

Karolina Nowak

Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Ekonomii, Katedra Socjologii
i Filozofii
k.nowak@ue.poznan.pl

DEZINTEGRACJA AKSJOLOGICZNA EKONOMII SPOŁECZNEJ

Streszczenie: Głównym celem artykułu jest próba odpowiedzi na pytanie, czy wartościująca wizja świata, formułowana na gruncie ekonomii społecznej, zorientowana jest aksjologicznie relatywistycznie czy absolutystycznie. Przyjęto kulturową perspektywę badawczą uwzględniającą kulturowy kontekst praktyki gospodarczej, przede wszystkim pod względem regulowania owej praktyki przez respektowane społecznie – historycznie zmienne – przekonania normatywno-dyrektywne. Historyczna zmienność przekonań kulturowych regulujących działania, podejmowane w sektorze gospodarczym, ukazana została na przykładzie redefiniowania pojęcia prawdy.

Słowa kluczowe: ekonomia społeczna, wartości, prawda, kultura, CSR.

Klasyfikacja JEL: E20, I12, E24.

AXIOLOGICAL DISINTERGRATION OF THE SOCIAL ECONOMY

Abstract: The main objective of the article is to answer the questions as to whether the social economy view of the world is connected with relativism or absolutism from an axiological point of view. The specific perspective of cultural studies was used here which allowed the identification as to how cultural beliefs regulate economic practice. The changes in cultural beliefs are presented with regard to re-definition of truth.

Key words: social economy, values, truth, culture, CSR.

Wstęp

U podstaw odpowiedzi na pytania, czym jest, czym powinna być, wreszcie – czy w ogóle istnieje ekonomia społeczna, tkwi problem, względem którego stawia nas rzeczywistość – pytanie o to, czy świat ma sens; ów sens zaś pojawia się – w kontekście człowieka i jego działań – tylko w świecie, który nie jest aksjologicznie neutralny. Celem artykułu jest zbadanie, do jakich wartości odwołują się podmioty ekonomii społecznej w sytuacji „ścierania się” tendencji relatywistycznych z absolutyzmem aksjologicznym. Czy owe wartości tworzą koherentny system, czy też należałoby tu raczej mówić o pewnej dezintegracji aksjologicznej? W zależności od tego, jak odpowiemy na to pytanie, ustosunkujemy się też do innych. Czy skoro świat, w którym żyjemy jest aksjologicznie niejednorodny, ma sens wypracowywanie standardów zachowań, tworzenie kodeksów, budowanie przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie? Czy wzrost świadomości / solidarności społecznej, a przynajmniej obecność tych pojęć w toczonych dyskusjach w sferze publicznej, ma jakieś rzeczywiste znaczenie, wpływa na nowy sposób funkcjonowania biznesu? Wreszcie – czy aksjologiczne podłoże działań społecznie odpowiedzialnych (społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, społeczna odpowiedzialność uczelni) można potraktować jako „soczewkę” ogniskującą problemy i kwestie społeczne, z którymi ma sobie radzić społeczeństwo ponowoczesne? W niniejszym artykule podjęto próbę wyróżnienia podłoża aksjologicznego działań deklarowanych jako warte podjęcia przez podmioty ekonomii społecznej, po pierwsze – w odniesieniu do określonych standardów, postulowanych na gruncie ekonomii społecznej, społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)¹, po drugie – w kontekście sformułowanych kryteriów w ramach RESPECT Index.

¹ O związkach między CSR a ekonomią społeczną piszą m.in. I. Kuraszko i B. Rok, wyróżniając trzy główne relacje: (1) biznes pomocny (przedstawiciele biznesu korzystają z usług podmiotów ekonomii społecznej), (2) współpraca (partnerstwo), (3) podmiot ekonomii społecznej jako konkurencyjne przedsiębiorstwo [Kuraszko i Rok 2007]. W niniejszym artykule zestawiono te dwa pojęcia nie tylko ze względu na ich wspólną bazę funkcjonowania – wolny rynek, ale również dlatego, że zarówno w dyskusjach na temat społecznej odpowiedzialności biznesu, jak i w refleksji prowadzonej na gruncie ekonomii społecznej nieustannie pojawia się postulat zmiany „oglądania” funkcjonowania gospodarki w rozwoju społecznym oraz przenikania się wymiarów światopoglądowych (wolność, własność *versus* solidarność, dialog, współpraca).

