

Sekcja: ETYKA BIZNESU
Przewodniczący: **Wojciech GASPARIKI**
Akademia Leona Koźmińskiego
Warszawa

Dariusz BĄK
Akademia Leona Koźmińskiego
Warszawa

ROLA INTERESARIUSZY W KSZTAŁTOWANIU KULTURY ETYCZNEJ ORGANIZACJI

THE ROLE OF STAKEHOLDERS IN FORMING AN ETHICAL CULTURE OF ORGANIZATION

Przedmiotem referatu jest określenie elementów, które wydają się wpływać na kształtowanie kultury etycznej organizacji. Kultura ta może być traktowana jako wypadkowa takich czynników jak misja, etos organizacji, stosowane instrumenty utrwalające standardy etyczne (kodeksy, szkolenia, raportowanie, audyt etyczny).

Pojęcie kultury etycznej cechuje wewnętrzny dynamizm, co jest oczywiste, jeśli zważyć, iż składowe jej powstają i funkcjonują w obszarze szeregu interakcji, np. z otoczeniem zewnętrznym. Dynamizm ten zmusza do postrzegania organizacji jako ewoluującej bądź „uczącej się”. Świadome kreowanie kultury etycznej organizacji musi być wynikiem identyfikacji przyczyn, oceny ich wpływu i koniecznych zmian.

Jeżeli za punkt wyjścia identyfikacji przyjąć źródło zmian, można będzie wyróżnić:

- czynniki instytucjonalne (zmiany w przestrzeni normatywnej);
- czynniki społeczno-kulturowe (zmiany w przestrzeni aksjologicznej);
- czynniki funkcjonalne (style zarządzania, relacje z interesariuszami).

W referacie podjęta jest analiza tych czynników ze szczególnym uwzględnieniem trzeciej grupy tj. czynników funkcjonalnych. Dla uzyskania większej wyrazistości podstawą analiz jest obszar instytucji publicznej. Ten typ organizacji cechuje łatwość w definiowaniu poszczególnych grup interesariuszy, a jednocześnie mniejsza podatność na zmiany.

Omówiona jest problematyka implementacji programów etycznych w instytucjach publicznych. Pojęcie *implementacja* oddaje sens takich procesów, jak wdrożenie, ale też odwzorowanie. Podstawowe pytanie dotyczy możliwości przenoszenia rozwiązań funkcjonujących w świecie biznesu na grunt organizacji publicznej. Pokazana jest rola interesariusza zewnętrznego – np. firm lub organizacji non-profit, w inicjowaniu zmian

proceduralnych wpływających na zwiększenie transparentności i kształtowanie etycznych standardów współpracy.

Referat składa się z trzech części. W pierwszej opisany jest fenomen kultury etycznej organizacji. Zawiera opis jej składników i ich wzajemne uwarunkowania. Część druga poświęcona jest określeniu roli interesariuszy w tworzeniu oczekiwanych standardów etycznych w organizacji. W trzeciej części przedstawione są argumenty na rzecz świadomego kształtowania kultury etycznej w instytucji publicznej oraz uzasadnienie działań interesariuszy zewnętrznych propagujących takie działania.

Bronisław BOMBAŁA

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski

Olsztyn

Szkoła Wyższa im. Bogdana Jańskiego

ZASTOSOWANIE ONTOLOGII MARTINA HEIDEGGERA DO BUDOWY ETYCZNEJ KULTURY ORGANIZACJI

APPLICATION OF THE ONTOLOGY OF MARTIN HEIDEGGER TO BUILD AN ETHICAL CULTURE OF ORGANIZATIONS

Autor przedstawia w referacie tezę, iż sprowadzanie w praktyce etyki zarządzania tylko do kodeksów etycznych i programów etycznych jest daleko idącym uproszczeniem. Moralnie poprawne zachowania w biznesie w mniejszym stopniu zależą od ilości kodeksów etycznych, a w większym od postrzegania swojej roli przez przedsiębiorców i menedżerów. Odkrywa tę prawidłowość analiza kultury organizacji zgodnie z teorią Edgara Scheina (poziomy kultury organizacyjnej). Pozwala ona na stwierdzenie, iż tradycyjna teoria organizacji i zarządzania koncentrowała się na badaniu artefaktów. Co prawda Karol Adamiecki już 100 lat temu uznawał harmonię duchową za kluczowy element sprawnego zarządzania, ale poważny dyskurs rozpoczął się z chwilą powstania etyki biznesu. Analiza fenomenologiczna unaocznia, że poziom wartości to domena etyki zarządzania (etyki biznesu), a poziom założeń podstawowych jest przedmiotem refleksji filozoficznej. Pozostaje tylko jedna kwestia do rozstrzygnięcia: jaki nurt filozoficzny jest najbardziej przydatny do budowania podstaw etycznej kultury organizacji.

W tworzeniu pragmatycznej etyki zarządzania szczególne walory aplikacyjne posiada ontologia Martina Heideggera. Jest ona podstawą tworzonej przeze mnie fenomenologii

zarządzania (prakseologii fenomenologicznej). Głównym instrumentem (metodą) fenomenologii zarządzania jest soczewka fenomenologiczna: skupia ona to, co ontologiczne i to, co ontyczne, egzystencjalne i egzystencyjne, teoretyczne i praktyczne – w sensie Heideggerowskim. Soczewka pozwala na dokładniejsze ujęcie przedmiotu (problemu) poddanego analizie – obejrzenie w perspektywie filozoficznej (ontologicznej) i perspektywie nauk szczegółowych (ontycznej).

Maciej CHRABONSZCZEWSKI
Towarzystwo Naukowe Prakseologii PAN
Warszawa

ZAGROŻENIA I OCHRONA PRYWATNOŚCI KONSUMENTA W ŚWIETLE NOWYCH TECHNOLOGII

THREATS TO AND PROTECTION OF CONSUMER PRIVACY IN THE LIGHT OF NEW TECHNOLOGIES

Podstawową tezę referatu jest stwierdzenie, iż dzięki nowym technologiom można zarówno chronić, jak i naruszać prywatność konsumenta.

Celem opracowania jest również identyfikacja problemów związanych z ochroną prywatności konsumenta w sferach:

- fizycznej dostępności,
- kontroli informacji,
- autonomii decyzji.

W przeprowadzonej w referacie analizie będę się starał wykazać, że znaczna część prywatności konsumenta staje się elementem rynku. Konsument korzysta z szerokiego wachlarza dóbr i usług, jakie oferuje mu rynek.

Na wszystkie wymiary prywatności konsumenta (informacyjną, fizyczną dostępność, autonomię decyzji) oddziałują zarówno dobra nabywane, jak i sam proces dokonywania zakupów. Niezadowolenie konsumenta może wynikać z naruszania jego prywatności w jednym bądź kilku wymiarach jednocześnie.

Najnowsze technologie umożliwiające naruszanie prywatności konsumenta mogą być również wykorzystane w celu jej ochrony. Samą technologię uważam za etycznie obojętną, dopiero jej wykorzystanie może mieć etyczny lub nieetyczny wymiar.

Anna DRABAREK
Akademia Pedagogiki Specjalnej
Warszawa

PRACA I ZARZĄDZANIE PRACĄ W DEMOKRACJI WORK AND MANAGEMENT IN DEMOCRACY

Praca uznana jest za specyficzną formę aktywności człowieka. W przeszłości, kiedy nowoczesne technologie zastępowały robotników w danym sektorze gospodarki, pojawiały się zawsze nowe branże, które przyjmowały pozbawionych stanowisk pracy ludzi. Dzisiaj w większości państw praca staje się luksusowym towarem. Prognozy naukowe pokazują wysoki wzrost bezrobocia, mimo że w ostatnich dziesięcioleciach nastąpił olbrzymi wzrost liczby aktów prawnych określających prawa pracowników i zapewniających im ochronę.

Jednym z wielu kłopotów demokracji jest fakt łączenia przez współczesne gospodarki rosnącego bezrobocia z dłuższym czasem pracy dla tych, którzy utrzymali się w puli zatrudnionych. Dlatego należy podkreślić, że niejednokrotnie zarówno dążenie do pomnażania bogactwa, jak i dążenie do zaspakajania potrzeb każdego człowieka, dokonuje się drogą pogwałcenia prawa do wolności i równości, czyli pogwałcenia rudymenarnych praw liberalnej demokracji. Należy więc zapytać o problem podstawowy w dzisiejszych czasach: kim jest człowiek z punktu widzenia ekonomii i jak będzie kształtować się proces pracy i zarządzanie pracą .

Poruszona w tym wystąpieniu problematyka dotyka istotnych problemów filozoficznych i etycznych. Z filozoficznego punktu widzenia rozważany będzie problem podmiotowości i wolności człowieka, z punktu widzenia etyki biznesu jest to konflikt między podmiotowością człowieka a jego uprzedmiotowieniem na rynku pracy i wynikających z tego powodu konfliktów w życiu społecznym.

Wojciech GASPARSKI
Centrum Etyki Biznesu ALK & IFiS PAN
Warszawa

ILE ETYKI JEST W ETYCE BIZNESU (EB)? HOW MUCH ETHICS IS IN BUSINESS ETHICS (BE)?

Etyki przymiotnikowe, a takimi są etyki zawodowe, tym różnią się od etyki bezprzymiotnikowej, czyli po prostu etyki, że tworzą nie teorie etyczne, lecz zestawy norm spisanych w kodeksach. EB (biznesowa) jest taką właśnie etyką zawodową. Otóż etyka ta, podobnie jak inne etyki przymiotnikowe, jest w dominującym stopniu etyką kodeksualistyczną [Jedynak 1994, 112], etyką reguł. Jest sprawą interesującą, w jakim stopniu EB stanowi „konkretyzację i uszczegółowienie ogólnych norm funkcjonujących w społeczeństwie”, polegającą na dostosowaniu ich „do specyfiki [...] zawodu” oraz wzbogacenia „o reguły związane z istotą działań zawodowych” [ibid.], a w jakim tworzy własne standardy. Kwestia ta jest istotna zarówno teoretycznie, jak i praktycznie, dotyczy bowiem racji (argumentów) przywoływanych jawnie, bądź przyjmowanych *implicite*, w celu wskazania zasadności rozwiązań zalecanych przez etykę biznesu.

Etyka należy do rodziny dyscyplin praktycznych [Kotarbiński 1990], których wyróżnikiem metodologicznym jest projektowanie będące koncepcyjnym przygotowaniem działań (zmian) [Gasparski 1991], a rozwiązania (projekty) powinny być trafne (relewantne). Projektowanie jest: (1) projektowaniem *sensu stricte*, (2) projektowaniem projektowania, czyli meta-projektowaniem. To pierwsze uprawiają ci, którzy tworzą rozwiązania jednostkowe dla danych warunków. Oferowane przez nich projekty czerpią uzasadnienie z rezultatów meta-projektowania będącego domeną dociekań stanowiących teoretyczną wiedzę, na fundamencie której posadowione są rozwiązania praktyczne.[Gasparski 2009] W EB projektowanie *sensu stricte* polega na opracowywaniu programów i kodeksów etycznych, zaś meta-projektownie na tworzeniu korpusu wiedzy etycznej stanowiącej EB jako dyscyplinę praktyczną, a przy tym normatywną [Kotarbiński op. cit.].

Pytaniem podstawowym, na jakie referat stara się udzielić odpowiedzi jest: *w jakim stopniu etyka stanowi fundament EB?*, tj. *czy i w jakim stopniu EB jest ufundowana na teoriach etycznych czerpanych ze skarbnicy etyki bezprzymiotnikowej?* Jeśli tak, to na których? Pytaniami dodatkowymi są: *Jakie inne presupozycje [Bunge 1998] są przez EB przyjmowane? Czy wzbogacają one zasób teoretyczny etyki bezprzymiotnikowej? Czy EB korzysta z dorobku innych etyk zawodowych? Czy sama im coś może zaoferować?*

Honorata GORGON
Grupa Kapitałowa FASING S.A
Katowice

ETYCZNY ASPEKT NEGOCJACJI BIZNESOWYCH W CHINACH THE ETHIC ASPECTS OF BUSINESS NEGOTIATIONS IN CHINA

Dynamiczny wzrost gospodarczy Chin od kilku lat skupia uwagę zachodniego świata biznesu, co więcej obecnie brak relacji handlowych z Chinami jest zjawiskiem nieopłacalnym i niezrozumiałym z ekonomicznego punktu widzenia. Państwo Środka na arenie gospodarczej jawi się jako potęga, która jest w stanie zmienić oblicze handlu w skali globalnej, dlatego tym bardziej warto poddać analizie to, co dla chińskich negocjatorów stanowi fundament filozoficzno-etyczny, decydujący o obranej strategii negocjacyjnej i sukcesie, a dla świata zachodu jest utrudniającą kooperację niewiadomą.

Chińska etyka biznesu jest mocno ugruntowana w chińskiej kulturze oraz myśli filozoficzno-religijnej i podobnie jest z „chińską specyfiką negocjacji”. Ich etyczny wymiar jest podyktowany wpływającymi na zachowania społeczne i biznesowe ideami konfucjanizmu, taoizmu i buddyzmu oraz innymi zakodowanymi w społeczeństwie wzorcami kulturowymi.

Doktryna konfucjańska na płaszczyźnie biznesu jest niezwykle spójna z modelem „skutecznego negocjatora” w jego współczesnym rozumieniu, gdyż to podstawowe cnoty ukute przez Konfucjusza (*humanitarność, obowiązek, etykieta, samodyscyplina czy słowność*) nadają etyczny wymiar relacjom biznesowym, które dla chińskich przedstawicieli biznesu powinny być oparte na wewnętrznej regulacji moralnej, a nie na sztywnym kodeksie prawnym.

Kolejnym punktem oparcia dla chińskich negocjatorów jest dzieło Sun Tzu „Sztuka Wojny”, które, mimo iż powstało w VI wieku p.n.e., do dzisiaj na płaszczyźnie filozofii inspirowane kadre menadżerską w zakresie strategii zarządzania zespołem i sposobu negocjacji.

Mówiąc o etycznych uwarunkowaniach negocjacji biznesowych w Chinach, nie sposób pominąć kolejnych czynników budujących etyczno-filozoficzny filar zachowań biznesowych, jest nim tzw. *zachowanie twarzy* oraz *guanxi*.

Chcąc zrozumieć prawidłowości w negocjacjach z chińskim partnerem, należy poznać, do jakich wartości i idei etyczno-filozoficznych się odwołuje, a wówczas łatwiej będzie nam przyjąć jego perspektywę i zrozumieć jego ścieżkę rozumowania.

Z zachodniej perspektywy to chęć zysku jest podstawowym motorem ukierunkującym tok negocjacji, natomiast z chińskiej perspektywy sama chęć zysku stanowi jeden z wielu elementów sukcesu negocjacji.

Leszek KARCZEWSKI
Politechnika Opolska

ETYKA BIZNESU W PAŃSTWIE ŚRODKA BUSINESS ETHICS IN THE MIDDLE KINGDOM

Celem artykułu jest przede wszystkim ukazanie szans i zagrożeń dla etyki biznesu w Państwie Środka, podjętych tam w ostatnich dwóch dekadach działań na rzecz stworzenia infrastruktury dla kształtowania i podnoszenia standardów etycznych w biznesie. Wskazać tu można takie inicjatywy jak: powstanie prawa pracy, standardów społecznej odpowiedzialności firm CSC 9000T, założenie w 1994 roku Shanghai Cultural Association of Corporations i Wydziału Etyki Biznesu oraz Centrum Etyki Stosowanej w Uniwersytecie Fudan. Zainicjowano także kursy Etyki Biznesu w Fudan College of Business Administration and Sino-European International Business School w Szanghaju. Już ponad 200 firm działających w Chinach przystąpiło także do inicjatywy byłego Sekretarza Generalnego ONZ Koffi Annana przedsiębiorczości z ludzką twarzą – Global Compact. W 2005 r. dokonano także zmian w ustawie o ochronie praw kobiet, która oficjalnie zakazuje mobbingu i molestowania seksualnego.

Etyka w biznesie pojawiła się w Chinach i zaczęła być rozwijana na szerszą skalę w tym samym czasie, co w krajach Europy Środkowo-Wschodniej, tj. od połowy lat 90. Od tego czasu standardy EBz w firmach tego kraju są stale podwyższane, choć, jak i w innych państwach, nawet tych wysoko rozwiniętych, nadal jest wiele do zrobienia. Dokonane konstruktywne działania są zapewne kroplą w skali potrzeb zarówno lokalnych, jak i w kontekście globalnym, np. w zakresie ochrony środowiska, lecz jak mówi wschodnie przysłowie „najdalsza droga zaczyna się od pierwszego kroku”.

Należy podkreślić, że nie można analizować etyki biznesu w Chinach w oderwaniu od kontekstu kulturowego Chin i Azji, a także w oderwaniu od sytuacji globalnej. Powinniśmy przyjąć multideterminizm etyki biznesu w Chinach – w pewnym stopniu zależy ona od czynników endogennych, od mieszkańców Państwa Środka oraz ich liderów społecznych i biznesowych, ale czy wyłącznie od nich? Czy rola czynników egzogennych – nie jest równie istotna?

Aleksandra KUZIOR
Politechnika Śląska
Gliwice

**EKOLOGICZNY WYMIAR
SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU (CSR)**

**ECOLOGICAL DIMENSION
OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)**

Komisja Europejska zdefiniowała społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR) jako dobrowolne zaangażowanie przedsiębiorstw w problematykę społeczną i ochronę środowiska naturalnego. Ze względu na dobrowolność zobowiązań wykraczających poza ustalone normy prawne CSR ma charakter zobowiązań moralnych, a zatem mieści się w obrębie rozważań i działań etycznych. W referacie postaram się wykazać, że CSR nabiera szczególnego znaczenia w funkcjonowaniu tzw. „zrównoważonego przedsiębiorstwa”, definiowanego jako typ organizacji biznesowej, kierującej się w swoich działaniach zasadą odpowiedzialności, ostrożności, profilaktyki, prewencji i optymalizacji w trzech wymiarach: społecznym, ekologicznym i ekonomicznym. W wymiarze ekologicznym zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju działalność przedsiębiorstw może przybierać różnorodne strategie. Kurt A. Detzer wskazuje trzy drogi tworzenia „zrównoważonego przedsiębiorstwa” w oparciu o: 1. Strategię efektywności – wykorzystanie dostępnych technologii dla poprawienia skuteczności działania. 2. Strategię innowacyjności – wdrażanie wydajniejszych technologii. 3. Strategię substytucji – działania prewencyjne, niedopuszczanie do pojawienia się problemu. Do strategii prewencyjnych zaliczyć można DFE (*Design for Environment*), *ekologicznie innowacyjny rozwój produktu*, strategię *refabrykacji i regeneracji produktów* (B. Rosemann). Kolejną strategią prewencyjną jest „czystsza produkcja”, program rozwijający się w Polsce w systemach zarządzania środowiskowego od 1990 roku. Obecnie w naszym kraju coraz częściej przedsiębiorstwa decydują się na wdrażanie zintegrowanych systemów zarządzania, w których zarządzanie środowiskowe oparte na normach z grupy ISO 14 000 stanowi jeden z głównych elementów strategii rozwoju. Warto się zastanowić czy jest to właściwa droga rozwoju „zrównoważonego przedsiębiorstwa” i jaki jest stopień aplikacji zasad zrównoważonego rozwoju do praktyki życia gospodarczego.

Andrzej LASKOWSKI

**ZAGADNIENIE MORALNOŚCI PRACY LUDZKIEJ.
CAŁA KŁOPOTLIWOŚĆ PYTANIA O ZNACZENIE, SENS, SEDNO
WRESZCIE O SAMĄ DEFINICJĘ PRACY.....**

**THE MORALITY OF HUMAN LABOUR.
THE PERPLEXING QUESTION OF THE MEANING, SENSE, NATURE AND,
EVENTUALLY, THE DEFINITION OF LABOUR...**

Samo już postrzeganie pracy, jako kwestii filozoficznej, może nastroić trudności, a chcąc jeszcze doszukać się w niej moralności, w której zawiera się właśnie kwintesencja owego pojęcia, komplikuje tę sytuację jeszcze poważniej. Dlatego postanowiłem sięgnąć do dorobku naukowego takich myślicieli, jak: Arystoteles, św. Tomasz z Akwinu, papież Leon XIII, kard. Stefan Wyszyński, Józef Tischner, Czesław Strzeszewski, Józef M. Bocheński, Mieczysław Gogacz oraz Jan Paweł II.

Postawmy pytanie wyjściowe: W jakim sensie praca ludzka stanowi moralną powinność człowieka? A może, w jakim sensie stanowi „powołanie” – w co najmniej dwóch znaczeniach: jako oczekiwana z zewnątrz, że coś zostanie uczynione i jako powinności, a nawet potrzeby wewnętrznie przeżytej?

Praca jest dobrem człowieka – dobrem jego człowieczeństwa – przez pracę bowiem człowiek nie tylko przekształca przyrodę, dostosowując ją do swoich potrzeb, ale także urzeczywistnia siebie, jako człowieka, a także poniekąd bardziej staje się człowiekiem. Dlatego człowiek przez swoją pracę powinien dążyć do doskonałości, jego siły są jednak ograniczone i tej doskonałości nigdy nie osiągnie. Uniemożliwienie to wynika bezpośrednio z ograniczenia jego umysłu i ograniczoności przyrody. Stąd praca musi stanowić środek do osiągnięcia pełni godności i człowieczeństwa, które leżą w granicach możliwości ludzkich.

Nie wystarczy jednak to klasyczne, a może dziś banalne stwierdzenie, że istotą obowiązku moralnego pracy jest doskonalenie się człowieka. Przyczyną, z której wynika to dążenie człowieka do wspaniałości, jest z pewnością konieczność doskonalenia samego siebie, leżąca w naturze wszystkich stworzeń. Ponieważ człowiek jest istotą złożoną z elementów materialnych i duchowych, jego zobowiązanie doskonalenia się rozszerza się poza sferę fizyczną, do poziomu intelektualnego i moralnego. Ostatecznie, bowiem celem pracy: jakiegokolwiek pracy spełnianej przez człowieka – choćby to była praca najbardziej „służebna”, monotonna, w skali potocznego wartościowania wręcz upośledzająca – ale i bankiera, handlowca, przemysłowca – pozostaje zawsze sam człowiek. W konsekwencji praca

również sama w sobie, jako powinność naturalna, stanowi także powinność moralną człowieka, w każdym ze swoich aspektów.

Zamierzeniem niniejszych rozważań poświęconych pracy ludzkiej, będzie wskazanie jej często pomijanego, aczkolwiek nieodzownego w zrozumieniu jej konieczności oblicza moralnego. Będę stawiał pytanie: czy jest prawdą rozpowszechnione przekonanie, że głównym motywem działań przedsiębiorcy (jego pracy) jest zysk? Jak rozliczne sensy może mieć działalność ekonomiczna? Także sensy filozoficzne, a nawet religijne? Przekonany jestem, że nabiera się do tego prawa w wyniku doświadczenia, które nie jest mi obce, jak i wszechstronnego zrozumienia, które zwłaszcza w tym przypadku musi być wzajemne.

Anna LEWICKA-STRZAŁECKA

Polska Akademia Nauk

Warszawa

ZARZĄDZANIE KONFLIKTEM INTERESÓW: UŚWIADAMIANIE, UNIKANIE, UJAWNIANIE

Konflikt interesów, rozumiany jako zobowiązanie jednostki lub organizacji do podwójnej lojalności, występuje na wszystkich poziomach życia społecznego i gospodarczego. Chociaż jest on wpisany w sposób naturalny w ludzką kondycję i towarzyszył człowiekowi od zarania dziejów, to rozwój cywilizacyjny, a w szczególności gospodarczy znacznie poszerzył pole jego występowania. Przyczyniło się do tego między innymi, uwikłanie w działalność komercyjną pewnych profesji i ról społecznych, obdarzanych tradycyjnie społecznym zaufaniem. Współcześni naukowcy wynagradzani przez biznes za pełnienie funkcji konsultantów narażają się na sprzeniewierzenie się podstawowej wartości jaką dla badań naukowych stanowi niezależność. Współczesny lekarz nie może nieść pomocy pacjentom bez korzystania z produktów przemysłu farmaceutycznego, jednak swoisty kontakt z tym przemysłem stwarza pokusę faworyzowania określonych specyfików w reakcji za uzyskane wsparcie. Parlamentarzyści tworzący prawo bywają związani z przedsięwzięciami biznesowi, których powodzenie zależy od kształtu tego prawa. Konflikty interesów występują zarówno w sferze publicznej jak i w prywatnym biznesie i obejmują całą gamę różnorodnych sytuacji.

W literaturze z zakresu etyki biznesu destrukcyjna rola konfliktu interesów była wielokrotnie podkreślana i potwierdzana za pomocą wielu przykładów. W praktyce funkcjonowania instytucji publicznych oraz prywatnych firm wprowadza się różne

instrumenty mające na celu ograniczenie występowania sytuacji konfliktu interesów bądź łagodzenia jego skutków, aczkolwiek wiele jeszcze pozostaje do zrobienia.

Analiza teorii oraz dotychczasowych działań wskazuje na trzy podstawowe sposoby radzenia sobie z konfliktem interesów: uświadamianie, unikanie, ujawnianie. Przedmiotem referatu będzie pokazanie na czym polegają te sposoby, jakimi okolicznościami są uwarunkowane oraz jakie są ich ograniczenia. Główna teza referatu głosi, że sposoby te odpowiednio zrównoważone powinny tworzyć całościową politykę zarządzania konfliktem interesów.

Inga MIZDRAK

Uniwersytet Ekonomiczny
Kraków

**ODPOWIEDZIALNOŚĆ „PRZED CZYNEM”, „PO CZYNIE” ORAZ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ „ZA” JAKO DWUGŁOS W MYŚLENIU O
ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW**

**RESPONSIBILITY "BEFORE ACTING", " AFTER ACTING" AND
RESPONSIBILITY "FOR" AS A DIALOGUE IN THINKING ABOUT
RESPONDIBILITY IN COMPANIES**

Tematem niniejszej refleksji jest odpowiedzialność, która spośród wielu ontycznych warunków jej aktualizacji (np. odpowiedniej kwalifikacji etycznej, dyspozycji intelektualnej, czy racjonalności działania), zakłada przede wszystkim wolność, która konstytuuje wszelką aktywność podmiotów, zarówno osobowych, jak i formalno-prawnych. Oddziałuje przeto w specyficzny sposób na kształtowanie wewnętrznej struktury jednostki ludzkiej czy organizacji.

Próba, jaką podjęto, to przede wszystkim dookreślenie kategorii odpowiedzialności, w oparciu o najważniejsze intuicje Romana Ingardena i Karola Wojtyły i przyjrzenie się ich koncepcjom pod kątem możliwej aplikacji do współczesnego pojmowania etycznego przedsiębiorstwa. Okazuje się bowiem, że ingardenowskie filozoficzne rozróżnienia na odpowiedzialność „przed czynem” i „po czynie” oraz wojtyłowska odpowiedzialność „za” kogoś i za samego siebie, mogą służyć za swoisty „elementarz” w rozmaitych formach zarządzania i w podejmowaniu strategii biznesowych.

Głównym przedmiotem dociekania staje się kwestia wskazania, iż współczesna polaryzacja stanowisk w kwestii odpowiedzialności przedsiębiorstw (choć poparta siatką

złożonej argumentacji) jest w gruncie rzeczy dość jałowa, a może nawet pozorna. Istotne bowiem jest nie to czy i jaką osobowość posiada spółka, ale co jest istotą jej odpowiedzialności i co jest jej podstawową odpowiedzialnością.

Tadeusz OLEWICZ
Uniwersytet Opolski

ODPOWIEDZIALNOŚĆ DZIENNIKARZY ZA JAKOŚĆ DEBATY PUBLICZNEJ

THE JOURNALIST'S RESPONSIBILITY FOR THE QUALITY OF PUBLIC DEBATE

Podatność obywateli na manipulację stanowi zagrożenie dla demokracji. Podczas, gdy perswazja jest konstytutywną cechą porządku demokratycznego, to manipulacja – zwyrodniała postać perswazji – jest symptomem politycznej alienacji. Ponieważ najlepszym (prawdopodobnie jedynym) zabezpieczeniem przed manipulacją jest wysoki poziom kultury erystycznej obywateli, przeto jej upowszechnianie, wyrabianie „smaku erystycznego” stanowi warunek konieczny postępu demokratycznego.

Ludzie mediów, mają w tym zakresie obowiązki zapisane – chociaż nie wszystkie *expressis verbis* – w kodeksach etycznych. Zgodnie z nimi dziennikarze mają przestrzegać reguł racjonalnej dyskusji, kierować się zasadami „komunikacji wolnej od przemocy”, unikać nielojalnych forteli erystycznych i piętnować tych, którzy po nie sięgają.

Do zadań dziennikarza należy organizowanie i prezentowanie debaty publicznej, przy czym jest on zobowiązany do bezstronności i obiektywizmu.

Sprawdzeniem bezstronności dziennikarza jest jego stosunek do osób żywiących przekonania, których on nie podziela. „Nie jest rzeczą dziennikarza wpływanie na treść wypowiedzi, powinien on jednak tak wywiązywać się ze swojej roli inicjatora i moderatora debaty, by stanowiska i pozycje jej uczestników były przedstawiane w sposób najbardziej zrozumiały i czytelny dla odbiorców.” (*Zasady etyki dziennikarskiej w TVP SA*, s. 137) Zatem dziennikarz powinien przeciwdziałać manipulacji, próbom zaciemniania lub tuszowania, czyli ukrycia treści niewygodnych dla polemisty. Powinien interweniować i ujawniać wszelkie próby przemycenia tez pozbawionych uzasadnienia, w szczególności powinien zwracać uwagę na pseudouzasadnienia i na wypowiedzi nierelevantne. Słowem, powinien dbać o czystość komunikacyjnego przekazu, o jego logiczną i metodologiczną poprawność.

Ponieważ odbiorca niemal zawsze nie ma możliwości konfrontacji treści sądu z jego przedmiotem, podejmując decyzję o akceptacji lub odrzuceniu sądu, może kierować się oceną jakości jego uzasadnienia, poprawności argumentacji. Może, jeśli posiada odpowiednie kompetencje logiczno-erystyczne. Na ogół jednak niezbędną jest mu pomoc dziennikarza-

moderatora. Z uwagi na to, że o jakości demokracji w dużym stopniu decyduje efektywność debaty publicznej, w mediach misyjnych powinna ona mieć charakter wzorcowy. To, czy będzie taka, uzależnione jest od kompetencji i zaangażowania dziennikarzy.

Barbara POGONOWSKA
Uniwersytet Ekonomiczny
Poznań

KRYTERIA RACJONALNOŚCI GOSPODARKI GLOBALNEJ THE CRITERIA OF GLOBAL ECONOMY' S RATIONALITY

Kategorię racjonalności gospodarowania pojmuję jako obecny w teoriach ekonomicznych układ wartościujących przekonań, który rozstrzyga o sposobie, w jaki określony zespół norm i dyrektyw regulujących sferę gospodarowania spełnia – lub mógłby spełniać – uprzednio wyróżniony, a zarazem uznany za podstawowy (nadrzędny) cel funkcjonowania tej sfery. W przypadku gospodarki globalnej wskazanie na ów układ wartości wiąże się z rozpoznaniem w warstwie przedmiotowej teorii globalizacji pozytywnie wartościowanych stanów rzeczy sfery społecznej, które (w ślad za teoriami z zakresu makroekonomii) winny być określane mianem „dobra ogółu” globalnej „pomyślności ekonomicznej” bądź – z perspektywy koncepcji innych dyscyplin – mianem przyzwoitego dobrego gospodarującego społeczeństwa. Natomiast rekonstrukcja kryteriów tak pojmowanej kategorii racjonalności wiązać się będzie z dotarciem do założeń normatywnych o charakterze „głębszym”, stanowiących filozoficzno-socjologiczny fundament wspomnianych teorii ekonomicznych. Podstawą tych zabiegów będą stanowiły m.in. prace J. Stiglitz, D.S. Landes, F. Jamesona, G.A. Akerlofa i R.J. Shillera, Z. Baumana.

Aleksander POPOŃCZYK
IPOPEMA Business Consulting Sp. z o.o.
Warszawa

ETYKA BIZNESU A CYWILIZACJA ŁACIŃSKA BUSINESS ETHIC AND LATIN CIVILIZATION

Obecny kształt etyki biznesu, jako dyscypliny naukowej, zastanawia niejednoznacznością jej przedmiotu i metody. Czy jest to klasyczna etyka szczegółowa, badająca dobro w pewnych ludzkich działaniach przy pomocy metody identyfikacji przyczyn,

czy też część nauk o zarządzaniu, czy wreszcie socjologii? Skąd ten harmider etyk i problem w systematyzacji? Wydaje się, że pewnym wyjaśnieniem tego problemu może być rozważenie źródeł etyki biznesu w kontekście cywilizacyjnym miejsca i czasu jej powstania oraz późniejszej jej ewolucji.

Korzenie nowoczesnej etyki biznesu sięgają początków XVIII wieku, kiedy to w Anglii zaczęto przeciwstawiać sobie ludzi cnotliwych (men of virtues) i ówczesnych biznesmenów (men of business), trudniących się głównie handlem. Znać było, że pewne deficyty moralne były ewidentnie postrzegane jako zagrożenie wymagające przeciwdziałania. Identyfikacja ta, co jest istotne, miała miejsce w kręgu cywilizacji łacińskiej (opierając się na systematyce prof. F.Konecznego). Była to zatem naturalna, organiczna reakcja współobywateli na pewną realną rzeczywistość wymagającą działań naprawczych i dotyczyła usprawnienia jednostek przez rozwój sumienia, jako aktu intelektu wyprowadzającego dobro z obiektywnej prawdy.

Wraz z podbojem Ameryki Północnej, jak również rewolucją przemysłową, problem deficytów moralnych zaczął się nasilać. Co gorsza, zarówno w „starej” Europie, jak i USA, nastąpił regres cywilizacji łacińskiej na rzecz bizantynizmu, turańszczyzny, barbarzyństwa czy trybalizmu. W efekcie, do przeciwdziałania społecznemu upadkowi moralnemu, który jest hamulcem rozwoju, rozpoczęto aplikować recepty środków zaradczych z różnych porządków cywilizacyjnych. Stąd wzięła się moda na złote recepty postępowania, na korporacyjne kodeksy zawierające sankcje, czy też ustawy dotyczące moralności.

Jako że nie ma syntezy między cywilizacjami, bo nie można być cywilizowanym na dwa sposoby, nie mogła się wykrystalizować jedna wizja etyki biznesu, jeżeli jej ujęcia były rozwijane przez ośrodki nie podzielające wspólnych poglądów na quincunx (dobro, prawdę, zdrowie, bogactwo i piękno). Wydaje się, że właśnie w tym – czyli w koniecznej walce cywilizacji – tkwi źródłowa przyczyna niespójności etyki biznesu. Zaś wnioskiem, który z tego wypływa jest konieczność nauczania zasad etyki biznesu z uwzględnieniem zależności cywilizacyjnych. W przeciwnym przypadku może powstać konfuzja i przeświadczenie o subiektywności i relatywizmie zasad moralnych, względnie o nieadekwatności propozycji do konkretnych problemów dnia dzisiejszego, tu i teraz.

Barbara PRZYBYLSKA-CZAJKOWSKA
Politechnika Śląska
Gliwice

**FILOZOFICZNE I SOCJOLOGICZNE ASPEKTY KONCEPCJI
SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW**

**PHILOSOPHICAL AND SOCIOLOGICAL ASPECTS OF THE CONCEPTION
OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Analizę filozoficznych i socjologicznych aspektów koncepcji Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw należy rozpocząć od stwierdzenia istnienia dwóch jej poziomów: poziomu artykulacji założeń i zasad koncepcji, czyli poziomu powierzchni, oczywistości, naoczności, oraz poziomu głębokiego, ukrytego, może także nieświadomego koncepcji. Dostęp do niego odkrywa się dopiero wtedy, gdy próbujemy odpowiedzieć na pytanie: jak możliwa jest społecznie odpowiedzialna działalność przedsiębiorstw? Jakie są jej filozoficzne, ontologiczne, socjologiczne przesłanki? Dodatkowym warunkiem, który należy spełnić, aby odkryć ów głębszy wymiar analizowanej koncepcji, jest brak dystansu lub raczej poważne, serio potraktowanie koncepcji. Wtedy dopiero można dokonać próby rekonstrukcji tej rzeczywistości, którą zakłada i którą w ten sposób postuluje koncepcja SOP.

Koncepcja Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, w postaci, w której funkcjonuje w literaturze przedmiotu, a także w praktyce społecznej, rozszerza sferę wolności, z wolności dysponowania zyskiem, na wolność wyboru metod, narzędzi, sposobów osiągania przez przedsiębiorstwo zysku. Dzieje się tak, gdyż zarówno sam zysk jak i metody jego produkcji stają się przedmiotem odpowiedzialności przedsiębiorstwa.

Ciekawym filozoficznie wątkiem koncepcji jest dokonujące się uobecnienie w niej przyszłości. Przyszłość aktualizowana jest na gruncie koncepcji SOP jako odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec tzw. milczącego interesariusza, którym jest środowisko naturalne. Reprezentuje ono interesy przyszłych pokoleń, warunki jego życia, czyli po prostu przyszłość.

Proponowana w ramach omawianej koncepcji redefinicja przedsiębiorstwa jako sieci interesariuszy i wymóg rozszerzenia odpowiedzialności na interesariuszy, zmienia ontyczną postać, w której na gruncie tej koncepcji, funkcjonuje zarówno przedsiębiorstwo, jak i społeczeństwo. Przedsiębiorstwo staje się społecznie i historycznie zmiennym przedmiotem umowy społecznej, a nie jak dotąd a-historycznym i a-społecznym bytem, tak oczywistym, że nie podlegającym dyskusji, staje się prawdziwie społeczną instytucją. Społeczeństwo zaś zostaje pojęte jako wspólnota – podmiot owej umowy.

Rzeczywistość społeczna zrekonstruowana z uwzględnieniem warunków, po spełnieniu których możliwa jest społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwo, okazuje się bardzo odmienna od naszej. Koncepcja Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw okazuje się być pewną wizją – projektem – bardziej sprawiedliwej, bardziej ludzkiej, bo poszerzającej sferę wolności – rzeczywistości społecznej.

Przemysław ROTENGRUBER
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza
Poznań

GOSPODAROWANIE, ANARCHIA, ETYKA. WPROWADZENIE DO NOWEJ TEORII BIUROKRACJI

ECONOMY, ANARCHY, ETHICS. INTRODUCTION TO THE NEW THEORY OF BUREAUCRACY

Trudno dyskutować z twierdzeniem, iż gospodarowanie jest integralną częścią praktyki społecznej. Jest integralną częścią tejże praktyki, ponieważ pociąga za sobą wymóg współpracy gospodarczych rywali z otoczeniem, z upoważnienia którego działają. Owszem, czynni uczestnicy rynku mogą wybierać konfrontację, zwracać się przeciwko społeczeństwu w imię celów partykularnych. Przyłapani na tym procederze muszą jednak liczyć się z tym, że ich ofiary będą wymierzały im kary. Historia dostarcza wielu przykładów społecznej reakcji na zło, źródłem którego jest wolna przedsiębiorczość. Kierując się jej wskazaniem w analogiczny sposób zapytać trzeba o zło, którego sprawcą jest państwo opiekuńcze. Badanie, o którym mowa wymaga odróżnienia czynników inicjujących jego powstanie, od tych określających sposób jego funkcjonowania. Państwo opiekuńcze od swych początków zmierzało do ustanowienia własnych kryteriów politycznej poprawności. Te kryteria rozmywały (instytucjonalnie, kompetencyjnie, kadencyjnie) odpowiedzialność za jego poczynania, czyniły z zasady jawności życia publicznego przedmiot dysponowania jego włodarzy. W zamian opiekun rozłożył opiekę nad tymi, którzy powierzyli mu swój los. To znaczyło wiele. Gospodarz chroniony przez państwo, obdarowany przez nie obywatel, na ogół godził się z utratą części ich wolności. Tymczasem ich położenie uległo zmianie. Z beneficjentów – w tempie błyskawicznym – przeistaczają się oni w ofiary organizacji tyleż opresyjnej, co niewydolnej (politycznie i) gospodarczo. Poczucie krzywdy wywołuje ich sprzeciw. Związana z tym niewiadoma dotyczy alternatywy dla postaw anarchistycznych: (1) motywów skłaniających jednostkę do sprzymierzenia się ze społeczeństwem przeciwko nieodpowiedzialnemu państwu, oraz (2) trwałości jego struktur biurokratycznych.

Julita SOKOŁOWSKA

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego
Warszawa

**AUGUSTYN Z HIPPONY WE WSPÓŁCZESNEJ ORGANIZACJI
AUGUSTINE OF HIPPO IN THE MODERN ORGANIZATION**

„Wszyscy więc według swych zadań i celów mają swe wyznaczone miejsce w pięknie wszechświata i dlatego nawet to, co w oderwaniu przeraża nas, zupełnie nas zadowoli, jeśli to będziemy rozpatrywać na tle całości. Przecież nie możemy oceniać budowli jedynie na podstawie jednego kąta, urody człowieka tylko na podstawie włosów, dobrego mówcy jedynie na podstawie ruchu rąk, a obrotu księżycy na podstawie oglądanych przez trzy dni niektórych jego postaci. Jeśli bowiem chcemy wydać słuszny sąd o rzeczach, które dlatego są niższego rzędu, że choć doskonałe jako całość, składają się z niedoskonałych części, czy to piękno ich odczuwamy w spoczynku, czy w ruchu, winniśmy je rozpatrywać jako całość. Prawdziwy bowiem nasz sąd, czy dotyczy całości, czy części, jest piękny. Przecież jeśli sądzimy prawdziwie, sąd nasz wznosi się ponad cały świat, a nie tkwi w jakiejś jego części” [św. Augustyn, *Dialogi filozoficzne*, 1999: 791-2].

Czy powyższy cytat byłby użyty przez Augustyna z Hippony do opisu dzisiejszej organizacji? W opracowaniu przyjęto założenie, że istnieje możliwość wykorzystania myśli św. Augustyna w ramach współczesnej teorii i praktyki zarządzania, mimo że zostały wyrażone na przełomie IV i V wieku i w odniesieniu do odległej dziedziny. Opracowanie stanowi zbiór rozważań na temat możliwości zastosowania refleksji św. Augustyna na gruncie teorii i praktyki organizacji i zarządzania. W pracy przedstawione są wnioski pochodzące z analizy spuścizny Autora – po odpowiednim dostosowaniu ich do aktualnych warunków otoczenia oraz po przetłumaczeniu na współczesny język organizacyjny – oraz propozycja ubogacenia nimi obszaru badań nad organizacją, na przykład, w zakresie projektowania zasad funkcjonowania organizacji czy też w poszukiwaniu wskazówek do rozwiązywania szczegółowych problemów organizacyjnych.

Wizja świata przedstawiona przez św. Augustyna jest niezwykle piękna i bogata w treści. Przykładowo, autor zwraca uwagę na zagadnienie obecności i wartości ideału, wzoru, dzięki któremu poznajemy to, co jest dobre: „Dlaczego nie miłujemy tego ideału, w którym poznajemy, co to jest dusza sprawiedliwa, ażebyśmy i my również mogli stać się sprawiedliwymi?” W opracowaniu podjęto próbę odnalezienia tego wzoru na gruncie teorii i

praktyki zarządzania, dokonania opisu świata organizacyjnego oraz relacji w nim zachodzących, zgodnie z wybranymi elementami wizji świata św. Augustyna.

Grzegorz SZULCZEWSKI
Szkoła Główna Handlowa
Warszawa

**PROBLEM IMPLEMENTACJI NORM MORALNYCH W NIEMIECKIEJ
EKONOMII I ETYCE GOSPODARCZEJ**

**PROBLEM OF IMPLEMENTATION OF MORAL NORMS IN GERMAN
ECONOMY AND BUSINESS ETHICS**

W Niemczech od z górą stu lat toczy się dyskusja o możliwościach i sposobach wykorzystania normatywnej funkcji etyki w rozwiązywaniu problemów, jakie stwarza życie gospodarcze. Uczestniczyli w niej zarówno ekonomiści z kręgu szkoły historycznej oraz twórcy ordoliberalizmu (Walter Eucken, Alfred Müller-Armack,) i społecznej gospodarki rynkowej (Wilhelm Röpke Ludwig Erhard) jak i etycy gospodarczy (P. Kosłowski, P. Ulrich, K. Homann, J. Wieland, H. Steimann).

Prezentacja ich stanowisk w sprawie implementacji norm moralnych w życiu gospodarczym ukazuje nam kilka możliwości, które pozwolą na przedstawienie najbardziej, wedle autora, skutecznego rozwiązania tego problemu w aktualnej sytuacji i na naszym rodzimym gruncie.

Jadwiga TOMCZYK-TOLKACZ
Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa
Jelenia Góra

**DOBRO WSPÓLNE CZY GRA RYNKOWA – REFLEKSJE NA TEMAT MISJI
MEDIÓW PUBLICZNYCH**

**THE COMMON GOOD WHETHER THE GAME MARKET – REFLECTIONS
ON THE MISSION OF THE PUBLIC MEDIA**

Misja bez pieniędzy to utopia, a pieniądze bez misji – to cynizm.

Adam Michnik

Media masowe (prasa, radio, telewizja, Internet) funkcjonują w życiu społecznym nie tylko jako środki komunikowania, ale i przedsiębiorstwa podlegające prawom rynku i jako takie stanowią przedmiot zainteresowania etyki biznesu. Twarde prawa rynku wymuszają troskę, a może raczej należałoby powiedzieć – walkę – o zysk i pozycję na rynku, co nie sprzyja dbałości o realizację wyższych wartości. W literaturze przedmiotu spotyka się podział na media teleologiczne, które preferują biznesowy aspekt działalności medialnej, są zorientowane na zysk i często, jak np. tabloidy, za nic mają wartości i normy moralne oraz media deontologiczne, będące instytucjami zaufania publicznego i jako takie powołane do działania na rzecz dobra wspólnego. Sądzę, że media publiczne, w tym zwłaszcza TVP, można określić jako instytucje etosowe, jako że dla olbrzymiej grupy odbiorców przekaz publicznej telewizji jest najbardziej wiarygodnym źródłem informacji i kształtowania przekonań na temat świata oraz formowania systemu wartości. Oferta programowa telewizji publicznej nie różni się znacząco od propozycji stacji komercyjnych: kilka seriali dziennie w tym niektóre zdecydowanie wiekowe), prawie każdego dnia filmy sensacyjne i zalew reklam – to codzienność. Ambitniejsze filmy fabularne, dokumentalne i programy mające walory edukacyjne pojawiają się w późnych godzinach wieczornych bądź w nocy. Stąd niezwykle ważne jest, by przyjrzeć się czy i jak TVP realizuje przyjętą misję społeczną oraz na ile służy ona dobru wspólnemu, a także czy dążenie do utrzymania wysokiej pozycji na rynku medialnym nie przekreśla deklarowanej „misyjności”.

Wagi problemu pogodzenia misyjności z troską o kondycję finansową mediów publicznych dowodzi fakt, iż Prezydent RP objął patronat nad odbytą 1 marca tego roku konferencją „Modele mediów publicznych w Polsce i Europie”, podczas której dyskutowano między innymi nad ustawowymi rozwiązaniami dotyczącymi telewizji publicznej. Minister administracji i cyfryzacji zadeklarował opracowanie do końca sierpnia projektu nowej ustawy medialnej, w której, jak stwierdził: „Musimy sprząc ze sobą kilka rzeczy: rozumienie uwarunkowań prawnych dla kultury i informacji funkcjonującej w różnych obiegach technicznych, rosnące znaczenie dostępu do domeny publicznej i zastanowienie się nad tym, jak traktujemy domenę publiczną, misję publiczną, a tym samym media publiczne, którym taką misję można zlecić i jak finansujemy takie projekty”. Mam nadzieję, że owe rozwiązania pozwolą na realizację ambitnej linii programowej przy zachowaniu płynności finansowej.

Halina ZBOROŃ
Uniwersytet Ekonomiczny
Poznań

ZAGADNIENIE WYBORU ETYCZNEGO W EKONOMII A PROBLEM OF ETHIC CHOICE IN ECONOMICS

Praktyka gospodarcza jest przedmiotem refleksji ekonomii i etyki gospodarczej, a problematyka dokonywanych przez jej uczestników wyborów dla obu tych dyscyplin stanowi z pewnością zagadnienie podstawowe. Dla badaczy podejmujących analizy interdyscyplinarne uwzględniające oba podejścia poważnym problemem jest konieczność uwzględnienia podwójnej motywacji podmiotu gospodarującego, który powinien zachowywać się racjonalnie i etycznie zarazem. W dyskusjach dotyczących zasadności odnoszenia oceny moralnej do działalności gospodarczej zagadnienie wyboru ujmuje się alternatywnie: albo podmiot gospodarujący zachowuje się racjonalnie albo etycznie. Traktowanie kwestii wyboru jako dylematu prowadzi do sytuacji, w której ekonomiści i etycy społeczni stają niejako po dwóch stronach barykady. Co więcej – etycy społeczni chcący bronić swego stanowiska muszą przedstawić na tyle ważne argumenty, aby mogłyby one stać się usprawiedliwieniem dla częściowej przynajmniej rezygnacji z korzyści możliwych do osiągnięcia przy bezwarunkowym respektowaniu podejścia racjonalnego. W prowadzonych w przestrzeni publicznej dyskusjach o etycznej odpowiedzialności podmiotów gospodarujących etycy stają się ‘głosem sumienia’, apelującym o dobrowolne podporządkowanie się zasadom uczciwości. Przy bardzo silnie oddziałującym mechanizmie dążenia do własnej korzyści apele te nie wywierają pożądanego wpływu na zachowania (racjonalnych) podmiotów.

W mojej ocenie przedstawione powyżej alternatywne podejście do zagadnienia wyboru jest z gruntu fałszywe. Jest ono konsekwencją zdominowania publicznego i naukowego dyskursu dotyczącego gospodarki przez neoliberalną retorykę współczesnej ekonomii. Przyjmowany w głównym nurcie ekonomii obraz człowieka i świata społecznego ma silne filozoficzne korzenie modernistyczne. Szczególne znaczenie mają dwa przekonania: pierwsze mówi o racjonalnej naturze świata i człowieka, drugie wyraża wiarę w scjentyistycznie pojmowaną moc nauki. Świat jest uporządkowany racjonalnie (racjonalizm ontologiczny), a jednostka działa racjonalnie dokonując wyborów korzystnych dla siebie (racjonalność decyzyjna). Taka wizja (dzięki sile perswazyjnej modernizmu) staje się punktem wyjścia dyskusji nad porządkiem świata. Gdyby jednak zakwestionować te założenia, w szczególności neoklasyczną koncepcję założenia o racjonalności podmiotu

gospodarującego, wtedy zagadnienie wyboru: działanie etyczne czy racjonalne nie musiałyby być traktowane alternatywnie.

Barbara ZIEBLIŃSKA
Politechnika Śląska
Gliwice

ETYCZNE WYZWANIA W ORGANIZACJI LĘKU THE ETHICAL CHALLENGES IN AN ANXIOUS ORGANIZATION

Życie współczesne włącza nas w zglobalizowane systemy kulturowe i globalizacyjne, przynoszące doświadczenie wykorzenienia i poczucie utraty kontroli nad różnymi sytuacjami życia codziennego. Powoduje to lęk, który występuje, gdy do bezpośredniego zetknięcia z niebezpieczeństwem nie doszło. Jest ono oddalone w czasie i przestrzeni. Pojawia się niewspółmierność między obiektywnym zagrożeniem a natężeniem lęku. Jest bardziej abstrakcyjny niż strach zwierząt, oderwany od obiektywnej rzeczywistości. Związany z naszą przyszłością, z oczekiwaniem tego, co ma nastąpić.

Stojąc wobec nieznanego, człowiek próbuje czas przyszły kształtować. Różne modele kulturowe pomagają człowiekowi rzutować się w przyszłość, dają gotowe struktury czynnościowe. Zwykle przyzwyczajamy się do tego, co nieznanne, wrastamy w stereotypy i wydaje się nam, że jest niemożliwe, aby w przyszłości mogłyby one nie obowiązywać. Pewność może zawieść i przez nieokreślony niepokój zaczynamy odczuwać, że przyszłość może ułożyć się inaczej, a napad lękowy jest zetknięciem z groźbą przyszłości.

Lęk w małych dawkach integruje aktywność i wzmacnia dynamikę, w dużych dawkach działa dezintegrująco, wywołuje działanie chaotyczne, bezcelowe, impulsywne lub prowadzi do porażenia aktywności grupy. W stanie lęku pozostajemy wówczas, dopóki ogarnia nas przeświadczenie, że pozbawieni jesteśmy wystarczającej wiedzy o tym, jak uniknąć niebezpieczeństwa; lęk jest rodzajem ostrzeżenia przed faktem, że to właśnie z powodu własnej ignorancji wystawiamy się na ryzyko bycia skrzywdzonym, zranionym czy upokorzonym. W lęku jest poczucie bezradności, które czyni nas niezdolnymi do rozpoznania obiektu, które pozwoliłoby przekształcić lęk w strach. Stan lęku zmusza nas do poszukiwania wiedzy, która powie, co robić i myśleć w obliczu nieznanego rodzaju zagrożenia.

Pojawia się pytanie, jak z opisanym stanem radzić sobie mają pracownicy w organizacji i wobec jakich wyzwań etycznych stają w codziennym rozwiązywaniu problemów, stawianych przez globalną organizację.