

# WPROWADZENIE

(wykorzystano fragmenty recenzji prof. zw. dra hab. Wojciecha Słomskiego)

Niniejsza praca oddawana do rąk czytelnika adresowana jest zarówno do teoretyków etyki biznesu, gospodarki i zarządzania, jak i praktyków życia gospodarczego i społecznego: przedsiębiorców, pracowników firm i organizacji. Powinna być pożyteczną lekturą dla studentów różnych kierunków studiów np. socjologii, politologii, ekonomii i zarządzania, Sądzymy, że może być interesująca dla tych wszystkich, którzy dążą do poznania, zrozumienia i konstruktywnego przekształcania bliższego i dalszego im otoczenia.

Ramy problemowe monografii są bardzo szerokie i ogniskują w sobie całokształt zagadnień związanych ze współczesnym gospodarowaniem i jego kontekstami - od problematyki edukacyjnej, poprzez etyczny wymiar poszczególnych sfer zarządzania, kulturowe uwarunkowania biznesu - po standardy odpowiedzialności i programy etyczne organizacji. Obecność w tomie autorów polskich i zagranicznych oraz interdyscyplinarny charakter prezentowanych prac badawczych posiada niewątpliwą wartość poznawczą i metodologiczną, co przyczyni się zapewne do dalszej integracji środowisk zajmujących się jakże aktualną obecnie problematyką etyki gospodarczej. Umożliwi również dokonanie w przyszłości nowych syntez w zakresie etyki biznesu rozpatrywanej na poziomie mikro (przedsiębiorcy, menedżera i pracownika), mezo (organizacji), makro (państwa) i na poziomie globalnym.

Publikację otwiera artykuł Anatola Bodanki i Henryka A. Kretka „Wstęp do etyki jako fundamentu interakcji w relacjach społeczeństwa z odpowiedzialnym biznesem i konsumeryzmem na początku XXI wieku”, stanowiący wprowadzenie do przedmiotu etyki w aspekcie historycznym.

**Pierwszy rozdział** monografii „Responsible business and consumerism challenges of the 21st century, Ответственный бизнес и потребительство вызовы 21-го века zawiera pięć artykułów. Jaroslava Kmecová w tekście “Ethic of project manager in non-profit organizations“, omawia pełną wyzwań etyczno-moralnych rolę i pozycję kierownika projektu, biorącego udział w przygotowaniu aplikacji, doborze współpracowników, realizacji zadania a w końcu jego rozliczenia i ewaluacji. Lucia Litvova i Silvie Ukorpova w tekście “Current trends of ethical education and business ethics” opisały swoiste wejście technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT information and communication technology) do edukacji. Autorki udowadniają, że odpowiednio zaplanowany *e-learning* pozwala na zastosowanie innowacyjnego podejścia do etyki biznesu. Daniela Fobelova i Daniel Fobel w artykule “Ethical counselling and CSR (in the context of ISO 26000)” zwrócili uwagę na znaczenie normy ISO 26000 obejmującej poszczególne aspekty etyczne i przejawy etycznego doradztwa, jak również istotną rolę społecznej odpowiedzialności biznesu. Kinga Lalowicz w tekście “Rights and obligations of the consumer as a party to a developer agreement” opisała prawa i obowiązki konsumenta jako strony umowy deweloperskiej, a także określiła najważniejsze uprawnienia nabywcy. Wśród obowiązków nabywcy wyróżniła przede wszystkim: zobowiązanie do spełnienia na rzecz dewelopera świadczenia pieniężnego na poczet ceny nabywanego prawa oraz nabycie tego prawa zgodnie z treścią zobowiązania zawartego w umowie deweloperskiej. С. А. Гоцелюк

(Sofija Aleksiejewna Goceluk), В. В. Ушаков (Władisław Wiktorowicz Uszakow) w artykule „Этические проблемы коммерциализации образования в России” ukazali problemy etyczne wynikające z komercjalizacji kształcenia w Rosji, gdzie gwałtowny – aż dwukrotny w ostatnich dwudziestu latach – przyrost ilości studentów wyższych uczelni, podobnie jak w Polsce, nie koreluje z infrastrukturą i jakością nauczania.

**Drugi rozdział** monografii „Etyka reklamy, marketingu, mediów i polityczny PR” zawiera jedenaście artykułów. Rozdział otwiera artykuł Pawła Czarneckiego „Ekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania mediów w Polsce”. Autor opisuje problematykę ekonomicznej zależności mediów (od reklamodawców, koncernów prowadzących działalność także na innych rynkach niż rynek medialny, wreszcie polityków decydujących o przydziale środków finansowych dla mediów publicznych) i wpływu tychże na ograniczenie niezależności w zakresie przekazu. Z kolei Maria Głowacka w opracowaniu „Etyka reklamy: operowanie konwencją czy jej przekraczanie?”, ukazuje mechanizmy funkcjonujące w reklamach; analizie zostały poddane wybrane przykłady przekazów pojawiających się na gruntach polskim oraz anglosaskim. Anna Jadachowska w tekście „Etyka w działaniach public relations jednostek samorządu terytorialnego” interesująco przestawiła oblicza PR poprzez odczarowanie zakresu pojęcia PR w aspekcie relacji samorząd a obywatel. W artykule pojawiają się autorskie przemyślenia, co jest jego cenną wartością dodaną. Artykuł Dominiki Popielec „Postawa mediów tradycyjnych i nowych mediów wobec Grupy Bilderberg” czyta się z dużym zainteresowaniem. To bardzo ważna, a przede wszystkim profesjonalna analiza tytułowej grupy. Halina Wasilewska z pozycji praktykującej pielęgniarce, przedstawiła „Wpływ reklamy na zmiany w zachowaniu dzieci”. Z kolei Martyna Wasiuta w tekście „Negatywny wizerunek PR w Polsce” opisuje i przywołuje przykłady tzw. „złych praktyk”. Katarzyna Wieczorek autorka artykułu „Reklamy i marketing w konsumpcyjnej rzeczywistości - etyka, problemy, wyzwania” słusznie zauważa, że niezwykle istotne jest by firmy nie tylko wychodziły naprzeciw oczekiwaniom społecznym, związanych z rzetelną informacją, lecz by również stosowały się do podstawowych zasad etycznych. Niestety wiele firm tworzy reklamy, które wykorzystują obawy i lęki jednostki, generując w niej coraz to nowsze i pozornie tylko niezbędne potrzeby. Z kolei Szczepan Wojdyła zadaje pytanie „Czy kampania wyborcza może być etyczna?”. W odpowiedzi na to pytanie sugeruje, by organizować akcje informacyjne, uczulające wyborców na to, by mniej zwracali uwagę na to jak partia „mówi”, a bardziej na to co „mówi”. Istotnym czynnikiem mogącym wywołać pożądane zmiany ku w poprawie sytuacji jest edukacja młodzieży, która – zdaniem autora – z pewnością zapoczątkuje w dalszej perspektywie czasowej. Damian Noremborg w tekście „Etyka w Public Relations” przybliżył zasady etyczne, które powinny być swoistym kodeksem postępowania dla osób pracujących w Public Relations oraz wskazał przykłady działań naruszających zasady etyczne.

Na **rozdział trzeci** niniejszej książki „Religia i biznes” składa się sześć artykułów. W pierwszym artykule Krzysztof Kawęcki podjął się dogłębnego omówienia problemu aksjologicznych źródeł korporacjonizmu chrześcijańskiego. Maria Kopsztein w drugim artykule rozdziału zatytułowanym „Lekcje etyki czy religii? Spór ideowy czy terminologiczny – refleksje wokół metod kształcenia” podejmuje się trudnego zagadnienia będącego przedmiotem sporów politycznych czy ideowych. Grzegorz Kubiński z kolei w tekście „Fetysz czy gadżet – problem estetyzacji religii” proponuje zwrócić szczególną uwagę na proces estetyzacji zjawisk i zachowań religijnych; stawia tezę o dającej się zauważyć różnicy pomiędzy traktowaniem religii jako fetysza w społeczeństwach industrialnych, a traktowaniem jej jako kulturowego „gadżetu”, w społeczeństwach

ponowoczesnych. Artykuł Marcina Pomarańskiego „<<iblijna przedsiębiorczość>> w XXI wieku na przykładzie amerykańskiej Religijnej Prawicy i jej teleewangelicznego imperium” stanowi próbę analizy współczesnych relacji pomiędzy religią a biznesem. Kolejny artykuł rozdziału to godne polecenia uwadze czytelnika i interesujące poznawczo opracowanie Renaty Siuda-Ambroziak na temat „<<Teologia sukcesu>>” w Brazylii – biznes religijny czy religia biznesu? Artykuł, oparty został w dużym stopniu na badaniach własnych autorki, stanowi próbę przedstawienia metod tak skutecznego (choć często dyskusyjnego) wcielania „teologii sukcesu” przez przywódców brazylijskich kościołów neopentekostalnych.

W ostatnim referacie zamieszczonym w tym rozdziale zatytułowanym „Sytuacja społeczno – gospodarcza świata w opinii Stolicy Apostolskiej za pontyfikatu Benedykta XVI” Macieja Strutyńskiego dokonał porównania różnych aspektów nauczania społecznego Kościoła Benedykta XVI i jego poprzedników, zwłaszcza Jana Pawła II, w odniesieniu do problemów współczesnego świata.

W **kolejnym rozdziale** tomu „Etyka zarządzania zasobami ludzkimi i etyczne przywództwo” zawarto pięć opracowań. W pierwszym artykule Ewelina Wiszczun skoncentrowała swoją uwagę na problemie koncepcja społecznej odpowiedzialności w świetle realizacji usług polityki społecznej. W artykule Zofii Dolewki „Etyczne aspekty funkcjonowania samorządu terytorialnego” przedstawiono obiektywny obraz poziomu zachowań etycznych w jednostkach samorządu terytorialnego w odniesieniu do standardów światowych. W rankingu korupcji zauważalna jest poprawa miejsca Polski, co wynika z zajmowanej pozycji na liście. Bowiem, jeżeli miejsce w rankingu jest constans, a wzrasta (nawet dwukrotnie) ilość państw objętych rankingiem (czyli wzrost populacji objętej badaniem), zatem wcześniej pozycja 43 na 90 badanych państw dała współczynnik 44 [43/90=44]. Przy miejscu 41 na 183 kraje uwzględnione w badaniu, ten współczynnik wynosi 22, zatem następuje poprawa, co wynika nie z relatywizowania danych, ale z interpretacji zjawiska na podstawie analizy przedmiotowego indeksu. Urszula Kostoń-Fusiarz w tekście „Etyczny wymiar przywództwa w organizacji” podaje bardzo ciekawe informacje o źródłach przywództwa w organizacjach na podstawie przeprowadzanych badań własnych autorki. Jacek Spindel w artykule „Johna Rawlsa zasada zróżnicowania i jej implikacje etyczne. Spojrzenie krytyczne”, podejmuje się krytycznej oceny jednej z zasad „Teorii sprawiedliwości” odrzucającej materialistyczny utylitaryzm, w zamian za to proponuje koncepcję godzącą interesy jednostek w imię dobra wspólnego. Autor artykułu polemizuje z tezami amerykańskiego filozofa, wskazując na niebezpieczne konsekwencje odejścia od zasady, wedle której jednostce przynależą się owoce jej pracy. Krytyka dotyczy etycznych oraz praktycznych skutków zastosowania Rawlowskiej doktryny sprawiedliwości społecznej.

**Piąty rozdział** „Standardy zarządzania organizacjami” zawiera pięć artykułów. Rozdział otwiera artykuł Barbary Zięblińskiej – „Moralne dylematy fachowca we współczesnej organizacji”. Autorka stawia pytanie: jakie miejsce zajmuje fachowiec, człowiek, który dąży do jak najwyższej jakości, dobrze wykonujący pracę dla samego dobrego jej wykonania. Okazuje się, że zdolność konkretyzacji problemu, refleksja nad problemem oraz rozszerzenie istoty problemu, czyli największe zdolności fachowca, mogą znaleźć wsparcie w instytucjach, które wyrzekną się skłonności do konkurowania i zaczną budować więzi oparte na lojalności pracowników. W kolejnym artykule Tomasz Kondracki i Mirosław Szulczyński wieloaspektowo opisują problematykę wyzwań dla Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie w perspektywie integracji z Unią Europejską i Globalizacji Światowej”. Olgierd Sroczyński w tekście „Konsumpcjonizm i kultura

zadłużenia. Etyczne aspekty polityki gospodarczej i cyklu koniunkturalnego” przeanalizował natomiast związki pomiędzy kierunkami polityki gospodarczej (ze szczególnym naciskiem na politykę finansową), a kryzysami finansowymi w kontekście konsumpcjonizmu i kultury zadłużenia. Następnie dogłębnie prześledził związki pomiędzy państwowym interwencjonizmem gospodarczym, doktryną redystrybucji dobrobytu społecznego i konsumpcjonizmem, definiowanym jako wzrost preferencji czasowej, a także wpływ tych zjawisk na powstawanie cyklu koniunkturalnego.

Na **szósty rozdział** – „Odpowiedzialność biznesu w aspekcie międzykulturowym” składają się cztery artykuły. Andrzej Kiepas podejmuje kwestie związane z upowszechnianiem idei społecznej odpowiedzialności organizacji gospodarczych, której towarzyszą różne problemy natury teoretycznej i praktycznej, a te z kolei zostały szerzej opisane wraz z konsekwencjami jakie są z nimi związane. W artykule Szymona Książkowskiego „Indeks giełdowy a zmiana władzy”. Przedstawiono badania autora, które można uznać za pionierskie, co stanowi wartość dodaną pracy. W artykule Iwony Sobieraj „Międzykulturowe wyzwania dla etyki biznesu”, omówiono czynniki wpływające na wzrost znaczenia kompetencji międzykulturowych na rynku pracy oraz skutki tej zmiany dla pracodawców i pracowników. W pierwszej części artykułu omówione zostały zawilości w komunikacji międzykulturowej pojawiające się wraz z internacjonalizacją gospodarki oraz rolę kompetencji międzykulturowych w pokonywaniu tych trudności. W drugiej części odniesiono się do zakresu i form kompetencji międzykulturowych wykorzystywanych przez pracowników i pracodawców z województwa śląskiego na jakie napotykają oni we współpracy z obcokrajowcami. Sylwia Steinerowska i Izabela Bieniek w artykule „Czynniki kształtujące rozwój przedsiębiorstw społecznych w Polsce” skoncentrowały się na wybranych aspektach funkcjonowania przedsiębiorstw społecznych i wyróżniły czynniki kształtujące możliwości rozwoju tychże w Polsce.

W **rozdziale siódmym** „Odpowiedzialność w relacjach biznesu z konsumentem” zawarto siedem artykułów. Radosław Kossakowski w artykule „Koniec egalitaryzmu? Współczesna piłka nożna a uwarunkowania biznesu i kultury konsumpcyjnej” udowadnia, że piłka nożna jest coraz bardziej zależna od korporacyjnego sponsoringu i mediów. Autor dokumentuje, że nierówny dostęp do środków powoduje powstanie centrum, półperyferii i peryferii. Małgorzata Durzewska w artykule „Kultura - zaufanie – biznes” zaprezentowała podziały społeczne w Polsce w okresie PRL. co można odnieść do reprodukcji tych podziałów na początku XXI wieku. W kolejnym artykule zawartym w tomie, Agnieszka Łukasiewicz-Kamińska dogłębnie zbadała temat: „Odpowiedzialne pożyczanie i kredytowanie”. Trzeba przyznać, że tytułowa problematyka została dogłębnie zbadana. Artykuł Anny Sławińskiej „Era kryzysu państwa opiekuńczego?” zawiera bardzo wiele cennych i trafnych spostrzeżeń autorki. Opisany został paradoks postawy roszczeniowej obywatela wobec instytucji państwa, przy nikłym osobistym jego zaangażowaniu w partycypację w system finansowany państwa, a szczególnie w obliczu redystrybucji dóbr. Z kolei Jarosław Legięć w tekście „Czy w etyce biznesu jest miejsce dla kłamstwa” zaproponował rozważania tischnerowskiej filozofii etyki pracy.

Niniejszy tom składa się 46 opracowań, studiów i prezentacji o interdyscyplinarnym charakterze. Poszczególne prace cechuje zmienny stopień nowości poznawczej, wszystkie charakteryzują się jednak niezmiennym dążeniem do problemowego ujęcia i przyszłościowej orientacji, z reguły formułowane są więc użyteczne wnioski i rekomendacje na przedmiotowy temat. Prace różnicuje stopień dojrzałości metodologicznej i naukowej (ich wykonawcami są naukowcy o różnym statusie (zagraniczni i polscy profesorowie, doktorzy, doktoranci i magistry). Ta różnorodność ma