na przykład do pomniejszania wagi bezrobocia, i do wizerunku bezrobotnego jako osoby niepotrzebnej, wobec której społeczeństwo nie ma żadnych zobowiązań. Nie musi mu pomagać w sensie materialnym, jak i prawnym. Stereotyp negatywny zawiera bowiem atrybucje przyczyn bezrobocia w samym bezrobotnym. Warto zauważyć także, że istotną funkcją stereotypu, obok funkcji poznawczej, jest funkcja regulacyjna, polegająca na uruchamianiu zachowań – i co bardzo ważne – często nieuświadomianych [10].

Tak więc, dostrzeganie przyczyn sytuacji bezrobotnego jedynie w nim samym, w jego

właściwościach osobowościowych, może prowadzić w konsekwencji do marginalizacji i lekceważenia problemu.

Przypisy:

[1] [Badania CBOS z 28.04.2004.](#)

[2] Respondenci mogli wymienić od jednej do pięciu cech.

[3] Nieodpowiedzialny, poczucie niższości, niewierzący w siebie, głupi i in.

[4] Respondenci mogli udzielić od jednej do trzech odpowiedzi.

[5] W tym także odpowiedzi: obijanie się, nudzenie się itp.

[6] Częste odpowiedzi piętnujące bezrobotnych. Ceni: wódkę, telewizor itp.

[7] Respondenci mogli wymienić od jednej do pięciu cech.

[8] Siatka z butelkami, wózek z metalami kolorowymi, czapka z daszkiem, biały podkoszulek bez rękawów, nieodpowiednio ubrany do temperatury otoczenia itp.

[9] Kofta M., Wprowadzenie do psychologii stereotypów i uprzedzeń [w:] Podstawy życia społecznego w Polsce, pod red. M. Marody, E. Gucwy-Leśnej, Instytut Studiów Społecznych UW, Warszawa 1996.

[10] Tamże, s. 26.

[Piotr Jarco](#)

Ur. 1976 w Jeleniej Górze. Ukończył Socjologię na Uniwersytecie Wrocławskim. Obecnie jest doktorantem na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu w Katedrze Socjologii i Polityki Społecznej.

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 18-11-2004)

[Oryginał.](#) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,3763>)

Contents Copyright © 2000-2008 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.

Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora.

Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest

zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl