

Dr Jerzy Walkowiak

**IDEA DOBRA WSPÓLNEGO
W KONTEKŚCIE DOKTRYN SPOŁECZNO-
GOSPODARCZYCH
I DZIAŁALNOŚCI KORPORACJI
MIĘDZYNARODOWYCH**

Jerzy Walkowiak, *Idea dobra wspólnego w kontekście doktryn społeczno-gospodarczych i działalności korporacji międzynarodowych*, Pruszków 2024

Wydanie pierwsze

Dokument elektroniczny – w razie powstania egzemplarzy papierowych, dokument elektroniczny stanowi wersję pierwotną publikacji

Recenzja

dr hab. Anna Gołębiowska

dr Mariola Pytlak

Projekt okładki

Copyright by Authors and Wydawnictwo ANS 2025

Wydawnictwo Naukowe Akademii Nauk Stosowanych
im. Haliny Konopackiej
(Wyższej Szkoły Kultury Fizycznej i Turystyki im. Haliny Konopackiej)
ul Hubala 5, 05-800 Pruszków

ISBN: 978-83-63163-11-25

Pruszków 2025

Publikacja jest dostępna na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska (CC BY-NC-ND). Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych – nie przekształcać ani tworzyć nowych dzieł na podstawie tego utworu). Utwór należy oznaczać w sposób określony przez twórcę. Bez zgody właściciela prawa autorskich żadna część tej publikacji nie może być reprodukowana lub przekazywana w żadnej formie i żadnymi środkami elektronicznymi, mechanicznymi, za pośrednictwem fotokopiarek czy w inny sposób.

Spis treści

Wstęp	17
Rozdział I	
DOKTRYNY SPOŁECZNO-GOSPODARCZE A ETYKA ZARZĄDZANIA DZIAŁALNOŚCIĄ GOSPODARCZĄ	17
1. Społeczno - polityczna i gospodarcza doktryna ordoliberalizmu w Niemczech	17
1.1. Niemieckie wydanie idei „ordo”	18
1.2. Idea dobra wspólnego w kontekście niemieckiej ustawy zasadniczej	23
1.3. Reichstag Fostera – kryształowy pałac światła, rozumu i demokracji niemieckiej	25
2. Moralność i przedsiębiorczość z perspektywy amerykańskiego liberalizmu, demokracji i chrześcijaństwa	31
2.1. Fenomen konstytucji amerykańskiej wspólnoty	32
2.2. Pragmatyzm amerykański w służbie dobra wspólnego	36
3. Etyka gospodarcza z perspektywy Katolickiej Nauki Społecznej	44
3.1. Katolicki porządek życia społeczno-gospodarczego	45
3.2. Miejsce idei wspólnego dobra w rozwiązywaniu problemów gospodarczych	45
Rozdział II	
AKSJOLOGICZNE ASPEKTY W DEKLARACJACH MISJI ORGANIZACJI GOSPODARCZYCH	53
1. Wartości implikowane w deklaracjach	53
1.1. Wartości materialne	54
1.2. Wartości niematerialne	70
2. Miejsce idei dobra wspólnego w hierarchii wartości ponadnarodowych korporacji	79
Zakończenie	87
Bibliografia	96

Ponieważ wziąłem sobie za zadanie rozważyć, która z wszelkich wspólnot państwowych jest najlepsza dla ludzi mogących sobie życie urządzić w sposób jak najbardziej odpowiadający ich życzeniu, więc musimy przypatrzeć się innym ustrojom, które albo istnieją rzeczywiście w niektórych państwach uchodzących za dobrze się rządzące, albo też opracowane zostały przez pewnych teoretyków a spotkały się z uznaniem.

Arystoteles (2002, s. 48)

Wstęp

Analizując konstytucyjne podstawy funkcjonowania życia gospodarczego w Polsce dnia dzisiejszego nie sposób nie odnieść się do ich źródeł. W art. 20 Konstytucji RP czytamy, że społeczna gospodarka rynkowa oparta na wolności działalności gospodarczej, własności prywatnej oraz solidarności, dialogu i współpracy partnerów społecznych stanowi podstawę ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej.

Wydaje się, iż źródła te tkwią w trzech wyraźnie zarysowanych doktrynach społeczno-gospodarczych: społeczno-politycznej i gospodarczej doktrynie ordoliberalizmu niemieckiego, moralności i przedsiębiorczości postrzeganej z perspektywy amerykańskiego liberalizmu, demokracji i chrześcijaństwa oraz w etyce gospodarczej Katolickiej Nauki Społecznej. Innym, nie mniej istotnym źródłem, wydają się być odniesienia do „konstytucji” ponadnarodowych korporacji gospodarczych wchodzących na polski rynek od czasu politycznego przełomu. Tym, czym dla struktury państwa jest konstytucja - ustawa zasadnicza, tym dla przedsiębiorstw jest misja organizacji gospodarczej. Ta swoista „konstytucja firmy”, jak określa ją wielu badaczy, wyrażana jest publicznie poprzez deklarację misji.

Ustawa zasadnicza jest aktem prawnym o najwyższej mocy prawnej określającym między innymi podstawy ustroju gospodarczego (Żmigrodzki, Dziemidok-Olszewska, 2007, s. 26-27). Od strony formalnej takie cechy konstytucji jak szczególna treść oraz trwałość zbliżają misję organizacji do ustawy zasadniczej. Różni je najwyższa moc prawna przysługująca konstytucji państwa. Funkcje: normatywna, integracyjna oraz socjalizacyjna również upodobniają obydwie dokumenty. Konstytucja państwa podobnie jak misja organizacji wyznacza fundamenty kultury organizacyjnej danej wspólnoty w kontekście norm i wartości. Komparatystyka - ujęcie porównawcze, szukanie zależności, pokrewieństw, analogii pomiędzy doktrynami społeczno-gospodarczymi, misjami korporacji i konstytucjami państw jest podstawową metodą badawczą przyjętą w niniejszej rozprawie. Na jej potrzeby komparatystyka prawnicza widziana jest przez nas w bliskim związku z benchmarkingiem, metodą porównywania się do najlepszych w branży,

stosowaną w naukach o zarządzaniu. Mottem rozprawy są słowa jednego z pierwszych komparatystów doktryn politycznych – Arystotelesa, który przedmiotem swojej refleksji uczynił nie tyle wszystkie organizmy polityczne jego doby, lecz jedynie „uchodzące za dobrze się rządzące” (Banaszak, 2004, s. 24-25). Tak więc już od starożytności komparatystyka jest częścią badań naukowych i rozważań nad państwem i jego instytucjami. Oś współrzędnych naszych poszukiwań stanowić będzie *idea dobra wspólnego* postrzegana w kontekście tworzenia jurydycznych uwarunkowań działalności gospodarczej, jako tła dla realizacji owej idei w sferze praxis.

O ile pierwszy rodzaj źródeł jest stosunkowo znany, o tyle misje ponadnarodowych korporacji działających w Polsce nie są powszechnie znane. Zasady ich funkcjonowania w Polsce reguluje ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. Rozdział 6 traktuje o działalności oddziałów i przedstawicielstw przedsiębiorstw zagranicznych. W art. 85 czytamy, że „1. Dla wykonywania działalności gospodarczej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej przedsiębiorcy zagraniczni mogą, na zasadzie wzajemności, o ile ratyfikowane umowy międzynarodowe nie stanowią inaczej, tworzyć oddziały z siedzibą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zwane dalej oddziałami.” Zasady działalności gospodarczej przedstawione zostały w art. 17 i 18 wspomnianej ustawy. Brzmiały one następująco: „Przedsiębiorca wykonuje działalność gospodarczą na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszych interesów konsumentów.”, „Przedsiębiorca jest obowiązany spełniać określone przepisami prawa warunki wykonywania działalności gospodarczej, w szczególności dotyczące ochrony przed zagrożeniem życia, zdrowia ludzkiego i moralności publicznej, a także ochrony środowiska.”. Wyraźnie widać w powyższych tekstach intencję odniesienia się ustawodawcy z wielką troską do idei dobra wspólnego, jako wartości wysoko sytuowanej w aksjologicznym porządku życia społeczno-gospodarczego naszego kraju.

W ukazanych artykułach ustawodawca przedstawia nam wizję relacji występujących pomiędzy biznesem i społeczeństwem. Wizja ta nie wyklucza kontroli społecznej nad działalnością gospodarczą. Kontrola ta zbudowana jest na fundamencie apeli etycznych. Jednak aby zabezpieczyć się przed ewentualnym negatywnym wpływem działalności gospodarczej społeczeństwo dysponuje dwoma pozaetycznymi formami kontroli biznesu: prawo stanowione i prawa rynku. Interesujące wydaje się pokazanie wizji takich relacji od strony samego biznesu, od którego wymiernej działalności w poważnym stopniu zależy możliwość realizacji w praktyce idei dobra wspólnego.

W pierwszej części niniejszej rozprawy dokonamy autorskiego wglądu w esencję trzech wyżej wymienionych doktryn społeczno gospodarczych. W następnej kolejności przejdziemy do obszerniejszego przedstawienia miejsca idei dobra wspólnego w misjach przedsiębiorstw, ukazując ich system wartości i hierarchię, które odnaleźć możemy w konstytucjach firm. Powyższy cel zostanie osiągnięty za pomocą metody polegającej na analizie

wyselekcjonowanych deklaracji misji organizacji gospodarczych. Kryterium wyboru podstawowych źródeł, poszczególnych dokumentów, stanowi bogactwo ich formy i treści filozoficznych oraz skala działalności przedsiębiorstwa. Z reguły są to organizacje o światowym zasięgu działania – tzw. firmy globalne, mające w swych strukturach wiele międzynarodowych oddziałów, które charakteryzuje duże zróżnicowanie kulturowe. Podejmiemy badanie deklaracji misji następujących firm: Johnson & Johnson, IDG Poland S.A., Microsoft, Rab Karcher Energieservice, Coca-Cola Company, Avery Dennison, Tom's of Maine, Viterra Energie Services, Allianz, Ericsson.

Z praktycznego punktu widzenia prezentacja naszych badań służyć może pogłębieniu wiedzy na temat dużych organizacji gospodarczych, których oddziaływanie na jednostkę, społeczeństwo i naturę jest niebagatelne. Skala operacji gospodarczych, jakich dokonują te organizacje jest ogromna, w niejednym przypadku dysponują one zasobami porównywalnymi z potencjałami średniej wielkości państw. Dla przykładu warto wspomnieć, że w 1995 obroty General Motors wynosiły 169 mld dolarów, PKB Austrii wynosił w tym samym czasie 158 mld dolarów. Dysponując znaczącą „władzą” korporacje międzynarodowe od lat wpływają na kształt wielu sfer życia obywateli, w tym politykę i prawo. Ich wpływ na losy gospodarki światowej jest niebagatelny, gdyż są one traktowane jako podstawowy wzorzec do naśladowania dla mniejszych przedsiębiorstw. To wszystko sprawia, że duże organizacje gospodarcze są niepowtarzalnym przedmiotem badań naukowych, gdyż poprzez swoją działalność odnoszą się niejako do aksjologicznego wymiaru społeczno-gospodarczych doktryn. Te z kolei obecne są w ustawach zasadniczych, w tym w polskiej konstytucji.

Na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat nastąpiła w świecie wyraźna zmiana w postrzeganiu ponadnarodowych korporacji. Gdy blisko trzydzieści lat temu korporacje pojawiały się dopiero w wielu krajach, sądzono, że działają one poza wszelką kontrolą i stanowią potencjalne zagrożenie dla suwerenności państw narodowych. Uważano wówczas, że ich głównym celem jest rabunkowa gospodarka lokalnych społeczności i transfer zysków. Tak postrzegane wówczas obce koncerny były ponadnarodowymi organizacjami niosącymi zagrożenie z zewnątrz. Wydawało się, iż chwielejąc podstawami gospodarki krajów podkopują podstawy demokratycznych systemów władzy (Minus, 1995, s. 18).

Dzisiaj obraz ponadnarodowych korporacji wygląda pozytywnie. W pewnym stopniu jest to wynik działań z zakresu Public Relations. O korporacjach mówi się i pisze wiele. Rośnie wiedza ekonomiczna społeczeństw, w tym na temat znaczenia inwestycji zagranicznych. Ponadnarodowy biznes ukazuje się nam jako pozytywna, twórcza siła działająca na globalnym rynku. Domaga się on głosu w procesie decydowania o kształcie globalnego społeczeństwa. I tak np. koncern Grand Metropolitan twierdzi, że „transfer władzy” jest określeniem sposobu, w jaki kieruje on swymi interesami. Tę ideę promuje w swoim zaangażowaniu w życie społeczności, w których funkcjonuje. Ich celem jest, zdaniem kierownictwa, koncentracja wysiłków

i zasobów na tym, by umożliwić mniej uprzywilejowanym członkom społeczeństwa konkurowanie i zwycięstwo, podobnie jak umożliwiają to swoim pracownikom. Przekazujemy im władzę, jak twierdzi koncern (Minus, 1995, s. 22). To jednak wymaga społecznej odpowiedzialności biznesu. Ponadnarodowy biznes może stać się narzędziem wywoływania pozytywnych zmian społecznych także w naszym kraju.

W sytuacji występowania konfliktu pomiędzy podstawowymi wartościami z obszaru kultury organizacyjnej korporacji a podstawowymi wartościami i przywiązaniem do tradycji lokalnej społeczności, na której terenie firma inwestuje, koncern szuka partnerów biznesowych wśród lokalnych firm, dążąc do unifikacji wartości. Najczęściej robi to przez fuzje i przejęcia a także alianse strategiczne (Aniszewska, 2007, s. 50). Przykładem może być wykupienie przez koncern Coca Cola sztandarowego polskiego „cukiernika” – Wedla i sprzedaż produktów pod flagą tej lokalnej marki. Podobnie zrobił koncern Cadbury odkupując Wedla od Coca Coli. W powszechnej świadomości Wedel wydaje się być nadal polskim przedsiębiorstwem. Inne działanie mogłoby być postrzegane jako atak na lokalną kulturę i wartości narodowe.

Amerykański badacz i liberalny myśliciel zajmujący się zagadnieniami gospodarczymi, Adolph A. Berle, współtwórca teorii nazwanej *rewolucją menedżerów*, twierdzi że korporacje zyskały olbrzymią władzę i nic tego procesu nie jest w stanie zmienić. Problem tkwi, zdaniem autora, w tym, że władza ta może być wykorzystywana w wielu celach – dobrych i złych, egoistycznych lub dla dobra społecznego. Berle twierdzi, że współczesne korporacje wymknęły się spod kontroli praw wolnego rynku, jakim podlegają mniejsze organizacje gospodarcze. Nadanie odpowiedniego kierunku działalności korporacji ponadnarodowych staje się problemem całego społeczeństwa. Berle widzi kilka płaszczyzn „nadzoru” nad kierunkiem działania korporacji i harmonizowania ich działalności z interesem społecznym. Pierwszą płaszczyzną jest coś, co nazwał on *sumieniem korporacji*, odwołując się w ten sposób do niezbędności wprowadzania zasad etyki biznesu do funkcjonowania tych organizmów gospodarczych (Osiatyński, 1984, s. 216-217). W sytuacji niedostatecznych narzędzi kontroli społecznej wielkich korporacji decydującego i faktycznego znaczenia nabiera milcząco przyjęta i dokładnie niezdefiniowana filozofia ludzi, którzy podejmują decyzje w korporacjach (Berle, 1960). Właściwe kształtowanie tego *korporacyjnego sumienia* (etyki środowiskowej, filozofii przedsiębiorstwa wyrażonej w misji), wyeksponowanie w nim troski o dobro wspólne, odpowiedzialności społecznej byłoby ważnym krokiem zabezpieczającym przed patologicznym wykorzystywaniem władzy przez ludzi decydujących o kierunkach rozwoju korporacji.

Drugim narzędziem kontroli powinno być, zdaniem Berlego, stworzenie nowej doktryny konstytucyjnej, w której ramach olbrzymia władza korporacji miałyby być poddana podobnym ograniczeniom jak władza stanowych i federalnych organów państwowych w Stanach Zjednoczonych (Berle, 1960).

W kontekście powyższej refleksji warto przytoczyć słowa innego amerykańskiego myśliciela, którym jest Antony Jay (1996, s. 233), autor głośnej książki pt. *Machiavelli i zarządzanie*. Jay zadaje w niej futurystyczne pytanie: Czy naród – firma zastąpi naród – państwo jako podstawową jednostkę polityczną? Czy zatem pojęcie obywatela zastąpi pojęcie pracownika ponadnarodowych korporacji a państwo zamieni się w ponadnarodową organizację gospodarczą funkcjonującą w wymiarze globalnym? Jay twierdzi, że państwo i korporacja są pod wszystkimi podstawowymi względami podobne, a nawet takie same, szczególnie pod względem tworzenia podstaw wzajemnego oddziaływania czynników ekonomicznych i politycznych. Dzięki coraz większym rozmiarom firm i korporacji można, zdaniem Jaya, analizować je w kategoriach politycznych. Można domniemywać, że gdy zatrudni się ludzi, zagwarantuje im godziwe wynagrodzenie i trwałe bezpieczeństwo ekonomiczne, to od tego momentu będą angażować swoją energię dla dobra zatrudniającej ich korporacji (Jay, 1996, s. 219).

W celu uzyskania strategicznej przewagi nad konkurencją w skali globalnej, firmy takich potęg gospodarczych jak np. Stany Zjednoczone, Niemcy, Francja, Japonia czy Rosja walczą o dominację gospodarczą wspierane przez rządowe agencje wywiadowcze. Ponadnarodowe korporacje, duże firmy, dysponują specjalnymi wydziałami do analizy konkurencji pracującymi jak CIA i KGB razem wzięte. Miles Copeland z CIA, definiował w swoich pamiętnikach naciski polityczne jako zdobywanie sojuszników własnej sprawy poprzez pozyskiwanie koncernów przemysłowych i handlowych w rozpracowywanych krajach i nakłanianie ich do wywierania dyskretnego nacisku na rządy. Administracja Clintona stworzyła Narodową Strategię Eksportową, określoną potocznie jako dyplomacja handlowa. Polega ona na udzielaniu przez administrację USA wszechstronnej pomocy amerykańskim firmom w walce o kontrakty przez najwyższych urzędników państwowych, z prezydentem włącznie. Ogromne znaczenie, jakie administracja amerykańska przywiązuje do dyplomacji handlowej bierze się ze zmiany koncepcji bezpieczeństwa narodowego i reorientacji priorytetów polityki zagranicznej USA. Tzw. bezpieczeństwo ekonomiczne, czyli dbałość o siłę i prosperity amerykańskiej gospodarki zostało uznane za główny czynnik bezpieczeństwa narodowego (Walkowiak, 1998, s. 21).

W powyższym kontekście szczególnego znaczenia nabiera rzecznictwo interesów, określane mianem lobbingu. Philip Kotler określa lobbing jako kontaktowanie się i przekonywanie członków ciał ustawodawczych i urzędników państwowych do określonych rozwiązań prawnych i administracyjnych. Inni określają lobbing jako marketing idei. Rzecznictwo interesów polega zatem na wywieraniu wpływu na proces decyzyjny w instytucjach władzy państwowej (Jasiecki, Mołęda-Zdziech, Kurczewska, 2000, s. 17). We wczesnym okresie funkcjonowania lobbingu w Stanach Zjednoczonych większość lobbystów interesowała się przede wszystkim sprawami gospodarczymi. Krytycy rzecznictwa interesów, szczególnie lobby

gospodarczego, wskazują na szereg negatywnych aspektów tej działalności, mających wpływ na jakość życia publicznego. Spośród najczęściej wymienianych należy wskazać na fakt, że niekontrolowana działalność lobbystów może uwikłać przedstawicieli władz w bezpośrednie uzależnienie od grup interesów. Przybierać to może w skrajnych przypadkach postać wykorzystywania władzy dla celów prywatnych, korupcji jak również groźniejszą postać - obniżenia sprawności funkcjonowania struktur państwa. Rodzić to może z kolei ryzyko uzależnienia interesów narodowych od zagranicznych podmiotów gospodarczych, zjawisko to występuje zwłaszcza w mniejszych państwach znajdujących się w trudnej sytuacji ekonomicznej. Przykładem może być Ukraina. Niektóre z państw, które spotkał taki los bywają uzależnione od pojedynczych korporacji lub inwestorów zagranicznych (np. Gazpromu), którzy podporządkowują własnym interesom lokalne rynki i możliwości wzrostu gospodarczego.

Z pojęciem lobbingu ściśle wiąże się pojęcie *public affairs* (PA), które dawniej identyfikowane było jako działanie na rzecz dobra wspólnego. Jak pisze Z. Wójcik (1997), zajmowanie się interesem publicznym staje się ważne, gdy wpływa na prawodawstwo. Na liście oferowanych usług jednej z działających w Polsce firm PA odnajdujemy monitorowanie warunków gospodarczych oraz bieżącej i przyszłej działalności legislacyjnej polskiego parlamentu i rządu (Jasiecki, Molęda-Zdziech, Kurczewska, 2000, s. 43). Od pewnego czasu obserwuje się w Polsce, wzorem innych państw, ożywioną dyskusję dotyczącą ustawowej regulacji lobbingu. W 1946 r. Kongres Stanów Zjednoczonych przyjął federalną ustawę dotyczącą kontroli lobbingu. Ustawa ta definiuje lobbies jako grupy interesów, usiłujące wpływać na procedurę ustawodawczą w Kongresie. Nowszą ustawą dotyczącą lobbingu jest Lobbying Disclosure Act, obowiązujący od 1996 roku, wprowadzający poprawki do poprzednich regulacji. Dokument ten określa nową definicję lobbysty, za którego przyjmuje się osobę, która utrzymywała więcej niż jeden kontakt lobbystyczny w Kongresie, spędza więcej niż 20% czasu w ciągu 6 miesięcy na zajęciach lobbystycznych. Za kontakt lobbystyczny uważa się każdą ustną, pisaną, elektroniczną formę komunikacji w celu wpłynięcia na decydentów władzy wykonawczej czy ustawodawczej w imieniu klienta (Jasiecki, Molęda-Zdziech, Kurczewska, 2000, s. 65).

Rozważania na temat misji organizacji gospodarczych, rozpatrywanych w kontekście idei dobra wspólnego, należy rozpocząć od spojrzenia na warstwę językową, czyli od uwag o charakterze terminologicznym, gdyż trzeba wyjaśnić co oznaczają pojęcia „dobra wspólne” oraz „misja”, aby móc następnie badać wzajemne odniesienia tych pojęć w szerszym kontekście.

Zagadnienie dobra wspólnego jako podstawy funkcjonowania społeczeństwa i obowiązywania prawa znane już było takim greckim myślicielom jak Platon czy Arystoteles. Niezbędne wydaje się więc dla celów naszej refleksji filozoficzne objaśnienie czym jest dobro wspólne, jako cel dążeń jednostek ludzkich i całych społeczeństw. Sądzimy, iż podstawą analizy

omawianego pojęcia musi być odwołanie się do koncepcji człowieka, której dobro wspólne jest przyporządkowane będąc przedmiotem i celem działań osoby ludzkiej – jak pisze Mieczysław Albert Krąpiec (1998, s. 334-335). Arystoteles twierdzi z kolei, że: „Wszelka sztuka i wszelkie badanie, a podobnie też wszelkie zarówno działanie jak i postanowienie, zdają się zdążać do jakiegoś dobra i dlatego, trafnie określono dobro jako cel wszelkiego dążenia.” (Arystoteles, 1981, s. 3). Dobro zdaje się być bytem, jeżeli staje się racją dążeń, celem zaspokojenia potrzeb. Tomasz z Akwinu (1956) sądził, że dobro wspólne jest wspólne tak jak wspólna jest przyczyna celowa i w związku z tym mianem dobra wspólnego możemy określić wspólny cel. Filozof wskazuje na wyłączną racjonalną możliwość interpretacji dobra wspólnego jako podstawy wyjaśniania ludzkich czynów, także w kontekście prawnym. Jak pisze A. Krąpiec (1998), aktualizacja dobra osobowego będącego zarazem dobrem wspólnym domaga się materialnych środków jego urzeczywistnienia. Dobra materialne nie mogą być uznane za dobro wspólne we właściwym znaczeniu i dzięki temu nie mogą być pojmowane jako racja istnienia porządku społecznego i prawnego. Dobra materialne są środkiem do realizacji właściwego celu i podlegają hierarchizacji dóbr w ogóle. W tym kontekście działalność gospodarcza nabiera szczególnego znaczenia, gdyż jej istotę stanowi produkcja i podaż rynkowa różnego rodzaju dóbr, także materialnych.

Wyjaśnienie pojęcia misji organizacji gospodarczej nie jest łatwe. Trudność ta sprawia, że liczne grono autorów stara się opisać misję za pomocą analogii. Z tego powodu często mamy do czynienia z określeniami typu: „konstytucja przedsiębiorstwa”, „główna idea”, „myśl przewodnia” itp.

W słowniku łacińsko-polskim dla wyjaśnienia słowa *missio* użyto polskiego odpowiednika *posyłanie*. W słowniku angielsko-polskim słowo *mission* wyjaśniono jako *misję, poselstwo, powołanie, posłannictwo, wojskowe zadanie*. Z kolei w słowniku języka polskiego słowo *misja* jako *odpowiedzialne zadanie do spełnienia, ważne zadanie do wykonania* a także jako *posłannictwo*. Oxfordzki słownik języka angielskiego opisuje *mission* jako, przede wszystkim, *wysłanie zwykle w dal i powierzenie gronu ludzi specjalnego rodzaju pracy*. Drugie w kolejności znaczenie to *wysłanie pobożnych nauczycieli w celu zmieniania ludzi poprzez głoszenie im kazań, nauczanie ich*.

W wymienionych wyżej słownikowych znaczeniach terminu *misja*, pomijając subtelności i odcienie pojęciowe, zauważamy że elementem wspólnym jest objaśnianie *misji* jako *posyłania*. Tak więc termin *misja* w potocznym rozumieniu znaczy najczęściej *posyłanie*.

W przypadku określenia *misja firmy* mamy do czynienia z przeniesieniem słowa z obszaru o zabarwieniu religijnym do języka potocznego, a następnie do obszaru nauk ekonomicznych. Tego rodzaju transfer niesie ze sobą określone konsekwencje. W zamierzeniu twórców pojęcia *misja firmy* prawdopodobnie leżało podkreślenie wagi tego, czego przedsiębiorstwo dokonuje poprzez swoją działalność. Wahalibyśmy się jednakże użyć określenia, że twórcom tego terminu przyświecała chęć nadania duchowego

wymiaru działalności gospodarczej, chociaż jest to prawdopodobne, gdyż, jak się zdaje, tkwią w tym określeniu ślady protestanckiego spojrzenia na pracę zawodową jako powołanie.

Przy definiowaniu pojęcia *misji organizacji*, na użytek tej pracy, uzasadnione jest dokonanie krótkiego przeglądu definicji spotykanych w literaturze naukowej. Pozwoli to na określenie zakresu analizowanego pojęcia w ujęciach różnych autorów, polskich i zagranicznych. Literatura dotycząca omawianego zagadnienia jest obszerna. Jej lwią część stanowią badania uczonych amerykańskich. Jest to zrozumiałe. W Stanach Zjednoczonych nauki dotyczące zarządzania organizacjami gospodarczymi są obecnie najbardziej zaawansowane. Jednakże w Polsce można już spotkać sporą ilość publikacji analizujących misję organizacji gospodarczych.

Definicja *misji organizacji gospodarczej* jest w różny sposób interpretowana przez różnych autorów: od ujęć bardzo ogólnych, zawierających cele oraz strategię przedsiębiorstwa, do szczegółowych, akcentujących specyficzne znaczenie firmy dla otoczenia. W wyniku dotychczasowych badań nad pojęciem misji organizacji gospodarczej zdołano wyróżnić i opisać szereg własności tego pojęcia. Niejednokrotnie podejmowano też próby zdefiniowania misji. Nie udało się jednak osiągnąć w tej sprawie jednomyślności, chociaż niektóre elementy misji uznawane są zgodnie przez wielu autorów.

Spotykane definicje misji mają charakter projektujący, co daje ich autorom całkowitą swobodę w stosunku do znaczeń zastanych w mowie potocznej. Nie prowadzi to jednakże do niczym nie ograniczonej dowolności w wyborze cech definicyjnych *misji organizacji*. Jeśli definicja ma być czymś więcej niż wyrazem arbitralnej decyzji autora, musi być usprawiedliwiona użytecznością skonstruowanego pojęcia dla badań naukowych.

W analizie ewolucji pojęcia *misji* daje się zaobserwować eksplikacyjny charakter tego rozwoju. Za pomocą eksplikacji kolejni autorzy dookreślają misję organizacji; przednaukowe pojęcie misji, rozumiane niejasno i chwiejnie staje się coraz bardziej ściśle. Wydaje się, że proces eksplikacji tego pojęcia trwa nadal. Nie wypracowano bowiem ostatecznej definicji *misji organizacji*.

Niżej przedstawimy krótki przegląd definicji sformułowanych przez autorów badających organizacje gospodarcze narzędziami nauk o zarządzaniu. Definicje te zostały przez nas uporządkowane według klucza od najszybszej do najwolniejszej. W pierwszej kolejności przedstawimy definicje autorów zagranicznych, a następnie polskich.

S. Certo i J. Peter (1988, s. 68) definiują misję jako ogólną informację o produkcji, technologii, rynkach i klientach, wartości zaspokajanych potrzeb przez organizację, celach organizacji, jej mocnych i słabych stronach, wizerunku publicznym oraz filozofii. Najliczniejsza grupa badaczy, do których należą Timothy R. V. Foster (1996), Jeffrey Abrahams, Laurie Beth Jones, Richard O'Hallaron, Patricia Jones, Larry Kahaner, Robert Wall w swoich pracach zgodnie opowiada się za definicją, według której misja jest wyrażeniem posłannictwa organizacji.

Bogdan Wawrzyniak (1996, s. 29) pod pojęciem misji przedsiębiorstwa rozumie jego aspiracje, trwałe dążenie wyznaczające zakres społecznej działalności przedsiębiorstwa. Tak więc misja w ujęciu tego autora jest samookreśleniem się organizacji w kategoriach działania, dążeń, osiągnięć, potrzeb i posłannictwa.

Józef Przemieniecki (1991) definiuje misję jako konstytucję firmy. Precyzuje ona postawę firmy wobec klientów, pracowników, dostawców oraz społeczeństwa, w którym ona funkcjonuje. Misja jest wyrazem charakteru przedsiębiorstwa. Określa ona jaką organizacją firma chce być i według jakich wartości będzie postępować. Misja, według niego, jest odpowiedzią na następujące pytania:

1. Jaki jest sens istnienia przedsiębiorstwa?
 2. Czym przedsiębiorstwo zajmuje się?
 3. Jak działa przedsiębiorstwo; jak realizuje swoje cele?
 4. Jakie wartości przedsiębiorstwo przestrzega?
 5. Dlaczego przedsiębiorstwo funkcjonuje i komu ono ma służyć?
- (Przemieniecki, 1991, s. 51).

Krzysztof Obłój (1998) definiując pojęcie misji stwierdza, iż jest ona precyzyjnym wypowiedzeniem, w języku zrozumiałym dla pracowników i otoczenia organizacji, dalekosiężnych zamierzeń i aspiracji organizacji. Misję formułuje się na potrzeby strategii firmy. Jest to koncepcja przyszłości firmy, najbardziej fundamentalna aspiracja, która, aby mogła być realizowana, powinna zostać przyjęta zarówno przez kierownictwo, jak też pozostałych uczestników organizacji. Jest obrazem przyszłości, którą uczestnicy organizacji chcą wykreować. Misja wyznacza jasno sposób w jaki organizacja ma się rozwijać w przyszłości (Obłój, 1998, s. 235). Wyraża ona fundamentalny, często zresztą nieosiągalny, a równocześnie unikatowy stan przyszły, do którego organizacja zmierza. Jest ona ogólnym stwierdzeniem najbardziej podstawowych intencji (Obłój, Trybuchowski, 1997, s. 202).

Andrzej Wiśniewski (1993), kontynuując na gruncie polskim teoretyczne założenia koncepcji T. Levitta, uważa, że *misja firmy* jest podstawową rynkową funkcją firmy, rolą jaką przedsiębiorstwo zamierza odgrywać wobec otoczenia, głównie wobec odbiorców.

Zdaniem Włodzimierza Piotrowskiego (1979) misją organizacji jest zestaw względnie trwałych dążeń, celów, na które zorientowane są (lub powinny być) działania podejmowane przez jej uczestników; jest to samookreślenie się organizacji poprzez odpowiedź na pytania: 1. Po co organizacja istnieje? 2. Do czego ma dążyć? 3. Co ma osiągnąć? 4. Czyje i jakie potrzeby powinna zaspokajać? Jakie jest jej społeczne posłannictwo?

Zdzisław Pierścionek (1996) twierdzi, iż misja organizacji gospodarczej określa cele, jakie realizuje konkretna organizacja działając w otoczeniu rynkowym. Powiązana jest tym samym z generalnym celem, jak też z celami będącymi środkami do realizacji celu głównego.

W kolejnej definicji, której autorem jest Mieczysław Moszkowicz (1993), mamy do czynienia z rozróżnieniem pomiędzy zewnętrznym przesłaniem firmy i jej misją. Moszkowicz wyraża stanowisko, iż istniejąca różnica jest poważna. Zdaniem tego autora przesłanie firmy konstytuuje identyfikację zewnętrzną organizacji, co oznacza sposób, w jaki organizacja gospodarcza usiłuje być postrzegana przez otoczenie. Moszkowicz sądzi, że misja raczej nie jest skierowana na zewnątrz, a bardziej do wewnątrz organizacji, do całej wspólnoty organizacyjnej. Takie rozumienie misji określa obszar działania organizacji i rysuje jej główne kierunki rozwoju. Tak więc misja w ujęciu M. Moszkowicza stanowi podstawę identyfikacji wewnętrznej firmy i koncentruje uwagę kierownictwa i pracowników na zagadnieniach rozwoju organizacji. Podobne stanowisko reprezentuje H. H. Hinterhuber. Uzasadniając wewnętrzne przesłanie misji porównuje ją do okrzyku bitewnego.

W. Stachowski (1994) sądzi, że misja jest określeniem powodu, dla którego przedsiębiorstwo istnieje. Powód ten wyróżnia je od innych przedsiębiorstw działających na rynku. Misja jest zatem szczególną obietnicą daną klientom wewnętrznym i otoczeniu zewnętrznemu. Przedsiębiorstwo przyjmuje na siebie ciężar szeregu działań, prowadzących w konsekwencji do spełnienia tej deklaracji.

Wśród przedstawionych definicji najpełniejszą wydaje się ta, której autorem jest Włodzimierz Piotrowski (1997). Jej zaletą jest fakt, że definiuje ona misję nie ograniczając się jednakże do obszaru nauk wąsko rozumianych jako ekonomiczne. Józef Przemieniecki (1996), jak sygnalizowano wyżej, swą definicją misji jako konstytucji organizacji wpisuje się w kontekst myślenia o niej na podobieństwo ustawy zasadniczej. Ten wątek chcielibyśmy w niniejszej rozprawie kontynuować i rozwinąć.

U podstaw powstania każdego przedsiębiorstwa, każdego przedsięwzięcia gospodarczego, istnieje jakaś przyczyna – racja jego istnienia. Na użytek naszych badań zdefiniowaliśmy *misję organizacji* jako cel jej istnienia. Cel organizacji nie jest jeden. Oprócz celów o znaczeniu strategicznym dla firmy istnieją cele pośrednie. Zdefiniowanie *misji organizacji* jest podstawą do określenia celów kierunkowych (tzw. celów operacyjnych). Cele te można sklasyfikować w cztery centralne kategorie. Przedsiębiorstwo deklaruje realizację grupy celów zorientowanych na otoczenie (cele zewnętrzne) jak i na samą organizację (cele wewnętrzne), wartości ekonomiczne, ale też humanistyczne (Wawrzyniak, 1996, s. 32). Istotny jest fakt, że misja organizacji nie powinna być interpretowana w kontekście jednego celu lecz w kontekście, jak byśmy to określili, „multicelów”. Druga ważna uwaga dotyczy tego, że pomiędzy kierunkowymi celami może mieć miejsce dysonans.

Strategiczne zarządzanie organizacją gospodarczą wymaga znajomości celu, do którego organizacja zmierza. Cel ten powinien być jasny dla menedżerów zarządzających firmą, jej właścicieli i pracowników. Otoczenie organizacji także powinno być informowane o tym, dokąd organizacja kieruje swe kroki. Cel organizacji rozumiany jest najczęściej w dwóch znaczeniach:

jako ogólne dążenie wynikające z istoty autonomicznej organizacji i jako określenie środków realizacji tegoż celu ogólnego. W stosunku do pierwszego znaczenia stosuje się termin cel generalny lub nadrzędny, natomiast w drugim znaczeniu myślimy o środkach, zadaniach lub celach podrzędnych (Pierścionek, 1996, s. 111).

Większość organizacji na początku wieku koncentrowała się na jednym celu podstawowym, tj. zysku, a obecnie wiele korporacji nie stawia maksymalizacji zysku na pierwszym miejscu, lecz realizuje wiele celów.¹ P. Drucker stwierdza, iż organizacja powinna realizować nie jeden, a kilka celów pokrywających wszystkie istotne pola operacyjne firmy. Myśl, według której przedsiębiorstwo zmierza do wielu celów wzięła się prawdopodobnie stąd, że przedsiębiorstwo stara się realizować jednocześnie dążenia wielu grup: właścicieli, zarządu, pracowników, społeczeństwa oraz z tego, że w powszechnej opinii nie dokonuje się rozróżnienia, o którym była mowa wyżej, czyli następuje mieszanie celów ze środkami ich realizacji. Drugim powodem takiego stanu może być pomieszanie celów jakościowych i ilościowych, które je wyrażają.

Do tych pierwszych należy interpretacja misji jako najbardziej ogólnego zbioru celów działania przedsiębiorstwa, jako uzasadnienie istnienia przedsiębiorstwa. Misja w tym ujęciu opisuje postawy i oczekiwania co do celów i kształtu organizacji. Jest wizjonerskim poglądem na temat ogólnej strategii korporacji i ma charakter trwały. Może ona zawierać informacje o specyfice produkcji, technologii, rynkach i klientach, wartości zaspokajanych potrzeb przez organizację, celach organizacji, jej mocnych i słabych stronach, wizerunku publicznym oraz jej filozofii - twierdzą S. Certo i J. Peter (1988, s. 68).

¹ Por. T. Levitt, *The Marketing Mode: Pathways to corporate Growth*, McGraw-Hill. London 1969. Theodore Levitt, profesor marketingu w Harvard Business School twierdzi: "Właściwie rzecz biorąc, zysk nie musi być traktowany jako konsekwencja działalności gospodarczej. Zysk jest pożywieniem, bez którego firma żyć nie może. Stąd nazywanie zysku celem firmy jest, mówiąc po prostu, głupie. Tak jak mówienie, że celem ludzkiego życia jest jedzenie. Zysk, podobnie jak pożywienie, jest środkiem, a nie celem".

Rozdział I

DOKTRYNY SPOŁECZNO-GOSPODARCZE A ETYKA ZARZĄDZANIA DZIAŁALNOŚCIĄ GOSPODARCZĄ

Nawet w przypadku stosunkowo najlepszej organizacji życia gospodarczego nie można spodziewać się rajów. Zważywszy ludzką słabość i nieadekwatność wszelkich modeli, wady pojawiają się zawsze. Teoretyczny ideał nie został jeszcze urzeczywistniony i nawet programy praktycznej polityki gospodarczej nie dysponują magicznymi formułami, pomimo że mogą być wprowadzane w życie zgodnie z właściwymi procedurami.

Heinrich Pesch

Powyższa sentencja autorstwa Heinricha Pescha, myśliciela - ekonomisty, autora *Lehrbuch der Nationalökonomie* - monumentalnego dzieła, pozwala zrozumieć przynajmniej część tła niemieckiej „społecznej ekonomii rynkowej”, zaakceptowanej przez Ludwiga Erharda po drugiej wojnie światowej. 5 lutego 2007 r. przypadła 110 rocznica urodzin Ludwiga Erharda, jednego z niewielu w historii powszechnej ekonomistów zajmujących się systemowymi przeobrażeniami gospodarki rynkowej, którzy odnieśli sukces. Erhard był zwolennikiem atlantyizmu, związania Niemiec z USA.

1. Społeczno - polityczna i gospodarcza doktryna ordoliberalizmu w Niemczech

Nigdy człowiek nie działał nic, co by było zrobione wyłącznie dla innych i bez żadnej osobistej pobudki.

Fryderyk Nietzsche

Od wielu lat w społeczeństwie o ustroju liberalnym daje się zaobserwować szczególne zainteresowanie praktycznymi zagadnieniami etyki. Zainteresowanie to obecne jest w każdej istotnej sferze życia społecznego. Przejawia się także w tak fundamentalnej dla społeczeństw liberalnych sferze, jaką jest życie gospodarcze.

Życie gospodarcze to nie tylko kapitał, inwestycje, technologie, wykwalifikowana siła robocza, surowce, przedsiębiorstwa i odpowiednio ukształtowane instytucje; to także zasady postępowania, głęboko zakorzenione przekonania i zwyczaje, słowem - to, co stanowi głębię rzeczywistej moralności. Rozrastająca się sfera gospodarki rychło ujawniła zapotrzebowanie na etykę, która określałaby podstawowe zasady uprawiania poszczególnych, często bardzo wyspecjalizowanych, związanych z tą dziedziną życia zawodów.

Zapotrzebowanie to występuje w krajach rozwiniętego wolnego rynku od początku XX stulecia. Szczególne nasilenie zainteresowania etycznymi regulacjami działań gospodarczych wystąpiło w USA w latach 60., w Niemczech - wraz z realizacją projektu „społecznej gospodarki rynkowej” i w całym świecie zachodnim od początku lat 80 (Hansen, 1993, s. 106).

1.1. Niemieckie wydanie idei „ordo”

Wilhelm Röpke ojców liberalizmu dostrzega w świecie starożytnym i w chrześcijaństwie. Liberalizm jest z istoty rzeczy duchowym dzieckiem chrześcijaństwa, a jako taki jest humanistyczny, indywidualistyczny bądź personalistyczny, antyautorytarny, racjonalistyczny (Pszczółkowski, 1990a, s. 35). Ordoliberalowie umiejscawiają swą doktrynę „pomiędzy socjalizmem a kapitalizmem” określając ją mianem „trzeciej drogi”. Różni się ona od innych doktryn głównie indywidualistycznym podejściem do celów gospodarczych, politycznych i społecznych. Społeczeństwo rozumiane jest w ordoliberalizmie jako ogół jednostek swobodnie realizujących swoje cele, jednakże jednostki ograniczone są prawami ustanowionymi w sposób demokratyczny, normami wyznaczonymi przez tradycję, a także zależne są od wysokiego poziomu akceptacji zastanego systemu wartości moralnych, etycznych itp. Ordoliberalizm jest specyficzną, niemiecką odmianą współczesnej myśli liberalnej, określanej mianem neoliberalizmu, z tym że w przeciwieństwie do innych krajów zachodnich, w RFN stał się on niejako oficjalną doktryną ekonomiczną i społeczno - polityczną rządów chadeckich i chrześcijańsko-liberalnych. Jak twierdzą zachodnioniemieccy historycy, ordoliberalizm stał się po drugiej wojnie światowej ideą przewodnią w polityce rządu federalnego, znanej pod nazwą społecznej gospodarki rynkowej.

Ordoliberalowie „uetyczniają” podstawowe kategorie ekonomiczno - polityczne, wiążąc np. konkurencję z postulatem uczciwości w prowadzeniu interesów (Pszczółkowski, 1990a, s. 11). Podobnie jak „uetyczniają” swe idee ekonomiczne, ordoliberalowie apelują do moralności gospodarującego społeczeństwa, odwołują się do utrwalonych w jego świadomości wzorów, wartości i zasad, przy czym każą je akceptować jako słuszne i odmawiają im racji bytu w warunkach uspołecznionej gospodarki. Chodzi tutaj o wzory i wartości reprezentowane przez ogół danego społeczeństwa, jak np. poszanowanie własności, współzawodnictwo w życiu społecznym i ekonomicznym, gotowość do podejmowania ryzyka innowacji oraz do ponoszenia odpowiedzialności za jego skutki, przestrzeganie reguł moralnych i przepisów prawa, uczciwość, solidność, przywiązanie do wykonywanego zawodu, oszczędność, przeczność życiowa i inne (Pszczółkowski, 1990a, s. 13).

Na wnikliwą uwagę zasługują postulowane przez ordoliberalów wzory i wartości etyczne, a także ideologiczne, społeczne i polityczne, zwłaszcza takie,

jak indywidualna odpowiedzialność, uczciwość, ale i praworządność oraz służebny charakter władzy państwowej. Doktryna ordoliberalizmu adresowana jest przede wszystkim do warstw pośrednich (tzw. klasa średnia), które - jak twierdzą jej twórcy - dalekie są od demoralizującego bogactwa, jak i upokarzającej nędzy, czyli od skrajności, będących główną przyczyną nierównowagi społecznej. Zakłada się, iż w tych właśnie warstwach najsilniej ugruntowane są mieszczańskie cnoty etyczne (Pszczółkowski, 1990a, s. 15).

Ogólnie można stwierdzić, że ordoliberalizm w ujęciu Euckena (czołowego przedstawiciela ordoliberalizmu) i jego szkoły nawiązuje do koncepcji ekonomicznych, socjologicznych, etycznych i prawnych liberalnych myślicieli angielskich (od połowy XVII w.) i francuskich (druga połowa XVIII w.) oraz niemieckich (z końca XVIII - początku XIX stulecia), a także do katolickiej idei „ordo” (Pszczółkowski, 1990a, s. 37).

Idea „ordo” wywodzi się ze średniowiecza i wyraża koncepcję świata skonstruowanego w sposób doskonały, będącego najwyższą formą kosmosu. Głównym jej wyrazicielem był św. Augustyn, dla którego świat, będący wolnym dziełem Boga, był dziełem rozumnym, a więc wykonanym według planu. Augustyński prymat woli, wiary, miłości i łaski nad rozumem i doświadczeniem można odnaleźć w poglądach niektórych ordoliberalów, którzy jak np. F. A. von Hayek negują istnienie jednostkowego rozsądku, podobnie jak zaprzeczają istnieniu praw rozwoju społecznego, nie podważając jednak wartości rozsądku ponadosobowego.

Według kolejnego ważnego reprezentanta idei „ordo”, Tomasza z Akwinu (1956), świat stworzony jest z niczego wprost przez Boga, jako akt woli według idei Bożych i stanowi jedność, jest przez Stwórcę kierowany, przez co jest również uporządkowany i rozwija się celowo i racjonalnie wedle planu Boga.

Spśród nowożytnych propagatorów wiary w ten ład wymienić należy G. Leibniza. Do jego teorii wprzód ustanowionej harmonii w świecie nawiązywali chętnie przedstawiciele klasycznego liberalizmu. Wiara w tę harmonię, przeniesiona w sferę ekonomiki wolnokonkurencyjnej, stała się przedmiotem ataków ze strony przeciwników wolnej konkurencji z chwilą, gdy kryzysy ekonomiczne dowodziły jej braku. Według Leibniza świat stanowił zespół jednostek obdarzonych siłami, jednostek różnych i niezależnych, lecz zgodnych. Owa zgodność indywidualuów dostrzegana jest przez liberałów w działaniu praw rynkowych oraz jednostek gospodarujących. Teoria Leibniza wywarła silny wpływ na myśl liberalną, w której słusznie podkreśla się jej indywidualistyczne ukierunkowanie. Bowiem wiara w harmonię działań producentów i ludzi świadczących usługi z jednej strony oraz konsumentów z drugiej, które to działania „styka” się na rynku, będącym jedynym regulatorem ekonomicznym, negacja potrzeby istnienia centralnego ośrodka planowania gospodarczego i pozostawienia ekonomiki wolnej przedsiębiorczości jednostek – to właśnie stanowiło podstawę tradycyjnego liberalizmu, teoretycznie podbudowanego przez filozofię Leibniza.

Adam Smith, profesor filozofii moralnej, dając początek ekonomii politycznej jako nauce w 1776 roku sądził pierwotnie, iż zarówno w gospodarce, jak i w prawie, rzeczą polityki jest interweniować w celu uzyskania harmonii egoizmów. Później zawężył istnienie tej harmonii do dziedziny ekonomii, wyrażając pogląd, iż harmonia gospodarcza powstaje samorzutnie, bez interwencji władzy politycznej, mając charakter naturalny (mówił nawet o działaniu „niewidzialnej ręki opatrności” - invisible hand of providence) (Novak, 1993, s. 35).

Mówiąc o koncepcji *ordo universi*, wprzód ustanowionej harmonii rzeczy, niewidzialnej ręce opatrności, mamy na uwadze ich powiązanie głównie z teorią ekonomiki politycznej liberalizmu.

W literaturze zachodnioniemieckiej podkreśla się, iż koncepcja „naturalnego porządku”, ukrytego, jak gdyby architektonicznie ukształtowanego świata, który porównać można czy to z rozsądkiem, czy to z naturą człowieka, porządku tworzącego „miarę i równowagę”, idea „naturalnego porządku zamierzonego przez Boga” a tworzonego przez ludzi, pokrywa się z koncepcjami Tomasza z Akwinu, na które powołują się liczni ordoliberalowie. Przyjmują oni zwłaszcza jego definicję porządku jako „jedności w uporządkowanej różnorodności”, akcentując szczególnie element różnorodności, nadrzędność jednostki względem ogółu, reprezentując indywiduizm.

Konkurencja jest obok wolności jednym z centralnych pojęć w koncepcjach gospodarczo - rynkowych. Z uwagi na nieistnienie odgórnie (centralnie) wyznaczonych celów gospodarczych, planów produkcji i środków produkcji oraz przez fakt pozostawienia inicjatywy i ryzyka ekonomicznego jednostkom rywalizującym na rynku, ekonomika wolnorynkowa staje się jak gdyby prywatną sprawą prowadzących ją osób i przez to nie ma - zdaniem ordoliberalów - charakteru politycznego.

W ujęciu czysto ekonomicznym konkurencja winna - zdaniem F. Bohma - odpowiadać następującym założeniom: Po pierwsze - na wszystkich rynkach, zarówno po stronie podaży, jak i popytu, powinno działać „bardzo wielu” uczestników, spośród których żaden nie mógłby wpłynąć poprzez swą podaż względnie swój popyt na ceny rynkowe w sposób odczuwalny. Bohm postuluje więc, by w konkurencji uczestniczyły jednostki nie posiadające władzy gospodarczej. Po drugie - konkurencja powinna się odbywać według surowych i wiążących reguł gry, tzn. opierać się na współzawodnictwie w świadczeniach i osiągnięciach, rozgrywanych w walce równoległej. Bohm zaznacza równocześnie, iż gospodarka oparta na konkurencji nigdy w historii nie odpowiadała w pełni teorii, a nawet nie istniała, gdyż na części rynków we wszystkich czasach występowało zjawisko dominacji.

Według Ropkego (1946) konkurencja jest zasadą porządkującą i sterującą w gospodarce rynkowej, ale nie jest zasadą, na której można by oprzeć społeczeństwo jako całość. Jeżeli konkurencja nie ma być środkiem rozsądzającym społeczeństwo, a zarazem nie ma ulec wynaturzeniu, musi

zakładać istnienie tym silniejszej integracji poza gospodarką, tym mocniejszych ram polityczno - moralnych: silne i stojące ponad wygłodzoną chmarą interesantów (tzn. grup interesów i grup nacisku, lobby) państwo, wysoką moralność gospodarczą. Ropke „uetycznia” więc pojęcie konkurencji. W literaturze poświęconej genezie ordoliberalizmu zwraca się uwagę na duży stopień zgodności tej doktryny z nauką społeczną Kościoła katolickiego (Pszczółkowski, 1990a, s. 70). Kościół swego czasu potępił dawny, dziewiętnastowieczny liberalizm (w encyklice papieża Leona XIII *Rerum novarum* z roku 1891 oraz w encyklice *Quadragesimo anno* Piusa XI 1931 r.). Píše o tym również Jan Paweł II (1991, s. 42).

Odrębną kwestią we współczesnym mechanizmie działania gospodarki rynkowej jest problem zależności gospodarki danego kraju od ponadnarodowych systemów powiązań gospodarczych oraz od gospodarki światowej w ogóle (Pszczółkowski, 1990a).

Ropke wiąże gospodarkę rynkową ze „sprzężeniem odpowiedzialności i ryzyka”. Sprzężenie to jest jedną z najważniejszych zasad systemu gospodarki rynkowej. System ten jak żaden inny opiera się na zasadzie rentowności i z całą konsekwencją musi być w nim przestrzegana zasada, iż w przypadku braku owej „odpowiedzialności i ryzyka” najpoważniejszą sankcją jest upadłość przedsiębiorstwa. Ponieważ zaś „nagroda zwykle bywa równie wysoka jak ostra jest kara”, Ropke sądzi, że dzięki temu istnieje selekcja najlepszych menedżerów.

Droga do sukcesu gospodarczego prowadzi tylko poprzez ekwiwalentne świadczenia gospodarcze, uwzględniające rzeczywiste potrzeby konsumentów. Należy przy tym zapewnić takie funkcjonowanie tego systemu, by błędne działania spotykały się z nieubłaganą karą w postaci strat i wreszcie - poprzez bankructwo - w postaci wypadnięcia z szeregu ludzi odpowiedzialnych za produkcję (Pszczółkowski, 1990a, s. 89).

W systemie wolnorynkowym, w przeciwieństwie do gospodarki planowanej centralnie, decyzje ekonomiczne podejmowane są praktycznie na niższym szczeblu zarządzania. Sprawność całego systemu zależy od prawidłowości ogółu decyzji pojedynczych przedsiębiorstw lub menedżerów. Skrótowno ujmując różnice w postawach „kierowników” przedsiębiorstw w dwóch typach gospodarek, można stwierdzić, iż w systemie centralnie planowanym i administrowanym odpowiedzialność wiązana jest przede wszystkim z centrum decyzyjnym, podczas gdy w systemie wolnorynkowym, niecentralistycznym, niescentralizowanym - spada ona na pojedynczego przedsiębiorcę (lub zarząd, np. koncernu) (Pszczółkowski, 1990a, s. 92).

Jakkolwiek w gospodarce rynkowej konkurencja istnieje, to jednak nie udało się zrealizować formy rynku „całkowitej (doskonałej) konkurencji”. W wielu dziedzinach przedsiębiorstwa zainteresowane są opanowaniem rynku, zdobyciem pozycji monopolistycznej. Uprawiając „monopolistyczną prywatną gospodarkę planową” zagrażają one wolności handlu i swobodzie konsumenta.

Prowadząc własną, prywatną gospodarkę planową mogą wywołać skutki podobne do tych, jakie występują w systemie gospodarki centralnie planowanej. Ordoliberalowie postulują ustanowienie takich „reguł gry” na rynku, aby panowała na nim autentycznie wolna konkurencja oraz by te reguły nie pozwalały na uzyskanie dominacji ekonomicznej. Ordoliberalowie nie negują konieczności planowania ogólnogospodarczego, ale „gospodarka rynkowa opiera się na planach jednostek”. Istnieje planowanie krótkoterminowe i długoterminowe (zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem), przy czym jednak - planowanie w dużych przedsiębiorstwach, np. w przetwórstwie ropy naftowej, w przemyśle motoryzacyjnym - musi być utrzymane w takich granicach, by dokonywane prognozy nie uzyskały „wykonawczej mocy obowiązującej” oraz by w przypadku niewykonania planu nie sparaliżować procesu rynkowego interwencjami.

Omawiając ekonomiczne koncepcje ordoliberalizmu stwierdziliśmy, iż wiążą się one z zagadnieniami światopoglądowymi, czyli że ekonomia i filozofia znajdują się w tej doktrynie w nierozzerwalnym związku wzajemnego przenikania, rzutując w konsekwencji również na koncepcje społeczne i polityczne (Pszczółkowski, 1990a, s. 123). Przy tym istniejący lub też będący do ustanowienia (zakładany) porządek - zarówno ekonomiczny, jak i społeczny i polityczny - służy za punkt wyjścia do wszelkich rozważań nad całokształtem ordoliberalizmu jako doktryny. Zwróciliśmy również uwagę na znaczenie istniejącego bądź też będącego do zrealizowania porządku ekonomicznego dla życia społecznego stwierdzając m.in., że ekonomika jest środkiem do realizacji celów społecznych oraz że ordoliberalowie utożsamiają lub przenoszą pojęcia ekonomiczne na płaszczyznę życia społeczno - politycznego. Twierdzi się, iż jednym z nakazów „moralności i człowieczeństwa” liberalistycznego a zarazem „mądrości politycznej” jest dopasowanie polityki gospodarczej do człowieka, nie zaś człowieka do polityki gospodarczej. „Gospodarka rynkowa nie jest wszystkim. Musi ona mieścić się w pewnym wyższym porządku globalnym (Gesamtordnung), który nie może opierać się na podaży i popycie, wolnych cenach i konkurencji” (Pszczółkowski, 1990a). Jak zatem przedstawia się owa relacja między ekonomiką a życiem społecznym?

Ropke twierdzi, iż „wolność gospodarcza jest istotną formą wolności osobistej. Jest ona koniecznym warunkiem ustroju społecznego” (Pszczółkowski, 1990a). Chodzi zatem w sferze życia społecznego o odrębny model społeczeństwa - odrębny zarówno wobec dawnych form kapitalizmu, jak i społeczeństwa socjalistycznego, przy poszukiwaniu owego nowego typu społeczeństwa, działającego w ramach gospodarki rynkowej, konieczne staje się skupienie uwagi na sprawach wykraczających daleko poza samą działalność ekonomiczną.

W celu zrozumienia społecznej doktryny ordoliberalizmu należy wyjść od charakterystyki współczesnego społeczeństwa. Charakteryzuje się ono istnieniem takich zjawisk, jak dezintegracja życia ekonomicznego i dezintegracja życia społecznego (upadek rodziny, upadek tradycji, zanik więzi

międzyludzkich). Jednakże podstawowe znaczenie w rozważaniach o kształcie ordoliberalnej alternatywy ustrojowo - społecznej ma zjawisko szeroko pojętej koncentracji i umasowienia (Vermassung), z niego to bowiem wynikają wszystkie pozostałe wymienione fakty. Pojęcie „Vermassung” oznacza w języku niemieckim stopienie, zespolenie się z masą, zanik, zatracenie indywidualnych cech jednostki, upodobnienie się indywiduum do ogółu ludzi. Ordoliberalną kategorię umasowienia wiązać można również z instytucjonalizacją życia społecznego, depersonalizacją (bezosobowością) działań instytucji publicznych. Umasowienie jako jedna z cech współczesnego społeczeństwa oraz samo społeczeństwo masowe są przedmiotem ostrej krytyki ze strony ordoliberalistów (np. reklama w tzw. massmediach ma wpływać na wzrost masowego zużycia proszków do prania, pasty do zębów itp.) Nie będziemy tym razem traktować umasowienia w kategoriach filozoficznych, lecz społeczno - politycznych.

Omawiając model społeczeństwa, jakie powinno funkcjonować w dzisiejszych czasach, a które uległo rozbiciu wskutek umasowienia i rozpadu struktur społecznych, Ropke wychodzi od podstawowej komórki społecznej, jaką jest rodzina. Jest ona „najprostszą i najbardziej autentyczną wspólnotą”, stanowiącą „pierwotną i nieprzemijającą bazę każdej wyższej wspólnoty” (Ropke, 1946, s. 240). Rodzina, a także wyższe wspólnoty muszą mieć nie tylko trwałą strukturę poziomą, ale także pionową, która zespala swoich członków nie tylko na tym samym poziomie (rodzice między sobą, rodzeństwo między sobą), lecz również w relacji od góry do dołu i odwrotnie (relacje między rodzicami i dziećmi i vice versa).

1.2. Idea dobra wspólnego w kontekście niemieckiej ustawy zasadniczej

Dobrej konstytucji nie zapewni nam to, że ci, którzy ją piszą, są ludźmi moralnymi. Raczej przeciwnie, dzięki dobrej konstytucji spodziewać się możemy społeczeństwa złożonego z ludzi moralnych.

Immanuel Kant

Interesująco wydaje się przedstawiać idea dobra wspólnego w wydaniu niemieckim, biorąc pod uwagę fakt, iż niemieckie podziały terytorialne długo nie pozwalały stworzyć jednolitego państwa niemieckiego oraz to, że kraj ten najpóźniej w historii Europy pozbył się monarchii absolutystycznej. Te dwa fakty wpłynęły niewątpliwie na kształt ustroju niemieckiego państwa (Żmigrodzki, Dziemidok-Olszewska, 2007, s. 99). Niemcy stały się pionierem, pierwszym państwem w Europie, które po odrzuceniu monarchii stworzyło konstytucję promującą rządy parlamentarne. Z kolei konstytucja weimarska była pierwszą republikańską konstytucją w historii Niemiec (Żmigrodzki, Dziemidok-Olszewska, 2007, s. 101). Zwieńczeniem procesu kształtowania niemieckiego ustroju po drugiej wojnie światowej stała się konferencja państw

zachodnich, która odbyła się w Londynie w 1948 roku. Owocem konferencji stał się organ mający za zadanie opracowanie nowej niemieckiej konstytucji. Podmiotem, przed którym postawiono to odpowiedzialne zadanie została Rada Parlamentarna. Zebrała się ona na posiedzeniu inauguracyjnym 1 września 1949 r. w Bonn. Rada 8 maja 1949 r. uchwaliła niemiecką ustawę zasadniczą. Ustawa ta została później zatwierdzona przez gubernatorów wojskowych alianckich władz okupacyjnych i ratyfikowana przez parlamenty niemieckich landów. Pomimo tego, że w zamyśle twórców tej konstytucji dokument ten miał być tymczasowym, przetrwał do dnia dzisiejszego, stając się zwornikiem wszystkich niemieckich krajów. Od 1990 roku stała się, jak głosi preambuła, konstytucją całego niemieckiego narodu (Żmigrodzki, Dziemidok-Olszewska, 2007, s. 101).

Nienaruszalnymi fundamentami ustroju nowego państwa niemieckiego, mającymi szczególne znaczenie z punktu widzenia konstytucji, są: zasada prymatu narodu i demokracji przedstawicielskiej, zasada podziału władz, zasada socjalnego państwa prawa i zasada federalizmu (Żmigrodzki, Dziemidok-Olszewska, 2007, s. 102). Zasada socjalnego państwa prawnego jest fuzją klasycznej zasady państwa prawnego i zasady państwa socjalnego. Zasada państwa socjalnego jest zachodnioniemiecką odmianą koncepcji *państwa dobrobytu*. Forma ta pozwala na interwencjonizm państwa w gospodarkę wolnorynkową a także jest fundamentem wsparcia udzielanego przez państwo jednostkom i grupom społecznym słabo sytuowanym. Postawa taka, podniesiona do rangi konstytucyjnej, ma być odzwierciedleniem idei równości i sprawiedliwości społecznej obejmującej wszystkich obywateli (Żmigrodzki, Dziemidok-Olszewska, 2007, s. 103). Dojrzewanie koncepcji *państwa dobrobytu* odnajduje swój początek w reformach socjalnych, z których do najbardziej znaczących należą między innymi reformy społeczne Bismarcka. Podejmowane przez *żelaznego kanclerza* reformy socjalne miały za zadanie objęcie szerokich grup społeczeństwa powszechnymi ubezpieczeniami chorobowymi, odszkodowaniami za wypadki podczas pracy, ubezpieczeniami na starość i od inwalidztwa. Ubezpieczenia te były obligatoryjne. Ta *opiekuńcza* funkcja państwa ukazuje w jakimś sensie odniesienie się polityki Bismarcka do idei dobra wspólnego. Wpływ doktryny państwa dobrobytu na konstytucjonalizm dał się zaobserwować w ewolucji tekstów ustaw konstytucyjnych we Francji, Włoszech i oczywiście szczególnie w Niemczech. Mutacje konstytucji tych państw akcentują socjalną funkcję państwa (Żmigrodzki, Dziemidok-Olszewska, 2007, s. 448). Funkcja ta zakłada szeroki interwencjonizm struktur państwa w życie gospodarcze i społeczne usankcjonowany konstytucyjnie.

1.3. Reichstag Fostera – kryształowy pałac światła, rozumu i demokracji niemieckiej

Wszystko polega na tym, by we właściwym czasie myślenie stało się bardziej myśleniem. Tak dzieje się wówczas, gdy myśl zamiast osiągać wyższy szczebel nasilenia zdana jest na zmianę rodowodu.

Martin Heidegger (1977, s. 64)

9 lipca 1884 roku rozpoczęto budowę Reichstagu, parlamentu niemieckiego. Inicjatorem wybudowania jego stałej siedziby był uwielbiany przez naród Otto Bismarck, którego zdeklarowanym celem było zjednoczenie Niemiec. Wybrany przez społeczeństwo parlament, choć dysponujący ograniczonymi, jak na ówczesne czasy uprawnieniami pod wpływem „żelaznego kanclerza” doprowadził do wydania w 80-tych latach XIX wieku najbardziej postępowych w Europie ustaw społecznych.. Po licznych perypetiach autorem realizowanego projektu został Paul Wallot, mieszkaniec Frankfurtu. Autor pragnął, aby ta reprezentacyjna budowla państwowa była kompozycją klasycznych stylów w połączeniu z narodowym stylem niemieckim. Budowla o wymiarach 137 m na 103 m nakryta została czterema wieżami oraz charakterystyczną kopułą. Zastosowano piaskowiec i granit jako podstawowe materiały oraz nowoczesną, jak na ówczesne czasy technologię pracy w szkłe i stali. Budowla niewątpliwie wyrażała pretensje do symbolu zjednoczonych Niemiec i potęgi cesarstwa Kaisera, którego władzę symbolizować miała kopuła. Takie były intencje autora projektu.

Jak twierdzi Adam Krzemiński, obiekt ten był świadkiem niezwykle burzliwych wydarzeń. Można na jego ścianach odkryć Ren i Wisłę, jako graniczne rzeki imperium cesarskiego, z drugiej strony współczesny Fosterowski lifting kopuły stał się dla berlińczyków symbolem przejrzystej i jasnej demokracji. Stał się próbą dokonania zabiegu odziania budowli reprezentującej władzę w symboliczne nowe szaty cesarza, parafrazując niejako Jana Christiana Andersena. Pozostaje pytaniem, czy ten „krawiecko PR-owski” zabieg powiódł się. Przesadna troska o publiczny wizerunek instytucji władzy ma zawsze jakiś wymiar działań o charakterze czysto propagandowym, w negatywnym znaczeniu terminu *propaganda*.

W 1918 roku w Reichstagu zakomunikowano o powstaniu dwóch republik, w 1920 w puczu Kappa zginęło na stopniach Reichstagu blisko 100 osób, w 1933 wybuchł w nim pożar. W okresie władzy nazistów budynek miał być zastąpiony gigantyczną Halą Ludową „godną” Germanii Świata. Podczas zdobywania Berlina przez wojska radzieckie pod koniec drugiej wojny światowej zdjęcie żołnierza radzieckiego zawieszającego na Reichstagu flagę Związku Radzieckiego było symbolem ostatecznego zwycięstwa na faszyzmem. Ronald Regan ubrany w kamizelkę kuloodporną z okna Reichstagu ogłosił, że mur berliński wkrótce zniknie.

W 1971 roku artysta Christo zaproponował opakowanie Reichstagu, jako symboliczny akt twórczy, ale nie uzyskał zgody. Wydarzenie takie doszło do skutku dopiero w 1995 roku zmieniając całkowicie wymowę budowli. Wydarzenie obejrzało 5 milionów ludzi. Jak pisze Joanna Jabłońska, to niezwykle wydarzenie artystyczne znalazło swoje dopełnienie w słowach niemieckiego parlamentarzysty Konrada Weissa, który powiedział: „Sztuka [...] uwalnia i poszerza nasze spojrzenie. [...] Odkrycie [...] pozwala na kontemplację najważniejszego. W liturgii katolickiej, podczas wielkiego Tygodnia, krzyż zostaje zakryty, by móc zostać odkryty w najważniejszym momencie wielkiego Piątku. W judaizmie, Tora zostaje owinięta, by przypomnieć jakie wartości zawiera. [...] W końcu opakowanie Reichstagu stanie się symbolem odrodzenia demokracji.”

Powyższe słowa Konrada Weissa dotyczące wartości, jakie niesie z sobą judaizm, brzmią niezwykle wymownie, gdy przypomnimy sobie słowa niemieckiego filozofa Artura Schopenhauera zapisane w książce pt. „Metafizyka życia i śmierci”, urodzonego pod koniec XVIII wieku, twierdzącego, że „judaizm zajmuje ... najniższą pozycję wśród wierzeń ludów cywilizowanych...” (1995, s. 65). W tych wulgarnych i groźnie brzmiących słowach jednej z kultowych postaci panteonu niemieckiej kultury filozoficznej widzimy niewątpliwie „wysmakowany” antyjudazm.

Jak mówił Konrad Weiss, opakowanie Reichstagu miało stać się symbolem odrodzenia demokracji. Realizacji idei demokracji w dziele architektury, jakim jest budynek Reichstagu w Berlinie, podjął się brytyjski architekt Norman Foster. Zwyciężył on w konkursie na lifting budowli w lipcu 1993 r. W budynku zastosowano „przejrzystość” jako dominującą zasadę estetyczną. Mnóstwo przeszkleń i prymat światła wydobywają tę budowlę dosłownie i w przenośni z mroku. Przeszklona winda wznosi pasażerów ponad mroczną historię, ku światłu teraźniejszości i świetlanej przyszłości. Na widzu ten spektakl robi wrażenie. Z tarasu usytuowanego na szczycie budowli zwiedzający mogą podglądać parlamentarzystów, patrząc im niejako „na ręce”. Adekwatne wydają się tutaj słowa H. W. Lissmana zamieszczone w „Scientific American” brzmiące następująco: „... każde zwierzę żyje w prywatnym, subiektywnym świecie, który jest niedostępny bezpośredniej obserwacji. Na świat ów składają się informacje komunikowane temu zwierzęciu przez otoczenie w formie przekazów wychwytywanych przez jego narządy zmysłowe.” Czy podglądani parlamentarzyści będą lepiej odgrywać swoją rolę od pracujących za zamkniętymi drzwiami? Jak wykazują badania socjologiczne i psychologiczne, sama obecność innych ludzi obok nas wystarczy, by zmienić zachowanie. Zasada *efektu publiczności* wyjaśnia, w jaki sposób praca jednostki zmienia się w zależności od tego, czy jednostka wie, że jest obserwowana przez innych. Ludzie obserwowani podczas wykonywania swoich zajęć pracują szybciej lecz popełniają więcej błędów.

Podczas prac renowacyjnych z obiektu wywieziono kilkadziesiąt tysięcy ton gruzu budowlanego. Szereg masywnych ścian zastąpiono lekkimi

przeszkleniami rozświetlającymi wnętrza i budującymi wrażenie przestrzeni otwartej. Idea „przejrzystości” nie jest w architekturze czymś nowym. Często operowanie przestrzenią zamkniętą na przemian z przestrzenią otwartą budowało dramaturgię budowli publicznych. Przestrzeń wyłączona, przestrzeń grobowca, świątyni, która niegdyś kryła tajemnicę i wszystkimi środkami broniła do niej dostępu, stawiała się z czasem przestrzenią otwartą.

W przebudowanym Reichstagu usiłowano maksymalnie doświetlić wnętrza światłem dziennym ze szczególnym uwzględnieniem trudno dostępnych miejsc. Ta filozofia i kult światła są wyraźnie widoczne. Architekt dokonał niezwykle zabiegów technicznych aby doprowadzić naturalne promienie światła do wybranych miejsc. Znajdująca się na szczycie budowli przeszklona kopuła zwieńczając ją ukazuje otwartą konstrukcję. Wewnątrz przeszklonej konstrukcji spacerują ludzie. Rampy wyznaczają przestrzenną spiralę otaczając centralny element w kopule, którym jest odwrócony stożek. Jest to element przez który odbywa się usuwanie zużytego powietrza. Elementy technicznej struktury budynku są zasłonięte ustawionymi schodkowo lustrami. Odbijają one światło słoneczne kierując je do sali obrad jednocześnie odbijając wizerunki zwiedzających. W konstrukcji kopuły zastosowano łamacz światła. Specjalnie skonstruowana tarcza podąża za ruchem słońca, filtruje jego promienie i pozbawia wnętrza niekorzystnego, szkodliwego promieniowania. Foster z chirurgiczną precyzją operuje światłem tnąc nim mroki dziejów Reichstagu, narodowej świątyni wyznawców kultu państwowości.

Wkrótce Reichstag stanie się najbardziej ekologicznym parlamentem na świecie, w stu procentach samowystarczalną energetycznie budowlą. Budynek niebawem ma zostać przełączony na korzystanie z przyjaznych dla środowiska naturalnego źródeł energii. Woda, wiatr i słońce mają całkowicie zastąpić tradycyjne źródła energii. Niemcy pragną promować swój odnowiony parlament pod sztandarem ekoetyki. Ale Foster zaprojektował go starając się zachować i wcielić w tkankę budynku historyczne wspomnienia, dobre i złe. Architekt mówi, że starał się zachować graffiti z okresu radzieckiej okupacji, ślady podpalenia z lat 30 tych, blizny wojenne itp. ślady prawdy historycznej.

Zrealizowany przez Fostera projekt wydaje się być po części oparty na behawiorystycznej koncepcji człowieka, zakładającej jego „zewnątrsterowność”. Środowisko, otoczenie zewnętrzne jest podmiotem nadrzędnym, człowiek i jego otoczenie wewnętrzne przedmiotem użycia do realizacji celów nadrzędnych otoczenia zewnętrznego. Dobro wspólne społeczeństwa staje wyżej w hierarchii nad dobrem jednostki. Mamy tutaj wyraźne odniesienie do Skinnerowskiej koncepcji, według której środowisko, instytucje kulturalne, partie polityczne itd. skutecznie sterują ludzkim działaniem. W opinii Skinnera świadome kierowanie swoim losem jest zbiorową iluzją, lecz między środowiskiem a zachowaniem jednostek istnieje sprzężenie zwrotne. Instytucje społeczne wpływają na człowieka, ale jest on w pewnym sensie organizatorem swego otoczenia. Jak twierdzą behawiorysty, o ile środowisko jest układem aktywnym, o tyle jednostka jest jedynie układem

reaktywnym, odpowiadającym na bodźce otoczenia. W związku z tym uczeni reprezentujący ten kierunek w nauce stworzyli koncepcję człowieka kontrolowanego przez zewnętrzny świat, zewnątrzsterownego (Kozielecki, 2000, s. 25-26). Jest to zatem nadal Hegłowski człowiek podporządkowany państwu, jako dobru najwyższemu. Czy zatem „patrzenie na ręce” parlamentarzystom, aby społeczeństwo mogło ich kontrolować może być skuteczne politycznie? Może jest to jedynie ciekawy spektakl, w którym parlamentarzyści i obywatele odgrywają lepiej lub gorzej swoje społeczne role? Znany amerykański socjolog, Goffman, twierdzi, że człowiek żyje w teatrze dnia codziennego. Bertrand Russell opisywał eksperymenty psychologiczne przeprowadzone na zwierzętach przez badaczy amerykańskich i niemieckich. Podsumował je w nieco zabawnym tonie. Stwierdził, że badane zwierzęta zachowywały się zgodnie z przekonaniem, które badacze założyli przed eksperymentem. Zwierzęta dostosowały się do cech narodowych ich obserwatorów. Zwierzęta badane przez Amerykanów biegały w kółko robiąc dużo hałasu, dopóki nie osiągnęły celu założonego przez badaczy. Niemieckie zwierzęta siedziały spokojnie i myślały, dopóki nie wysnuły rozwiązania z głębin swojej świadomości (Hampden-Turner, Trompenaars, 2000, s. 189).

Analizując od strony treści niezwykle budowlę Fostera, jaką jest przebudowany gmach niemieckiego parlamentu, odkrywamy reminiscencje niemieckiego idealizmu filozoficznego rozumianego jako tęsknota do idei człowieka zaprzęgniętego w służbie państwa. Fundamenty tego nurtu myślowego tworzyły pojęcia ludzkiej wolności i odpowiedzialności, których analiza doprowadziła G. Hegla do twierdzenia, iż największym spełnieniem Ducha w społeczeństwie jest państwo. To ono jest nadrzędne wobec jednostki i to jego racja dyktuje granice wolności i odpowiedzialności. Państwo według Hegla jest instytucją jednoczącą losy moralne swych indywidualnych członków i nadaje tym losom wyższą rzeczywistość. Niekiedy spotykamy się u Hegla ze swego rodzaju mistyką czy też niemalże laicką sakralizacją państwa. W *Wykładach z filozofii dziejów* mówi, że państwo jest „wolnością rozumną, świadomą swej obiektywności i dla siebie istniejącą”, jest ono „ideą duchową zewnętrznej strony woli człowieka i jego wolności”. Ponieważ ideą ducha jest także Bóg, oznacza to raczej przesadne ubóstwianie państwa narodowego. Jak pisze Vernon J. Bourke (1994, s. 198), komentując słowa Hegla, stąd tylko krok do totalitaryzmu. Jak pisał Witold Gombrowicz, filozofia Hegla jest filozofią stawania się. Jest to nie tylko ruch, lecz i postęp, gdyż ów proces dialektyczny przenosi nas na coraz to wyższy poziom, aż do ostatecznego celu rozumu, a proces ten jest u Hegla w naturalny sposób oparty na postępie rozumu. To z kolei prowadzi filozofa do nadania największej wartości dziejom (Gombrowicz, 1997, s. 80). Spiralny układ rampy w zaprojektowanej przez Fostera kopule wydaje się być metaforą wznoszącego się z perspektywy czasu rozumu podmiotu zbiorowego, jakim jest państwo (niemieckie) i jego dzieje w rozumieniu Hegla.

Po części projekt Fostera obok wzmiankowanej wcześniej behawiorystycznej koncepcji człowieka odnosi się do koncepcji psychodynamicznej i poznawczej w rozumieniu Kozielskiego. Foster ukazuje w swoim dziele niejako "architekturę umysłu" państwa-narodu niemieckiego, umysłu uwalniającego się ze zniewolenia popędów; zbiorowego podmiotu, który przeszedł proces ucieczki od wolności przez zniewolony umysł do samorealizacji poprzez wyrastanie do wolności. To wszystko ukazuje kompozycja zakłeta w kamiennym bloku, z którego wyrasta ku niebu szklana bańka mydlana... Zestawienie tych dwóch form, jakże odległych fizycznie i estetycznie, niemalże nie do pogodzenia, jest zabiegiem o tyle ryzykownym, co niezwykle wymownym w swojej symbolice. Przeszłście drogę od robaka do człowieka i wiele jest w was jeszcze z robaka - mówił Fryderyk Nietzsche. Tę myśl możemy odnaleźć nie tylko w dziele Fostera. Droga od grubo ciosanego granitowego bloku do wydmuchanej ludzkim oddechem bańki mydlanej... Oddech to tchnięcie ducha w ten martwy gład. Dla Hegla, autora *Fenomenologii ducha*, rzeczywistość państwa jest czymś wyższym niż rzeczywistość jednostki. Państwo jest dla niego wcieleniem Ducha w świat. Państwo jest realnością idei moralnej. Jest to duch moralny jako pragnienie widoczne dla samego siebie i substancjalne, które myśli i które zna i realizuje to, co ono samo wie jako wiedza. Jak pisze Gombrowicz, powyższe zdanie ukazuje najgłębszy sens idei heglowskiej. Dla dawnej filozofii człowiek był poddany prawu moralnemu nadanemu przez Boga lub, jak u Kanta, przez imperatyw moralny. Oznacza to, że człowiek posuwa się naprzód, lecz prawo już jest. U Hegla natomiast porusza się wszystko. Człowiek poruszając się, dopasowuje sobie prawo i nie ma żadnego trwałego prawa poza tym, które jest ustanawiane w procesie dialektycznym, to znaczy u Hegla nie tylko człowiek, ale i prawa są w ruchu, gdyż są niedoskonałe. Państwo jest realizacją woli jednostek. Państwo jest duchem, który rozwija się, stając się formą i organizacją świata. Teza – antyteza – synteza, to jest idea Hegla. W dziele Fostera możemy niewątpliwie doszukać się tego modelu interpretacyjnego. Historyczna bryła Reichstagu jako teza, szklana kopuła jako antyteza, całość jako synteza.

Jak twierdzi Umberto Eco, w architekturze bodźce są jednocześnie ideologiami dzięki łańcuchowi semiologicznemu. Architektura konotuje pewną ideologię (Eco, 1996, s. 235). Wydaje się, że w tak znaczącym dziele Fostera, jakim jest Reichstag, możemy pokusić się o odnajdywanie śladów ideologii przemyconych do architektury. Tym bardziej, że, jak twierdzi Eco, wypowiedź architektoniczną wchłania się nieuważnie, jak wypowiedź telewizyjną czy komiksy (Eco, 1996, s. 234). Architektura, podobnie jak inne dziedziny sztuki, wymaga zaabsorbowania, uwagi, oddania się interpretowanemu dziełu, szacunku dla przypuszczalnych intencji nadawcy (Eco, 1996). Relacje z posiedzeń niemieckiego parlamentu transmituje telewizja, komentuje prasa. Tę budowlę, symbol odrodzonych Niemiec, zwiedzają miliony turystów. Z tej perspektywy należy rozpatrywać odnowienie Reichstagu jako próbę nowego ujęcia ideologicznego owej budowli – symbolu (Eco, 1996). Historia z właściwą

sobie drapieżną energią opróżnia i znów napełnia formy, odbiera im i nadaje znaczenia – mówi Umberto Eco (1996, s. 222). Te słowa doskonale ilustrują zabiegi, jakim poddano budynek, w którym odbywają się posiedzenia Bundestagu. Zygmunt Bauman uważa, że duch nowoczesności objawiał się w największym stopniu poprzez architekturę i to z niej czerpał najwięcej konstrukcji myślowych i decydujących metafor, formułujących nowoczesny światopogląd.

Witruwiusz pisał, że państwo jest wielkim domem, a dom małym państwem, a Dio Cassius sądził, że Panteon rzymski otrzymał swoją nazwę ze względu na podobieństwo jego kopuły z niebem. W architekturze od wieków kopuła obok czysto funkcjonalnego znaczenia miała także znaczenie symboliczne. Była symbolem sklepienia niebieskiego i władzy (Cole, 2007, s. 312). Opis kopuły św. Apostołów w Konstantynopolu mówi, że wzywa ona niebiańskiego Boga-człowieka, aby zszedł (Tatarkiewicz, 1960, s. 172-173). Podobnie jest z niezwykle kopułą Reichstagu zaprojektowaną przez architekta Normana Fostera, uznawanego za jedną z kluczowych postaci nurtu architektury high-tech (Watkin, 2006, s. 76).

Czy architektura może być formą manifestacji uwolnienia zniewolonego umysłu w Miłoszowskim rozumieniu? Dla Fostera i niemieckich parlamentarzystów odpowiedzią jest podjęta próba rewitalizacji Reichstagu. Rewitalizacja (łac. *re + vita* oznacza dosłownie przywrócenie do życia, ożywienie) jest wielowymiarowym procesem przyczyniającym się do odnowy zasobu budowlanego, zmian w zagospodarowaniu przestrzeni, w jego funkcjach, tkance społecznej oraz wizerunku obszaru. Jest to proces wielowymiarowy. Należy podkreślić rolę, jaką w ożywieniu budowli może odegrać odkrywanie i współcześnie interpretowane dziedzictwo kulturowe i historyczno polityczne miejsca. Akt rewitalizacji tak szczególnego obiektu, jakim jest gmach niemieckiego parlamentu niesie ze sobą szanse i zagrożenia, z których niewątpliwie podmioty kształtujące oblicze miasta zdają sobie sprawę. Termin *rewitalizacja* jest terminem medycznym, oznaczającym przywracanie do życia sił witalnych ludziom. Przeniesiony do architektury został przez nas zastosowany celowo gdyż, jak się wydaje, to czego dokonał Foster jest podjęciem próby tchnięcia nowego ducha w zastany przezeń organizm.

Rewitalizacja czy lifting? Dla Fostera symbolem demokracji jest otwartość, bliski kontakt posłów ze społeczeństwem, którego są reprezentantami. Jak mówi Arystoteles w *Polityce*: „Dlatego cnota obywatela musi mieć związek z ustrojem.” (Arystoteles, 2002, s. 115). Dalej grecki myśliciel mówi następujące słowa: „Spotyka się to wszakże z uznaniem, gdy ktoś zdoła zarówno rządzić jak słuchać, toteż za cnotę obywatela uchodzi, gdy potrafi i rządzić dobrze, i słuchać.” (Arystoteles, 2002, s. 117). Wydaje się, iż Foster swym dziełem chce ukazać ideę państwa jako obywatela podniesionego do n-tej potęgi i pisanego dużą literą. Takie pojęcie państwa jest w istocie zwielokrotnieniem cech indywidualnego obywatela. Państwo staje się nowym „stworzeniem”, nowym zbiorowym organizmem o charakterze politycznym

i prawnym. Jest to jakiś wyraz poszukiwania tożsamości państwa, lecz już chyba takiego, które nie akcentuje przesadnie roli narodu.

Liberalizacja i demokratyzacja w Niemczech następuje odgórnie. Bez administracyjnego nadzoru, w tym zwłaszcza ze strony zachodnich mocarstw okupacyjnych i okresu „Niemiec o dwóch sercach” wolność i demokracja być może w Niemczech by się nie rozwinęła (Pszczołkowski, 1990a, s. 11). Niemcom ktoś musiał rzucić snop światła w głąb rozumu i serca, omieść je niczym strumieniem silnej latarki w zdecydowanej dłoni. Nowy Reichstag jest takim mrocznym sercem i umysłem Niemiec rozświetlanym światłem zewnętrznym, którego ten naród nie potrafił odnaleźć w sobie.

Fosterowski obywatel przebywając wewnątrz kopuły wieńczącej budowlę znajduje swoje zwielokrotnione lustrzane odbicie na wewnętrznych ścianach konstrukcyjnych szklanego klosza. Jego forma architektoniczna sprawia, że lustro zwielokrotniając rozświetlony obraz obywatela-widza kierują go w dół, na salę obrad parlamentarnych niejako doświetlając ją. Ten doskonały pod względem funkcji i formy zabieg twórczy niesie ze sobą niezwykłą wymowę treści. To trudne interpretacyjnie dzieło współczesnej architektury, jakim jest odnowiony gmach Reichstagu, pozwala się czytać, gdy odnajdziemy odpowiednie tropy dekodujące dzieło-komunikat Foster-a-nadawcy.

Inne tropy interpretacyjne nad wymową Reichstagu prowadzą nas z kolei do jaskini Platona pojmowanej przez współczesnych teoretyków organizacji jako metafora. W przypadku Fosterowskiego Reichstagu mamy do czynienia z metaforą organizacji wydobywającej się z psychicznego więzienia. Autorem metafory organizacji jako psychicznego więzienia jest Gareth Morgan. W wydobywaniu się z niewoli nieświadomości Platon widział drogę do oświecenia, dążenie do obiektywnej wiedzy w działaniach filozofów-królów. Być może i ta interpretacja zawiera w sobie ziarna prawdy na temat tego, co autor Reichstagu chciał nam powiedzieć. Ludzkość wegetuje niezmiennie w jaskini Platona i, zgodnie z odwiecznym zwyczajem, wciąż znajduje upodobania w samych tylko przeblaskach prawdy (Sontag, 1986, s. 7).

2. Moralność i przedsiębiorczość z perspektywy amerykańskiego liberalizmu, demokracji i chrześcijaństwa

THE AMERICAN FLAGA thoughtful mind, when it sees a nation's flag, sees not the flag only, but the nation itself; and whatever may be symbols, its insignia, he reads chiefly in the flag the government, the principles, the truths, the history, which belong to the nation which sets it forth.

Henry Ward Beecher

Dla Amerykanów wyrazem odniesienia się do idei dobra wspólnego jest w jakimś sensie miłość do tego, co wyraża amerykański sztandar, amerykańska

konstytucja i amerykański pragmatyzm. Zgodnie z myślą wypowiedzianą przez Johna Locke'a, jeśli każdy człowiek troszczy się o własne interesy nie martwiąc się o dobro wspólne ani o cele społeczne, te ostatnie same zatroszczą się o siebie. System społeczny zmieni prywatny egoizm w powszechne dobrodziejstwo (Novak, 1985, s. 146). Protestantcko-amerykańskie mity o sukcesie osobistym i samowystarczalności wymagały od imigrantów zmiany koncepcji własnej osoby, rodziny i społeczeństwa (Novak, 1985).

Flaga amerykańska nie jest symbolem biurokracji czy też systemu politycznego. Jest ona symbolem duchowej i moralnej aksjologii. Dla Amerykanów jest to niemalże religia. Jak twierdzi Michael Novak, już sam sztandar dowodzi, że Amerykanie nie są głupi, gamoniowaci, tępi, lecz są zdolni do najwznioślejszych czynów, w tym do śmierci dla innych. Miliony ludzi udowodniły, że są OBYWATELAMI wielkiej wspólnoty amerykańskiej wyrażając gotowość umierania pod jego barwami (Novak, 1985, s. 119).

2.1. Fenomen konstytucji amerykańskiej wspólnoty

My naród Stanów Zjednoczonych, w celu (...) popierania ogólnego dobra (...) uchwalamy i ustanawiamy niniejszą Konstytucję Stanów Zjednoczonych Ameryki.

Stany Zjednoczone Ameryki znajdują się dzisiaj w wąskiej grupie najpotężniejszych państw świata. O sile ich gospodarki świadczyć mogą wydatki, jakie USA ponoszą dziennie np. na działania wojskowe w Iraku. Są to sumy wielkości kilku miliardów dolarów dziennie. Dla porównania w czasie wojny w Wietnamie były one około dziesięciokrotnie niższe. Ludność tego kraju jest niezwykle zróżnicowana kulturowo i narodowościowo. Najważniejszą grupą etniczną i wyznaniową są od początku istnienia tego kraju biali anglosascy protestanci. Rok 1619 stanowi początek historii „pielgrzymki” na kontynent amerykański sekty radykalnych purytanów, nazwanych separatystami, chroniących się przed prześladowaniami w Anglii. Osiągnąwszy brzegi *nowej ziemi* podpisali dokument, w którym postanowili „połączyć się umową w jedno ciało polityczne, które dla swojego przetrwania i lepszych rządów (...) stanowić będzie sprawiedliwe i równe prawa (...) dla dobra ogółu.” Dokument wówczas podpisany – „Mayflower Compact” określa się niekiedy mianem pierwszej konstytucji amerykańskiej (Pułło, 2002, s. 4). Innym dokumentem wielkiej rangi odwołującym się jednoznacznie do idei dobra wspólnego i również pretendującym czasem do zaszczytnego miana pierwszej amerykańskiej konstytucji są Artykuły Konfederacji z 1777 roku. Stwierdzano w nich, że poszczególne państwa (stany) tworzą „ligę przyjaźni dla celów wspólnej obrony, zabezpieczenia wolności oraz wspólnego i ogólnego dobra” (art. III) (Pułło, 2002, s. 6). Konstytucja Stanów Zjednoczonych uchwalona została 17 września 1787 roku. Weszła w życie w 1789 r. Dokument ten

przekształcał faktycznie związek stanów w jedno nowoczesne państwo o większych kompetencjach naczelnych organów aniżeli wcześniej.

Ranga tego dokumentu niezwykle wzrosła, konstytucja stała się niemalże „świętym” dokumentem (Żyro, 2002, s. 197). Czymś na kształt Mojżeszowych tablic, czy też Tory. Lud amerykański podobnie jak lud Izraela wyprowadzony został z „domu niewoli”. Konstytucja amerykańska podobnie jak wspomniane żydowskie „dokumenty” wskazuje o wyborze dokonany przez Amerykę. Tak, jak wraz z obwieszczeniem Izraelowi Dekalogu urzeczywistnia się wybór Izraela (von Rad, 1986, s. 156), jako szczególnego rodzaju wspólnoty, tak wraz z ratyfikacją konstytucji przez naród amerykański następuje nadanie tej społeczności szczególnego rodzaju „wybraństwa” na tle wspólnoty międzynarodowej. Nadanie przykazań miało służyć dobru Izraela, na ich temat Księga Powtórzonego Prawa wkłada w usta Mojżesza następujące słowa: „Strzeżcie ich i wypełniajcie je, bo one są waszą mądrością i umiejętnością w oczach narodów, które usłyszawszy o tych prawach powiedzą: *Z pewnością ten wielki naród to lud mądry i rozumny.*” (Żyro, 2002, s. 159). W *Antyfederaliście* czytamy głosy przeciwników konstytucji wskazujące na to, jak pojmowano wówczas ten niezwykle dokument i znaczenie amerykańskiej wspólnoty dla losów światowego społeczeństwa: „Zadziwiony świat zauważył ostatnio w tej zachodniej połowie globu słońce wolności, wznoszące się w splendorze zenitu, gdzie radosne promienie zaczęły rozpraszać mroki transatlantyckiego despotyzmu: umysł patrioty, zachwycony tym rozpościerającym się widokiem, z ochotą przewidywał powszechny i wieczny dzień na orbicie wolności, ale horyzont zaciemnia się i mroki niewolnictwa grożą utrwaleniem swojego władania.” (Żyro, 2002, s. 271).

Objawom amerykańskiego patriotyzmu towarzyszą narodowe symbole życia zbiorowego, w tym konstytucja (Żyro, 2002, s. 200). Ta „odświeżona” konstytucja stała się siłą ideomotoryczną, która miała za zadanie ożywić ducha amerykańskiej republiki. Nowa konstytucja pojmowana była jako strzelisty akt w przyszłość nadający nowego wigoru zasadom wydobytym z historii poprzednich republik. Amerykanie mieli do dyspozycji całą nagromadzoną wiedzę wszystkich epok, co stawiało ich w szczególnej sytuacji w stosunku do historii a także przyszłych pokoleń (Żyro, 2002, s. 228). W tym kontekście amerykański eksperyment może być wskazaniem na dobro wspólne całej ludzkości. Towarzysząca procesowi ratyfikacji debata konstytucyjna oraz namiętna dyskusja, jaka się wówczas rozpętała, pokazały, że problem leżał w stworzeniu całkowicie nowej wspólnoty narodowej wspartej nieznaną dotąd formą rządzenia. Konstytucja była zatem dziełem całkowicie nowatorskim w stosunku do tego, z czym mieliśmy do czynienia w całej historii teorii politycznej i historii instytucji politycznych (Żyro, 2002, s. 231). Konstytucja stanowi instytucjonalną oprawę republiki. Lud Stanów Zjednoczonych stając się bohaterem historii został związany świętym przymierzem oraz unią interesów, które nie powinny być nigdy rozdzielone (Żyro, 2002, s. 250). Warren pisał, że zadaniem obywateli i obowiązkiem polityków jest zapewnienie dobrobytu

wspólnoty (Żyro, 2002, s. 251). Owo szczęście publiczne można osiągnąć jedynie przez zaspokojenie aspiracji większości ludzi żyjących we wspólnocie. Prawa mniejszości powinny być uszanowane lecz najwyższą instancją staje się dobro wspólne większości obywateli. Tym sposobem amerykańska republika mogła chronić wolność obywateli i jednocześnie dążyć do zapewnienia im szczęścia. W tym Nowym Świecie Amerykanie mieli bezkresne i nowe możliwości realizacji szczęścia, a szansa na to była większa niż gdziekolwiek indziej (Żyro, 2002, s. 253).

Zdaniem ówczesnych myślicieli konstytucja i debata ratyfikacyjna wypracowały model społecznego konsensusu dając sankcję nowemu porządkowi prawnemu i społecznemu. Federaliści pragnęli uczynić z Konwencji Konstytucyjnej moment symbolicznej rangi, „konstytuujący” niejako nowy porządek prawny i polityczny republikańskiego gmachu. Konstytucja staje się narodowym symbolem życia wspólnotowego (Żyro, 2002, s. 254). W owym czasie odzywały się silne głosy antyfederalistów, jak wspomniano wyżej - przeciwników konstytucji traktujących ją jako zamach na wolność rodzaju ludzkiego w skali całego globu. Jednak federaliści pojmowali ją wręcz odwrotnie. Federalizm, pojęcie wyprowadzone z łacińskiego *foedus*, oznacza przymierze wzniesione na pożytek wzajemny, dla dobra wspólnego. Był to wyraz, wydaje się, tożsamości tej wyjątkowej amerykańskiej wspólnoty idei i wartości. Jak widać zarówno federaliści jak i ich przeciwnicy ideowi są mocno osadzeni w Oświeceniu i koncepcji „moralnych sentymentów” jako spoiwa społecznego. Jak pisał Hume: „Widzimy, że to co zmierza do publicznego dobra i sprzyja pokojowi, harmonii i porządkowi w społeczeństwie, porusza życzliwe zasady naszej konstytucji, każąc nam opowiedzieć się po stronie cnót społecznych.” (Żyro, 2002, s. 275). Dobro publiczne ustanawia nową racjonalność polityczną, dzięki której przechodzi się ponad racjami jednostkowymi, lokalnymi i stanowymi do idei ogólnej. Pod względem określenia celu konstytucji zwyciężyli federaliści (Żyro, 2002, s. 281). Owe idee i wartości apelują do pojedynczych osób jako indywidualnych podmiotów, lecz związanych w określoną społeczność – podmiot zbiorowy.

W określeniu swojej tożsamości Amerykanom przeszkadzała „pamięć” zdegenerowanej Europy. Noah Webster zapytał, jak zbudować jedność narodową? Jego odpowiedzią był nowy amerykański język i jego słownik. Treść tego słownika miała stać się ważną częścią narodowej mądrości, świadomym stworzeniem symboli, dzięki którym można byłoby zbudować narodową społeczność. Słownik Webstera zawiera określony, charakterystyczny dla Stanów Zjednoczonych system idei, wartości i wyobrażeń. Po napisaniu swojego słownika Webster rozpoczął ponad trzydziestoletnią krucjatę kulturową, mającą za zadanie przekonanie amerykańskiego społeczeństwa o istnieniu odrębnej od europejskiej kultury amerykańskiej, odrębnej i unikatowej mapy intelektualnej wyrosłej z amerykańskiego sposobu życia i pojmowania świata (Żyro, 2002, s. 289). Jedna z amerykańskich gazet opublikowała rysunek, na którym widać filary z nazwami stanów, które

ratyfikowały konstytucję. Komunikat jaki niosła wymowa ilustracji był następujący: konstytucja daje filarom, symbolizującym stany amerykańskie, nowe sklepienie wieńczące gmach republiki (Żyro, 2002, s. 295). Jak pisali wówczas federaliści, proponowana konstytucja federalna jest tak szczęśliwie zaprojektowana, żeby kreować ducha narodowego i szerzyć narodowe uczucia, bez których obecności lud amerykański nie mógłby kwitnąć w szczęśliwości (Żyro, 2002, s. 298).

Jak twierdzi Tomasz Żyro, konstytucja amerykańska przetrwała burze dlatego, że jako dokument „półbogów” była zwieńczeniem wielowiekowych poszukiwań – niejako eliksirem mądrości. Budowla republikańska spoczywała na prawach. Prawa konsolidowały porządek polityczny w obliczu wicherów zmian.

17 września 1787 roku Benjamin Franklin kończy obrady Konwencji Konstytucyjnej następującymi słowami: „Albowiem kiedy zebraliście grupę ludzi, aby wykorzystać ich wspólną mądrość, nieuchronnie zgromadziliście ludzi z ich przesadami, ich namiętnościami, ich błędnymi opiniami, ich lokalnymi interesami i ich egoistycznymi poglądami. Czy z takiego Zgromadzenia można było oczekiwać doskonałej konstytucji? Dlatego też jestem zdziwiony, sir, że znajduję ten system jako zbliżający się tak bardzo do perfekcji, i myślę, że zadziwił on także naszych wrogów, którzy z ufnością oczekiwali, że nasze debatujące ciała ulegną pomieszanu niczym budowniczo wieży Babel [...]. Toteż zgadzam się na tę konstytucję, ponieważ nie oczekuję lepszej, i ponieważ nie jestem pewny, czy nie jest najlepszą z możliwych. Opinie, dotyczące jej błędów, składam na ołtarzu dobra publicznego.” (Żyro, 2002, s. 301).

Tekstem, który uprawomocniał amerykańską republikę, nie stała się początkowo Deklaracja Niepodległości, lecz konstytucja. Jak stwierdził Harrington, chodzi o stworzenie republiki praw, gdzie prawo będzie królem, a nie król prawem. Konstytucja jako dokument stała się świętym dokumentem, a uchwalenie konstytucji w opinii Noaha Webstera stało się podobne ogłoszeniu prawa żydowskiego na górze Synaj. Ten świadomy zabieg sakralizacji konstytucji miał za zadanie wykreowanie nowego autorytetu. Od tego momentu przysięgę składa się na Pismo Święte i na konstytucję (Żyro, 2002, s. 303). Konstytucja ma być pomnikiem trwalszym od spiżu. Do dziś do tego dokumentu wprowadzane są jedynie tzw. poprawki. Według słów George’a Washingtona, nowa konstytucja była eksperymentem, którego stawką było ustanowienie republikańskiego modelu rządów (Żyro, 2002, s. 323).

W amerykańskiej konstytucji zostały ucieleśnione idee podziału władzy oraz systemu kontroli i równowagi, opisane przez Monteskiusza, a których celem było uniknięcie despotyzmu. Poszczególne zakresy władzy wypełniając swoje zadania powstrzymywałyby nadużycia innych i tym sposobem służyłyby dobru wspólnemu (Kisinger, 2002, s. 22). Od strony światopoglądowej doktryna równowagi sił była przejawem przekonań wybitnych osobowości Oświecenia, sądzących że świat i życie polityczne rządzą się racjonalnymi prawami.

Pozornie przypadkowe działania ludzi rozsądnych w ostatecznym rezultacie zmierzają ku dobru wspólnemu (Kisinger, 2002). Ojcowie Założyciele Ameryki zaangażowani w ideały demokracji prawdopodobnie rzeczywiście wierzyli w „system hamulców i równowagi” (Kisinger, 2002, s. 573).

Architekt Daniel Libeskind, zwycięzca konkursu na odbudowę terenów po zburzonym nowojorskim World Trade Center, opowiada w swojej książce, że gdy przygotowując się do pracy nad projektem odbudowy znalazł się na dnie krateru po katastrofie czuł się porażony ogromem fundamentów zburzonych wież WTC. Mówi, że miał wrażenie jakby schodził pod kolejne poziomy oceanu. Pyta dalej, czy ktokolwiek zastanawiał się nad tym, co było pod wieżami, kiedy tu stały w pełni chwały? Ujrzelśmy ścianę, wspomina. Gigantyczną, betonową zaporę na zachodnim brzegu krateru. Gdyby ta ściana runęła woda rzeki Hudson, okalająca wyspę Manhattan, zalałaby podziemia nowojorskiego metra, a potem całe miasto. Byłaby to Apokalipsa. Ta ściana szczelinowa, jak mówi Libeskind, jest cudem inżynierii, dosłowną i metaforyczną zaporą przed chaosem i destrukcją. W swojej odmowie upadku stała się świadectwem potęgi i niezłomności ludzkiego dzieła. Świadectwem wolności i wartości ludzkiego życia. Pomyślałem wówczas, jak pisze Libeskind, że taką ochroną, takimi fundamentami Ameryki jest nasza Konstytucja (Libeskind, 2008, s. 19 i 40).

2.2. Pragmatyzm amerykański w służbie dobra wspólnego

„IN GOD WE TRUST”

Jest coś znamiennego w powyższej sentencji znajdującej się na amerykańskim banknocie dolarowym. W żadnym innym kraju pieniądz nie odegrał tak decydującej roli jak w Stanach Zjednoczonych. Nigdzie nie powstawały w tak krótkim czasie takie fortuny, nigdzie indziej ta wiara nie była w podobnym stopniu sprzężona z panującą etyką i mentalnością. Żaden kraj nie otoczył tak wielką ciężką bogactwa i sukcesu. Motor ekspansji i rozwoju został uruchomiony jeszcze przez purytańskich osadników.

Amerykański zmysł interesu i amerykański protestantyzm wyrosły na tej samej glebie: z przekonania, że przestrzeganie norm moralnych, skromność i abstynencja zostaną docenione przez Boga, który ześle w nagrodę powodzenie w pomnażaniu majątku. Amerykaninowi od najmłodszych lat wpajano, że dobrym i pracowitym Bóg daje bogactwo, złych i leniów karze i zubaża. Nierówność jest zatem wyrazem wyższej sprawiedliwości. Wszyscy powinni mieć jednakowe szanse startu, jednak zwyciężają najlepsi. Pod względem wartości moralnych zwycięzcy są lepsi od pokonanych, a więc także od nich - bogatsi. Te idee wywodzące się z purytańskiej etyki zachowują, z pewnymi modyfikacjami, żywotność po dziś dzień - zaobserwował Max Weber, o którym

nie sposób nie wspomnieć, w swoim klasycznym dziele „Etyka protestancka i duch kapitalizmu”. Intensywność poszukiwań Królestwa Bożego stopniowo przemieniała się w trzeźwość cnót zawodowych (Berezowski, 1989, s. 48).

Odległe początki refleksji filozoficznej w Ameryce można śledzić sięgając aż do purytan Nowej Anglii. Głównym celem purytanów było oczywiście zorganizowanie życia według zasad religijnych i moralnych, w które wierzyli. Na religijny rodowód pierwszej fazy amerykańskiej myśli filozoficznej wskazuje fakt, że pierwsi filozofowie byli duchownymi (Copleston, 1989, s. 259). Imigranci purytańscy, którzy osiedlili się w Nowej Anglii, przynieśli ze Starego Świata teokratyczną koncepcję państwa. Tak jak Żydzi, uważali się za wybrańców Boga, wygnanych z ojczyzny, by zaludnić Ziemię Obiecaną, i rządzonych przez Boga za pośrednictwem duchownych. Dokonując znakomitej adaptacji Państwa Bożego św. Augustyna, Baxter identyfikuje państwo z Kościołem, widzialnym Państwem Boga. Ogłasza świat królestwem, w którym Bóg jest absolutnym monarchą, a wszyscy ludzie są jego poddaniymi. Teokratyczne poglądy purytanów podkopane zostały pod wpływem Hobbesa, Locke’a i Monteskiusza. Nastąpiło zeświecczenie teorii społecznej i politycznej purytanów. Państwo traktowano jako dzieło ludzi, utworzone w wyniku swobodnej umowy między nimi i istniejące dla ich dobra. Przygotowana została droga dla demokratycznej koncepcji władzy, jako instytucji ustanowionej przez ludzką społeczność i istniejącej dla niej (Gilson, Langan, Maurer, 1977, s. 513).

Powszechniejsze uznanie rozróżnienia między Kościołem a państwem oraz ideału wolności religijnej nastąpiło pod koniec XVIII w. Akt ustanowienia wolności religijnej w Wirginii Thomasa Jeffersona głosił niezbywalne prawo każdego człowieka do postępowania w sprawach religii według własnego sumienia.

Nikt bardziej niż Thomas Jefferson, autor Deklaracji Niepodległości (1776 r.) nie przyczynił się do stworzenia podstawowych zasad amerykańskiej demokracji. Blisko 100 lat później badania Brownsona nad Konstytucją Amerykańską przekonały go, że jej podstawą nie jest ateizm polityczny. Konstytucja uznaje prawa człowieka, a więc prawa Boga. Stanowi ona, iż każdy człowiek ma niezbywalne prawa, które rząd musi uznawać i ochraniać. Osobliwością Konstytucji Amerykańskiej - twierdzi Brownson - nie jest tylko uznanie równości wszystkich ludzi wobec prawa, lecz przyznanie im równych uprawnień, nie wywodzących się z prawa, ale od Stwórcy, wyprzedzających społeczeństwo obywatelskie, a więc takich, które rząd obowiązany jest, z samej swej natury, uznawać i chronić całą mocą swej władzy. Pod tym względem demokracja amerykańska różni się od europejskiej. Demokracja, w prawdziwie amerykańskim sensie, uznaje, iż społeczeństwo, podległe Bogu, jest źródłem wszelkiej władzy politycznej, lecz nie może ono stanowić czy prawomocnie sprawować żadnej władzy niezgodnej z uprawnieniami jednostek. Demokracja europejska wprowadza społeczeństwo w miejsce Boga, a wolę społeczeństwa czyni regułą i miarą prawa. W tym leży doskonałość Konstytucji Amerykańskiej i jej wyższość nad innymi systemami politycznymi. Uznając istnienie danych od

Boga praw, które państwo ma obowiązek ochraniać, przyznaje ono pierwszeństwo porządkowi moralnemu, czyli duchowemu, nad doczesnym. Wielką zaletą Konstytucji Amerykańskiej - w oczach Brownsona - jest uznanie własnej niekompetencji w sprawach duchowych. Nie jest ona obojętna wobec religii. Na odwrót, uznaje jej doniosłość oraz szanuje i popiera religię obywateli. Ponieważ jest niekompetentna w sprawach duchowych, nie ośmiela się osądzać, która religia jest prawdziwa. Każdemu obywatelowi przysługuje wolność sumienia (w tej mierze, w jakiej chodzi o Państwo) i dokonuje on tego osądu sam.

„Filozof amerykańskiej demokracji” John Dewey twierdzi, że dobrobyt społeczeństwa wymaga, by każdy przyczyniał się do tworzenia wartości organizmu społecznego, każda bowiem osoba ma swoisty wkład do wniesienia, bez którego społeczeństwo jest uboższe. Organizm społeczny musi czerpać ze wszystkich swych potencjalnych zasobów. Pełny rozwój jednostki wymaga również, byśmy uczestniczyli w wytwarzaniu i zarządzaniu instytucjami społecznymi, w których żyjemy (Gilson, Langan, Maurer, 1977, s. 598).

Jedną z oryginalnych cech nowego systemu wzniesionego przez społeczeństwo Stanów Zjednoczonych było to, że przyznawało ono pierwszeństwo instytucjom gwarantującym wolność sumienia, nieskrępowany przepływ informacji i swobodę głoszenia idei - słowem, pierwszeństwo kultury moralnej - przed domeną polityki i gospodarki. Zachowanie pierwszeństwa przez te instytucje jest sprawą absolutnie kluczową dla eksperymentu amerykańskiego. Zgodnie z amerykańskim ideałem, wolność wypływa z ludzkich zdolności do refleksji i wyboru. „Bóg, który nas stworzył, stworzył nas wolnymi”, powiedział Jefferson, dumny z powodu napisania Deklaracji Niepodległości (Novak, 1993, s. 293).

Przywódstwo wiodących, starych Kościołów protestanckich zostało dzisiaj mocno zachwiane; w wielu wypadkach zagrażają one amerykańskiemu eksperymentowi.² Fakt ten ma także niemałe znaczenie dla polityki zagranicznej Stanów Zjednoczonych, które pragną odgrywać w świecie rolę, zgodnie z własną konstytucją, obrońcy wolności, w tym również religijnej. Przykładem

² Zob. K. Grzybowska, *Niemcy odrzucają oskarżenia USA. Spór o prześladowanie scjentologów*, „Rzeczpospolita” 29 I 1997, s. 8. Niemiecki minister spraw zagranicznych Klaus Kinkel stanowczo odrzucił krytykę postępowania władz RFN wobec Kościoła Scjentologicznego zawartą w tegorocznym raporcie Departamentu Stanu na temat przestrzegania praw człowieka. Z dokumentu tego wynika, że w Niemczech członkowie sekty są ofiarami prześladowań. Zdaniem Kinkla zarzuty te są całkowicie bezpodstawne. Minister dodał, że na temat Kościoła Scjentologicznego będzie wkrótce rozmawiał z amerykańską sekretarzem stanu, panią Madeleine Albright. Rzecznik Departamentu Stanu Nicholas Burns, jest zdania, że konflikt wokół Kościoła Scjentologicznego nie ma wpływu na stosunki między USA i RFN. Zarówno politycy, jak i zdecydowana większość społeczeństwa, nie uważają Kościoła Scjentologicznego za wspólnotę religijną, lecz za organizację gospodarczą, której celem jest opanowanie firm, przedsiębiorstw oraz instytucji finansowych i przejęcie władzy nad światem. Po skazaniu we Francji scjentologów za oszustwa finansowe również władze Grecji zakazały działalności tej sekty, określając ją jako „organizację przestępczą”.

takiej zewnętrznej interwencji USA jest spór o prześladowanie scjentologów, w którym Niemcy odrzucają oskarżenia USA. Niemiecki minister spraw zagranicznych Klaus Kinkel stanowczo odrzucił krytykę postępowania władz RFN wobec Kościoła Scjentologicznego, zawartą w raporcie Departamentu Stanu na temat przestrzegania praw człowieka. Z dokumentu tego wynika, że w Niemczech członkowie sekty są ofiarami prześladowań. Zdaniem Kinkla zarzuty te są całkowicie bezpodstawne. Minister dodał, że na temat Kościoła Scjentologicznego będzie rozmawiał z ówczesną amerykańską sekretarz stanu, panią Madeleine Albright. Rzecznik Departamentu Stanu Nicholas Burns, był zdania, że konflikt wokół Kościoła Scjentologicznego nie ma wpływu na stosunki między USA i RFN. Zarówno politycy, jak i zdecydowana większość społeczeństwa, nie uważają Kościoła Scjentologicznego za wspólnotę religijną, lecz za organizację gospodarczą, której celem jest opanowanie firm, przedsiębiorstw oraz instytucji finansowych i przejęcie władzy nad światem. Po skazaniu we Francji scjentologów za oszustwa finansowe również władze Grecji zakazały działalności tej sekty, określając ją jako organizację przestępczą.

Jednym z protestanckich odłamów, któremu brak wyraźnie kontrowersyjnej oceny, jak w przypadku np. Kościoła Scjentologicznego, są Mormoni. Tradycja mormońskiej pracowitości z epoki tworzenia się Kościoła przetrwała po dziś dzień. Mormoni mają godne podziwu zdolności organizacyjne i wykazują ogromną przedsiębiorczość. Zarówno Salt Lake City, jak i ich struktury kościelne funkcjonują bez zarzutu. Kościół jest właścicielem drugiego co do wielkości na zachód od Missisipi Towarzystwa Ubezpieczeniowego, posiada grunty na terenie Stanów Zjednoczonych i Kanady, największy pakiet akcji gazety „Los Angeles Times”, kontroluje lokalne stacje telewizyjne i radiowe, ma szpitale, farmy, szkoły, domy towarowe. Jest właścicielem dużej części Hawajów, stanu Utah i sieci hoteli Marriot, gdzie w sypialniach znajduje się „Księga Mormona” zamiast Biblii. Inwestycje te są źródłem dużych dochodów, należy jednak pamiętać, że powodzenie i dostatek zostały osiągnięte dzięki ciężkiej pracy członków Kościoła. Płacą oni ponadto dziesięcinę na rzecz Kościoła, czyli oddają na ten cel dziesiątą część swoich zarobków.

Kościół Mormonów jest wielką organizacją społeczną, a jego nauka kładzie szczególny nacisk na świętość życia rodzinnego, przywiązuje wagę do czystości życia w ogóle (nie wolno palić papierosów, pić alkoholu, a nawet kawy, herbaty i coca - coli, które mają działanie pobudzające, nie wolno też uprawiać miłości pozamałżeńskiej), a więc korzyści wynikające z wyznawania mormonizmu - przynajmniej dla zdrowia - są duże.

Nacisk na sukces finansowy jest u Mormonów bardzo silny: Bóg błogosławi tych, którzy dobrze prosperują, mają samochody, domy, intratne zajęcia itp. Zdrowie, dostatek, powodzenie - tylko to się liczy. Członkowie Kościoła, którym się gorzej powodzi, czują się poza nawiasem. „Chociaż Kościół dysponuje znakomitym programem pomocy dla tych, którym się nie wiedzie, to wciąż daje ci do zrozumienia, że Bóg oczekuje, byś sobie dobrze

radził”. Większość wyznawców zajmuje się interesami Kościoła, które pochłaniają przynajmniej trzy wieczory w tygodniu, a także soboty i niedziele.

Kościół ma opinię bardzo moralnego. Nie ma współczucia dla tych, którzy są mniej doskonali. Kościół kocha tylko sukces i powodzenie, nie ma miejsca na słabości.³ We wczesnym okresie istnienia Kościoła wszyscy jego członkowie należeli do łóż masońskich, toteż ich rytuał tkwi korzeniami w wolnomularstwie. Założyciel Kościoła Mormonów Joseph Smith i jego brat byli masonami, Smith mógł więc bez trudu zaadaptować pewne wzorce rytuałów masońskich dla potrzeb stworzonej przez siebie religii.

Rockefellerowie - „łnienie złotego cielca” (Walkowiak, 1991, s. 26), tak można by zaprezentować w niniejszej pracy klan Rockefellerów i postać jego głównego aktora rozważając temat roli jednostki i organizacji gospodarczej w amerykańskim systemie gospodarczym i politycznym. Celem naszego studium przypadku jest zilustrowanie procesów, które są zbyt skomplikowane by ująć je w abstrakcyjny model. Według dzisiejszych standardów, założyciele kilku najbardziej popularnych, powszechnie dziś szanowanych rodów amerykańskich byli w zasadzie gangsterami (Starkowski, 1995). Historia fortun to często z jednej strony niemalże kartoteka przestępstw, a z drugiej baretk orderów.

Zimna brutalność z jaką ograbił on setki ludzi z ich skromnego majątku, jest przerażającym przykładem tego, w jaką bestię może przedzierzgnąć się człowiek - twierdził pastor Gladen, najwybitniejsza postać z Kościoła Kongregacjonalistów, mówiąc o Johnie Davisonie Rockefellerze w Bostonie w 1905 r. (Collier, Horowitz, 1976, s. 24) - Człowiek ten nagromadził bogactwa metodami okrutnymi, cynicznymi i nikczemnymi, takimi samymi, jakich używali barbarzyńcy plądrujący Rzym i średniowieczni rycerze-rozbójnicy - grzmiał wielebny pastor. Senator Robert LaFollet nazwał go „największym przestępcą wieku”. Spośród wszystkich ludzi, których Theodore Roosevelt potępił jako „możnych przestępców”, John D. Rockefeller był w istocie najmoźniejszym. A jednak JDR będąc od młodości podporą Kościoła Baptystów, od 1905 r. wpłacił na jego rzecz prawie 100 mln dolarów i poświęcił się stworzeniu najrozleglejszego na świecie systemu filantropijnego.

Rockefeller - uosabiał w oczach opinii publicznej bezduszny system ekonomiczny, który opanował i ujarzmił ludzkość. Kimkolwiek był on prywatnie, dla opinii publicznej był tym, który wymyślił nową formę władzy gospodarczej - trust - i narzucił ją narodowi mającemu biznes we krwi (Collier, Horowitz, 1976, s. 24). Trust jest formą monopolu, w której przedsiębiorstwa stają się udziałowcami proporcjonalnie do swych wkładów, powierzając

³ Zob. J. Ritchie, *The secret Word of cults. Inside the sects that take over lives, United Kingdom 1991*. We wczesnym okresie istnienia Kościoła wszyscy jego członkowie należeli do łóż masońskich, toteż ich rytuał tkwi korzeniami w wolnomularstwie. Założyciel Kościoła Mormonów Joseph Smith i jego brat byli masonami, Smith mógł więc bez trudu zaadaptować pewne wzorce rytuałów masońskich dla potrzeb stworzonej przez siebie organizacji religijnej.

kierownictwo połączonych przedsiębiorstw jednemu zarządowi. Rockefeller był zawsze przeświadczony, że jest dobrym chrześcijaninem, i to zarówno w interesach jak i w życiu prywatnym. Głębokie przekonanie, że jest niesłusznie oczerniany połączone z silnym pragnieniem oczyszczenia się ze stawianych mu zarzutów, stanie się potem jedną z dominujących cech dynastii, której dał początek.

Potęga Rockefellera tkwiła nie w nowatorstwie, lecz w organizacji i genialnej strategii budowania systemów władzy, o której mówił, że polega na zjednoczeniu i koncentracji. Jego siłą była umiejętność poruszenia właściwego trybiku we właściwym miejscu maszyny gospodarczej, zawarcie odpowiedniego sojuszu, pozyskanie wahającego się przeciwnika czy wykupienie w najkorzystniejszym momencie genialnego wynalazku. Jego zasługi leżały nie tyle w dziedzinie technologii ropy naftowej, co w dziedzinie technologii władzy. Inni odkrywali sposoby wydobywania i przewozu ropy naftowej, on zaś pracował nad innego rodzaju wynalazkami jak np. akcyjną spółką powierniczą (Collier, Horowitz, 1976, s. 58). Po 30 latach od początków kariery Rockefellera JDR stał się centralną postacią najbardziej spektakularnej historii sukcesu w dziejach biznesu. Jego Standard Oil był niewątpliwie najpotężniejszą organizacją w państwie. Nigdy przedtem nie było możliwe, i nie będzie już możliwe nigdy więcej, by jeden człowiek stworzył taką organizację (Collier, Horowitz, 1976, s. 27).

Jako pilny słuchacz Pisma świętego Rockefeller wiedział, że „miłosierdzie zakryje mnóstwo grzechów”. Jednak w odróżnieniu od Gouldów, Fisków i innych, którzy odkryli dobroczynność dopiero pod koniec życia i gorączkowo rzucili się wyposażać szkoły i szpitale, żeby pozbyć się wyrzutów sumienia i poprawić nadszarpniętą reputację, dla Rockefellera dziesięcina na rzecz kościoła była zawsze nieodłączną częścią religii jego matki. Jak wynika z notatek,łożył na kościół baptystów i na cele dobroczynne jeszcze wtedy, kiedy był urzędnikiem z pensją 3,5 dolara tygodniowo. W miarę jak rosły jego dochody, rosła wysokość tych świadczeń. W 1882 r. rozdawał 65 tys. dolarów rocznie, a w 10 lat później 1,5 mln.

Jałmużna jest chrześcijańskim obowiązkiem, który powinno się spełniać bez szumnej reklamy. Ale w miarę upływu lat Rockefeller zaczął mieć na wpół mistyczne poczucie, że został wybrany jako „naczynie bogactwa”. W 1905 r. , w czasie jednego z bardzo rzadkich wywiadów, zaskoczył reportera, zdradzając mu tajemnicę: „ Bóg dał mi pieniądze” - a widząc zdumienie na twarzy rozmówcy, tłumaczył: „Wierzę, że moc robienia pieniędzy jest darem boskim... danym po to, by rozwijać go i wykorzystać dla dobra całej ludzkości. Mając taki dar uważam, że moim obowiązkiem jest robienie pieniędzy. Coraz większych pieniędzy. I wykorzystywanie ich dla dobra moich bliźnich zgodnie z tym, co mi dyktuje sumienie” (Collier, Horowitz, 1976, s. 71).

Angielski ekonomista J. A. Hobson podkreślał osobiwość owej spółki: Człowiek robi pieniądze, a Bóg decyduje, na co je wydać. Ale w miarę jak zbliżał się koniec wieku XIX, epoki intensywnej akumulacji kapitałów, to

połączenie pobożności z bogactwem wydawało się mieć logiczne uzasadnienie, zwłaszcza gdy się weźmie pod uwagę specyficzną teologię „pożłacanego wieku”. Prorokiem filantropii był jednak człowiek nie związany z żadnym kościołem, ateista i zagorzały wyznawca społecznego darwinizmu nazwiskiem Andrew Carnegie.

Rozdawszy jedną z największych w historii fortun, Carnegie wykazał, że społeczeństwo interesuje się tym, co „książęta przemysłu” robią z pieniędzmi. Z „króla stali” przedzierzgnął się potem w literata amatora, a w artykule, który ukazał się w czerwcu 1889 r. na łamach „North American Review”, ogłosił „doktrynę bogactwa”, której treść stała się natychmiast wyznaniem wiary przemysłowców-filantropów. „Problemem naszej epoki - brzmi początek artykułu - jest właściwa administracja bogactwami, tak by więzy braterstwa harmonijnie łączyły bogatych i biednych”. O ile populiści i radykałowie domagali się redystrybucji bogactw, to Carnegie proponował lepsze nimi zarządzanie. Jego naczelnym argumentem było to, że istniejący porządek społeczny jest najlepszy z możliwych. Prowadzi on wprawdzie do pewnych nierówności i niesprawiedliwości, ale postęp ludzkości jest uzależniony właśnie od zdolności jej przedstawicieli do gromadzenia bogactw i zarządzania nimi dla ogólnego dobra.

Pewien liberalny teolog zauważył po przeczytaniu tego artykułu, że Carnegie dał światu nowy cytat z Ewangelii: „Doniosłym czynnikiem społecznym są nie tyle biedni, co bogaci”. Rockefeller, który też czytał artykuł, był zachwycony: „Chciałbym, żeby jak najwięcej ludzi majątnych robiło z pieniędzy taki użytek jak pan” - pisał do Carnegiego.

Rockefeller wiedział, że decyzje, które musi podjąć w sprawie swojej fortuny, będą ważniejsze od wszystkich, jakie podejmował kierując trustem (Collier, Horowitz, 1976).

Zaczął od utworzenia Instytutu Badań Medycznych swojego imienia. W pół wieku później jego wnuk David miał przekształcić Instytut w Uniwersytet Rockefellera. Sprawne działanie powołanych do życia organizacji filantropijnych wydawało się mieć dobroczynny wpływ na opinię publiczną. Otwierało też pole do działania dla jego delikatnego i kapryśnego syna Johna Davida Rockefellera Juniora. Sam się tym zbytnio nie interesował. Cieszył się, że Junior zajmuje się szczegółami działalności Instytutu, sam zaś grał w golfa. Syn był wykonawcą, on tylko inwestorem. Ale myślał o czymś jeszcze wspanialszym niż Instytut, Rada Edukacji czy Komisja Sanitarna, o czymś, co byłoby szczytowym osiągnięciem filantropii (Collier, Horowitz, 1976).

Struktura taka powstała w 1913 r., uzyskując status prawny i przybierając nazwę Fundacji Rockefellera. Po dziś dzień jest największą i najpotężniejszą instytucją filantropijną na świecie, obejmującą swoim patronatem praktyczne rozwiązywanie problemów zdrowia, oświaty i kultury. Fundacja stała się organizacją cenioną, o dużym autorytecie, prowadząc liczne akcje oświatowe o skali międzynarodowej, niosąc pomoc w walce z pasożytami,

chorobami zakaźnymi i tropikalnymi. Instytut Badań Medycznych od 1965 r. noszący nazwę Uniwersytetu Rockefellera, uzyskał lek przeciwko epidemii i zapaleniu opon mózgowych. Prowadził również badania przeciw żółtej febrze, nad paraliżem u dzieci i zapaleniem płuc. Uczelnia ta może poszczycić się sporą listą laureatów Nobla (Collier, Horowitz, 1976).

Dziełem „Lwa Filantropii” była Generalna Rada Edukacji zajmująca się oświatą wśród Amerykanów afrykańskiego pochodzenia na Południu. Szczególnie starannie opracowano system szkolnictwa średniego. Gdy doświadczenia z czarną młodzieżą przyniosły oczekiwane efekty system zastosowano na terenie całego kraju, organizując w USA „ogólnokrajowy system szkół średnich”. Sukces osiągnięto w pracach nad zreformowaniem systemu kształcenia kadr medycznych. Rockefeller dotował poważnie oświatę medyczną, w tym uniwersytety Yale, Columbia, Harvard, University of Chicago. Są to do dziś wiodące uczelnie amerykańskie.

Mecenat imperium finansowego przyczynił się też do powstania muzeów Sztuki Nowoczesnej i Sztuki Prymitywnej. Rockefeller sfinansował również ośrodek sztuk scenicznych Lincoln Center w Nowym Jorku oraz odbudowę zabytkowego miasta Williamsburg w stanie Wirginia.

Współpracownicy i protegowani Fundacji zapewniali Rockefellerowi wpływy w sferze polityki. Dwóch prezesów Fundacji zostało sekretarzami stanu. Przez długi czas kierowali amerykańską dyplomacją. Spośród protegowanych wyszedł także Henry Kissinger, któremu, gdy Nixon wygrał wybory, zaoferowano stanowisko asystenta do spraw bezpieczeństwa narodowego. Kiedy afery Watergate zrujnowała prezydenturę Nixona, a balast Wietnamu wciąż jeszcze ciążył na zaufaniu do Stanów Zjednoczonych, rola Ameryki jako autorytetu zdawała się chwiać.

Wówczas to na scenę wkracza David Rockefeller inicjując prace tzw. Komisji Trójstronnej. Skupiała wybitne osobistości lobby finansowego oraz elity środowisk politycznych i akademickich Ameryki Północnej, Zachodniej Europy i Japonii. Powodem powołania komisji była chęć umocnienia amerykańskiego prymatu w świecie. Drugim zadaniem komisji było przygotowanie alternatywnego rządu na okoliczność upadku Nixona.

Dyrektorem wykonawczym Komisji mianowany został profesor nowojorskiego uniwersytetu Columbia, politolog Zbigniew Brzeziński (późniejszy doradca prezydenta Cartera ds. bezpieczeństwa narodowego). Swoje wyborcze zwycięstwo w 1976 roku Carter i jego ekipa zawdzięczali w dużej mierze właśnie poparciu Rockefellerów.

Jesienią 1974 r. prezydent Ford mianował Nelsona Rockefellera wiceprezydentem. Prasa oceniła wówczas jego stan posiadania na ok. 70 miliardów dolarów w blisko 100 korporacjach. Był to już jednak pułap, którego Rockefellerowie nie zdecydowali się przekroczyć.

Spółczesność nie zniosłoby koncentracji w jednym ręku tak kolosalnej władzy politycznej i ekonomicznej. Połączenie w jednych rękach władzy ekonomicznej i politycznej jest najpewniejszą receptą na tyranie (Friedman,

Friedman, 1985, s. 10). Od tej chwili krzywa rodziny zaczęła spadać, by w 1990 roku wywołać wstrząs wiadomością, że rodzina Rockefellerów sprzedała 51 proc. akcji Rockefeller Center Group spółce Mitsubishi Estate Limited.

Monumentalne gmachy zdobione marmurem, złotem - pełne dostojnej powagi - symbol Ameryki przejęli Japończycy.

3. Etyka gospodarcza z perspektywy Katolickiej Nauki Społecznej

Jakie kryteria wartości, z punktu widzenia etyki biznesu, przyjąć jako model do realizacji przedsięwzięć gospodarczych, w epoce „przewartościowania wszelkich wartości”; gdy podaż różnorodnych wizji moralności rośnie równomiernie z popytem?

Starając się odpowiedzieć na pytanie o kształt porządku gospodarczego Katolicka Nauka Społeczna stawia stanowcze granice, określając wyraźne cele i wyznaczając warunki ramowe, w zakresie których może mieć miejsce realizacja przedsięwzięć o charakterze gospodarczym (Ockenfels, 1992, s. 51).

Kościół nie rozwinął żadnego konkretnego modelu lub systemu porządku gospodarczego. Nauki Kościoła w tych kwestiach nie można identyfikować z żadną doktryną. Przynależy ona raczej do ogólnej wizji społeczeństwa, a nie jest zbiorem rozstrzygnięć; raczej inspiracją za pomocą której Kościół chce oddziaływać. W porządku moralności jego rola różni się od roli władz politycznych. Kościół wydaje sąd moralny w kwestiach gospodarczych i społecznych gdy „domagają się tego podstawowe prawa osoby lub zbawienie dusz” (Sobór II, nr. 76). Katolicka etyka gospodarcza zmierza raczej w stronę kwestii sensu gospodarki, pyta o miejsce człowieka jako osoby w procesie gospodarki, a dla porządku gospodarki ukierunkowanego na dobro wspólne ustanawia społeczno - etyczne podstawowe wartości i zasady (Ockenfels, 1992, s. 52). W Katolickiej Nauce Społecznej gospodarkę uważa się za miejsce odpowiedzialnego moralnie samorozwoju osoby ludzkiej. Sensem rozwoju działalności gospodarczej i wzrostu produkcji ma być zaspokojenie potrzeb ludzi (Sobór II, nr. 64). Taki sposób myślenia nie kłóci się z nowoczesnym spojrzeniem na zarządzanie w procesie gospodarczym, np. marketing określa się w nim jako celowe zaspokojenie potrzeb i wymagań klientów za pomocą produktów i usług (Oblój, 1994, s. 51). Jednakże w zarządzaniu gospodarką nie można kierować się wyłącznie prawami rynku nie urzeczywistniając pojęcia sprawiedliwości społecznej, gdyż istnieją liczne ludzkie potrzeby, które nie mają dostępu do rynku. Należy wobec tego zalecać rozsądne zarządzanie rynkiem i przedsięwzięciami gospodarczymi, zgodnie z właściwą hierarchią wartości i ze względu na dobro wspólne (Jan Paweł II, 1991, s. 34).

3.1. Katolicki porządek życia społeczno-gospodarczego

Kontynuując naszą refleksję - można zapytać, czy istnieje porządek gospodarczy, który w opinii Katolickiej Nauki Społecznej nie kłóci się, bądź zmierza w kierunku postulowanych przez nią wartości i zasad? Należy wyraźnie zaznaczyć, że Katolicka Nauka Społeczna dystansuje się od dwóch kierunków ideologicznych: od marksistowskiego socjalizmu i od indywidualistycznego liberalizmu. Pełni niejako funkcję krytyczną w stosunku do różnych utopii społecznych i gospodarczych wyprowadzając ją ze źródeł filozoficznej refleksji i teologicznego wymiaru porządku zbawienia. W sposób zasadniczy odrzuca także dwa odpowiadające im modele idealne form gospodarowania: kolektywistyczną gospodarkę centralnie administrowaną, ze względu na to, iż niszczy ona wolność osoby oraz liberalistyczny kapitalizm, ponieważ izoluje i absolutyzuje on wolność jednostki (Ockenfels, 1992, s. 52).

Katolicka Nauka Społeczna podejmuje próbę zarysowania na płaszczyźnie wartości „trzeciej drogi”. Kierunek ten mieści się poza obszarem wyżej wspomnianych, krańcowych dróg. Zarys ten wskazuje na porządek polityczny będący syntezą wolności osobistej i sprawiedliwości społecznej, na kierunek społecznej gospodarki rynkowej.

3.2. Miejsce idei wspólnego dobra w rozwiązywaniu problemów gospodarczych

Do czegokolwiek wola zdąża, to zawsze zmierza do tego jako do dobra. Ponieważ jednak dobro jest różne i liczne, wobec tego wola nie kieruje się z konieczności do jednego tylko dobra.

Święty Tomasz z Akwinu
(1956, s. 409)

Zgodne z prawem jednostkowe interesy powinny zostać włączone w porządek dobra wspólnego, w zgodzie z zasadą solidarności i pomocniczości. Trzy formalne zasady porządkujące życie społeczno - gospodarcze według Katolickiej Nauki Społecznej to:

1. zasada solidarności
2. zasada dobra wspólnego
3. zasada pomocniczości

Solidaryzm jest zasadą powinnościową, określającą zobowiązania. W obszarze ekonomicznym solidarność jest pojęciem oznaczającym, że człowiek zdany jest na wspólne wartości, które może urzeczywistnić jedynie w społecznym wymiarze i poprzez kooperację. Solidaryzm oznacza odrzucenie myślenia w kategoriach czystej konkurencji i konfliktów, według których społeczeństwo i gospodarka stanowią obszar walki wszystkich ze wszystkimi

dla zrealizowania partykularnych interesów. Solidaryzm uzasadnia ideę społecznego partnerstwa, jak również w wymiarze międzynarodowym niezbędność współpracy gospodarczej z krajami rozwijającymi się.

Zasada dobra wspólnego polega na uczestnictwie wszystkich dążących do dobra wspólnego. Potrzebne są wyrzeczenia. Dobro wspólne polega na takim stworzeniu struktur życia, które pomogą w rozwoju osobowości. Jest wzajemnym przenikaniem się i wyrzeczeniem; sumą wartości, które można wspólnie zrealizować. Dobro wspólne wiąże się integralnie z godnością osoby ludzkiej. Osobie należy się prymat nad społeczeństwem. Jednostka ma zrealizować siebie w odniesieniu do dobra wspólnego. Władza jest dobrze sprawowana gdy odnosi się do dobra wspólnego.

Zasada pomocniczości służy ustalaniu podziału kompetencji. Nie powinno się odbierać mniejszej strukturze kompetencji na rzecz większej; większa powinna pomagać mniejszej, ale nie wyręczać jej (np. Sobór Watykański II mówi o tym w dziedzinie edukacji i międzynarodowej pomocy gospodarczej). Zasada ta jest znacząca dla uporządkowanego życia gospodarczego, popiera bowiem pierwszeństwo mniejszych jednostek przed wielkimi strukturami. Przy jej pomocy można zakwestionować wszystkie gospodarcze procesy koncentracji i centralizacji, powstawanie monopolu i dominację ponadnarodowych koncernów. Oznacza ta zasada obronę mniejszych, możliwych do ogarnięcia jednostek oraz poparcie dla tzw. klasy średniej.

Wzgląd na godność osoby ludzkiej powoduje, że Katolicka Nauka Społeczna opowiada się za porządkiem gospodarczym zakorzenionym w inicjatywie prywatnej. W swej encyklice „Mater et Magistra” (1961 r.) Jan XXIII pisze: „W dziedzinie życia gospodarczego należy uznać pierwszeństwo prywatnej inicjatywy poszczególnych ludzi, działających jednostkowo, bądź też w różnego rodzaju zrzeszeniach tworzonych dla osiągnięcia wspólnych korzyści”. Encyklika „Sollicitudo rei socialis” (1987 r.), postuluje „prawo do inicjatywy gospodarczej”, które można rozumieć jako prawo do przedsiębiorczości, przedsiębiorczej inicjatywy, której nikt nie powinien hamować. Prawo to ma znaczenie nie tylko dla jednostki, ale i dla dobra wspólnego. Historyczne doświadczenia wykazują, że jego negowanie i „koncesjonowanie” faktycznie niweluje lub nawet niszczy twórczą podmiotowość obywatela - przedsiębiorczość. Zamiast niej rodzi marazm, bierne poddanie się zależności wobec biurokratycznego aparatu, który przybiera rolę dysponenta a nierzadko posiadacza ogółu dóbr wytwórczych, stawiając wszystkich w pozycji wasala. Taki chory stan krępowania siły twórczej człowieka rodzi poczucie frustracji, beznadziejności i często jest przyczyną tego, że wielu ludzi opuszcza kraj rodzinny w poszukiwaniu „ziemi obiecanej”, nie przystając na poniżanie jego godności. Jako fundamentalny środek do zabezpieczenia wolnego i odpowiedzialnego kształtu gospodarki musi służyć prywatna własność. Encyklika „Mater et Magistra” stwierdza: „Prawo prywatnej własności, także środków produkcji, obowiązuje zawsze” (Ockenfels, 1992,

s. 53). Encyklika „Laborem exercens” stwierdza, że również pracobiorca winien mieć „poczucie, że pracuje na swoim” (nr. 15), a także współdecydować w tym obszarze.

Każdy system, według którego stosunki społeczne byłyby całkowicie określane przez czynniki ekonomiczne, jest sprzeczny z naturą osoby ludzkiej i jej czynów (Jan Paweł II, 1991, nr 24).

Wszelka praktyka, która sprowadza osoby jedynie do tego, by były zwykłymi środkami do osiągnięcia zysku, zniewala człowieka, prowadzi do bałwochwalczego stosunku do pieniądza i przyczynia się do szerzenia ateizmu (Sobór II, nr 65).

Rozwój działalności gospodarczej i wzrost produkcji mają na celu zaspokojenie potrzeb ludzi. Życie gospodarcze nie powinno zmierzać jedynie do pomnażania dóbr wyprodukowanych i zwiększania zysku czy wpływów; przede wszystkim powinno służyć osobom, całemu człowiekowi i całej wspólnotie ludzkiej. Działalność gospodarcza, prowadzona zgodnie z właściwymi jej metodami, powinna być podejmowana w granicach porządku moralnego, zgodnie ze sprawiedliwością społeczną, by odpowiedzieć na zamysł Boży względem człowieka (Sobór II, nr 34; Jan Paweł II, 1991, nr 31).

Na płaszczyźnie gospodarczej tę bezpośrednio skuteczną sankcję, która za błędne decyzje karze właściciela stratą, za słuszne - nagradza zyskiem, trudno czymkolwiek zastąpić. „Laborem exercens” podkreśla potrzebę „poczucia” „pracy na swoim” (nr.15), a także współdecydowania w tym obszarze. Wiele przemawia za tym, że to poczucie kształtuje się dopiero wówczas, kiedy pracobiorcy faktycznie zostają współwłaścicielami, chociaż niekoniecznie tylko we „własnym” zakładzie pracy. Możliwie szerokie upowszechnienie własności a przez to również odpowiedzialności, jest starym postulatem katolickiej nauki społecznej (Jan Paweł II, 1981, nr 15).

Katolicka nauka społeczna uznaje konkurencję jako niezbędną regułę organizacyjną kierowania gospodarką. Konieczność kształtowania gospodarki jako porządku rynkowego i porządku konkurencyjnego stanowi już konsekwencję wyżej wymienionych praw i zasad. Wartość rynku i konkurencji da się uzasadnić np. w oparciu o wartość wolności i o zasadę pomocniczości, które wykluczają gospodarkę dyrygowaną oraz gospodarkę zarządzaną centralnie.

Chrześcijański obraz człowieka jest realistyczny. Kiedy widzi się pożyteczność i egoizm, nie można wymagać od ludzi zbyt wiele. W odniesieniu do porządku gospodarczego nie można zakładać jakichś przeanielenych podmiotów gospodarczych, które zupełnie rezygnują z interesu własnego i żyją całkowicie cnotliwie. Przeciwnie, dany porządek gospodarczy musi jeszcze funkcjonować także wówczas, gdyby ludzie w większości byli egoistami (Ockenfels, 1992, s. 56).

W niemieckim katolicyzmie już od czasów biskupa Kettelera zyskało uznanie stanowisko, zgodnie z którym nie chodzi o to, aby odrzucić kapitalizm jako taki - albo mówiąc wyrażniej intensywną kapitałowo gospodarkę rynkową,

ale o to, aby budując na niej zabiegać o nowy porządek, który będzie neutralizował negatywne skutki starego systemu. W tym względzie „*Rerum novarum*” ustawiła odpowiednie zwrotnice dla rozbudowy państwa prawa i państwa społecznego w celu zdyscyplinowania kapitalizmu liberalnego. Z punktu widzenia polityki społecznej państwo miało się zajmować przesłankami i porządkiem ramowym zjawiska rynku, a z punktu widzenia polityki socjalnej - miało po prostu chronić słabych.

W ten sposób została utorowana droga do społecznej gospodarki rynkowej. Nie da się jednak zaprzeczyć, że katolicka nauka społeczna bardziej zajęła się istotną treścią elementu społecznego, niż sposobem działania rynku. Wprawdzie gospodarka konkurencyjna zasadniczo została zaakceptowana, ale jej konkretne wypaczone formy mocno, a nierzadko w sposób przesadny krytykowano. Nie jest przecież tak, że przy funkcjonującej konkurencji wygrywają tylko nieliczni, a przegrywa wielu. Konkurencja dokonującami czyni z gospodarki rynkowej najbardziej produktywną formę gospodarowania, w której wygrywającymi są przede wszystkim konsumenci. Pozytywną funkcję rynku i konkurencji jasno podkreśla encyklika społeczna „*Centesimus annus*” (1991 r.). Jan Paweł II wyraźnie akceptuje gospodarkę rynkową i poleca ją nawet krajom Trzeciego Świata, jako system gospodarczy, „który uznaje zasadniczą i pozytywną rolę przedsiębiorstwa, rynku, własności prywatnej i wynikającej z niej odpowiedzialności za środki produkcji, oraz wolnej ludzkiej inicjatywy w dziedzinie gospodarczej (nr. 42). Wyrażone w encyklice punkty widzenia, zasady i wnioski praktyczne nie pozostawiają już żadnej wątpliwości, że katolicka nauka społeczna w dużej mierze zgadza się z wymogami społecznej gospodarki rynkowej (Ockenfels, 1992, s. 57; Jan Paweł II, 1992, nr 42).

Konkurencja z reguły wiąże się z interesownym dążeniem do zysku oraz do zarobku, czego nie można z góry oceniać jako egoistyczne. Jest zrozumiałym życzeniem każdego, aby jego wkład produkcyjny został wynagrodzony dochodem, który przekracza poniesione koszty i wysiłki. Dotyczy to w równej mierze przedsiębiorcy i jego zysku, jak też pracobiorcy i jego dochodu.

Stanowisko KNS wobec konkurencji charakteryzuje dążenie, aby nadać jej umiar, uwypuklić instrumentalny charakter oraz zaakceptować przyporządkowanie do celu nadrzędnego. Niczym nieograniczony system konkurencyjny nie może być najwyższym prawem gospodarki. W tej kwestii zgłasza się głównie dwa zastrzeżenia. Pierwsze kieruje się przeciw nadmiernym i niszczącym skutkom konkurencji pozostawionej samej sobie, która sprzyja niepohamowanemu dążeniu do władzy i zarobku, a ponadto pozbawia mocy zdrową strukturę konkurencyjną. Z doświadczenia wiadomo, że konkurencja nie jest w stanie utrzymać się sama z siebie. Nosi ona w sobie elementy samoniszące i dlatego potrzebuje jakiegoś państwowego porządku ramowego. Przepisy prawne przeciw nieuczciwej konkurencji oraz przeciw ograniczeniom odpowiadają tej sytuacji (Ockenfels, 1992, s. 58).

Drugie zastrzeżenie przeciwko nieskrępowanej konkurencji polega na tym, że jej mechanizm pozostaje ślepy wobec wymogów sprawiedliwości

i godności człowieka. Przeczy się starej liberalistycznej tezie, jakoby już sam fakt, że coś zostało zrealizowane w trakcie wolnej konkurencji, był jej usprawiedliwieniem. W trakcie konkurencji każdorazowo lepsze osiągnięcie winno się przebić na rynku. Co jest jednak jakościowo lepsze? Czy tylko to, co posiada jakąś cenę na rynku? W tym miejscu KNS stawia kilka niewygodnych pytań czystej gospodarce rynkowej, która posługuje się częściowo wątpliwymi metodami reklamy, wywołuje ciągle nowe, także zbędne i szkodliwe życzenia i zalewa rynek ciągle nowymi produktami. Krytyczne pytania są skierowane do nieumiarkowanych konsumentów społeczeństwa rozrzutnego i społeczeństwa obfitości, którzy nie biorą wystarczająco poważnie swej odpowiedzialności za coraz bardziej ograniczone surowce i za obciążone odpadkami środowisko. Przedsiębiorstwo, które wyrządza środowisku uciążliwe szkody, może wprawdzie pracować rentownie i dostarczać wartościowych dóbr; pochodzące od niego obciążenia zmniejszają jednak ogólnogospodarcze korzyści, gdyż naruszają zdrowotność narodu (Ockenfels, 1992).

Celem gospodarki, jak mówi Sobór Watykański Drugi (w „Gaudium et spes” nr. 64), „nie jest tylko wzrost masy towarowej ani zysk lub zdobycie wpływów, ale służenie człowiekowi, z uwzględnieniem porządku jego potrzeb materialnych i wymogów jego życia umysłowego, moralnego, duchowego i religijnego”. Kto ma jednak pierwszeństwo w określaniu wartości? Należy tu wymienić w pierwszym rzędzie konsumentów jako podmioty popytu na „wartości”, niezależnie od wpływu, jaki można wywierać na ich wyobrażenia o dobrobycie i standardzie konsumpcji. Reklama nie jest przecież wyłącznie sprawą gospodarki prywatnej, ale - w sensie „uświadomienia konsumentów” - również zadaniem tak publicznego, jak i prywatnego systemu kształcenia oraz mass - mediów.

Oczywiście, również produkcja i handel są w równej mierze odpowiedzialne za to, co produkują i sprzedają (oraz jak to czynią) - coraz częściej bywają też pociągane do odpowiedzialności. Ostatnią normatywną instancją w określaniu wartości gospodarczych jest państwo, które bierze odpowiedzialność za dobro wspólne, najpierw poprzez ogólne prawodawstwo, a następnie poprzez politykę gospodarczą, finansową i podatkową. Oznacza to silne współuczestnictwo w stanowieniu priorytetów wartości w procesie gospodarczym.

Oczywiście, te formy państwowego prawodawstwa i polityki, globalnego kierowania oraz indykatywnego planowania inwestycji znacznie zawężają wolną konkurencję. W porządku kompetencyjnym zasady pomocniczości państwo jest tylko ostateczną instancją rozwiązującą problemy i bardzo często wysuwa się wątpliwości co do nieomylności jego wglądu w dziedzinę wartości.

Jeśli jakiś przedsiębiorca jest ukierunkowany na osiągnięcie zysku, to nie jest to naga żądza zysku. Zysk pełni ważną funkcję, także w sensie społeczno - etycznym, kiedy np. silniej pobudza poczucie odpowiedzialności i gotowość do działania. Zyski są zaczynem gospodarki, nowe inwestycje są zdane na zyski

i planowane osiągnięcia. Nie można po prostu żądać większej ilości miejsc pracy, trzeba natomiast tworzyć przesłanki ku temu, aby przedsiębiorstwa pracowały rentownie, tzn. osiągając zyski. „Quadragesimo anno” domagała się, aby dla zwalczania bezrobocia inwestować zyski. Stąd zysk uzyskuje uzasadnienie społeczno – etyczne (Pius XI, 1931).

Poza tym zdrowy interes własny, aby czerpać korzyści ze swoich talentów, nie jest czymś obcym chrześcijaństwu. Myśl chrześcijańska zakłada, że każdy bardzo dobrze wie, co jest dla niego dobre i że najpierw według własnych sił musi czynić wszystko, aby sobie samemu pomóc. Należałoby przy pomocy środków porządku politycznego tak ukierunkować egoizm, aby był on owocny dla wszystkich ludzi.

Encyklika „Laborem exercens” stawia pracę w centrum kwestii społecznej. Praca oznacza jednak więcej niż tylko pewien ekonomiczny czynnik produkcji. W szerokim sensie praca jawi się jako podstawowy, naturalny wymiar ludzkiej egzystencji. Człowiek jest obrazem kreatywnego Stwórcy. Ponadto otrzymując polecenie stwórcze uzyskał on wyraźne uprawnienie, aby poprzez pracę czynić sobie Ziemię poddaną i odpowiedzialnie kształtować przyrodę. Właśnie dlatego podkreśla się szczególnie mocno twórczy oraz innowacyjny charakter pracy (Jan Paweł II, 1981).

Praca jest środkiem do celu, ale nie celem samym w sobie. Ogólnie rzecz biorąc służy ona samorozwojowi ludzi, którzy również poprzez pracę realizują swoje wartości życiowe i określone cele.

Pracy nie wolno odrywać od jej podmiotu. Człowieka jako podmiotu pracy nie można traktować jako czynnika produkcji.

Katolicka nauka społeczna nie jest nauką zajmującą się wyłącznie sprawiedliwym podziałem istniejących miejsc pracy oraz wytwarzaniem bogactwa. Charakterystyczne dla chrześcijańskiego realizmu KNS jest to, iż nie oczekuje się, że humanistyczne wartości i zasady można urzeczywistnić bez sprawnie funkcjonującej i produktywnej gospodarki rynkowej. KNS jest jednak wystarczająco optymistyczna, aby przyjąć, że na dłuższą metę humanizm i rentowność nie wykluczają się, ale wzajemnie się warunkują (Ockenfels, 1992, s. 73).

Konieczność etyki odpowiedzialności, która przewiduje i ocenia skutki danego działania, wynika z ogólnego doświadczenia, że także działania podjęte w najlepszej intencji mogą niekiedy przynieść złe skutki. Problem etyki odpowiedzialności polega nie tylko na tym, aby usunąć negatywne skutki, które faktycznie już wystąpiły. Główny problem polega na tym, aby przedtem, przed podjęciem jakiejś innowacji technicznej, oszacować jej możliwe i prawdopodobne skutki dla człowieka i środowiska. Odpowiednia reguła decyzyjna ustala (według Wilhelma Korffa), że mamy się decydować na mniejsze zło odnośnie do skutków, a mianowicie mamy odpowiedzieć na pytanie: czy oczekiwane złe skutki uboczne podjęcia jakiejś innowacji technicznej są mniej uciążliwe, niż skutki jej zaniechania? (Ockenfels, 1992).

Ta reguła wyważania dóbr zakłada pewne spojrzenie w przyszłość. Nigdy nie jesteśmy jednak w stanie dokładnie wiedzieć, co przyniesie przyszłość - choćby w dziedzinie dalszych odkryć technicznych, w sferze społecznych i naturalnych przemian itd. Są możliwe kombinacje, o których teraz nie mamy jeszcze żadnego pojęcia, imponderabilia, które wymykają się naszym rachubom. Ponieważ wszystko jakoś wiąże się ze wszystkim, a kompleksowość stosunków raczej wzrasta, przewidywalność jest ograniczona i musimy się też liczyć z możliwością wystąpienia nie dających się uchwycić skutków ubocznych; największa niewiadoma tkwi jednak w błędnym zachowaniu człowieka - istoty ograniczonej (Ockenfels, 1992).

Dochodzi do tego trudność ilościowego określenia rzeczywistych, możliwych i prawdopodobnych szkód oraz ich kwalifikacji, w celu wzajemnego porównania. Dlatego też tak sporne jest np. porównanie między energią jądrową a spalaniem materiałów kopalnych.

Jakościowa ocena skutków często zależy od interesów oceniającego. Podczas gdy związki zawodowe skłaniają się do spoglądania na postęp techniczny z punktu widzenia wyizolowanego celu - pełnego zatrudnienia, przedsiębiorcy często ograniczają się do jego oceny z punktu widzenia rentowności, a „zieloni” stosują jedynie kryteria ekologiczne.

Chociaż wszystkie priorytety interesów i wartości z osobna są jak najbardziej uprawnione, wymagają one jednak integracji z pewnym porządkiem dobra wspólnego, który ma na uwadze całą rzeczywistość społeczną i który uwzględnia sprawiedliwe wyrównanie roszczeń. W ten sposób zasygnalizowano już konieczność instytucjonalnej regulacji problemu społeczno - etycznego, a mianowicie powołanie kompetentnych i odpowiedzialnych gremiów, zdolnych do podejmowania decyzji oraz sprawnego działania.

Przy zawrotnym postępie technicznym, który nie czyni ludzkiego życia lepszym w sposób automatyczny, zwiększa się zależność obywateli i polityków od wiedzy rzeczowej fachowców. Akceptacja coraz bardziej staje się sprawą zaufania - a zaufanie w istotny sposób zależy od uczciwości i wiarygodności fachowców, którzy wskutek specjalizacji coraz dalej odsuwają się od siebie. Tym bardziej pilne wydaje się poszukiwanie wspólnego stanowiska i porozumienia w dialogu tych, którzy ustawiają zwrotnice postępu technicznego z tymi, którzy są potencjalnymi ofiarami tego rozwoju. Dialog taki umożliwia KNS. Przepis na współżycie z postępowaniem technicznym dał być może Novalis, pisząc dwieście lat temu: „Jeśli ludzie chcą zrobić jeden krok naprzód dla opanowania zewnętrznej natury przy pomocy sztuki organizacji i techniki, muszą najpierw uczynić trzy kroki wewnętrznego pogłębienia etycznego”.

Rozdział II

AKSJOLOGICZNE ASPEKTY W DEKLARACJACH MISJI ORGANIZACJI GOSPODARCZYCH

W badanym materiale odnajdujemy cały szereg wartości, które są dla naszych badań interesujące ponieważ wyznaczają aksjologiczne ramy, w jakich zamykają się deklaracje analizowanych przedsiębiorstw. Ten pluralizm wartości nie poddaje się prostej, jednolitej ocenie. Badając poszczególne wartości dochodzimy do przekonania, iż firmy przedstawiając je w deklaracjach dokonują zarazem ich ocen. Odnajdujemy więc w badanym materiale wartości materialne i niematerialne. W pierwszym paragrafie podjęta więc będzie analiza deklaracji, mająca na celu wydobyć implikowanych w nich tych dwóch kategorii wartości. Następnie skoncentrujemy się na szczegółowym badaniu pierwszego rodzaju wartości, czyli materialnych, poczym naszą uwagę skupimy na problemie wartości niematerialnych. Natomiast celem dociekań w drugim paragrafie będzie odkrycie hierarchii wartości w badanym materiale.

1. Wartości implikowane w deklaracjach

W poddanym analizie zbiorze dokumentów odnajdujemy wartości materialne i niematerialne. Wśród nich na naszą wnikliwą uwagę zasługują postulowane przez firmy wartości ekonomiczne, etyczne, społeczne, ideologiczne, ekologiczne. Celem tego paragrafu będzie ustalenie związków i proporcji pomiędzy odkrytymi wartościami, to bowiem może z kolei stanowić dla nas podstawę do ustalenia ich hierarchii. Deklaracje oprócz wyraźnego wskazania na określone wartości odwołują się do ogólnych zasad, których celem jest poszanowanie dla wartości osoby ludzkiej, środowiska naturalnego, przedsiębiorstwa i jego produktów. Zatem refleksji poddane zostaną tutaj wartości dotyczące świata człowieka i jego funkcjonowania na styku z organizacją gospodarczą i naturą. Oznacza to, że badać będziemy wartości w kontekście takich pojęć jak: klient, pracownik, przedsiębiorstwo, środowisko społeczne, środowisko naturalne itd. Na tym tle naszą uwagę w sposób szczególny skierujemy na wartości dotyczące relacji klient – produkt, one to bowiem tworzą aksjologiczną oś współrzędnych firmy. Dalej mamy do czynienia z wartościami odnoszącymi się do relacji pracownik – firma (firma pojmowana jako pracodawca). Te i poprzednie wartości wyznaczają granice, w których koncentruje się przeważająca część działalności organizacji gospodarczych. Niemalże wszystkie deklaracje wyraźnie preferują nakaz respektowania wartości związanych z klientem.

1.1. Wartości materialne

Problemem pierwszej wagi jest określenie dominanty szeregu wartości materialnych, które przyszło nam analizować w zebranych materiale. Sądzimy, iż ową dominantą jest zysk. Ta wartość jest bowiem w różnych, nieco zmienionych postaciach, aksjologicznym kompasem firm. Jest to zrozumiałe, bowiem celem działalności gospodarczej jest pomnażanie majątku firmy. Kluczem do powodzenia w interesach jest to, aby istota przeprowadzanych transakcji biznesowych firmy znalazła swą wymierność w wysokim zysku. Działalność gospodarcza jest dążeniem do zysku w sposób trwały i racjonalny, do wciąż nowych zysków, do tzw. rentowności. Przedsiębiorstwo nie zorientowane na zysk byłoby skazane na klęskę. Według Maxa Webera aktem gospodarczym będzie przede wszystkim taki, który opiera się na nadziei na zysk. Tam gdzie do zysku dąży się racjonalnie, całe działanie zorientowane jest na rachunek ekonomiczny. Z kolei K. Waloszczyk (1996) twierdzi, iż mamy obecnie do czynienia ze zjawiskiem materializacji pojęcia zysku. Materialny, dający się przeliczyć na pieniądze zysk jest głównym motywem ekonomicznej aktywności w jej zasadniczej postaci. Według tego autora w dzisiejszym światowym systemie ekonomiczno-finansowym nasila się „fetyszyzm pieniądza”, to znaczy postępujący brak pokrycia tegoż w rzeczywistych jednostkach użyteczności. H. Henderson⁴ mówi, że obecnie pieniądź zatracą swój sens jako system miary wartości i realnej produkcji światowej. Pieniądź manipulowany przez polityków czy kreatywną księgowość w niewielkim stopniu odzwierciedla autentyczną wartość tego, czego dokonują w rzeczywistości podmioty gospodarcze. John Keneth Galbraith (1991) twierdzi, że wciąż mamy do czynienia z przekonaniem, że w tworzeniu namacalnych wartości materialnych jest coś wyjątkowo produkcyjnego. Na przykład produkcja buta jest uważana za pożyteczniejszą niż usługi uczonego.

Jak się wydaje czysto materialne pojęcie zysku nie jest niezbędnym dla ekonomii jako takiej. Niezbędny jest wprawdzie tak czy inaczej pojęty zysk, inaczej ekonomia stałaby się filantropijną działalnością. Zysk może być jednak różny: krótkowzroczny i dalekowzroczny, pozorny i rzeczywisty, bardziej ilościowy lub bardziej jakościowy, bardziej prospołeczny lub bardziej indywidualistyczny. Pozytywna rola zysku w ekonomii jest uznawana również przez społeczną naukę Kościoła, jednak z istotnymi korektami.⁵

⁴ Por. H. Henderson, *Paradigms in Progress. Life Beyond Economics*, Knewledge Systems, Inc. Indianapolis 1991. Ów materialny zysk, na którym głównie zależy ekonomii klasycznej, staje się coraz bardziej niematerialny, co przejawia się w rosnącej tendencji do zdobywania pieniędzy na drodze różnych kombinacji, a w malejącej skłonności do inwestowania w realną produkcję.

⁵ Por. Jan Paweł II, *Centesimus annus*, 1991. Zysk nie jest jedynym regulatorem życia przedsiębiorstwa; obok niego należy brać pod uwagę czynniki ludzkie i moralne, które z perspektywy dłuższego czasu okazują się przynajmniej równie istotne dla życia przedsiębiorstwa.

Firma o niemieckim rodowodzie, Rab Karcher Energieservice ujmuje w swojej Deklaracji wartość jaką jest zysk w następujący sposób:

„Zysk jest wiarygodnym motywem naszego działania, naszego wysiłku i przemysłu. Chcemy zarabiać możliwie dużo, możliwie długo, możliwie coraz więcej pieniędzy. Wysokość zysku jest fundamentem naszej swobody działania. Zysk jest wypróbowanym, niebudzącym wątpliwości i wiarygodnym świadectwem naszej sumienności. Z tej perspektywy sukces utożsamiamy z zyskiem. Taka jest nasza etyka.. Chcemy zarabiać, ale nie za wszelką cenę. Nie zajmujemy się wszystkim tylko dlatego, że jest do zrobienia interes.”

Dla tej firmy zysk jest wartością, która widziana jest przez pryzmat twórczego doświadczenia rzeczywistości ekonomicznej. Wartość ta skupia energię firmy nadając jej wyraźnie określony kierunek i perspektywę czasową. Zysk i zbudowany na nim twórczy potencjał finansowy firmy wyznacza granice wolności realizowanych przedsięwzięć gospodarczych. Zdaniem przedsiębiorstwa zysk jest jego „sumieniem” albowiem to, jak firma go osiąga mówi wiele na temat wyznawanej przez nią etyki biznesu.

Niemiecka firma Rab Karcher Energieservice wyznaje nam prawdę, w którą wierzy. Prawdą tą jest to, że nie ma takich pieniędzy, dla których firma poświęciłaby wszystko. Zysk nie jest dla niej wartością na tyle kultową, aby osiągać ją rezygnując z innych wartości, czyli w domyśle nie licząc się z niczym i z nikim. Tak więc dla tej organizacji gospodarczej istnieją w odniesieniu do wartości jaką jest zysk pewne granice, których nie chce ona przekroczyć. Wyznacza je przyzwoitość i decyzja wolnego podmiotu działalności ekonomicznej. Nie jest więc to podmiot zniewolony przez „bezduszne prawa ekonomii”. Nie jest im on poddany bezwzględnie. Oznacza to, że dla tej organizacji gospodarczej zysk sytuuje się w pewnym aksjologicznym porządku hierarchicznym nie na samym jego szczycie. W sekwencji wartości zysk jako wartość materialna nie znalazł się na pozycji uprzywilejowanej. Został on podporządkowany wartościom niematerialnym. Przeczy to w tym przypadku tezie głoszącej, że zysk jest bezwzględnie pierwszoplanowym celem działalności gospodarczej. Jeśli w istocie jest tak, jak subiektywnie deklaruje firma, to należy obiektywnie stwierdzić, że deklaracje nic nie kosztują.

W ocenie pojmowania przez Rab Karcher Energieservice zysku jako wartości zaznacza się wyraźna tendencja firmy do przedstawienia siebie w deklaracji poprzez ukazanie cech reprezentatywnych dla społeczeństwa odpowiedzialnego, uczciwego, o wysokim poczuciu społecznym, dla którego liberalne postawy i wzory zachowań podporządkowane są postawom i wzorom doktryny ordoliberalizmu. Różni się ona od innych doktryn społeczno gospodarczych głównie indywidualistycznym podejściem do celów gospodarczych, politycznych i społecznych. Społeczeństwo rozumiane jest w ordoliberalizmie jako ogół jednostek swobodnie realizujących swoje cele, jednakże jednostki ograniczone są prawami ustanowionymi w sposób demokratyczny, normami wyznaczonymi przez tradycję kulturową, a jednocześnie zależne są od wysokiego poziomu akceptacji zastanego systemu

wartości moralnych, etycznych i innych (Pszczółkowski, 1990b, s. 8-9). Ordoliberalizm jest specyficzną, niemiecką odmianą współczesnej myśli liberalnej, określanej mianem neoliberalizmu, z tym że w przeciwieństwie do innych państw Europy Zachodniej, w Niemczech stał się on niejako oficjalną doktryną ekonomiczną i społeczno-polityczną rządów chadeckich i chrześcijańsko-liberalnych (Blum, 1969; Schreiber, 1961, s. 596).

W deklaracji firmy Johnson & Johnson rozpoznajemy zysk jako wartość, która bliska jest obowiązującej regule czy nakazowi, a nie czemuś, co ma pociągać czy przemawiać do przekonania. Na potwierdzenie tej tezy przytoczmy następujący fragment tekstu deklaracji:

„Działalność firmy musi przynosić znaczne zyski.”

W tym fragmencie tekstu siła argumentacji, siła przekonywania odstąpiła miejsca nakazowi. Co tak kategoryczny imperatyw, nakaz autorów deklaracji oznacza? W przywołanej Deklaracji firma wyjaśnia nam skąd czerpie uzasadnienie dla tego nakazu. Jest on obowiązkiem wynikającym z odpowiedzialności w stosunku do akcjonariuszy. Racje uzasadniające nakaz mają więc swe źródło w argumentacji ekonomicznej i etycznej. Pewien niepokój dotyczący tego, czy postawiona wcześniej teza znajduje potwierdzenie, wprowadzają słowa deklaracji, które odcytujemy z kolei w innym miejscu badanego dokumentu. Ukierunkowują one naszą refleksję na nieco inne tory myślenia o wartości jaką jest dla firmy zysk. Ukazują one tę wartość w kontekście pojęcia ceny produktu przedsiębiorstwa. Oto ten kontrowersyjny fragment dokumentu:

„Musimy nieustannie dokładać starań, aby obniżyć i utrzymać rozsądne ceny... Nasi dostawcy i dystrybutorzy powinni mieć szanse dobrego zysku.”

Prosty rachunek ekonomiczny wskazuje na to, że gdy jednemu dajemy część tortu, to drugiemu przypadnie o tę darowaną część mniej przysłowiowego tortu. Czy jest to prawdą w przypadku firmy Johnson & Johnson? Poszukamy odpowiedzi firmy na pytanie, czy źródła jej deklaracji tkwią w racjach ekonomicznych, etycznych czy też w innych. Czy mają one może coś wspólnego z kantowskim imperatywem? Nakaz, który analizujemy obecnie, a pochodzący z drugiego fragmentu deklaracji, w stosunku do analizowanego poprzednio jest bowiem zaskakujący z punktu widzenia interesów przedsiębiorstwa, które jak wiemy nie jest organizacją typu *non profit*.

Zawarta w tekście myśl nie wskazuje, iż jest to ujmowanie zysku jako pociągającego ideału czy też celu dla firmy. Zapoznając się z omawianym fragmentem deklaracji, nie uwzględniając jego kontekstu, pojawić się może nawet wątpliwość, czy nie mamy do czynienia z anty wartością. Zamiast zysku może bowiem pojawić się strata firmy.

Wydaje się, iż przedsiębiorstwo Johnson & Johnson postulując działanie wbrew regule stanowiącej, iż podniesienie cen podnosi zysk zmierza do ponoszenia większych kosztów operacji gospodarczych z korzyścią dla swoich partnerów biznesowych. Wskazywałoby to, iż staje się ono wyznawcą przekonań nieomal utylitarystycznych, których fundamentem jest benthamowskie „największe szczęście największej ilości istot”. Utylitaryzm - światopogląd zmierzający w kierunku ogólnospołecznego dobrobytu, jako teoria polityczna, pod wpływem myśli filozofów greckich jak i niemieckich, eksponował ideę państwa jako spójnej organizacji. W tym sensie można mówić o jakichś śladach myśli utylitarystycznej w deklaracji firmy Johnson & Johnson. Podmiot zachowań etycznych, czy będzie to organizacja w postaci państwa, czy też organizacja gospodarcza zachowa się moralnie, jeśli nie będzie dążyć jedynie do wąsko pojętej własnej korzyści. Walcząc o dobro własne należy zdaniem przedstawicieli tego nurtu etycznego wykazać troskę o innych, o ogół społeczeństwa, którego jest się częścią. Inaczej mówiąc, należy wykazać również troskę o dobro wspólne.

Z deklaracji Johnson & Johnson przebija sympatia do dostawców i dystrybutorów przedsiębiorstwa, dlatego też utylitarystyczna „przyjemność” jest obopólna. Podmioty mogą istnieć w harmonii. Ich interesy nie wykluczają się. Egoizm jednostek może prowadzić do dobra wspólnego. Za słowami deklaracji omawianej firmy wydaje się stać teza o *naturalnej tożsamości interesów*. Jej słuszności dowodzić mogą efekty funkcjonowania przedsiębiorstwa. Trwa ono w zgodzie ze swoimi partnerami gospodarczymi, a zatem indywidualne interesy podmiotów nie prowadzą do ich wzajemnego wyniszczenia. Aby taki pozytywny stan mógł trwać, harmonię interesów należy stworzyć sztucznie. Utylitarystyczna teza *sztucznej tożsamości interesów* przejawia się w decyzji firmy o dołożeniu starań, aby obniżyć i utrzymać na racjonalnym poziomie ceny. Należy więc prowadzić politykę cenową. Zgodne to jest z poglądami Helvetiusa i Benthama, którzy łączyli etykę z działaniami o charakterze politycznym.

Polityka dotycząca wartości, jaką jest zysk wydaje się być w wydaniu Jonson & Johnson etyczna i racjonalna. Cytowane słowa deklaracji, odnoszące się do cen i do dbałości o dobro partnerów gospodarczych mają pewne znamiona ekonomii politycznej w wydaniu Adama Smitha. Jego poglądy jednakże różnią się od Benthama tym, że harmonię interesów uzyskuje się jego zdaniem w sposób naturalny, a nie sztuczny. Sądzymy, iż obie, nieco różniące się wersje utylitarystycznej myśli, w poglądach firmy Johnson & Johnson nie wykluczają się całkowicie. Wydaje się, iż z powodzeniem firma szuka klasycznego złotego środka. Odniesienie się firmy Johnson & Johnson do utylitarystycznych tez mówiących, jedna o *naturalnej tożsamości interesów*, druga o *sztucznej tożsamości interesów* w kwestii dotyczącej wartości, jaką jest zysk wyróżnia tę deklarację na tle pozostałych badanych dokumentów. Pewne podobieństwo widzimy jedynie z deklaracją firmy Rab Karcher Energieservice,

w której wartość, jaką jest zysk widziana jest w szerszym społecznym wymiarze.

Wydaje się, iż powyższe refleksje, czy wątpliwości należy podsumować, odpowiedzieć na nie w dwojaki sposób, dokonując próby połączenia argumentacji filozoficznej z argumentacją ekonomiczną.

Można przypuszczać, że firma pragnie w swej deklaracji powiedzieć nam, iż jej dobro nie powinno naruszać dóbr innych podmiotów. Zysk firmy ma „współegzystować pozytywnie” z zyskiem innych podmiotów. Organizacja Johnson & Johnson poprzez swoją działalność gospodarczą nie może widzieć innych podmiotów, z którymi wchodzi w relacje ekonomiczne tylko funkcjonalnie, jako klientów lub konsumentów, ale również w pełni ich „osobistej egzystencji”. Tak pojęty stosunek firmy do wartości, jaką jest zysk staje się tworzeniem zabezpieczających działalność gospodarczą ram. Ramy te mają postać prowadzenia *aktywnej polityki cenowej* zmierzającej do wzrostu rentowności firmy za pomocą sterowania tym instrumentem ekonomicznym. Jest to więc raczej przejaw głęboko przemyślanej, zrjonalizowanej globalnej strategii marketingowej aniżeli przejaw dosłownie pojmowanego światopoglądu utylitarystycznego. Globalne ustalanie cen może dawać korzyści z mocnych więzi z globalnymi klientami i kanałami dystrybucji. Jak twierdzi ekspert w dziedzinie globalnych strategii George S. Yip, zdumiewające jest to, że niewiele tylko spółek ma niezbędne do podejmowania globalnych decyzji strategicznych informacje o światowych cenach swoich produktów.

Deklarowane przez firmę Johnson & Johnson dążenie do obniżania cen jest przejawem stosowania w praktyce gospodarczej tzw. strategii niskich cen. Nie jest ono natomiast działaniem altruistycznym. Strategia, o której mowa zakłada walkę konkurencyjną o osiągnięcie niższych kosztów w stosunku do konkurentów i przyciągnięcie klientów niższą ceną. Dobra pozycja kosztowa firmy pozwala jej na stosowanie wyrafinowanych strategii cenowych i zmusza konkurentów do obniżania cen. Przy niskich kosztach szczególnie łatwo jest stosować strategię dumpingu, strategię dominacji cenowej i podboju rynku. Strategia dumpingu cenowego polega na sprzedaży produktu poniżej kosztów własnych w celu wejścia na nowy rynek lub szybkiego zwiększenia obecności w sektorze. Przyszłe korzyści zrekompensują przedsiębiorstwu straty lub brak zysku w okresie dumpingu. Dumping, jako szczególnie niszcząca forma konkurencji jest w wielu krajach zabroniony. Powszechne jest jednak zaniżanie cen jako forma aktywnej polityki cenowej dużych korporacji (Romanowska, 1998, s. 172). Strategia niskich cen może być stosowana przede wszystkim przez przedsiębiorstwa o silnej pozycji rynkowej.

Altruistycznemu działaniu firm przeczy również teoria ekonomii, która w decydującym stopniu wspiera się na założeniu bezwarunkowej pogoni za własną korzyścią. Nawet, jeśli dopuści się altruizm, to jednak przyjmuje się, że takie zachowania występują, gdy prowadzą do realizacji indywidualnych korzyści; altruista czerpie satysfakcję z tego, że wzrasta do niego sympatia. Nie przypisuje się w tych teoriach jakiegokolwiek znaczenia zaangażowaniu na

rzecz czynienia dobra, czy też zaangażowaniu na rzecz celów nie przynoszących jakiegś osobistej korzyści (Sen, 1997, s. 8). W ten sposób z jednej strony pomija się złe namiętności, które wcześnie teoretycy kapitalizmu przeciwstawiali korzyściom własnym, z drugiej natomiast, te zobowiązania w stosunku do społeczeństwa, które Immanuel Kant poddał badaniu w *Krytyce praktycznego rozumu* (1984), a Adam Smith w *Teorii uczuć moralnych* (1989).

Żeby nie było wątpliwości, iż firma autentycznie dąży do zysku, a problemem jest jedynie zdefiniowanie jaki to ma być zysk, Johnson & Johnson wyjaśnia ostatecznie swoją interpretację tej wartości. Autorzy deklaracji firmy ujmują to następująco:

„... nasi udziałowcy powinni osiągnąć godziwe zyski.” Co oznacza termin *godziwy zysk*? Możemy się jedynie domyślać, że prawdopodobnie firmie chodzi o zysk, który powstaje w zgodzie z ogólnie przyjętymi zasadami współżycia społecznego. Jednak tekst nie precyzuje pojęcia *zysku godziwego*. Budzi ono jednak nasze skojarzenie z pojęciem *dobra godziwego*, które jest jednym z podstawowych pojęć systemu etyczno filozoficznego św. Tomasza (1956). *Dobro godziwe* jest to takie dobro, które jest przedmiotem dążenia dla siebie samego i samo w sobie, czyli niezależnie od przyjemności czy też użyteczności, jaką może sprawić, ale ze względu na własne dostojęstwo i godność.

Wydaje się, iż użycie w badanej deklaracji pojęcia zysku godziwego jest z punktu widzenia firmy Johnson & Johnson przyznaniem ważnego miejsca czynnikowi etycznemu w ekonomii. Tym samym wydaje się możliwe postawienie tezy, według której dla firmy Johnson & Johnson nie istnieje konflikt pomiędzy takimi wartościami jak zysk i etyczne zachowania biznesowe.

W deklaracji kolejnej firmy, Coca-Cola Company, należy zastanowić się nad związkiem, jaki ukazuje się nam pomiędzy zyskiem, emocjami towarzyszącymi jego osiąganiu oraz alternatywie: sukces lub porażka procesu kreowania wartości, którego zysk jest przedmiotem a Coca-Cola Company podmiotem. Wydaje się, iż można postawić tezę o istnieniu takiego związku. Twierdząca odpowiedź na postawioną kwestię znajduje swoje uzasadnienie w następującym fragmencie tekstu deklaracji:

„W tworzeniu wartości doznajemy powodzenia lub ponosimy klęskę opierając się na naszych kluczowych zaletach, do których należą... zadowoleni klienci osiągający wysoki zysk sprzedając nasze produkty.”⁶ Omawiana firma, będąca producentem napojów orzeźwiających stwierdza, że w procesie kreowania wartości można zostać zwycięzcą lub przegranym.

Stosownie do tego, co czytamy w tekście, należałoby sądzić, że pierwszorzędne znaczenie ma zysk klientów firmy. Przedsiębiorstwo Coca-Cola Company twierdzi bowiem, że to jego klientów „radość” z profitów daje C.C.C.

⁶ Zob. Deklaracja firmy Coca-Cola Company. Chodzi tutaj o klientów instytucjonalnych, którzy zajmują się rozlewnictwem i dystrybucją napojów pod marką Coca-Cola.

powód do dumy i satysfakcji z powierzonych jej pieczy aktywów. Trudność, dla której postaramy się znaleźć właściwą odpowiedź stanowi swoistość ujęcia problemu w analizowanym dokumencie globalnej korporacji, producenta napojów orzeźwiających. Polega ona na tym, że Coca-Cola Company nie mówi wyraźnie o swoim własnym stosunku do wartości, jaką jest zysk. Posługuje się zabiegiem polegającym na prezentacji casusu. Porusza temat zysku, ale interpretując go na przykładzie swoich partnerów biznesowych, którym się powiodło. Rodzi się więc pytanie, czy uda się rozpoznać stanowisko firmy w kwestii zysku jako takiego, na podstawie jej wyjątkowo skromnej objętościowo wypowiedzi na temat, o tak znaczącej wadze?

Wydaje się, iż Coca-Cola Company dokonuje rozszerzenia zakresu pojęcia zysku z jego wąskiego obszaru, sprowadzającego się do wymiaru finansowego, na obszar uwzględniający jego znaczenie w wymiarze twórczej samorealizacji podmiotu życia gospodarczego. Ambicją tej organizacji gospodarczej, zapewne nie priorytetową, jest ukazanie obrazu siebie, jako sprawcy i gwaranta „wyzwolenia” pozytywnych mechanizmów ekonomicznych w środowisku, w którym racją istnienia podmiotów gospodarczych jest pomnażanie kapitału, a nie jedynie jego utrzymanie w nienaruszonym stanie.

Zysk, nawet innych, ale w którym korporacja ma swój niebagatelny udział jest miernikiem jej pozycji na rynku kapitałowym, „emanacji” jej powodzenia, sukcesu polityki finansowej przynoszącej wszystkim korzyści. Ten, kto znajdzie się „w ramionach” korporacji, podobnie jak ona sama, będzie cieszył się doznaniem sukcesu w postaci wymiernej wartości materialnej, czyli zysku z inwestycji we wspólne przedsięwzięcie. O potęgę firmy świadczyć mają sukcesy jej partnerów. One to mogą być najlepszym świadectwem stosunku korporacji Coca-Cola Company do wartości, jaką jest zysk.

Tak więc źródłem poznania stosunku tej globalnej organizacji gospodarczej do analizowanej wartości ma być poznanie pośrednie, poprzez dostrzegalne skutki jej działalności. Ten swego rodzaju aposterioryzm firmy wskazuje, że poznanie prawdziwości jej poglądów na zysk może być uzasadnione na podstawie wglądu w doświadczenie bezpośredniego z nią kontaktu.

Sposób pojmowania zysku, który odkryliśmy w badanych dotąd deklaracjach różni się od tego, z jakim mamy do czynienia w deklaracji firmy Allianz. Pomocne dla argumentacji potwierdzającej tę tezę jest ukazanie, iż źródłem rozbieżności, które odkryliśmy w sposobie pojmowania zysku jest odmiennie położony akcent. Dla autorów poprzednio badanych dokumentów istotne jest przede wszystkim to, że ich orientacja na zysk, jako wartość, współtworzy społeczne oblicze organizacji, buduje jej kulturowe zręby. Allianz natomiast podkreśla, że zysk ma przede wszystkim wymiar jako zmienna ekonometryczna. Mając na względzie jego wartość „księgową” zalicza się go do tzw. twardych elementów biznesu, będących wprost jego esencją. Twórcy deklaracji zaznajamiają nas z tą myślą w następujących słowach:

„Allianz AG jest największą instytucją finansową w Europie i liderem w świecie ubezpieczeń. Wartość rynkowa (ponad 60 mld euro) stawia nas na czele europejskich firm ubezpieczeniowych. Za nami są: ING Group, Axa, Aegon, Generali, Zurich. W latach 1997 – 2000 grupa Allianz systematycznie zwiększała zysk netto. W 2000 roku wyniósł on 3,4 mld euro po opodatkowaniu. Przychody z polis w 2001 roku wyniosły 73 mld euro. Nikt z analityków rynku ubezpieczeniowego nie spodziewał się tak dużego wzrostu zysków. W pierwszej połowie bieżącego roku zyski grupy Allianz po opodatkowaniu zwiększyły się o 30% i wyniosły 1,6 mld euro. O doskonałych wynikach zadecydowała znacząca poprawa zysków osiągniętych z prowadzonych przez grupę Allianz inwestycji.”

Firma Allianz ukazuje nam zysk jako wartość mierzalną. Poddaje się ona ocenie uwzględniającej perspektywę czasową. W takiej swej postaci zysk jest wartością dynamiczną, podlegającą fluktuacjom pod wpływem działania wielu czynników, zarówno wewnętrznych jak i zewnętrznych w stosunku do samej organizacji. Jest on zatem wielkością wektorową, czyli taką, która poza swoją wartością liczbową ma kierunek i zwrot, może być przedstawiona w formie graficznego wykresu.

W badanej deklaracji odkrywamy typowo ekonomiczne ujęcie wartości, jaką jest zysk, stanowiący reprezentację wartości dóbr materialnych. Jest on miernikiem wyników ekonomicznych przedsiębiorstwa, a jako taki stanowi narzędzie porównania i podkreślenia wyższej wartości własnych dokonań w konfrontacji z dokonaniem innych podmiotów o podobnym typie działalności gospodarczej. Jako przedmiot ekonomicznych analiz zysk odzwierciedla zatem kondycję przedsiębiorstwa. Może on stanowić kryterium oceny przydatnej w prognozowaniu perspektyw dla przyszłości organizacji. Ukazana została nam statystyczna próbka dokładnych danych odnoszących się do przedziału czasowego, w którym wykazywany przez firmę poziom zysku charakteryzował się tendencją wzrostową. Zilustrowany w ten sposób kształt profilu oceny zysku pozwala na szybką identyfikację ocenianej wartości (Romanowska, 2001, s. 291). Możemy sądzić, iż takie właśnie ujęcie zysku ma prawdopodobnie przekonać adresatów przesłania do wiary w to, że tendencja wzrostowa utrzyma się w przyszłości, zysk będzie nadal rósł a wraz z nim wzmocni się atrakcyjność rynkowa firmy.

W kontekście tego, co zostało wcześniej stwierdzone musimy zwrócić uwagę na fakt, że przedstawione przez firmę tak dobre wyniki finansowe były, przypominamy, niezgodne z oczekiwaniami analityków finansowych dokonujących oceny rzeczywistych możliwości firmy i rynku. Pojawia się wobec tego pytanie – na ile tendencja wzrostowa jest trwałym trendem, a na ile osiągnięty w opisanym czasie zysk jest jedynie szczęśliwym splotem różnych nieprzewidywalnych do końca czynników, co do których nie ma gwarancji, że zadziałają w przyszłości?

Widoczna w deklaracji metoda przedstawienia zysku przez Allianz ukazuje nam wyraźnie funkcjonalne traktowanie przez tę firmę tej wartości.

Widzimy zatem mechanizm kreowania własnego wizerunku przez firmę za pomocą prezentacji w deklaracji zysku w jego wymiarze liczbowym. Starając się zrozumieć intencje autorów tekstu konkludujemy, że ten liczbowy obraz zysku ma prawdopodobnie stać się podstawą stanowiącą punkt wyjścia dla „zadanego” przez tę organizację sposobu wnioskowania z podanych liczb. W konsekwencji adresaci deklaracji poddani są próbie przekonania ich do akceptacji myśli przewodniej przesłania brzmiącej następująco:

„Wszyscy klienci i kooperujące z nami firmy czerpią korzyści z faktu, że są częścią globalnej potęgi.” Wskazane zostało tym samym centrum z ośrodkiem jakim jest grupa Allianz, w kierunku którego przemieszcza się strefa zysku w branży (Szablewski, 2000, s. 77).

Rodzi się w nas jednak wątpliwość, czy opisane fakty ekonomiczne, „mówiące same za siebie nagie liczby”, stanowią dostatecznie obiektywną przesłankę uzasadniającą wyciągnięcie wniosków, zgodnych z oczekiwaniami firmy Allianz, przez indywidualnych oraz instytucjonalnych inwestorów, zapoznających się z nimi podmiotów działań na rynku finansowym.

Według naszej opinii nie mamy w badanej deklaracji do czynienia z procesem obiektywizacji pojęcia zysku. Dotyczy on raczej świadectwa rzeczywistości poznawanej w doświadczeniu subiektywnym. W oficjalnej deklaracji firmy Allianz zostaje sformułowany i odpowiednio wzmocniony mechanizm prowadzący do wyraźnego stwierdzenia, jakie są wartości i założenia przywódców organizacji. Jest to przykład deklaracji uwydatniającej tylko małą część zestawu założeń i wartości, które obowiązują w organizacji i rozświetlają tylko te aspekty filozofii i ideologii jej przywódców, które prowadzą ich do publicznych wypowiedzi. Tego typu jawne deklaracje mogą mieć znaczenie dla przywódców, jako sposób na określenie wybranych problemów związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą, jako wartości wokół których koncentruje się przedsiębiorstwo. Jest to przypomnienie fundamentalnych założeń organizacji, które nie mogą być zapomniane (Schein, 1997, s. 251).

Będąc oficjalną deklaracją dokument firmy Allianz ukazuje nam te aspekty wartości jaką jest zysk, które przywódcy uznali za przydatne do opublikowania, jako wyraz „ideologii” organizacji. Wydaje się jednak, iż nie mogą być one rozpatrywane jako przyczynek do możliwej próby definiowania kultury tej organizacji w szerszym wymiarze, jak było to częściowo uzasadnione na podstawie wcześniej analizowanych deklaracji. Albowiem w najlepszym razie owe aspekty obejmą zaledwie mały fragment kultury, mający znaczenie publiczne, co nie pozwala na zbyt daleko idące uogólnienia.

Ujęcie zysku w deklaracji firmy Allianz nosi w sobie ślady koncepcji kreowania wartości przedsiębiorstwa, która pojawiła się w świecie w końcu lat osiemdziesiątych. Jej upowszechnienie wywarło znaczący wpływ na teorię zarządzania, oraz praktyczne podejście do zarządzania organizacjami gospodarczymi. Przewartościowaniu poddane zostały zdefiniowane wcześniej pojęcia: cel działalności gospodarczej, sukces rynkowy, konkurencyjność.

Według nowej koncepcji jedynym miernikiem efektywności zarządzania firmą jest wzrost jej wartości rynkowej i zysków dla akcjonariuszy. Nowe podejście do zarządzania w Polsce zyskało miano „zarządzania wartością firmy”. Tradycyjna nauka organizacji i zarządzania oraz ekonomia różniły się m.in. sposobem określania celów przedsiębiorstwa i mierników oceny jego sukcesu. Ambicją reprezentantów nauk dotyczących zarządzania organizacjami było badanie wszystkich celów organizacji i szukanie mierników oceniających zarówno efektywność działania, jak i racjonalność. Koncepcja kreowania wartości dla akcjonariusza godzi poglądy przedstawicieli obu dyscyplin. Autorzy kanadyjscy Y. Allaire i M.E. Firsirou (2000) przyjmują, że nie można dyskutować o poziomie kierowania przedsiębiorstwem, jeżeli nie uwzględni się w dostatecznym stopniu wyników finansowych przedsiębiorstwa i kwestii, jak analitycy i rynek finansowy oceniają te wyniki. Z takim właśnie ujęciem zysku mamy do czynienia w deklaracji firmy Allianz.

Bardzo wyraźne jest nawiązanie w deklaracji firmy Allianz do ekonomicznej koncepcji migracji wartości, powstałej w ramach omówionej wyżej koncepcji kreowania wartości, której jednym z przedstawicieli jest A.J. Slywotzky (1996). Autor ten, wraz z innymi podobnie myślącymi, w publikacji noszącej tytuł *Strefa zysku* wprowadza pojęcie migracji wartości czyli przepływu wartości z jednych firm do drugih (Slywotzky, Morrison, Andelman, 2000).

Pojęcie „migracja wartości” uwzględnia sytuację, kiedy z kilku firm działających w tej samej branży, np. w ubezpieczeniach, jedna traci, a druga zyskuje na wartości. Kluczowe znaczenie dla zwiększenia wartości firmy ma zdaniem autorów koncepcji wybór właściwego modelu działania firmy. A model działania to według Slywotzky’ego (1996) „suma tego wszystkiego, co firma robi dla osiągnięcia zysku”. Przy takim ujęciu modelu zarządzania przedsiębiorstwem jedynym sensownym kryterium weryfikacji jego wyników jest reakcja klientów przekładająca się na wzrost zysku i wartości przedsiębiorstwa.

Silny związek z upowszechnieniem się idei wartości dla akcjonariusza oraz wzrostem wymagań dotyczących rentowności i satysfakcji finansowej, istotnych z punktu widzenia tej grupy, ma krytyka tradycyjnych szkół zarządzania strategicznego, w tym planistycznej (Hamel, Prahalad, 1999).

Powstaje pytanie, czy perspektywa inwestora, nadrzędna z punktu widzenia rynku kapitałowego, jest wystarczająca dla zrozumienia znaczenia zysku dla przedsiębiorstwa i jego otoczenia?

Stosunek do koncepcji maksymalizacji wartości firmy (w tym zysku) dla jej akcjonariuszy nie jest bezkrytyczny (Muller, 1998). Wysuwane są zarzuty w postaci np. nadmiernych preferencji dla wybranej grupy interesu kosztem innych; znaczących kosztów ponoszonych przez otoczenie i prywatyzacji zysków. To tylko wąski wycinek krytycznych uwag.

Współcześni teoretycy zarządzania, którzy zajmują się kwestią perspektyw organizacji gospodarczych, podkreślają system wartości

społecznych jako pożądaný kierunek zachowań przedsiębiorstw. Proponowany system jest skonstruowany wokół pojęcia odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa. Taką organizację gospodarczą H.I. Ansoff (1985) nazywa organizacją służącą otoczeniu.

Z kolei teoretycy finansów twierdzą, że społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw to przede wszystkim odpowiedzialność za jak najbardziej efektywne spożytkowanie dostępnych menedżerom wartości dóbr: zarówno materialnych jak i niematerialnych. Jednakże bez zagwarantowania dominacji celu finansowego, tj. maksymalnego wzrostu zysku i wartości firmy, nie jest możliwe spełnienie oczekiwań związanych ze społeczną odpowiedzialnością organizacji gospodarczych i powiązanych z nimi grup interesów (Arnold, 2000). W opinii A. Rappaporta (1999), jednego z twórców idei maksymalizacji wartości firmy, jest bardzo prawdopodobne, że w najbliższej dekadzie wartość dla akcjonariuszy stanie się globalnym standardem pomiaru wyników organizacji gospodarczych.

W pozostałych deklaracjach badanego zbioru nie odnajdujemy istotnych informacji, które pozwoliłyby wyprowadzić wnioski dotyczące stosunku firm do wartości, jaką jest zysk. W związku z tym przechodzimy do analizy następnej wartości, którą jest jakość.

Badając problem jakości, którą zakwalifikowaliśmy do zespołu wartości materialnych, odnajdujemy w deklaracji Avery Dennison odniesienie się tej amerykańskiej firmy do idei doskonałości. W analizowanym tekście jakość, jako wartość, rozpoznajemy w opisie znaczenia, jakie przedsiębiorstwo przywiązuje do procesu doskonalenia produktu i usług. Potwierdzeniem naszej tezy niech będzie następujący fragment tekstu:

„Dążąc do doskonałości ulepszamy nasze osiągnięcia i wciąż dążymy do tego, aby być najlepszymi we wszystkim, co robimy.” Wydaje się, iż doskonałość pojmowana jest w badanym dokumencie na sposób arystotelesowski. Według filozofa doskonałość jest pewnego rodzaju wykończeniem, każda rzecz jest doskonała i istota jest doskonała, jeżeli ze względu na formę właściwej im doskonałości nie brakuje żadnej części ich naturalnej wielkości. Rzeczy, które osiągnęły swój odpowiedni cel, również są nazywane doskonałymi. Doskonałym nazywa się też to, co ze względu na zalety i dobro nie może być w swoim rodzaju przewyższone, twierdzi Arystoteles (1983, s. 134-135).

Uzasadnione wydaje się postawienie także drugiej tezy, według której jakość dla tej firmy nie jest celem samym w sobie. Ta materialna wartość jest środkiem do celu, którym jest dobro klienta. Na słuszność pojmowania jakości w takim duchu wskazuje kolejny fragment tekstu:

„Jakość

Naszą misją jest być liderem w branży przemysłowej, pod warunkiem, że na czas dostarczymy wolny od wad produkt i usługę, zaspokajające lub przewyższające oczekiwania naszych klientów.” W imię respektu dla jakości od firmy oczekuje się, by dobra, których Avery Dennison jest wytwórcą były

pozbawione wszelkich niedostatków i „ułomności”. Taką interpretację jakości odnajdujemy również w następującym fragmencie deklaracji:

„Nasi klienci potrzebują i oczekują konsekwentnie produktów wolnych od wad. Jeśli zaistnieje sytuacja, w której okaże się, że z jakichś technicznych przyczyn nie jesteśmy w stanie dostarczyć odpowiedniego produktu na czas, to nie dostarczamy produktu zastępczego, który mógłby spowodować problemy.”

Istotną cechą wartości dla Avery Dennison jest to, że można i należy wcielać je w życie przenosząc w praktykę życia gospodarczego. Mówi o tym następujący fragment tekstu deklaracji:

„Nasze wartości odbijają się w naszej pracy. Ukazują one naszą etykę biznesu, przekonując, że są dla nas ważne, i że pragniemy wprowadzić je do praktyki i szkoleń, by wyjaśnić, jak rozumiemy naszą globalną wizję.” Firma jasno stwierdza, że dysponuje własnym systemem wartości, który jest częścią wyznawanej przez Avery Dennison etyki zawodowej. Jakość mieści się w zorganizowanej strukturze tego systemu. Z treści deklaracji wynika, iż owa etyka ukierunkowana jest na osobę. To jej potrzeby i wymagania wyznaczają jakościowe parametry produkowanego i oferowanego przez przedsiębiorstwo na rynek asortymentu towarów.

Jakość w deklaracji firmy Viterra Energy Services nie jest wartością autonomiczną. Wydaje się, iż można postawić tezę mówiącą o heteronomicznym charakterze jakości w deklaracji tej firmy. Szereg fragmentów tekstu układających się w logiczny ciąg treści dotyczących omawianej kwestii wskazuje na potwierdzenie postawionej przez nas tezy. W tekście czytamy, iż świadomość jakości i potrzeb klienta jest istotnym elementem systemu wartości, który został nazwany Values Viterra Energy Services:

„Viterra Energy Services rozwija i wprowadziła już w roku 1999 własny, bardzo specyficzny system wartości: Values Viterra Energy Services.” W skład tego systemu wchodzi program jakości określony jako Six Sigma. Ma on na celu spełnienie wymagań klientów firmy. Tekst deklaracji ujmuje to w następujący sposób:

„Grecka litera sigma służy jako miara spełnienia ustalonych wymagań. Jeśli wymaganie nie jest spełnione, wówczas mamy do czynienia z błędem. Im mniej błędów występuje w procesie, tym wyższa jest wartość sigma. Naszym głównym celem jest osiągnięcie wartości 6 sigma we wszystkich podstawowych procesach.” Pewnym mankamentem jest to, że w tekście deklaracji mówi się ogólnikowo o kultywowaniu jakości używając niezbyt powszechnie znanego terminu Six Sigma, nie dając jednocześnie precyzyjnego wyjaśnienia, co ten termin oznacza w dążeniu do zapewnienia wysokiej jakości. Pojawia się więc pytanie - jak faktycznie mierzy się ilość błędów produkcyjnych za pomocą instrumentu, którym jest Six Sigma? Z innych źródeł (George, 2003) wiadomo, że Six Sigma jest inicjatywą zmierzającą do zapewnienia jakości, która polega na stworzeniu takiego reżimu technologicznego, który pozwoli na uzyskanie jedynie 3,4 błędu na 1 mln możliwości popełnienia błędu w procesach

związanych z produkcyjną działalnością przedsiębiorstwa (Pande, Holpp, Pande, Holpp, 2001, s. 6-17). Tę inicjatywę jakości na dużą skalę wprowadziła początkowo firma General Electric, później zaczęły stosować ją inne firmy. Nie jest to więc autorska inicjatywa firmy Viterra Energy Services.

W Viterra Energy Services wartości obowiązują wszystkich zatrudnionych. Wskazują na to słowa tekstu:

„Składnikami systemu są wartości, jakimi powinni kierować się wszyscy pracownicy firmy...” Choć wydaje się to oczywiste, firma precyzuje tę myśl, stwierdzając, że w owym firmowym systemie wartości szczególnie uwidacznia się znaczenie wartości dla kadry kierowniczej, ponieważ to właśnie zachowanie kadry kierowniczej ma decydujący wpływ na sukces przedsiębiorstwa.

Porównując obecnie badaną deklarację z dokumentem analizowanym poprzednio odkrywamy wspólną cechę, którą jest posiadanie przez obie firmy systemów wartości, w których skład wchodzi jakość. Różnica polega na tym, że w deklaracji Avery Dennison refleksji firmy nad jakością wyraźnie ton nadaje przyporządkowanie tej wartości etyce biznesu. Mieści się ona zatem w obszarze, który możemy określić ogólnie jako filozofię organizacji gospodarczej. Natomiast w deklaracji firmy Viterra Energy Services, choć mówi się również o filozofii zarządzania, brak jest treści odnoszących się do etyki, natomiast akcent położony jest na statystycznym pomiarze stopnia zadowolenia klientów: „Filozofia zarządzania ma zapewnić w przedsiębiorstwie jednakowe pojmowanie jakości. Każdy pracownik musi odczuwać konieczność i gotowość rozumienia klientów i spełniania ich wymagań. Statystyczna metoda mierzenia pozwala określić sprawność procesów. W projekcie Six Sigma mierzy się stopień spełnienia wymagania klienta i to stanowi punkt wyjścia dla działań usprawniających. Po zakończeniu projektu systematycznie wykonuje się dalsze pomiary w celu wykazania trwałych zmian pozytywnych.”

Pomimo pewnych różnic w treści i formie obu dokumentów należy stwierdzić, że racją stojącą za przyjęciem wartości, którą jest jakość przez obie badane firmy, jest wskazanie na dobro osoby ludzkiej jako na punkt odniesienia dla prowadzonej działalności gospodarczej. W obydwu dokumentach nie odnajdujemy jednakże źródeł zarówno owej opisanej ogólnie etyki biznesu, jak też filozofii zarządzania. A zatem brak nam wiedzy o założeniach obu filozofii. System etyczny, na który powołuje się firma Avery Dennison możemy jedynie próbować zrekonstruować w oparciu o treści pośrednio wyrażające poglądy firmy. W deklaracji firmy Viterra Energy Services odnajdujemy tendencję do eksponowania roli „Zarządzającego” procesem gospodarczym. To on wyznacza standardy zachowań w przedsiębiorstwie. Wydaje się, że ukazany wzorzec implikuje odpowiedzialność menedżera, jako usytuowaną ponad odpowiedzialnością organizacji. Jest to ze strony firmy sygnał o doniosłym znaczeniu, nadaje on bowiem aksjologicznym rozważaniom adresata deklaracji wyraźnie określony kierunek. Organizacja jest przedmiotem urzeczywistniania się ludzkiej indywidualności. Ta indywidualność, ten podmiot włączony jest we wspólnotę organizacyjną i społeczną. Kieruje się on autonomicznym systemem

wartości uznawanym przez przedsiębiorstwo za godny realizacji. Treść deklaracji nie wskazuje na to, aby był on sprzeczny z uznawanymi powszechnie innymi systemami.

W pozostałych deklaracjach kwestia jakości naświetlona została w stopniu, który nie uprawnia nas do pogłębionej analizy aksjologicznej. W związku z tym przechodzimy obecnie do badania kolejnej wartości materialnej, którą jest środowisko naturalne.

Badając wartość, którą jest środowisko naturalne, w deklaracji firmy Tom's of Maine odkrywamy treści uzasadniające postawienie tezy, według której koncepcja przyrody wyznawana przez to przedsiębiorstwo nie jest antropocentryczna:

„Wierzmy głęboko, że zarówno istoty ludzkie, jak i przyroda przedstawiają sobą wartość godną poszanowania.” Tekst ten nawiązuje do treści obecnych w literaturze z obszaru ekofilozofii, przywołujących określenie - *wartość przyrodzona*, które opiera się na przekonaniu, że środowisko naturalne ma przyrodzone prawo do istnienia, niezależnie od tego, czy jest użyteczne dla człowieka. Wydaje się, iż taka właśnie myśl przyświeca autorom analizowanej deklaracji. Dla tej firmy, jak czytamy, przyroda na równi z człowiekiem godna jest szacunku. A zatem człowiek nie jest według tego twierdzenia panem przyrody. Ilustrując tę myśl szerzej można odwołać się do słów Martina Heideggera, który stwierdził, że człowiek nie jest panem bytu, człowiek jest pasterzem bycia, człowiek to sąsiad bycia (Heidegger, 1977, s. 93). Dla niektórych myślicieli niepokojące jest zagadnienie natury filozoficznej dotyczące istnienia wartości przyrodzonych związanych z dobrami środowiska naturalnego. Wymykają się one bowiem, według ich opinii, próbom uchwycenia ich za pomocą jednego wskaźnika ekonomicznego (Schechter, 1996, s. 200). Trudność metodologiczną stanowi fakt, że wycena wartości natury dokonywana jest w oparciu o podejście antropocentryczne. W związku z takim podejściem pojawia się pytanie – czy wartość nadana przez człowieka zasobom naturalnym uwzględnia „prawa moralne i poglądy istot innych niż człowiek” to znaczy wartość przyrodzoną?). Zupełnie innym argumentem jest stwierdzenie, że istnieją pewne rzeczy w życiu, które ze względów moralnych, filozoficznych lub innych nie powinny być mierzone jako wartość materialna. Pomimo tych trudności należy wspomnieć o jednej z najwcześniej stosowanych technik wyceny wartości środowiska naturalnego. Jest to tak zwany model hedoniczny, którego używano do wyrażenia w jednostkach pieniężnych korzyści uzyskiwanych dzięki usługom środowiska, poprzez ocenę wpływu tych usług na ceny związanych z nimi dóbr i usług rynkowych. Najczęściej spotykanym w literaturze zastosowaniem metody zwanej HPM jest badanie wpływu jakości powietrza na ceny posiadłości. Jednakże są sytuacje ekstremalne, w których zanieczyszczenie środowiska powoduje wzrost umieralności. Pojawia się zatem wartość środowiska naturalnego w kontekście wartości życia ludzkiego. Obszerna część literatury poświęconej wycenie życia ludzkiego odnosi się do badań cen występujących na rynkach hedonicznych. Problem dotyczy wartości

życia w sensie statystycznym, w sensie redukcji wskaźnika umieralności. Pomija się w tych analizach relacji wartości natury do wartości życia ludzkiego dyskusję etyczną, czy wycena ludzkiego życia jest w ogóle właściwa.⁷

Najważniejszą tezą etyki ekologicznej, którą jak się wydaje przywołują autorzy deklaracji firmy Tom's of Maine, jest to, że nie wyłącznie człowiek, lecz również istoty i byty pozaludzkie – istoty żywe, ekosystemy, krajobrazy, a w końcu Ziemia jako całość – nie powinny być traktowane tylko jako rzeczy i środki do celu, ale zawsze także jako cele same w sobie. Postuluje się zatem rozciągnięcie kantowskiej zasady, którą on stosował tylko do ludzi, na świat przyrody. Mówi się w tej etyce o wewnętrznej wartości bytów pozaludzkich, czyli takiej wartości, którą te byty posiadają niezależnie od ludzkich ocen i niezbywalnie (Waloszczuk, 1996, s. 60).

Wydaje się, iż na podstawie badanego tekstu deklaracji można postawić kolejną tezę, według której firma Tom's of Maine dokonuje refleksji nad sposobami wytwarzania swoich produktów bez uszczerbku dla naturalnego środowiska:

„Wierzimy głęboko w wartość produktów, które są bezpieczne, pełnowartościowe i wytworzone z naturalnych składników.” Konsekwencją tej refleksji jest przyjęcie postawy odpowiedzialności za środowisko naturalne. Poszanowanie natury i człowieka jest fundamentem strategii prowadzenia biznesu przez tę firmę. Reprezentowanie poglądu, według którego wartość składników naturalnych obecnych w produktach jest dla konsumenta cenniejsza od wartości składników syntetycznych wyróżnia firmę Tom's of Maine w istotny sposób. Akcentuje on bowiem preferencje dla wartości czystych, nieprzetworzonych za pomocą procesów chemicznych, zasobów natury.

Autorzy deklaracji doceniają znaczenie wyznawanego systemu wartości dla pomyślnego rozwoju przedsiębiorstwa. Jego pracownicy mają głęboką motywację:

„Wierzimy głęboko, że nasze przedsiębiorstwo odniesie finansowy sukces poczuwając się jednocześnie do odpowiedzialności wobec społeczeństwa i troski o środowisko naturalne.” W ostatecznym rachunku kosztów i zysków, przyjęcie omawianej wartości za rodzaj kompasu firmy, w realizacji strategii przedsiębiorstwa, nie przeciwstawia ani środowiska człowiekowi, ani człowieka środowisku naturalnemu, lecz podkreśla wspólnotę wszystkich istot.

⁷ Por. M. Schechter, *Wycena środowiska*, [w:] H. Folmer, L. Gabel, H. Opschoor, *Ekonomia środowiska i zasobów naturalnych*, Warszawa 1996. S. 206. Podobne podejście do tego problemu opisuje Talmud. Za rynek odniesienia przy określaniu strat zdrowotnych (spowodowanych uszkodzeniem ciała) służył rynek niewolników. Mechanizm cenowy na tym rynku przypisywał niewolnikowi określoną wartość zależną od spodziewanej długości okresu, w którym niewolnik będzie mógł się przyczyniać do tworzenia dochodów swojego pana, czyli wyznaczał maksymalną kwotę, jaką nabywca byłby skłonny zapłacić za niewolnika. Wysokość odszkodowania za uszkodzenie ciała zarówno niewolnika, jak i wolnego człowieka była określona przez różnicę cen niewolnika poturbowanego i zdrowego.

Omawiana deklaracja ukazuje wartość środowisko naturalnego w kontekście troski o zdrowie i życie osoby ludzkiej, której zdrowa natura sprzyja pośrednio i bezpośrednio. W poszukiwaniu alternatywnych wzorców produkcji i konsumpcji firma Tom' of Maine wskazuje podstawę metodologiczną dla rozwiązywania problemów ochrony środowiska naturalnego. Podstawą tą jest łączenie ekologii z ekonomią w procesie podejmowania decyzji oraz odpowiedzialność za cały cykl życia produktu.

W deklaracji firmy, Rab Karcher Energieservice wartość środowiska naturalnego ukazana została przez pryzmat racjonalności zarządzania zasobami naturalnymi:

„Pracujemy według określonego systemu. [...] Rab Karcher Energie Service wg. własnej myśli technicznej opracowuje, a następnie sprzedaje urządzenia do pomiaru zużycia energii i wody: [...] sprzedaje urządzenia do uzdatniania i dystrybucji wody; prowadzi indywidualne rozliczenia kosztów zużycia ciepła, wody i wszelkich innych kosztów dodatkowych; [...] wpływa na prawidłowe wykorzystanie surowców naturalnych.”

Wydaje się, iż to co proponuje firma Rab Karcher Energieservice w „prawidłowym” podejściu do wartości, jaką jest środowisko naturalne, nosi znamiona preferencji dla racjonalności decyzji. Warunkiem racjonalności decyzji jest dostęp do, na ile to możliwe, w miarę pełnej i obiektywnej informacji. W analizowanym przypadku dotyczy ona ekologicznych uwarunkowań gospodarczych. Jak pokazują przytoczone wyżej słowa analizowanej deklaracji, badana firma umożliwia swoim klientom poznanie ważnych, jak się zdaje, informacji dotyczących środowiska.

W kulturze europejskiej za odkrywców idei racjonalności uznajemy myślicieli greckich. Uniwersalne koncepcje racjonalności zostały stworzone przez najwybitniejszych przedstawicieli greckiej myśli filozoficznej od sofistów przez Sokratesa, Platona, Arystotelesa do Epikura. Mistrz filozofii greckiej, Arystoteles, racjonalność nazywa rozsądkiem, czyli mądrością praktyczną, dotyczącą spraw ludzkich i tych, nad którymi można się namyślać; mówimy bowiem, że rzeczą człowieka rozsądnego jest przede wszystkim dobry namysł, a nikt nie namyśla się nad tym, co nie może być inaczej lub co nie ma żadnego celu; celem zaś jest dobro, które ma być osiągnięte przez działanie. Dobrze natomiast w bezwzględnym tego słowa znaczeniu, zdaniem Stagiryty, namyśla się ten, kto zgodnie z wynikami swego rozumowania umie zmierzać do największego dla człowieka dobra, które może być osiągnięte przez działanie (Arystoteles, 1982, s. 218).

Racjonalność jest zatem cechą świadomego, roztropnego działania. Z etymologicznego punktu widzenia łacińskie *ratio* tłumaczy się jako rachunek, obliczenie, ale także jako rozważanie, zastanawianie się (Kumaniecki, 1977, s. 419). W takim właśnie duchu pojęta owa racjonalność, którą odkrywamy w analizowanej deklaracji, odnosi się do idei tzw. „rachunkowości ekologicznej”, jako instrumentu opracowanego w celu uzyskania godnego zaufania obrazu informacji środowiskowej (dotyczącej kosztów oddziaływania

na środowisko naturalne i zarządzania zasobami przyrody) a także, między innymi, ustalania limitów ekologicznych (Freimann, 1966, s. 392-394). Idea owej rachunkowości ekologicznej jest mocno rozpowszechniona w wysoko rozwiniętych gospodarczo krajach niemieckojęzycznych, skąd pochodzi firma Rab Karcher Energieservice. Rachunkowość ta była jednym z instrumentów przemian politycznych w tych krajach, szczególnie w Niemczech. „Nowi ekologiczni księgowi” podjęli próby uwzględnienia społecznych efektów funkcjonowania przedsiębiorstw i na tyle, na ile jest to możliwe, wyceny tych efektów w wartościach nie wyłącznie pieniężnych (Freimann, 1966, s. 392-394). Celem rachunkowości ekologicznej jest ocena konsumpcji różnych jednostek ekologicznych za pomocą jednolicie określonych wartości poddających się mierzeniu.

Rachunkiem ekologicznym zajmuje się metoda racjonalnej ścieżki ekologicznej rozwinięta w Ośrodku Badań Ekonomicznych na Uniwersytecie w Bazylei. Metoda ta jest podzielona na dwa etapy. Najpierw tworzony jest rachunek przepływów toksycznych. W dalszej kolejności przepływy te są wyceniane zgodnie z celami społeczno ekologicznymi. Szacunki i wycena środowiskowych konsekwencji są następnie przeciwstawione ocenie ekonomicznej, która musi zarejestrować wszystkie policzalne koszty i korzyści w ten sposób, że na końcu oceny zarówno efekty ekonomiczne, jak i ekologiczne są łatwo rozpoznawalne i dostępne (Freimann, 1966, s. 392-394).

W pozostałych deklaracjach problematyka ekologiczna znajduje dla siebie miejsce w niewielkim stopniu, toteż uznaliśmy, że zawarte w nich treści nie wprowadzają niczego istotnego, a tym bardziej nowego w stosunku do naszych poprzednich rozważań dotyczących omawianego tematu wartości. Zamykamy zatem rozważania nad wartościami materialnymi, by przejść do analizy zespołu wartości niematerialnych, które odkryliśmy w badanym zbiorze dokumentów.

1.2. Wartości niematerialne

Refleksję nad wartościami niematerialnymi rozpoczniemy od stwierdzenia, iż różnorodność podmiotów działalności gospodarczej ma istotne znaczenie dla analizy deklaracji. Sądzymy, iż uzasadnione jest postawienie tezy, według której badane przez nas organizacje gospodarcze niejednakowo obdarzone są wrażliwością na wartości, w tym na wartości niematerialne w sposób szczególny. Mamy zatem do czynienia z podmiotami bardziej lub mniej wrażliwymi etycznie, lepiej lub gorzej dostrzegającymi aksjologiczne aspekty rzeczywistości gospodarczej. Tak więc odkrywamy podczas badania treści dokumentów różnice percepcji świata wartości niematerialnych występujące pomiędzy przedsiębiorstwami, którym przyszło działać w określonym czasie historycznym i obszarze kulturowym. Ów świat niematerialnych wartości ukazujący się nam w deklaracjach nie jest światem

prostym, jednogłosowym. Jego konstrukcja ma charakter polifoniczny, wielogłosowy. Analizując zebrany materiał odkryliśmy szereg wartości niematerialnych, do których należą następujące: podmiotowość człowieka, dobro wspólne, wiedza. Zostaną one kolejno omówione.

Wartość, którą jest człowiek odnajdujemy w 6 z 10 deklaracji. Terminu *człowiek* używa się w nich nie tylko w dosłownym brzmieniu. Pierwszą deklaracją, w której ukazemy tę wartość jest dokument autorstwa firmy Rab Karcher Energieservice. Firma ta przedstawia człowieka jako promotora osiągnięć organizacji gospodarczej:

„Wszystko zaczyna się od człowieka. Wyniki pracy u nas zależą od osobistego zaangażowania w wykonywanie obowiązków. Nie zastąpią nas żadne maszyny ani instalacje. Naszego wysiłku nie da się wyrazić w koniach mechanicznych czy kilowatach. [...] Tej pracy nie wykona żadna maszyna. Dlatego w Rab Karcher Energieservice obowiązuje zasada: Źródłem sukcesów jest zawsze i wszędzie człowiek.”

Aktywność osoby ludzkiej urasta w badanej deklaracji do rangi idei stawania się poprzez działanie i przeciwstawiona zostaje działaniu świata maszyn. Co prawda udało się człowiekowi wytworzyć maszyny – obrabiarki, które mogą wytwarzać inne maszyny i przyrządy znacznie bardziej precyzyjne, niż to człowiek pracą własnych rąk kiedykolwiek potrafił uczynić (Ingarden, 1987, s. 31), lecz pomimo to człowiek w swej aktywności nie jest bytem, którego miejsce mogą zająć jakieś mniej lub bardziej doskonałe narzędzia. Zajmuje więc wyjątkową pozycję. Oczywiście jest, że człowiek z racji samej swej rozumności potrafi posługiwać się narzędziami. Narzędzia te nigdy natomiast nie posługują się nim (Gilson, 1958, s. 170). Z tego wynika, że narzędzia istnieją dla człowieka jako dla swego celu, nie zaś człowiek dla narzędzi. Sprowadza się to do stwierdzenia, że poprzez człowieka świat kierowany jest ku swemu celowi. Człowiek, jako istota rozumna istnieje w pewnym sensie „sam dla siebie”, natomiast wszystko inne istnieje dla jestestw rozumnych (Gilson, 1958, s. 170). Dochodzimy zatem do tego, co nadaje człowiekowi jedną z najwyższych godności – zagadnienie jego przeznaczenia. Człowiek poprzez sam fakt swojej wyjątkowości powołany jest do celów wyjątkowych, zdawać się może najszlachetniejszych. Jednakże celem człowieka w kontekście jego stawania się, w firmie Rab Karcher Energie Service, jest sukces przedsiębiorstwa.

Wydaje się, iż w badanym tekście odnaleźć możemy wyraźne, aczkolwiek nienachalne odniesienia do filozofii Julienu Offraya de La Mettrie, szczególnie do jego głośnej publikacji zatytułowanej *L’homme-machine* („Człowiek maszyna”) z 1748 r. W pracy tej La Mettrie powołuje się na Kartezjusza⁸, który żywe ciało określił jako maszynę (Copleston, 1996, s. 56).

⁸ Por. Rene Descartes, *Rozprawa o metodzie*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1981, s. 65. „Nie wyda się to zgoła dziwne tym, którzy wiedzą, jak wiele różnych automatów, czyli poruszających się maszyn, ludzka przemyślność zdolna jest wytworzyć, posiłkując się

Autorzy deklaracji Rab Karcher Energie Service stają w opozycji do głoszonego w tej książce materializmu mechanistycznego. La Mettrie usiłował przekonać, iż człowiek jest w taki sam sposób maszyną, jak zwierzęta, tylko lepiej skonstruowaną. Według tych poglądów nie ma istot i rzeczy wyższych lub niższych, lecz wszystko jest jednakowo materią i maszyną (Tatarkiewicz, 1978, s. 135). Można sądzić, iż zawarte w omawianej deklaracji porównanie człowieka z maszyną ma swoje źródła w obserwowanej w dzisiejszym świecie postępującej industrializacji, opartej na najnowszych zdobyczach myśli technicznej. Wyrasta ona na naszych oczach niemal na nową cywilizację, której symbolem jest maszyna. Jest to cywilizacja zasadniczo odmienna od poprzednich. W cywilizacji tej człowiek w niespotykanym dotąd stopniu uzależniony jest od sprawnego funkcjonowania maszyn. Wszelkiego rodzaju defekty ich działania mogą paraliżować życie milionów ludzi, wprowadzając chaos w wydawałoby się świetnie zorganizowane struktury.

Stwierdzając, że człowieka nie zastąpią żadne maszyny firma wyraźnie dystansuje się od futurystycznych ciągów niektórych współczesnych i dawnych myślicieli i firm, przedstawicieli zaawansowanych technologicznie „inżynierii”.

Innym tropem odkrytym przez nas w badanej deklaracji wydaje się być bergsonowski witalizm przejawiający się w ekspansji życia hamowanej oporem bezwładnej materii. W Deklaracji firmy Rab Karcher Energie Service wyraża ona głębokie przekonanie, iż witalnego wysiłku żywej istoty ludzkiej nie da się wyrazić, czy też porównać z mocą maszyn wyrażoną w koniach mechanicznych czy kilowatach. Bergson twierdzi, że przez hamulce ograniczeń materialnych ów życiowy wyjściowy impuls energii traci część swej twórczej mocy mechanizując się. Na tej drodze powstają w przyrodzie mechanizmy. Oznacza to, że są one w niej zjawiskiem wtórnym. W tym miejscu ukazuje się nam korelacja treści zawartych w deklaracji z myślą Bergsona, deprecjonującą rolę maszyn, obsesję materialistycznego mechanicyzmu (Gilson, Langan, Maurer, 1977, s. 285). Bergson twierdzi, że mechanizm nie jest podstawą i początkiem rozwoju, lecz, przeciwnie, jego zahamowaniem i cofnięciem się.⁹ W deklaracji Rab Karcher Energie Service czytamy z kolei, że wszystko zaczyna się od człowieka oraz, że źródłem sukcesów jest zawsze i wszędzie człowiek. Swoisty

bardzo niewielką liczbą części w porównaniu do wielkiej mnogości kości, mięśni, nerwów, tętnic, żył i wszystkich innych składników znajdujących się w ciele każdego zwierzęcia; będą oni uważali ciało to za maszynę, która jako wykonana ręką Boga jest nieporównanie lepiej urządzona i ma w sobie ruchy bardziej zadziwiające aniżeli jakakolwiek z maszyn wymyślonych przez człowieka.”

⁹ Por. H. Bergson, *Ewolucja twórcza*, Książka i Wiedza, Warszawa 1957, s. 39-40. „Chodzi o jedną jedyłą kwestię: czy układy naturalne, które nazywamy istotami żyjącymi, powinny być uznane za podobne do układów sztucznych, które nauka wykrawa z materii martwej, czy też raczej nie powinny by one być porównane z naturalnym układem, jakim jest całokształt świata. Zgadzam się, że życie jest rodzajem mechanizmu. Ale jest że to mechanizm części, sztucznie dających się wyodrębnić spośród całokształtu świata, czy też mechanizm całokształtu rzeczywistego?”

metafizyczny motyw w deklaracji firmy kończy się czymś na podobieństwo „uznania” transcendencji duchowej energii, wolnej i twórczej przyczyny.

Deklaracje kolejnych 6 firm: Johnson & Johnson, Avery Dennison, Tom's of Maine, Microsoft, IDG Poland S.A. oraz Allianz, choć nie zawsze zawierają bezpośrednie odwołanie do wartości, jaką jest godność osoby ludzkiej, to odwołują się do niej pośrednio, a mianowicie podejmując zagadnienie pracy.

Europejska myśl filozoficzna niejednokrotnie podejmowała temat człowieka na styku z pracą. Pomocą dla podjętych tu analiz mogą być poglądy Henri Bergsona¹⁰ i Maxa Schelera (1987), filozofów, którzy odmiennie ujmowali zagadnienie pracy w relacji do godności człowieka. W filozofii Bergsona człowiek jest w mniejszej mierze *homo sapiens* aniżeli *homo faber*. Scheler natomiast jest zdania, iż przyjęcie definicji *homo faber* „obniża” wartość człowieka. Twierdził on, że osoba ludzka jest niewyrażalna, jest „wartością wszystkich wartości”; jest niepowtarzalnym indywiduum, posiadającym wartość (Gilson, Langan, Maurer, 1977, s. 116).

W deklaracji, firmy IDG Poland S.A., odnajdujemy treści wyrażające szacunek dla niepowtarzalności osoby, zbieżne z poglądami Schelera. Firma ta wprost deklaruje: „Naszą misją jest [...] poszanowanie indywidualności. [...] „Nastawienie w działalności – „spróbuj, wszystko da się zrobić.” W zbliżonym klimacie utrzymana jest treść dotycząca omawianego zagadnienia w deklaracji firmy Microsoft: „By zrealizować *nasze cele* zatrudniamy utalentowanych ludzi, dzielących nasz entuzjazm dla technologii i charakteryzujących się osobistym zaangażowaniem [...]”.

Wyżej zacytowany fragment deklaracji Microsoftu nastrocza jednak pewne trudności interpretacyjne. Ten fragment deklaracji firmy można zrozumieć dwojako, gdy chodzi o godność osoby: negatywnie i pozytywnie. Negatywnie, albowiem zatrudnienie przez Microsoft osób o wyrastających ponad przeciętność zdolnościach i cechach charakteru uzasadnione jest ich przydatnością w realizacji celów firmy. Idąc kantowskim tropem myślenia wnioskujemy z deklaracji, że człowiek „w wydaniu” Microsoft nie jest celem samym w sobie, jest on narzędziem służącym do realizacji celów analizowanej firmy. Wartość osoby pracownika dla firmy Microsoft sprowadza się do jego użyteczności. Staje się on czymś w rodzaju przedmiotu użycia – inteligentnego narzędzia pracy, a nie osoby, podmiotu. Wartość człowieka pracownika, jako środka do realizacji celu firmy, denominuje w ujęciu deklaracji wartość obiektywną, jako osoby.

¹⁰ Por. R. Ingarden, *Intuicja i intelekt u H. Bergsona* [w:] *Z badań nad filozofią współczesną*, Warszawa 1963, s. 9 -191. Henri Bergson sądzi, że *homo faber* charakteryzuje poznanie intelektualne, z kolei *homo sapiens* intuicyjne. Intuicyjne jest w jego opinii hierarchicznie bardziej rozwinięte ponieważ jest częścią procesu formowania się życia, a jednocześnie konstituuje świadomość istoty ludzkiej. Intuicja ma w sobie czynnik abstrakcyjno refleksyjny, lecz eliminuje „niedociągnięcia” pochodne poznaniu intelektualnemu.

Cytowany fragment deklaracji Microsoftu można jednak zinterpretować pozytywnie, gdy na pracownika spojrzymy jako na człowieka realizującego *zadanie*. To ostatnie, aby mogło zostać dobrze zrealizowane, zakłada posiadanie przez pracownika odpowiednich cech, kwalifikujących go do powierzonej mu roli. Przy takiej interpretacji dostrzegamy, iż omawiana organizacja gospodarcza traktuje swoje zadanie jako misję, do realizacji której nie wszyscy są powołani. Trzeba mieć pewne talenty, aby tę misję zrealizować. Ponadto człowiek podejmujący się tej misji musi zaangażować się w swoje powołanie całym sercem. Koncepcja taka zgodna jest z protestancką ideą zawodu - powołania, któremu człowiek winien się podporządkować, a o której szeroko pisze Max Weber w swoim dziele *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*¹¹

W przypadku deklaracji firmy Johnson & Johnson przedsiębiorstwo to przyjmuje na siebie odpowiedzialność w stosunku do swoich pracowników. Jest ono odpowiedzialne za ochronę dóbr osobistych pracownika:

„Jesteśmy odpowiedzialni wobec naszych pracowników – mężczyzn i kobiet, którzy pracują dla nas na całym świecie. Każdy z nich musi być traktowany jako jednostka. Musimy szanować ich godność i uznawać ich zasługi.” Taka postawa przedsiębiorstwa zgodna jest z nakazami Kodeksu Pracy, w którym odnajdujemy treści mówiące wprost o tym, że pracodawca jest obowiązany szanować godność i inne dobra pracownika, jako osoby. Tekst art. 11 ust 1 Kodeksu Pracy brzmi następująco:

„Pracodawca jest obowiązany szanować godność i inne dobra osobiste pracownika.”

W deklaracji Johnson & Johnson oraz Avery Dennison pojawia się kwestia wartości związanych z płcią pracownika. Nie jest to coś wyjątkowego, gdyż problem ten pojawia się w wielu organizacjach, ale w badanym przez nas zbiorze deklaracji kwestia ta występuje tylko dwa razy. Często wielką różnicę stanowi fakt bycia mężczyzną lub kobietą. Z tych powodów życie szeregu organizacji kształtuje się korzystnie dla jednej lub drugiej płci. Jak podkreśla wiele autorek, feministek, organizacje często w taki sposób rozczłonkują strukturę szans i rynki pracy, że umożliwia to mężczyznom o wiele bardziej łatwe zdobycie wysokich i prestiżowych stanowisk aniżeli niewiastom. Najbardziej oczywiste jest to w sytuacjach, kiedy występuje jawna dyskryminacja. Różne formy nagannych zachowań często przenikają całą kulturę organizacji (Morgan, 1997, s. 207). W treści Deklaracji Johnson & Johnson wyraźnie rozróżnia pracowników na mężczyzn i kobiety. Jednakże rozróżnienie to nie wywołuje żadnych konsekwencji, czy też faworyzowania jednej z płci na niekorzyść drugiej. Natomiast w deklaracji firmy Avery Dennison problem ten ujęty został w sposób jednoznacznie określający brak tolerancji przedsiębiorstwa dla jakichkolwiek form molestowania seksualnego pracowników. Zachowania takie są przez firmę uznane za wręcz naganne

¹¹ Por. M. Weber, *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, Lublin 1984, s. 61 – 76. „Zawód jest tym, co człowiek ma przyjąć jako urządzenie Boga, czemu ma się podporządkowywać.”

i niedopuszczalne. Zwroćcie przez firmy uwagi na fakt płciowości istoty ludzkiej, przenikającej cały jej organizm, zakorzenione jest mocno w dziejach filozofii. Ów fakt uznawany był za tzw. *proprium*, istotną cechę bycia człowiekiem, właściwość, której nie można oderwać od człowieka.¹²

Inny z kolei punkt widzenia wartości, jaką jest człowiek dla firmy, ukazuje troska pracodawcy o dobro rodziny pracownika. Treści te odnajdujemy jedynie w deklaracji firmy Johnson & Johnson: „Musimy pamiętać o obowiązkach, jakie nasi pracownicy mają wobec swoich rodzin i starać się dopomóc w ich wypełnianiu.” Autorzy deklaracji wspomnianej firmy wykraczają swą dbałością o człowieka poza wąski krąg zainteresowania samym tylko pracownikiem; starają się roztoczyć swą pieczę nad jego najbliższymi. Wydaje się, iż jest to jakaś forma akceptacji dla modelu społeczeństwa opartego o tradycyjne wartości, ukształtowane od wieków, mogące z powodzeniem funkcjonować również dzisiaj, stając się alternatywą dla rozedrganej aksjologii „nowoczesnego” człowieka. Człowieka dopuszczającego w imię liberalnych poglądów, w ramach norm prawnych, rozpad historycznych struktur społecznych, w tym tradycyjnie pojętej rodziny z małżeństwem opartym o związek kobiety i mężczyzny. Wyłączność dla tak pojętej rodziny bywa dzisiaj kwestionowana. Związek taki może być już dzisiaj zastąpiony mariażem partnerów jednej płci, podważając tym samym jeden z filarów tradycyjnie pojmowanej rodziny, w której miłość kobiety i mężczyzny dopełnia się poprzez prokreację. To ona właśnie nadaje miłości niejako trwałość, poprzez biologiczny wymiar dawania życia, i głębszy sens wiążący się z odpowiedzialnością za wychowanie potomstwa. Możemy sądzić, że za słowami deklaracji firmy Johnson & Johnson, światowego potentata w dziedzinie produkcji dla potrzeb pielęgnacji niemowląt, kryje się uznanie dla rodziny, jako co najmniej podstawowej komórki społecznej, a zapewne i czegoś więcej.¹³ Jest ona bowiem, przywołując słowa Wilhelma Ropke, „najprostsza i najbardziej autentyczna wspólnota”, stanowiąca pierwotną i nieprzemijającą podstawę każdej wyższej wspólnoty (Ropke, 1946, s. 240-242; Pszczołkowski, 1990a, s. 126). Fragment deklaracji Johnson & Johnson możemy zinterpretować jako pozytywną odpowiedź organizacji na szerzącą się powszechnie, np. w mediach, negatywną diagnozę współczesnego społeczeństwa, w którym wyrwane ze swej wspólnoty „indywidua” czują się błądzącymi nomadami, nie wiedzącymi gdzie jest ich miejsce w społeczeństwie. Są coraz bardziej oderwane od ludzkiego

¹² Por. M. A. Krąpiec, *Ja – człowiek*, Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1998, s. 168. „Zatem natura konkretnego człowieka jest płciowa, człowiek jest ukonstytuowany w swym człowieczeństwie także przez naturalny element, jakim jest płeć.”

¹³ Por. M. A. Krąpiec, *Ja – człowiek*, Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1998, s. 329. „Rodzina jest tym podstawowym „my”, w którym spełniają się jeszcze relacje „ja-ty” i w którym już rodzi się zagadnienie wspólnego dobra, które transcenduje relacje „ja-ty”. Relacja „ja-ty” między mężem a żoną, a następnie między dzieckiem a rodzicami jest pierwszą i może najważniejszą formą „otwarcia” się na świat, na osobę drugą i na dobro wspólne.”

ciepła i przyrodzonej solidarności więzów rodziny, zawodu, wspólnoty (Ropke, 1946, s. 240-242; Pszczołkowski, 1990a, s. 126).

Innym zagadnieniem towarzyszącym trosce o człowieka pracownika jest odpowiednie jego nagradzanie za wykonaną pracę dla przedsiębiorstwa. W deklaracji firmy Johnson & Johnson czytamy: „Wynagrodzenie musi być odpowiednie i uczciwe, [...]”.

W deklaracji firmy Tom's of Maine również odnajdujemy podobne treści:

„Misja, której wypełnienia podejmuje się firma Tom's of Maine, polega na: [...] Zapewnianiu naszym pracownikom uczciwej pracy i godziwego wynagrodzenia, a także bezpiecznych i zdrowych warunków pracy, stymulujących twórczą postawę, samodyscyplinę i otwartość wobec innych ludzi.” Obydwa teksty wpisują się w pewien sposób w tradycję myślenia o wynagrodzeniu za pracę, jakie znamy z pism Adama Smitha. Przypomnijmy zatem odpowiedni do naszych rozważań *passus* z „Badań nad naturą i przyczynami bogactwa narodów”, tegoż autora. Brzmi on w następujący sposób: „Oczekując naszego jadła czy napoju nie liczymy na dobrą wolę rzeźnika, piwowara czy piekarza, ale na ich dbałość o własny interes.” (Smith, 1902). Możemy założyć, iż obie firmy, podobnie jak Smith, wyznają pogląd, według którego troska o własny interes pracownika postrzegana jest jako siła konstruktywna, twórczo koordynująca działalność gospodarczą. W dążeniu do zaspokajania swych własnych potrzeb, ludzie dbający o swój interes muszą się odwoływać do interesu innych. Dlatego też obie firmy deklarują chęć godnego wynagradzania pracowników, to bowiem leży w interesie samych firm. Pracownik dobrze opłacany będzie prawdopodobnie pracował lepiej aniżeli opłacany źle. Wydaje się, iż z obu badanych fragmentów deklaracji przebija myśl, iż korzyść własna może służyć dobru wspólnemu (Smith, 1902). Własny interes jest bowiem bodźcem – racją współdziałania z innymi. W ujęciu Smitha działa on niczym „niewidzialna ręka”, skłaniająca poszczególne jednostki do pracy na rzecz wspólnych korzyści przez dążenie do osiągnięcia własnych (Kamerschen, Kenzie, Nardinelli, 1993, s. 8-10).

Analizowane wyżej deklaracje, które wiąże z sobą odniesienie się do tematu wynagrodzenia pracownika, uhonorowania go materialnie za wartość jego pracy, wyróżnia dodatkowo nowy element. Jest nim troska o życie, zdrowie i bezpieczeństwo pracownika. Wartość, jaką ma osoba ludzka dla firmy Johnson & Johnson uwidacznia się w następujących słowach: „Musimy im zapewnić poczucie bezpieczeństwa w pracy. [...] a warunki pracy powinny zapewniać czystość, porządek i bezpieczeństwo.” Cytowane wyżej słowa oddają ducha prawdy, według której ciało ludzkiemu przypisana jest szczególna godność. Należy je chronić, by człowiek zachował swe zdrowie i życie. Jak powiada Platon (2002), myśląc o życiu zdrowym i chorym, są w nich przyjemności i przykrości, ale w zdrowym przyjemność góruje nad przykrościami, a w chorobach górują przykrości. Ma to szczególne znaczenie, gdy człowiek wykonuje jakąś pracę fizyczną, jest bowiem wówczas narażony na działanie różnego rodzaju czynników mogących stwarzać fizyczne zagrożenie jego

kruchej egzystencji. W dziejach filozofii poglądy na wartość i godność ciała ludzkiego ukazują nam dużą skalę kontrastu pomiędzy wywyższeniem ciała a jego potępieniem. I tak np. w wyróżniającym się, na tle innych myślicieli, ujęciu Rene Descartesa gdyby nie było ciała, dusza nie przestałaby być tym wszystkim, czym jest. Filozof czuł, że jest substancją, której istotę stanowi myślenie (Descartes, 1981, s. 39). Dla autorów badanych deklaracji troska o higienę, zdrowie i bezpieczeństwo pracowników jest, jak się zdaje, troską o osobę wyrażoną w dbałości o ciało ludzkie.¹⁴

Dbałość o rozwój zawodowy pracowników, ich doskonalenie się w wykonywanej profesji znajduje wyraz w kolejnych fragmentach deklaracji. W dokumencie firmy Allianz czytamy: „[...] szczególnie dbamy o zawodowy rozwój pracowników. Korzystamy w tym zakresie z doświadczeń Allianz Management Institute, powołanego w roku 1998 – instytucji, której celem jest profesjonalne doskonalenie wszystkich osób zatrudnionych w Allianz na całym świecie.” Taka postawa firmy ujawnia, iż widzi ona w człowieku ogromny potencjał poznawczy, który można wykorzystać wychowując pracownika odpowiednio do potrzeb firmy. Forma, którą firma wybrała, by rozwijać potencjał twórczy pracownika przypomina idee Johna Deweya, który twierdził, że uczniowie powinni być pobudzani do działania jako członkowie grupy, dzielący z nią wspólne interesy i porozumiewający się życzliwie z wszystkimi innymi w trakcie opracowywania wspólnych problemów (Gilson, Langan, Maurer, 1977, s. 600).

Kolejną wartością z szeregu niematerialnych, którą odnajdujemy w badanych deklaracjach, jest dobro wspólne. Wartość ta obecna jest aż w sześciu dokumentach poddanych analizie. Mając na uwadze społeczny aspekt działalności gospodarczej przedsiębiorstw dobrem wspólnym będzie dążenie do pogodzenia celów, jakie wyznaczają sobie pojedyncze podmioty z celami podmiotów grupowych. Teza ta, w przypadku firmy Viterre Energy Services znajduje wsparcie w stwierdzeniu, iż podstawą tak pojętego dobra wspólnego jest kultura danej organizacji gospodarczej, wyznaczająca odpowiednie normy zachowania stron. W deklaracji omawianej organizacji czytamy:

„Kultura przedsiębiorstwa ułatwia osiągnięcie celów indywidualnych i całego przedsiębiorstwa.” Możliwe wydaje się przyjęcie założenia, iż koncepcja dobra wspólnego stoi u podstaw uzasadnienia działania firmy Viterre Energy Services.

Troska o dobro wspólne w ujęciu firmy Rab Karcher Energieservice ma się przejawiać - według słów deklaracji - w sposobie, w jaki kierownictwo tej organizacji gospodarczej prowadzi firmę. „Pomysł” na zarządzanie nią oparty jest na akceptacji przede wszystkim prawdomówności. Styl zarządzania tym przedsiębiorstwem „jest otwarty, prostoliniowy”. Jest on także „ludzki”, to znaczy, że przedsiębiorstwo jest przychylnie nastawione do człowieka w ogóle.

¹⁴ Por. M. A. Krąpiec, *Ja – człowiek*, Lublin 1998, s. 157. „Przez „ciało” rozumiemy człowieka takiego, jaki się jawi na zewnątrz w swym działaniu w świecie materialnym [...]. [...] obecność człowieka w świecie jest obecnością jego żywego ciała.”

Dbą więc ono o tworzenie pozytywnych więzi społecznych. „Intrygi, niepewność i oszukańcze triki nam nie odpowiadają.” – głosi firma. A zatem sposób kierowania organizacją oparty jest na schemacie odrzucania tego, co może być uznane za zło, z punktu widzenia dobra wspólnego, a akceptacji tego, co uznać możemy za dobro. Pracownikom działającym w radzie zakładowej firma zawdzięcza to, że przestrzegane są zasady, według których wspólne działanie jest „ludzkie w najlepszym tego słowa znaczeniu.”

Troska o dobro wspólne, jaka ukazuje się nam w deklaracji firmy Tom's of Maine polegać ma na wniesieniu twórczego wkładu w życie wspólnoty, w której organizacja prowadzi działalność gospodarczą. Tzw. otoczenie przedsiębiorstwa nie jest więc dla niego jedynie przedmiotem realizacji wąsko rozumianych celów ekonomicznych. Jest swego rodzaju „zadaniem”, umożliwiającym społeczne spełnienie się firmy: „Misja, której wypełnienia podejmuje się firma Tom's of Maine, polega na: Uczestniczeniu w działaniach, prowadzonych przez społeczność, w której pracujemy, zarówno w stanie Maine, jak i na całym świecie, poprzez przeznaczanie na tę działalność części naszego czasu, umiejętności i zasobów na potrzeby bytowe, artystyczne i oświatowe społeczeństwa.”

W przypadku firmy IDG dążenie do dobra wspólnego widzimy poprzez dbałość o: „Spójność i współpracę wewnętrzną załogi.”, które należą do zespołu wartości przedsiębiorstwa. Odmiennie aniżeli w deklaracji poprzedniej firmy, w badanej obecnie troska o dobro wspólne ukazana jest w kontekście wspólnoty wewnątrzorganizacyjnej.

Johnson & Johnson głosi w swej deklaracji: „Jesteśmy odpowiedzialni wobec społeczeństw, w których żyjemy i pracujemy, i wobec społeczności międzynarodowej.” Ta firma zdecydowanie deklaruje, iż pojmuje dobro wspólne w globalnym kontekście. Wynika to, jak można sądzić, ze skali działania przedsiębiorstwa. Ramiona firmy są otwarte bardzo szeroko w geście ukazującym czytelnikom deklaracji troskę o dobro wspólne.

Firma Alianz dostrzega, iż troska o dobro wspólne wymaga równorzędnego traktowania partnerów, zwłaszcza, gdy racją istnienia firmy jest troska o dobro ubezpieczonych gwarantowane przez ubezpieczyciela. Jest to zatem troska o ich dobro wspólne. Gdy ubezpieczony traci ubezpieczyciel zobowiązany jest zrekompensować mu poniesione straty. Taka jest bowiem istota ubezpieczenia. W wersji zaprezentowanej w deklaracji myśl ta brzmi w następujący sposób: „Na taką samą troskę zasługuje bezpieczeństwo majątków firm wielkich i małych, ludzi bogatych i skromnych – wszędzie stosujemy tę samą zasadę, gdziekolwiek jesteśmy.”

Jak twierdzi Mieczysław Albert Krąpiec (1998, s. 339) celem społeczności jest umożliwienie realizacji dobra wspólnego w najszerszym możliwym zakresie, co oznacza stworzenie możliwości do aktualizacji dobra osobowego w stopniu nieograniczonym. Wydaje się, iż myśl tego autora znajduje się w zgodzie z treściami odnalezionymi w badanych deklaracjach firm.

2. Miejsce idei dobra wspólnego w hierarchii wartości ponadnarodowych korporacji

Jeżeli będziemy nadal wierzyli, że cele systemu gospodarczego – ekspansja produktów, wzrost konsumpcji, postęp technologiczny i wyobrażenie społeczeństwa, które podtrzymuje te cele – decydują o życiu człowieka, wówczas rzeczywiście nasze życie będzie na służbie tych celów. Będziemy mogli czynić tylko to, co jest zgodne z tymi celami, wszystko inne będzie zakazane. Nasze pragnienia będą nam narzucane zgodnie z potrzebami systemu gospodarczego, polityka państwowa będzie pod podobnym wpływem, edukacja będzie dostosowana do potrzeb gospodarczych, dyscyplina wymagana przez system przemysłowy będzie konwencjonalną moralnością społeczeństwa. Wszystkie inne cele będą nieważne, zbyt wyszukane, antyspołeczne. Będziemy przywiązani do celów systemu gospodarczego. Państwo zaś doda swoją moralną, a może nawet prawną sankcję po to, aby wprowadzić te cele w życie.

John Kennet Galbraith

Wydaje się, iż na podstawie analizy zebranego materiału możliwe jest postawienie tezy, według której hierarchia wartości firm, jaka ukazuje się nam w badanym materiale, osadzona jest na aksjologicznej świadomości organizacji gospodarczej, „czującej i pożądaną” określone dobra (Scheler, 1997, s. 174). Max Scheler, który zajmował się refleksją nad hierarchią wartości, twierdził, że wartości są tylko cieniem naszych pragnień i uczuć. Dobre jest to, co pożądane, złe to, do czego czuje się wstręt – czytamy w jego dziele zatytułowanym „Resentyment a moralność” (Scheler, 1997, s. 174). Sądzymy, iż taki sąd możemy odnieść do sposobu ujmowania wartości w badanych deklaracjach misji firm. Swoista chęć interpretowania przez nie obiektywnego porządku wartości sprawia, że w jakiś sposób „negują” lub „akceptują”, naginając stosownie do swych potrzeb ów obiektywny porządek. Interpretacyjne skłonności organizacji wyrażają się w tym, że nastawiają się one na to, by obiektywnemu dobru przypisywać zamiast treści dotychczas powszechnie uznawanej treść własną. Dedykując jej swoją działalność organizacje ogłaszają tę treść jako dobro właściwe. Na pierwszym miejscu w hierarchii wartości badanego zbioru deklaracji misji ukazuje się *podmiotowość człowieka*. Aż w siedmiu deklaracjach firm wartość ta zajmuje pierwszą pozycję. Są to deklaracje następujących firm: Johnson & Johnson, Tom’s of Maine, Rab Karcher Energieservice, Viterra Energy Services, IDG, Avery Dennison, Ericsson. W jednej deklaracji wartość ta znajduje się na miejscu drugim. Jest to deklaracja firmy Microsoft. Także w jednej deklaracji odnajdujemy ją na miejscu trzecim - w dokumencie firmy Allianz. Na miejscu czwartym występuje ona również tylko w jednej deklaracji, firmy Coca-Cola Company. Piątego i szóstego miejsca nie zajmuje ona w żadnej deklaracji. Choć w poszczególnych

deklaracjach występują różnice w usytuowaniu wartości, to wydaje się, iż w poddanym analizie zbiorze obserwujemy tendencję polegającą na tym, że podmiotowość człowieka ukazuje się nam w hierarchii wartości na najwyższym miejscu. Staje się ona wartością wyższego rzędu, bardziej „wartościową” aniżeli inne, niejako „wartością wszystkich wartości” (Gilson, Langan, Maurer, 1977, s. 116). Takie umiejscowienie tej wyjątkowej wartości niematerialnej w hierarchii firm wydaje się zgodne z obiektywnym porządkiem wartości. Afirmacja człowieka bowiem, jego godności, wymaga ze strony afirmującej organizacji gospodarczej wystarczającego poznania natury ludzkiej i dostosowania do niej swego działania. W szczególny sposób wymaga owa afirmacja poznania i akceptowania obiektywnej hierarchii dóbr.¹⁵

Na drugim miejscu w hierarchii wartości badanego zbioru deklaracji odnajdujemy wartość, którą jest *jakość*. W jednej deklaracji znajduje się ona na pierwszym miejscu. Jest to deklaracja firmy Microsoft. W trzech deklaracjach odnajdujemy ją na drugim miejscu. Są to deklaracje następujących firm: Johnson & Johnson, IDG oraz Ericsson. W przypadku produkcji związanej z medycyną, realizowanej przez firmę Johnson & Johnson wysoka jakość jest dobrem szczególnie ważnym, bowiem jest ona niezbędna dla podtrzymywania zdrowia i życia pacjentów czyli klientów tej organizacji gospodarczej. W żadnej z deklaracji wartość, którą jest jakość nie występuje na miejscu trzecim. Na miejscu czwartym występuje ona w jednej deklaracji – firmy Avery Dennison. Firma stwierdza, że wartość materialna, którą jest jakość wyznacza w poważnym stopniu „bycie” firmy. Bycie najlepszym to kierunek, w którym pragnie się rozwijać Avery Dennison. Na miejscu piątym jakość występuje w trzech deklaracjach, a mianowicie: Tom’s of Maine, Viterra Energy Services i Coca-Cola Company. Na miejscu szóstym wartość ta występuje w jednej deklaracji, firmy Rab Karcher Energieservice.

Fakt, że w badanym zbiorze wartość materialna, którą jest jakość powtarza się częściej aniżeli inne wartości na drugim miejscu interpretujemy jako uznanie jej za dobro niższego rzędu w stosunku do wartości, jaką jest człowiek - podporządkowanie jej w hierarchii wartości podmiotowości człowieka. Ta wartość materialna w deklaracjach ukazana jest jako narzędzie służące zaspokojeniu potrzeb człowieka – klienta organizacji gospodarczych. A zatem ukazuje się nam porządek, w którym dominantą jest człowiek, traktowany jako wartość niematerialna, jemu zaś podporządkowana jest jakość – wartość materialna służąca mu. Tak wysokie zaszerogowanie wartości, którą jest jakość nie wynika z błędów poznawczych organizacji lecz, jak się zdaje, jest pochodną specyficznego rodzaju uwrażliwienia aksjologicznego firm.

¹⁵ Por. T. Styczeń, J. Merecki, *ABC etyki*, Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 2001, s. 36. „Poznanie tej hierarchii pozwala na formułowanie *ogólnie ważnych norm postępowania moralnie słusznego* (prawo naturalne). Ich ogólna ważność (powszechność, stałość) ma swą podstawę w zasadniczej *niezmienności* przedmiotowej struktury osoby ludzkiej, czyli natury ludzkiej.”

Uwrażliwienie to, korelując w pewien sposób z obiektywnym porządkiem wartości nie jest jednak z nim tożsame.

Trzecią pozycję w hierarchii wartości badanego zbioru misji ponadnarodowych korporacji zajmuje *dobro wspólne*. W jednej deklaracji zajmuje ono pierwszą pozycję. Jest to deklaracja firmy Allianz. W deklaracjach dwóch firm dobro wspólne zajmuje drugą pozycję: Coca-Cola Company i Avery Dennison. W czterech deklaracjach dobro wspólne odnaleźliśmy na trzecim miejscu. Są to deklaracje następujących przedsiębiorstw: Johnson & Johnson, Viterra Energy Services, Microsoft, Ericsson. W dwóch deklaracjach dobro wspólne zajmuje czwartą pozycję. Są to deklaracje następujących firm: Tom's of Maine oraz IDG. W jednej deklaracji dobro wspólne znalazło się na piątym miejscu wśród wartości. Jest to dokument firmy Rab Karcher Energieservice.

Można sądzić, że wysokie ułożenie w hierarchii wartości firm *dobra wspólnego* znamionuje uznanie tej wartości za podstawę określenia się organizacji w wymiarze społecznym.¹⁶

Zysk, jako wartość odnajdujemy w badanym przez nas pod kątem hierarchii wartości zbiorze na czwartym miejscu. W jednej deklaracji wartość ta znajduje się na pierwszym miejscu. Jest to deklaracja firmy Coca-Cola Company. W dwóch deklaracjach wartość tę odnajdujemy na drugiej pozycji. Są to deklaracje następujących firm: Rab Karcher Energieservice i Allianz. W żadnej z deklaracji zysk nie występuje na trzecim miejscu. W jednej deklaracji odnajdujemy zysk na czwartym miejscu. Jest to deklaracja firmy Viterra Energy Services. W dwóch deklaracjach wartość ta znalazła się na szóstej pozycji. Są to następujące deklaracje: firmy Johnson & Johnson i Tom's of Maine.

Na piątym miejscu w porządku wartości odkrytym w zbiorze badanych deklaracji odnajdujemy wartość, którą jest *środowisko naturalne*. Wartość ta nie występuje jednakże w żadnej z badanych deklaracji na pierwszym miejscu. W dwóch deklaracjach odnajdujemy tę wartość na drugim miejscu. Są to deklaracje następujących firm: Tom's of Maine i Viterra Energy Services. W przypadku pierwszej z firm troska o dobro, jakim jest środowisko naturalne jest warunkiem prowadzenia interesów. Szacunek dla człowieka i natury jest celem przyświecającym firmie. Według niej wartości te są godne poszanowania dla samych siebie. Omawianą wartość odnajdujemy na trzecim miejscu w jednej deklaracji. Jest to dokument firmy Rab Karcher Energieservice. Na miejscu czwartym wartość ta nie występuje w żadnej deklaracji. Na miejscu piątym odnajdujemy omawianą wartość w jednej deklaracji. Jest to deklaracja firmy Johnson & Johnson. Na miejscu szóstym wartość, którą jest środowisko naturalne nie występuje w żadnej deklaracji.

¹⁶ Por. M. A. Krąpiec, *Ja – człowiek*, Lublin 1998, s. 334. „[...] celem społeczności jest umożliwienie jak najpełniejszej realizacji dobra wspólnego, czyli stworzenie warunków do aktualizacji osobowej w stopniu nieograniczonym.”

Wartością, która w hierarchii badanego zbioru zajmuje szóste, ostatnie miejsce jest *wiedza*. Wartość ta nie występuje w żadnej z analizowanych deklaracji na pierwszej lub drugiej pozycji. Wiedzę odnajdujemy na trzecim miejscu w czterech deklaracjach. Są to dokumenty następujących firm: Tom's of Maine, Coca-Cola Company, IDG, Avery Dennison. Na czwartym miejscu wartość, którą jest wiedza występuje w czterech deklaracjach badanego zbioru. Są to dokumenty następujących firm: Rab Karcher Energieservice, Microsoft, Allianz, Ericsson. Na miejscu piątym wartość ta nie występuje w żadnej deklaracji. Na miejscu szóstym wiedzę odnajdujemy w jednej deklaracji. Jest to dokument firmy Viterra Energy Services.

Wiedza, jako wartość ukazana w badanych deklaracjach nie jest związana z poznaniem dla samego poznania, stoi ona u podstaw rozwoju firm na użytek wielu jednostek ludzkich, dobra wspólnego. Osiągnięcia poznawcze, naukowe przedsiębiorstw stają się podstawą dobrobytu i postępu.¹⁷ Wiedza, jako wartość uznana przez poszczególne organizacje wydaje się mieć wspólne korzenie, „przenika i uzupełnia się” (Scheler, 1987, s. 403). Tak widziana przez organizacje wartość, jaką jest wiedza wydaje się zgodna z poglądami M. Schelera. Według niego wiedza ludzka nie stanowi jedności. Człowiek zdobywa, przyswaja sobie i uprawia różne rodzaje i typy wiedzy. Podobnie organizacje gospodarcze w podejściu do wartości, jaką jest wiedza niewątpliwie kierują się swoście pojętym „interesem poznawczym”. Sfera organizacyjnych potrzeb i interesów oraz użyteczność wiedzy, związana jest z tym, iż może umożliwić ich zaspokojenie i realizację, nie tworzy jednak „prawdy” jako właściwości wiedzy. Wiedza staje się zatem dla organizacji gospodarczych wartością - „snopem światła” rzucanym na rzeczywistość, dzięki któremu staje się owa rzeczywistość warta poznania pod wybranym z punktu widzenia potrzeb organizacji kątem (Czerniak, Węgrzecki, 1987, s. XXII).

Przedstawiony wyżej systematyczny przegląd deklaracji misji ukazuje nam obraz następującego porządku wartości, jaki odsłania się nam za sprawą analizy zebranego materiału:

1. *podmiotowość człowieka*
2. *jakość*
3. *dobro wspólne*
4. *zysk*
5. *środowisko naturalne*
6. *wiedza*

Charakterystyczne jest dla badanego materiału to, że wartość niematerialna, jaką jest podmiotowość człowieka występuje w nim przed wartością materialną, którą jest jakość. Z kolei wartość niematerialna, jaką jest

¹⁷ Por. M. A. Krąpiec, *Ja – człowiek*, Lublin 1998, s. 327. „[...] wartość i realne dobro, jakie płyną z naukowego poznania, są czymś ogólnym, wspólnym, czymś, co przekracza możliwości i wytworzenia przez jednostkę, i dlatego potrzebna jest społeczna forma bytowa jako „my”, mająca za przedmiot realizację wartości naukowo-poznawczych.”

dobro wspólne występuje w hierarchii przed wartością materialną, którą jest zysk. Pewne zdziwienie może budzić fakt stosunkowo dalekiego umiejscowienia w hierarchii wartości zysku. Nie zajmuje ta wartość żadnego z pierwszych trzech miejsc, jest dopiero na dalszej, czwartej pozycji. Innym paradoksem jest „wyprzedzenie” przez wartość, którą jest środowisko naturalne wartości, jaką jest wiedza. Podkreślić należy znamienity fakt, wysokiej rangi nadanej w hierarchii wartości analizowanego zbioru jakości. Świadczenie o tym daje umiejscowienie jej na drugiej pozycji, pomiędzy podmiotowością człowieka a dobrem wspólnym.

W analizowanym pod kątem hierarchii wartości materiale badawczym odkryliśmy następujące fakty. Pierwszym z nich, występującym w trzech deklaracjach, jest brak w hierarchii takich wartości jak środowisko naturalne i zysk. Są to deklaracje następujących firm: Microsoft, IDG oraz Allianz. W Deklaracji firmy Coca-Cola Company nie występuje jedynie wartość, którą jest środowisko naturalne. Jako wartość występuje natomiast zysk. W badanych deklaracjach odkryliśmy także inne fakty. Charakterystyczne dla badanego materiału jest tworzenie w deklaracjach par wartości, w których przeważnie jedna z obecnych w parze wartości ukazana jest jako preferowana w szczególny sposób. I tak np. podczas badania deklaracji firmy Johnson & Johnson odkryliśmy porządek wartości, który otwiera wartość, jaką jest człowiek a zamyka wartość, którą jest zysk. Preludium firmowego credo stanowią następujące słowa:

„Wierzmy, że jesteśmy odpowiedzialni przede wszystkim wobec lekarzy, pielęgniarek i pacjentów, wobec matek i ojców, i wszystkich ludzi korzystających z naszych produktów i usług.” Słowa dotyczące zysku brzmią następująco:

„Naszym końcowym obowiązkiem jest odpowiedzialność wobec akcjonariuszy.”

Zysk, jako wartość tworzącą parę z wartością, jaką jest dobro wspólne spotykamy w deklaracji firmy Coca-Cola Company:

„Nasza firma istnieje po to, by tworzyć wartość dla akcjonariuszy [...]. Tego wymaga od nas społeczeństwo (zdrowa firma tworzy miejsca pracy, stwarza szanse rozwoju swoim pracownikom, zaspokaja potrzeby konsumentów); w ten sposób możemy wspomagać społeczność międzynarodową [...]. Ta para wartości ukazana jest jako to, co znajduje w aksjologicznym „repertuarze” firmy największe uznanie. Dwie wartości, jedna materialna a druga niematerialna nie wykluczają się. Zysk widziany w perspektywie dobra wspólnego jest jednak czymś wyjątkowym w badanym materiale.

Motto deklaracji firmy Ericsson wskazuje na preferencje dla pary wartości, którą stanowią człowiek i jakość:

„Misją firmy Ericsson jest zrozumieć szanse i potrzeby swoich klientów oraz oferować lepsze od konkurencyjnych rozwiązania telekomunikacyjne.” W dokumencie tym widać, że wartość niematerialna, którą jest człowiek ma pierwszeństwo nad wartością materialną, którą jest jakość. Możemy zatem

powiedzieć, że w ujęciu tej firmy jakość jest dla człowieka, jemu jest ona podporządkowana, jemu ma służyć.

W deklaracji firmy IDG szacunek dla człowieka usytuowano w zespole wartości obok jakości:

„Naszą misją jest [...] poszanowanie indywidualności, inwestowanie w naszych ludzi poprzez szkolenia, tworzenie produktów najwyższej jakości”. Bezpośrednie sąsiedztwo takich wartości jak człowiek i jakość w tej deklaracji ukazują układ zbliżony do tego, jaki znajdujemy w deklaracji firmy Ericsson. Znamienne łączenie wartości niematerialnej, za jaką uznaliśmy człowieka z wartością materialną, za którą uznaliśmy jakość nie jest więc czymś wyjątkowym na tle całości zebranego materiału badawczego. Jest powtarzającą się tendencją.

Jakość i dobro wspólne, te dwie wartości odnajdujemy blisko siebie w deklaracji firmy Avery Dennison. „Wciąż doskonalimy nasze dokonania i dążymy do tego, aby być najlepszym we wszystkim, co robimy.” „Prowadzimy nasze interesy jako odpowiedzialni członkowie wspólnot, w których działamy.”

Inną z kolei parę, odnaniezoną w deklaracji firmy Tom's of Maine, tworzą dwie wartości reprezentujące: pierwsza - grupę wartości niematerialnych, mowa tu o człowieku i druga - reprezentująca grupę wartości materialnych, chodzi o środowisko naturalne. Obie wartości mają dla badanej organizacji podobną rangę:

„Wierzmy głęboko, że zarówno istoty ludzkie, jak i przyroda przedstawiają sobą wartość godną poszanowania.” Treść zawarta w tym fragmencie deklaracji może wskazywać na źródła tkwiące w tzw. bioegalitaryzmie radykalnym, poglądzie reprezentowanym przez grupę etyków, dla których wszystkie istoty mają równe prawo do życia i rozwoju (Wałoszczyk, 1996, s. 60).

Wydaje się uzasadnione twierdzenie, według którego analizowany materiał pozwala nam uznać ukazującą się w nim hierarchię wartości, w zasadzie, za bliską obiektywnemu porządkowi wartości. Na korzyść tego twierdzenia przemawia niekwestionowane, wysokie uznanie dla wartości niematerialnych, jakimi są podmiotowość człowieka i dobro wspólne. One to wyznaczają główny kierunek aksjologicznego kompasu badanych organizacji gospodarczych. Wartości niematerialne również znajdują właściwe sobie miejsce w hierarchii wartości firm.

Pewną trudność w pełnym uznaniu naszego twierdzenia za prawdziwe sprawiać może ostatnie miejsce w ukazującej się hierarchii zajmowane przez wartość niematerialną, jaką jest wiedza. Nie idzie to w parze z powszechnym uznaniem, jakim cieszy się rodzina wartości związanych z „cnotą roztropności”. Rztropność jest bowiem najważniejszą cnotą kierującą postępowaniem człowieka. Tomasz z Akwinu (1956) nazywa ją *recta ratio agibilium* - słusznym powodem postępowania. Wiedza i roztropne posługiwanie się nią ma ogromne znaczenie dla prawidłowego kierowania organizacjami, od których zależą w dużym stopniu losy wielu mniejszych i większych społeczności.

Mohanbir Sawhney (2003) twierdzi, iż korporacje obligatoryjnie powinny postrzegać siebie jako żywe organizmy, mające do osiągnięcia cele wyższe niż goły zysk. Jego zdaniem budowla służąca tworzeniu wartości musi opierać się na wartościach. Aby bezkolizyjnie poruszać się po spiętrzonych falach oceanu współczesnej światowej gospodarki, z jej zależnościami i powiązaniami, korporacje międzynarodowe muszą kierować się kompasem owego wyższego celu, a wartości powinny być kotwicą. Cytowany badacz swoje twierdzenia wywodzi z ewolucyjnej teorii przedsiębiorstw, według której przedsiębiorstwo jest niejako żywym organizmem ewoluującym w kierunku coraz wyższych poziomów świadomości, a nie maszyną nastawioną na maksymalizację wydajności i zyskowności. Z kolei Arie de Geus wyraża opinię, iż przedsiębiorstwa upadają, gdyż koncentrują się na fizycznych aspektach własnego istnienia, zapominając o swoich potrzebach emocjonalnych, intelektualnych i duchowych. Takie podejście do organizacji gospodarczych jawi nam się niemalże jak personifikacja (Sawhney, 2003, s. 52).

Powyższe głosy potwierdzają naszą tezę mówiącą o tym, że współczesne korporacje międzynarodowe stają się poważnymi podmiotami wywierającymi wpływ na kształt życia społecznego, a ich apetyt wykracza mocno poza dotychczas przypisywane im „prozaiczne” cele. Zaczynają wkraczać w kompetencje dotychczas zarezerwowane dla różnego rodzaju instytucji państwowych i społecznych, niejako z nimi „konkurując”. Richard Barrett w książce zatytułowanej „Liberating the Corporate Soul: Building a Visionary Organization” określa przedsiębiorstwo znajdujące się na wysokim poziomie rozwoju jako godzące interes własny z dobrem wspólnym. Takie przedsiębiorstwo, jego zdaniem, ma silne poczucie wspólnoty ze swoimi udziałowcami, społecznością, w której działa oraz z szeroko pojętym otoczeniem, w tym środowiskiem naturalnym (Sawhney, 2003, s. 52).

Ewolucyjna teoria przedsiębiorstwa mówi o tym, że celem organizacji gospodarczej jest coś więcej aniżeli tylko sam zysk. George Merck, współtwórca farmaceutycznego koncernu Merck, twierdził, że jego firma „zawsze stara się pamiętać o tym, że lek jest dla ludzi, a nie dla zysku. Zysk wynika z tego podejścia i pojawiał się zawsze wtedy, gdy nie traciliśmy z oczu tej podstawowej prawdy”. A zatem organizacja gospodarcza, która znalazła się na ewolucyjnej ścieżce, swoje cele określa w kontekście dobra wspólnego. „Ojcowie Założyciele” szanowanych korporacji, jak między innymi wcześniej wykazaliśmy, często postrzegali ich misję w takich właśnie kategoriach. Rozwiązania proponowane przez firmy, przynosząc im zysk, odmieniały w istotny sposób wielu ludziom ich życie. Wyznacznikiem sukcesu w tej dziedzinie może być harmonia wartości wyznawanych przez organizację z wartościami wyznawanymi przez jednostki oraz wkład w rozwój społeczeństw.

Zakończenie

Działalność organizacji gospodarczych ukazuje się nam na ogół z perspektywy ekonomicznego sukcesu lub porażki w sferze *praxis*. Ta perspektywa nie wyczerpuje jednakże wszystkich możliwości „oglądu” działalności gospodarczej. Podobnie jak wiele innych rodzajów działalności człowieka, wymaga ona przyjęcia pewnych „cywilizowanych reguł postępowania”. Aktywność w sferze biznesu podlega wartościowaniu z perspektywy filozoficznej, etycznej i społecznej. Celem niniejszej rozprawy było odkrycie obecności idei dobra wspólnego w szeregu wartości wpisanych w deklaracje misji dużych, międzynarodowych organizacji gospodarczych na tle myśli społeczno-gospodarczej oraz konstytucji wybranych państw. Do badań zostały wybrane deklaracje dziesięciu firm oraz konstytucje Stanów Zjednoczonych i Niemiec. Jak twierdzą Hampden-Turner i Trompenars, Niemcy znacznie częściej niż Amerykanie odrzucają stanowisko, według którego zysk jest jedynym rzeczywistym celem przedsiębiorstwa. Według Niemców cele są bardziej złożone i wyrafinowane. Reinhard Mohn, emerytowany szef niemieckiego koncernu Bertelsmann, uważa, że celem przedsiębiorczości nie jest już maksymalizacja zysków, lecz jak najlepsze przysłużenie się społeczeństwu (Hampden-Turner, Trompenaars, 2000, s. 200). Wydaje się, iż przemawia przez niego troska o dobro wspólne...

Deklaracje misji firm stanowią pod względem formalnym materiał niejednorodny. Począwszy od formy ulotki poprzez broszury a kończąc na stronach internetowych wykazują one duże zróżnicowanie jako nośnik wyrażanych treści. Typy dokumentów, jakie odkryliśmy są następujące: deklaracja programowa, wyznanie wiary, dekalog, manifest, dialog, monolog autoprezentacyjny oraz przemówienie. Deklaracje zostały napisane różnymi stylami: urzędowym, naukowym, dziennikarskim, literackim i religijnym.

Analizę badanego materiału poprzedziła refleksja teoretyczna na temat teorii misji organizacji gospodarczych. W trakcie tej refleksji odkryliśmy trzy rodzaje czynników mających wpływ na kształtowanie misji organizacji gospodarczych. Do czynników tych należą następujące: jakościowe, psychologiczne i kulturowe.

W badanych deklaracjach odnaleźliśmy dziewięć tematów, które w istotny sposób ukazują ustosunkowanie się organizacji gospodarczych do takich kwestii jak: dobro klienta celem firmy, określenie produktu i usług, określenie obszaru działania, technologia i innowacyjność, pomysł na przetrwanie, filozofia działania, troska o publiczny wizerunek firmy, troska o własnych pracowników. Dobro klienta dominuje w badanych deklaracjach nad pozostałymi tematami. W ustosunkowaniu się organizacji do tej kwestii przede wszystkim wyraża się ich stosunek do klienta, jako do człowieka. Jego potrzeby są dobrem, które jest deklarowanym celem firm. Klient – człowiek jest dla badanych organizacji gospodarczych podmiotem potrzeb. Niektóre z organizacji

przyjmują w stosunku do tak pojmowanego klienta postawę afirmacji a nawet swoistej „nadopiekuńczości”, przejawiającej się w deklarowaniu troski o jego bezpieczeństwo, w tym także bezpieczeństwo inwestycyjne (lokata kapitału akcyjnego i pochodne). Ten ostatni rodzaj stosunku do klienta implikowany jest w tym, by klient odnosił korzyść z inwestycji. Jest to przejaw troski o zysk klienta – inwestora.

Badane firmy szeroko definiują produkt, albowiem oprócz rzeczy materialnych czy usług do produktów zaliczają markę, projekty technologiczne lub rozwiązania logistyczne. Organizacje, których deklaracje badaliśmy starają się prezentować w nich swój produkt koncentrując się na sile postrzegania jego atrakcyjności przez adresata. Produkt zatem cechować powinny określone właściwości, korzystne dla nabywcy: zdrowotne, ekologiczne, energooszczędne itp. Firmy twierdzą, iż właściwości te stanowią szczególną wartość. Wizja produktu przyszłości wyznacza mu w niektórych deklaracjach perspektywę niemalże metafizyczną. Produkt jest bytem, który się zmienia w „dłoniach” producenta. Przechodzi on transformację przekraczając tradycyjnie pojmowany tzw. cykl życia produktu „od kołyski do śmierci” gdyż nigdy nie jest w swym bytowaniu skończony i wkracza w cykl nowego rodzaju bytowania. Reprezentatywnym przykładem ujęcia produktu od strony jego metafizycznego stawania się jest wciąż udoskonalane, rozwijane twórczo oprogramowanie komputerowe, produkt informatyczny.

Analizując kwestię określenia przez przedsiębiorstwa obszaru ich działania w badanych deklaracjach wyraźnie odnajdujemy odniesienie się firm do idei dominacji. Pragną one rozbudowywać swój potencjał globalizacyjny przypominając tym nieco politykę dawnych państw kolonialnych. W skrajnych przypadkach ponadnarodowe organizacje gospodarcze deklarują wolę zdobycia decydujących udziałów na każdym rynku. Pojęcie obszaru działania nie ogranicza się jednakże w analizowanych deklaracjach jedynie do obszaru w sensie geograficznym, ujmowany jest on szerzej, anektując np. obszary nowych technologii czy też innowacyjnych rozwiązań w sferze ubezpieczeń, finansów itd.

Stosunek firm do kwestii technologii i innowacyjności ujawnia dwie postawy w ich odniesieniu się do idei szeroko pojętej nowoczesnej techniki. Są to postawy ofensywna i defensywna. Firmy silne technologicznie deklarują wykorzystanie swoich osiągnięć technologicznych dla poprawienia lub umocnienia swojej pozycji konkurencyjnej. Firmy słabsze deklarują wolę „niepozostawania w tyle”. Niewątpliwie jasne jest, iż firmy deklarują udział w wyścigu technologicznym.

Odniesienie się firm do kwestii pomysłu na przetrwanie ukazuje ideę rozwoju jako motywu centralnego. Doskonalenie się, wytyczanie nowych dróg nie jest jedyną deklarowaną formą wzrostu organizacji, ale brak w badanych dokumentach chociażby wzmianki na temat drogi rozwoju poprzez łączenie się firm, tzw. fuzje i przejęcia, które stanowią powszechną praktykę stosowaną przez ponadnarodowe koncerny.

Sposób interpretacji w deklaracjach misji kwestii filozofii działania sugeruje, że osoba pracownika stanowi dla organizacji gospodarczych niezaprzeczalne dobro. Jest to wyraz pozytywnego odniesienia się przedsiębiorstw do idei człowieka realizującego się w wymiarze ekonomicznym poprzez pracę. Nie jest to jednakże jakaś forma preferencji dla filozofii pracy, jako filozofii „urzędowej”. Jest to raczej wizja pracy widzianej jako życiowe powołanie, bliskie protestanckiej koncepcji zawodu. Tego typu filozofia działania firm obecna jest raczej częściej w deklaracjach organizacji pochodzących z Europy i konfrontowana bywa z „amerykańską” filozofią działania, reprezentującą postawę *self – made man*, człowieka zawdzięczającego własnej prężności zdobytą pozycję zawodową i społeczną.

Odniesienie się firm do kwestii własnego wizerunku, odkryte w deklaracjach, ukazuje nam duże znaczenie pozytywnej samooceny, jak również akceptacji ze strony otoczenia dla budowania w organizacjach poczucia własnej wartości.

W kwestii dotyczącej troski o publiczny wizerunek firmy ukazują ideę biznesu, jako służby dla dobra wspólnego oraz ideę pracownika – symbolu uosabiającego przedsiębiorstwo. Jego profesjonalizm tworzy image organizacji.

Kwestia troski o własnych pracowników ujawnia preferencje dla partnerskiej postawy organizacji - pracodawcy w stosunku do pracownika ale też presję na respektowanie podobnych zachowań pomiędzy samymi pracownikami. Aby wyegzekwować takie wzajemne zachowania wśród personelu pracowniczego niektóre organizacje wprowadzają systemy nakazów i zakazów, zostawiając niewiele miejsca na złe pojętą spontaniczność mogącą naruszać np. dobre obyczaje, godność czy nietykalność cielesną osoby. Przejawia się w takiej, nieco może rygorystycznej, postawie organizacji jakiś rodzaj szacunku dla różnicowania kulturowego, w którym przychodzi funkcjonować ludziom zatrudnionym w ponadnarodowych przedsiębiorstwach.

Z wyszczególnionych kwestii wyłania się pewna konstelacja idei. Ułożone są one na zasadzie wielogłosowej harmonii. Jako jednocząca cały badany materiał wyraźnie wybija się idea związku człowieka ze światem produktów służących zaspokojeniu jego potrzeb. Dwugłos: człowiek - rzecz (klient, pracownik - produkt, usługa) stanowi kontrapunktową oś komponującą warstwę treści badanego zbioru deklaracji. Ukazuje ona organizację, jako swoistego „kreatora” mającego niekiedy pretensje do budowania nowego rodzaju związków pomiędzy światem rzeczy, jako przedmiotów użycia mających służyć człowiekowi, a światem człowieka, jako „pełnowymiarowej osoby”. Organizacje gospodarcze pragną anektować świat rzeczy nadając im nowe funkcje, wykraczające poza ich pierwotny charakter. Przykładem niech będzie stworzony i opisany w deklaracji przez firmę Coca-Cola Company system logistyczny mający pozwolić każdemu, kto odczuje pragnienie znalezienie napoju tej firmy w zasięgu ręki. Tak więc konsumpcja dóbr niekoniecznych do zachowania życia człowieka wkraczać ma w obszar zarezerwowany dla konsumpcji dóbr niezbędnych do zachowania życia.

Obydwa porządki konsumpcji dóbr nie są ze sobą tożsame, toteż deklarowany cel firmy może budzić pewną filozoficzną rozterkę.

W kolejnym kroku badawczym podjęta została analiza aksjologiczna. W jej trakcie odkryliśmy w badanych deklaracjach kanon wartości, które cieszą się uznaniem firm, tworząc jednocześnie pewną ich hierarchię. Analiza wartości w deklaracjach nie wykazała konfliktu pomiędzy odślaniającymi się nam wartościami niematerialnymi a materialnymi. Do pierwszej grupy zaliczyliśmy takie wartości jak: podmiotowość człowieka, dobro wspólne i wiedzę. W drugiej grupie umieściliśmy takie wartości jak: zysk, jakość, środowisko naturalne. Mając na uwadze zysk firmy nie chcą ulec pokusie traktowania człowieka, czy to pracownika, czy też klienta jedynie instrumentalnie. Jest on dla nich podmiotem relacji. W odkrytej hierarchii niekwestionowanym „liderem” jest wartość, którą stanowi podmiotowość człowieka. Firmy mając na uwadze dążenie do zaspokojenia potrzeb swoich klientów nie koncentrują się jedynie na potrzebach ludzkiego ciała, lecz człowieka w jego substancjalnej spójności. Jest on dla nich osobą, stanowi psychofizyczną całość, jest cielesno-duchowym podmiotem potrzeb.

Badany materiał pozwala sądzić, iż podstawowe wartości, które odnaleźliśmy w deklaracjach w dużym stopniu są ze sobą zgodne. Widzimy w deklaracjach preferencje dla prymatu interesu jednostki nad interesem grupowym, jednocześnie dobro wspólne odnajduje właściwe sobie wysokie w hierarchii miejsce. Wydaje się, iż ukazujący się nam w badaniu deklaracji „model organizacji gospodarczej” odnosi się pozytywnie do idei wspólnoty, jako wzoru kształtowania stosunków wewnętrznych i zewnętrznych organizacji gospodarczych. Dlatego też w deklaracjach odnajdujemy treści nawiązujące wprost do takich pojęć jak *rodzina* czy *społeczność międzynarodowa*.

Duże globalne organizacje gospodarcze, których deklaracje badaliśmy, odnoszą się w jakimś stopniu pozytywnie do problemu rozszerzania własności środków produkcji i kapitału deklarując troskę o dobro akcjonariuszy. Wynikający z niej postulat decentralizacji światowej gospodarki wiąże się z preferencjami dla struktury własności i zarządzania przedsiębiorstwami opartej o samodzielność oddziałów i jednostek gospodarczych.

Poruszanie tematu troski o środowisko naturalne jest widowym przejawem uznania natury za wartość godną szacunku. Stosunek firm do środowiska naturalnego jest pozytywny. Organizacje w deklaracjach wykazują przekonanie, iż troska o przyrodę sprzyja człowiekowi, jest więc ona w konsekwencji troską o jego dobro. W badanych deklaracjach zrozumienie dla kwestii ekologicznych jest wyraźne, przejawia się ono w deklarowaniu przez firmy przyjęcia odpowiedzialności za naturę, przejawiającego się m.in. w promocji proekologicznych technologii produkcji. W niektórych deklaracjach odkryliśmy skrajne uznanie dla wartości, jaką jest środowisko naturalne. Przyjmuje ono postać niemalże ekocentryzmu, według którego człowiek jest równoprawną częścią natury.

Etyczne problemy konkurencji rozwiązują firmy koncentrując się na konkutowaniu poprzez uznanie dla wartości, którą jest jakość. Wymaga ona ciągłego doskonalenia samej organizacji, jak też jej oferty rynkowej.

Pewien niedosyt odczuliśmy obserwując niskie notowania w deklaracjach wartości, którą jest wiedza. Nasza diagnoza ukazuje sprzeczność pomiędzy tym, co deklarują w tej materii same przedsiębiorstwa a tym, co wynika z aktualnych, nowoczesnych trendów w teorii zarządzania. Trendy te bardzo mocno eksponują rolę w gospodarce tak zwanych organizacji uczących się, widząc w nich model organizacji przyszłości. Wiedza jest dla nich rodzajem *software'u*, bez którego nie można osiągnąć sprawności *hardware'u*. Żadna organizacja gospodarcza nie jest w stanie utrzymać stałej przewagi konkurencyjnej ponieważ ich dzisiejsze silne strony stają się jutrzejszymi słabymi, tak szybko, iż utrzymanie przewagi bez dostatecznego poszerzania obszaru wiedzy firmy jest niemożliwe. W rywalizacji intelektualnej liczy się bowiem to, kto trafniej przewidzi zmiany zachodzące na rynku oraz ich kierunek.

Ślady filozoficznych założeń i wartości odkryte w deklaracjach organizacji gospodarczych podczas ich analizy są w pewnym stopniu zgodne z filozofią chrześcijańską. Badany materiał nie pozwala jednakże na stwierdzenie, iż w deklaracjach odnaleźć można jakąś określoną, fundamentalną prawdę o świecie i człowieku. Brak znamion wskazujących na to, że w badanym zbiorze mamy do czynienia z konkretną koncepcją człowieka oraz wyrazistą wizją jego miejsca w świecie. Tak więc nie możemy odpowiedzieć na pytanie, z jakiego rodzaju filozofią spotykamy się w deklaracjach. Autorzy badanych dokumentów nie ujawniają w treści deklaracji źródeł swoich inspiracji. Wydaje się, iż problem odkrywania w dokumentach firm koncepcji człowieka wymaga dalszych żmudnych analiz.

Pomimo tego, że w badanych deklaracjach odkryliśmy stosunkowo duże bogactwo treści z zakresu myśli społeczno – gospodarczej, to nie można uznać ich za reprezentację jakiegoś określonego programu społeczno – politycznego. Wspomniane treści dalekie są od programu „wojowniczego” liberalizmu, bliższe są raczej społeczno politycznej i gospodarczej doktrynie ordoliberalizmu, dla którego społeczeństwo nie jest nadrzędne względem jednostki. Możemy zatem mówić bardziej o etosie organizacji gospodarczej, którego jednym z przejawów jest swoista „mądrość przedsiębiorstwa”. Wyraża się ona w deklarowaniu dopasowania działalności gospodarczej do człowieka, nie zaś człowieka do niej. Podstawą naszej oceny jest obiektywny sens działalności przedsiębiorstw. Działalność gospodarcza nie jest bowiem celem samym w sobie. Celem jest człowiek. Znajduje się on w centrum uwagi firm.

Gospodarka rynkowa nie jest wszystkim, jak wynika z deklaracji. Musi ona mieścić się w określonym wyższym porządku aksjologicznym, który nie może opierać się na prawie do „zysku za wszelką cenę”.

Obraz organizacji gospodarczych uzyskany w trakcie analizy ich deklaracji warto byłoby w przyszłości pogłębić poprzez odniesienie go do

obrazu ich rzeczywistych zachowań. Dopiero te dwa obrazy pozwoliłyby na pełną filozoficzną i etyczną ocenę analizowanej problematyki działalności ponadnarodowych organizacji gospodarczych.

Blisko sześćdziesiąt lat temu David Riesman w książce zatytułowanej *Samotny tłum* wyraził opinię, iż społeczeństwo amerykańskie tradycyjnie pojmowane jako indywidualistyczne, którego indywidualizm podkreślało hasło „self - made man”, znajduje się w fazie przekształcania się w *społeczeństwo ludzi zewnątrzsterownych*. W takim modelu społeczeństwa zmniejsza się znaczenie indywidualizmu, coraz większego znaczenia nabiera natomiast przynależność do grupy a także poddanie się wymaganiom, normom postępowania i celom narzuconym przez grupę. Konsekwencje takiej sytuacji odnaleźć będzie można w wielu dziedzinach życia, o czym warto pamiętać przy wyznaczaniu celów organizacji i kierunków rozwoju społecznego. Dziesięć lat później M. Whyte w książce zatytułowanej *Człowiek organizacji* twierdzi, że wiara w grupę jako źródło kreatywności, wiara w przynależność do grupy staje się ostateczną i najwyższą potrzebą jednostki.

Po blisko półwieczu od tych wypowiedzi amerykańskich proroków socjologii, próbując uchwycić proporcje pomiędzy indywidualizmem a kolektywizmem, jako modelami społeczeństwa, wydaje się, iż właśnie obecność idei dobra wspólnego w świadomości podmiotów jakimi są organizacje i podmiotów indywidualnych jakimi są osoby ludzkie wyznacza drogę do harmonii społeczno-gospodarczej. Toteż ślady tej idei odnajdujemy zarówno w konstytucjach państw jak i w konstytucjach korporacji ponadnarodowych. Rola tych drugich na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat wyraźnie wzrasta. Stając się liderami opinii korporacje i duże organizacje gospodarcze nadają treść i formę, temu co nazwaliśmy ideą dobra wspólnego. W świecie tak pojętego dobra wspólnego szczególnej treści nabiera pojęcie własności prywatnej jako akcjonariatu. Daniel Bell, twórca koncepcji społeczeństwa postindustrialnego twierdzi, że własność jest dzisiaj po prostu fikcją prawną i nie powinna stanowić legitymizacji działań korporacji (Osiatyński, 1984, s. 345). Parafrazując sztandarowe hasło ideologii, którą nie tak dawno pochowaliśmy do grobu, stoimy w obliczu promocji czy propagandy sloganu czy hasła nowej ideologii. Hasło to wydaje się brzmieć następująco: *Akcyonariusze wszystkich korporacji ponadnarodowych ...*

Amerykańscy liberałowie dekady lat sześćdziesiątych wierzyli w decydującą rolę państwa w realizacji ich postulatów społeczno-gospodarczych. Ich głęboki optymizm przerodził się w głębokie rozczarowanie kolejnych dekad. Retoryczne pytanie: „Na którym sztandarze wyszyta jest idea dobra wspólnego? Na sztandarze państwa czy na sztandarze korporacji?” brzmi prowokacyjnie i futurystycznie. Tym samym pytanie dotyczy przyszłości i kształtu tradycyjnie pojętej roli państwa i jego konstytucji w stosunku do rosnącej roli ponadnarodowych organizmów gospodarczych oraz ich filozofii przekładanej na cele działania. Projekt bałtyckiego rurociągu Gazpromu, w którego konsorcjum realizującego inwestycję wchodzi były kanclerz Niemiec

Gerhard Schroeder i kontrowersje wokół tego projektu ukazują próby wyznaczania nowych podmiotów dominacji.

13 grudnia 2005 roku „The Washington Post” opublikował artykuł, w którym czytamy, że gdy Gerhard Schroeder, niemiecki kanclerz ogłosił zamiar pracy dla Gazpromu, rosyjskiego giganta energetycznego, wstrzelił się do zupełnie nowej ligi. Jedną sprawą jest to, że jakiś legislator zrzeka się swojej pracy parlamentarnej i przywództwa politycznego i idzie do pracy w biznesie. Inną natomiast sprawą jest to, że kanclerz Niemiec, państwa, które jest jedną ze światowych potęg gospodarczych a najsilniejszym gospodarczo krajem wspólnoty europejskiej, zostawia swoją pracę i zatrudnia się w firmie kontrolowanej przez rząd rosyjski, pragnąc pomagać w wybudowaniu gazowego rurociągu pod dnem Bałtyku. Jeszcze mniej smaczne jest to, że główny menedżer konsorcjum odpowiedzialnego za budowę był oficerem wschodnioniemieckich tajnych służb i jest przyjacielem Władimira Putina z czasów jego pracy we Wschodnich Niemczech w charakterze agenta KGB. U niemieckich wyborców powinno pojawić się pytanie, twierdzi „The Washington Post”, o rzeczywiste powody, dla których Pan Schroeder tak ostro widzi problem rurociągu. Rurociąg kosztował niemiecką dyplomację wściekłość europejskich i bałtyckich sąsiadów. Wskazują oni na to, że rosyjski rząd wybrał morską trasę, po której ma przebiegać rurociąg, wbrew ekonomicznej racjonalności. Jedyną możliwą przyczyną były aspekty polityczne. Bałtycki rurociąg pozwoliłby na użycie surowca energetycznego jako broni politycznej. Można byłoby odciąć gaz do Centralnej Europy i bałtyckich sąsiadów podczas gdy nadal mógłby on płynąć do Niemiec. Warto zastanowić się nad tym, dlaczego Niemcy zdecydowały się włączyć w ten kontrowersyjny z wielu względów projekt? Powinny pojawić się pytania wśród niemieckich wyborców o relacje ich kraju z Rosją, głosi „The Washington Post”.

Jak twierdzi Zbigniew Brzeziński, doradca prezydenta Cartera ds. bezpieczeństwa narodowego, jednym z najpoważniejszych problemów Zachodu jest obecnie brak wspólnej strategii energetycznej. Taka sytuacja prowadzi do rozdzwieniu między europejskimi podmiotami, czego przykładem jest decyzja byłego kanclerza Niemiec o zatrudnieniu się w koncernie, który jest organem państwa rosyjskiego (Brzeziński, 2008, s. 12-13). Wydaje się, iż śmiało możemy powiedzieć, że twierdzenie profesora Brzezińskiego ukazuje „jak na dłoni” niekonsekwencję Wspólnoty Europejskiej w podejściu do idei dobra wspólnego jako elementu scalającego tę polityczną i gospodarczą strukturę. W pewnym sensie konsekwencje takiego stanu rzeczy widzimy w obecnej sytuacji, w jakiej znalazła się Gruzja jako państwo i jako strategiczny projekt energetyczny odchodzący wielkimi krokami w niepamięć po rosyjskiej agresji na ten kraj. Zdaniem Brzezińskiego, faktu zatrudnienia Schroedera przez Gazprom nie należy ignorować.

W Niemczech wiele decyzji gospodarczych podejmuje się w trosce o dobro wspólne na poziomie, na którym razem działają grupy pracowników, grupy finansowe, przemysłowe i rząd. Jest to poziom aktywności gospodarczej

niemal nieistniejący w Stanach Zjednoczonych (Hampden-Turner, Trompenaars, 2000, s. 181). „Suddeutsche Zeitung” zapytał swego czasu w ankiecie Niemców, z którym krajem chcieliby utrzymywać bardzo dobre i dobre stosunki. 59% Niemców wymieniło ówczesny Związek Radziecki, 42% - Stany Zjednoczone.

Wielki niemiecki filozof, Hegel, państwo korporacyjne uznaje za bardziej racjonalne od demokracji w brytyjskim wydaniu. Sądzi on, że obywatele powinni brać udział w sprawach państwa raczej jako członkowie podporządkowanych całości, korporacji czy stanów, aniżeli jako jednostki. Mówiąc wprost Hegel wyznaje pogląd, że posłowie powinni reprezentować raczej korporacje aniżeli indywidualnych obywateli jako osoby. Pogląd taki ukazuje w heglowskim pojęciu państwa pojęcie społeczeństwa obywatelskiego znajdującego swą kulminację w idei korporacji (Copleston, 1995, s. 216). W przedstawionym na łamach „The Washington Post” artykule o kanclerzu Shroederze pobrzmiewa nutka heglizmu. Postawa etyczna według Hegla jest postawą prospołeczną. Tym, co wyznacza danej jednostce ludzkiej jej powinność, jest miejsce jakie zajmuje ona w społeczeństwie. Myśliciel ten określa państwo jako świadomą siebie substancję etyczną, duchem etycznym, jako jawną, wyraźną dla siebie samej substancjalną wolą, która myśli siebie samą i uświadamia sobie siebie i która to, co sobie uświadamia, wprowadza w czyn. Państwo jest jego zdaniem rzeczywistością rozumnej woli, która została podniesiona na poziom powszechnej samoświadomości. Inny wielki niemiecki filozof, Nietzsche, komentując kondycję etyczną człowieka twierdzi: „Przebyliście drogę od robaka do człowieka i wiele jest w was jeszcze z robaka”. Parafrazując aforyzm Fryderyka Nietzschego możemy wyrazić pogląd, mówiący o tym, że Niemcy przeszły drogę od Bismarcka do Shroedera i pytać, czy jest w nich więcej z *żelaznego kanclerza* czy z *kanclerza miękkiego*? Nietzsche twierdzi, że w duszy niemieckiej są korytarze, które łączą się z innymi korytarzami, są jaskinie, kryjówki, lochy; jej nieporządek jest fascynujący i tajemniczy; Niemiec zna ukryte ścieżki wiodące do chaosu (Hampden-Turner, Trompenaars, 2000, s. 189). Isaiash Berlin mówi o dwóch odmiennych stylach politycznej refleksji: stylu *jeża* i stylu *lisa*. Stany Zjednoczone naśladują lisa w dążeniu do upewnienia się, że dzięki analizie danych wiedzą jedną konkretną rzecz. Niemcy i Rosja naśladują jeża, próbując wiedzieć wiele rzeczy, dążąc do syntezy. Nic dziwnego, mówi Isaiash Berlin, że Niemcy i Rosja – kraje jeże, uległy w historii pokusie totalitaryzmu, mitycznej całości, której podporządkowują się wszystkie elementy struktury organizacyjnej (Hampden-Turner, Trompenaars, 2000, s. 191).

Jednocząca się Europa i jej trudności z budową konstytucji europejskiej nie zniosą zapewne próżni w tak fundamentalnej sprawie. Jak pokazuje doświadczenie Stanów Zjednoczonych w budowaniu konstytucji, jest ten dokument formą szukania tożsamości wspólnoty. Między innymi troski o to, co możemy w szerokim sensie nazwać dobrem wspólnym. Jak pokazują historyczne przykłady słabości państwa, w tym Polski, spada znaczenie ustawy

zasadniczej. W niedoskonałym społeczeństwie konstytucje są niedoskonałe, potrzebują co jakiś czas liftingu. Zamiast „być” „stają się”. Dobre konstytucje są stabilne, niezmiennie. Ich trwałość jest wyrazem bycia państwa w pełni sobą.

Kontekst odrzucenia przez Irlandię w referendum europejskiego traktatu konstytucyjnego, wcześniejsze decyzje Francji, rozterki Brytyjczyków i Polaków, wskazują, że mamy do czynienia z symptomami przeniesienia akcentu ze wspólnoty politycznej na wspólnotę gospodarczą. Państwa narodowe pragną zachować własne systemy wartości, a to co je łączy, w sensie dobra wspólnego, w poważnym stopniu dotyczy chyba jednak zagadnień gospodarczych.

Bibliografia

1. Allaire Y., Firsirotu M.E. (2000), *Myślenie strategiczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
2. Aniszewska G. (2007), *Kultura organizacyjna w zarządzaniu*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
3. Ansoff H.I. (1985), *Zarządzanie strategiczne*, PWE, Warszawa.
4. Arnold G. (2000), *Tracing the Development of Value-based Management*, [w:] G. Arnold, M. Davies edit., *Value-based Management: Context and Application*, Wiley, Chichester.
5. Arystoteles (1982), *Etyka nikomachejska*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
6. Arystoteles (1983), *Metafizyka*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
7. Arystoteles (2002), *Polityka*, Wydawnictwo Altaya, Warszawa.
8. Banaszak B. (2004), *Porównawcze prawo konstytucyjne współczesnych państw demokratycznych*, Kantor Wydawniczy ZAKAMYCZE, Kraków.
9. Berezowski M. (1989), *Ameryka pięknych snów*, Książka i Wiedza, Warszawa.
10. Bergson H. (1957), *Ewolucja twórcza*, Książka i Wiedza, Warszawa.
11. Berle Jr A.A. (1960), *The 20th Century Capitalism Revolution*, Harcourt, Brace and Company, New York.
12. Blum R. (1969), *Soziale Marktwirtschaft. Wirtschaftspolitik zwischen Neoliberalismus und Ordoliberalismus*, Verlag Mohr., Tübingen.
13. Bourke V. (1994), *Historia etyki*, Wydawnictwo Krupski i S-ka, Warszawa.
14. Certo S., Peter J. (1988), *Strategic Management*, Random House Inc., New York.
15. Cole E. (2007), *Architektura, Style i detale*, Arkady, Warszawa.
16. Collier P., Horowitz D. (1976), *The Rockefellers. An American Dynasty*, Holt, Rinehart and Winston, USA.
17. Copleston F. (1995), *Historia filozofii*, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa.
18. Czerniak S., Węgrzecki A. (1987), *Wstęp* [w:] M. Scheler, *Pisma z antropologii filozoficznej i teorii wiedzy*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
19. Deklaracja firmy Allianz.
20. Deklaracja firmy Avery Dennison.
21. Deklaracja firmy Coca-Cola Company.
22. Deklaracja firmy Ericsson.
23. Deklaracja firmy IDG.
24. Deklaracja firmy Johnson & Johnson.

25. Deklaracja firmy Microsoft.
26. Deklaracja firmy Rab Karcher Energieservice.
27. Deklaracja firmy Tom's of Maine.
28. Deklaracja firmy Viterra Energy Services.
29. Descartes R. (1981), *Rozprawa o metodzie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
30. Eco U. (1996), *Nieobecna struktura*, Wydawnictwo KR, Warszawa.
31. Foster T. R. V. (1996), *101 Great Mission Statements: How the World's Leading Companies Run Their Businesses*, Kogan Page, Londyn.
32. Freimann J. (1966), *Systemy informacji środowiskowej i eko-audytingu*, [w:] H. Folmer, L. Gabel, H. Opschoor, *Ekonomia środowiska i zasobów naturalnych*, Wydawnictwo Krupski i S-ka, Warszawa.
33. Friedman M., Friedman R. (1985), *Wolny wybór*, Wydawnictwo Kurs, Warszawa.
34. Galbraith J.K. (1991), *Ekonomia w perspektywie. Krytyka historyczna*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa.
35. George M. L. (2003), *Lean Six Sigma for Service*, McGraw-Hill, USA.
36. Gilson E. (1958), *Duch filozofii średniowiecznej*, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa.
37. Gilson E., Langan, Maurer A. A. (1977), *Historia filozofii współczesnej*, Wydawnictwo PAX, Warszawa.
38. Gombrowicz W. (1997), *Przewodnik po filozofii w sześć godzin i kwadrans*, Znak, Kraków.
39. Hamel G., Prahalad C.K. (1999), *Przewaga konkurencyjna jutra. Strategie przejmowania kontroli nad branżą i tworzenia rynków przyszłości*, Businessman Book, Warszawa.
40. Hampden-Turner C., Trompenaars (2000), *Siedem kultur kapitalizmu*, Dom Wydawniczy ABC Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
41. Hansen G. (1993), *Wprowadzenie do etyki biznesu*, „Etyka”, Nr 26.
42. Heidegger M. (1977), *Budować mieszkać myśleć*, Wydawnictwo Czytelnik, Warszawa.
43. Henderson H. (1991), *Paradigms in Progress. Life Beyond Economics*, Knewledge Systems, Inc. Indianapolis.
44. Ingarden R. (1963), *Intuicja i intelekt u H. Bergsona* [w:] *Z badań nad filozofią współczesną*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
45. Ingarden R. (1987), *Książeczka o człowieku*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
46. Jan Paweł II (1981), *Laborem exercens*, Encyklika, Rzym.
47. Jan Paweł II (1991), *Centesimus annus*, Encyklika, Rzym.
48. Jasiński K., Molęda-Zdziech M., Kurczewska U. (2000), *Lobbing*, Dom Wydawniczy ABC, Kraków.
49. Jay A. (1996), *Machiavelli i zarządzanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1996.

50. Kamerschen D. R., Mc Kenzie R. B., Nardinelli C. (1993), *Ekonomia*, Gdańsk 1993.
51. Kant I. (1984), *Krytyka praktycznego rozumu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
52. Kisinger H. (2002), *Dyplomacja*, Philip Wilson – Warszawa.
53. Kozielecki J. (2000), *Koncepcje psychologiczne człowieka*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa.
54. Krapiec M. A. (1998), *Ja – człowiek*, Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin.
55. Kumaniecki K. (1977), *Słownik łacińsko-polski*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
56. Levitt T. (1969), *The Marketing Mode: Pathways to corporate Growth*, McGraw-Hill. London.
57. Libeskind D. (2008), *Przełom: przygody w życiu i architekturze*, Wydawnictwo Naukowo Techniczne, Warszawa.
58. Minus P. M. red. (1995), *Etyka w biznesie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
59. Morgan G. (1997), *Obrazy organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
60. Moszkowicz M. (1993), *Misja - doktryna przedsiębiorstwa*, “Przegląd Organizacji” nr 1.
61. Muller M. (1998), *Shareholder Value Reporting – ein Konzept wertorientierter Kapitalmarkt Informationen*, [w:] M. Mullern, F.J. Leven, *Shareholder Value Reporting*, Publisher: Ueberreuter, Wien.
62. Novak M. (1985), *Przebudzenie etnicznej Ameryki*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa.
63. Novak M. (1993), *Liberalizm – sprzymierzeniec czy wróg Kościoła*, Wydawnictwo w Drodze, Poznań.
64. Obłój K. (1994), *Mikroszkółka zarządzania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
65. Obłój K. (1998), *Strategia organizacji*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
66. Obłój K., Trybuchowski M. (1997), *Zarządzanie strategiczne*, [w:] A. Koźmiński, W. Piotrowski red., *Zarządzanie - teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
67. Ockenfels W. (1992), *Zarys katolickiej nauki społecznej*, Fundacja Akademii Teologii Katolickiej, Warszawa.
68. Osiatyński W. (1984), *Współczesny konserwatyzm i liberalizm amerykański*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
69. Pande P. S., Holpp L., Pande P., Holpp L. (2001), *What is Six Sigma?* Mc Graw Hill, USA.
70. Pierścionek Z. (1996), *Strategie rozwoju firmy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

71. Piotrowski W. (1997), *Organizacje i zarządzanie - kierunki, koncepcje, punkty widzenia*, [w:] A. Koźmiński, W. Piotrowski red., *Zarządzanie - teoria i praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
72. Pius XI (1931), *Quadragesimo Anno*, Encyklika, Rzym.
73. Platon (2002), *Państwo*, Deagostini, Alaya, Warszawa.
74. Przemieniecki J. (1999), *Konstytucja firmy. Sformułowanie misji – konieczność i szanse*, "Personel" nr 5 (62).
75. Pszczółkowski T.G. (1990a), *Ordoliberalizm. Społeczno-polityczna i gospodarcza doktryna neoliberalizmu w RFN*, PWN, Warszawa Kraków.
76. Pszczółkowski T.G. (1990), *Społeczno-polityczna i gospodarcza doktryna neoliberalizmu w RFN*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Kraków.
77. Pułło A. (2002), *Konstytucja Stanów Zjednoczonych Ameryki*, Wydawnictwo Sejmowe, Warszawa.
78. Rappaport A. (1990), *Wartość dla akcjonariuszy. Poradnik menedżera i inwestora*, WIG Press, Warszawa.
79. Romanowska M. (1998), *Strategie rozwoju i konkurencji*, Wydawnictwo CIM, Warszawa.
80. Romanowska M. (2001), *Podstawy organizacji i zarządzania*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
81. Ropke W. (1946), *Civitas humana. Grundfragen der Gesellschafts – und Wirtschaftsreform*, Eugen Rentsch Verlag, Erlenbach-Zurich.
82. Schechter M. (1996), *Wycena środowiska*, [w:] Folmer H., Gabel L., Opschoor H., *Ekonomia środowiska i zasobów naturalnych*, Wydawnictwo Krupski i S-ka, Warszawa.
83. Schein E. H. (1997), *Organizational Culture and Leadership*, James C. Morgan, San Francisco, California.
84. Scheler M. (1987), *Teoria światopoglądów, socjologia i kształtowanie światopoglądu*, [w:] M. Scheler, *Pisma z antropologii filozoficznej i teorii wiedzy*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
85. Scheler M. (1997), *Resentyment a moralność*, Czytelnik, Warszawa.
86. Schopenhauer A. (1995), *Metafizyka życia i śmierci*, ETHOS, Warszawa.
87. Schreiber W. (1961), *Sozialpolitik in der Sozialen Marktwirtschaft*, [w:] *Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Festgabe fur Alfred Muller-Armack*, Duncker & Humblot, Berlin.
88. Sen A. (1997), [w:] A. Hirschman, *Namiętności i interesy*, Wydawnictwo „Znak”, Kraków.
89. Slywotzky A.J. (1996), *Value Migration*, Harvard Business School Press, Cambridge.
90. Slywotzky A.J., Morrison D.J., Andelman B. (2000), *Strefa zysku*, PWE, Warszawa.
91. Smith A. (1902), *The Wealth of Nations*, American Home Library Company, Nowy Jork.
92. Smith A. (1989), *Teoria uczuć moralnych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

93. Sobór Watykański II (1996), *Gaudium et spes*, Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym, Rzym.
94. Sontag S. (1986), *O fotografii*, Wydawnictwo Artystyczne i Filmowe, Warszawa.
95. Stachowski W. (1994), *Jak definiować misję*, „Przegląd Organizacji”, nr 11.
96. Starkowski M. T. (1995), *Dekalog to za mało*, „Businessman Magazine”, nr 5 (maj).
97. Styczeń T., Merecki J. (2001), *ABC etyki*, Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin.
98. Szablewski A. (1956), *Strategie wzrostu wartości firmy. Studium przypadków*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa.
99. Św. Tomasz z Akwinu (1956), *Traktat o człowieku*, Pallottinum, Poznań.
100. Tataarkiewicz W. (1960), *Historia estetyki*, T. II, Ossolineum, Kraków.
101. Tataarkiewicz W. (1978), *Historia filozofii*, t. 2, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.
102. Ustawa z dnia 2 lutego 1996 r. o zmianie ustawy - Kodeks pracy oraz o zmianie niektórych ustaw (Dz.U. 1996 Nr 24, poz.110).
103. von Rad G. (1986), *Teologia starego testamentu*, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa.
104. Walkowiak J. (1991), *Lśnienie złotego cielca*, „Giełda”, 20 X 1991, s. 27 i 27 X 1991.
105. Walkowiak J. (1998), *Misja firmy a etyka biznesu*, Centrum Informacji Menedżera, Warszawa.
106. Waloszczyk K. (1996), *Kryzys ekologiczny w świetle ekofilozofii*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź.
107. Watkin D. (2006), *Ilustrowana Historia Architektury. Wiek XX*, T.8, Wydawnictwo „Arkady”, Warszawa.
108. Wawrzyniak B. (1996), *Zrozumieć współczesne przedsiębiorstwo*, WSPiZ, Warszawa.
109. Weber M. (1984), *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*, Wydawnictwo Test, Lublin.
110. Wiśniewski A. (1999), *Mały słownik marketingu*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa.
111. Wójcik K. (1997), *Public relations od A do Z*, Wydawnictwo Placet, Warszawa.
112. Żmigrodzki M., Dziemidok-Olszewska B. (2007), *Współczesne systemy polityczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
113. Żyro T. (2002), *Ideologia Americana*, Ios graf, Warszawa.