1. Ekonomia społeczna w perspektywie kulturowej

Po raz pierwszy pojęcie „ekonomii społecznej” pojawiło się na początku XIX w. we Francji, ale pewne refleksje dotyczące działań gospodarczych, w których „nie tylko o zysk chodzi”, obecne są właściwie od dwóch tysięcy lat, tj. od momentu pierwszych filozoficznych namysłów nad funkcjonowaniem państwa / społeczeństwa oraz nad powiązaniem bogactwa z odpowiedzialnością społeczną (Platon, Arystoteles). Warto przy tym zaznaczyć, że owe ustalenia ekonomiczne pojawiały się na marginesie rozważań etycznych i politycznych, podczas gdy dziś częstsza jest odwrotna sytuacja, kiedy to uwarunkowanie aksjologiczne działań ekonomicznych jest pomijane lub traktowane jako niepotrzebny balast, naddatek, którym niepotrzebnie „zawraca się głowę” twardej ekonomii (freakonomiści, B. Lomborg). Jak podkreśla Marcin Gorazda, „silne uwikłanie ekonomii w aksjologię uwidacznia się na każdym etapie uprawiania tej nauki: począwszy od wyznaczenia przedmiotu badań, poprzez ustalenie znaczeń określonych terminów (dlaczego wzrost gospodarczy miałby być stanem pożądanym?), skończywszy na założeniach epistemologiczno-metodologicznych” [Gorazda 2014, s. 25]. Przywoływane w ekonomii, owe *dismal science*, wartości (materialne) – takie jak bogactwo, sukces, zysk – traktuje się nie tylko jako główne regulatory działań ludzkich w sferze gospodarczej, ale także funkcjonują one w samej refleksji ekonomicznej jako te wartości, które tkwią u podstaw konstrukcji teoretycznych na gruncie tej nauki formułowanych. Ekonomia społeczna ze swym „bagażem” aksjologicznym (sprawiedliwość, odpowiedzialność², godność, aktywność) wydaje się więc oddalona od twardego trzonu zainteresowań ekonomii, ponieważ: po pierwsze – nie wskazuje się tu tych samych wartości, po drugie – wartości te należą do innej sfery niż materialna. Na terenie naszego kraju jako na „załączki” ekonomii społecznej wskazuje się XVII-wieczne „porządki ogniowe”, wspólnotowe organizacje miejskie, mające chronić przed pożarem [Grzybowska i Ruszewski 2010, s. 12; Leś 2001]. Oczywiście świadomość tego typu ukształtowała się dwa wieki później wraz z powstaniem stowarzyszeń rolniczych „o charakterze samopomocowym, które miały za zdanie podnoszenie kultury rolnej oraz propagowanie polskiej kultury i języka” [Grzybowska i Ruszewski 2010, s. 12]. Od kilku lat terminy „ekonomia społeczna” i CSR wydają się niezwykle modne jako swoisty „żargon terminologiczny” [Popowska i Wyrwiński 2013, s. 163–180], przy czym debatom

² O definiowaniu terminu „odpowiedzialność” na gruncie ekonomii społecznej pisze np. A. Rudnicka [2012, s. 19–53].

na temat tego, czym jest lub powinna być ekonomia społeczna, towarzyszy zwykle też dyskusja, czy ekonomia społeczna w ogóle istnieje, zwłaszcza w kontekście działań podejmowanych przez rodzinnych przedsiębiorców.

Ekonomię społeczną definiuje się najczęściej jako swoistą odpowiedź na zawodność rynku (i działalności państwowej), który „nie radzi sobie” z wykluczeniem społecznym w kilku sferach – przede wszystkim w edukacyjnej, zabezpieczenia społecznego i opieki zdrowotnej [Rosiek 2006, s. 7; Maźnica 2013, s. 81, Filek 2012, s. 50]. Ma być ona nową „ścieżką” dla osób wykluczonych, którym zamiast dotychczasowego redystrybucyjnego systemu pomocy proponuje się kształtowanie swej podmiotowości, godności i samodzielności poprzez pracę oraz samorozwój. Jak czytamy w Krajowym programie rozwoju ekonomii społecznej (KPRES), ekonomia społeczna powstała jako „sfera aktywności obywatelskiej, która przez działalność ekonomiczną i działalność pożytku publicznego służy: integracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych społeczną marginalizacją, tworzeniu miejsc pracy, świadczeniu usług społecznych użyteczności publicznej” [KPRES 2014, s. 20]. Na gruncie ekonomii społecznej przyjmuje się więc, że wspieranie działań tego typu przez jednostki (reprezentujące administrację publiczną, pozarządowe organizacje) jest swego rodzaju inwestycją, która się opłaca, ponieważ powoduje wzrost dobrostanu danej wspólnoty. Normatywny sposób opisywania podmiotów ekonomii społecznej wskazuje na dwa rodzaje kryteriów, wedle których należy je oceniać – kryteria ekonomiczne i społeczne. Do tych pierwszych zalicza się: (1) prowadzenie w sposób względnie ciągły czy regularny działalności za pomocą instrumentów ekonomicznych; (2) niezależność, suwerenność instytucji w stosunku do instytucji publicznych; (3) ponoszenie ryzyka ekonomicznego; (4) istnienie choćby nielicznego płatnego personelu. Wśród kryteriów społecznych najważniejsze to: (1) jednoznaczne, jasne i wyraźnie zorientowanie przedsięwzięcia na społecznie użyteczny cel, (2) tzw. oddolny (obywatelski) charakter inicjatywy; (3) możliwie demokratyczny system zarządzania; (4) możliwie wspólnotowy charakter działania; (5) ograniczona dystrybucja zysków³. Widać więc wyraźnie, że baza aksjologiczna, do której odwoływać się mają podmioty ekonomii społecznej, jest inna niż ta, o której mówi się na gruncie „smutnej, ponurej, niepozostawiającej nadziei” nauki, opisaney w eseju T. Carlyle’a w II połowie XIX w.

Podjęcie próby zbadania bazy aksjologicznej ekonomii społecznej poprzedzić muszą pewne krótkie ustalenia metodologiczne, dotyczące przede wszystkim tego, jak rozumiane będą tu wartości. W ramach przyjętej prze-

³ Są to kryteria wypracowane w ramach projektu EMES zrealizowanego na zlecenie Komisji Europejskiej [Grzybowska i Ruszewski 2010, s. 26–27].

ze mnie perspektywy pojęcie wartości będzie w podstawie pojęcia kultury. Kulturę definiuję jako rzeczywistość myślową składającą się z powszechnie respektowanych w danej społeczności przekonań, które w swej postaci normatywnej (jako normy) wskazują określone wartości jako cele, a w swej postaci dyrektywnej ustalają sposoby (środki działania), za pomocą których osiągnięcie owych wartości-celów staje się możliwe. Niniejsza („ideacyjna”) koncepcja kultury autorstwa J. Kmity nosi miano społeczno-regulacyjnej⁴. Taką jej nazwę autor uzasadnia tym, że w jej ramach wskazuje się na funkcjonowanie zbioru przekonań normatywno-dyrektywalnych (nazywanych także zbiorem „przekonań i pragnień”⁵) jako tych, które regulują w skali społecznej rozmaite czynności, podejmowane przez członków określonej zbiorowości w ramach poszczególnych sektorów działań społecznych. Inaczej mówiąc, określenie „społeczno-regulacyjna” podkreślać ma fakt, że w ramach omawianej koncepcji kultury eksponowana jest rola kultury jako społeczno-subiektywnego regulatora działań ludzkich, tworzących łącznie praktykę społeczną. Działania ludzkie mogą być uwarunkowane subiektywno-racjonalnie lub funkcjonalnie. Uwarunkowanie subiektywno-racjonalne działania ludzkiego tworzą przekonania jego podmiotu, które wyznaczają wartość ukierunkowującą owo działanie i określają sposób jej urzeczywistnienia (wybór takiego właśnie, a nie innego działania). Uwarunkowanie funkcjonalne działania ludzkiego „wyselekcjonowane jest przez odpowiedni stan utrzymywany w sposób ciągły przez pewien towarzyszący mu kontekst strukturalny” [Banaszak i Kmita 1994, s. 27], gdzie mianem kontekstu strukturalnego określa się pewien nieuświadomiany zwykle kontekst działań ludzkich, który charakteryzuje stale stan jakiegoś typu. Kulturę danej społeczności definiuje się tu zatem jako „zbiór przekonań normatywno-dyrektywalnych, które: (1) powszechnie respektowane są w danej społeczności, (2) tworząc uwarunkowania subiektywno-racjonalne działań funkcjonalnych względem ustalonego stanu globalnego owej społeczności potraktowanej jako kontekst strukturalny tych działań” [Banaszak i Kmita 1994, s. 43]. Kmita rozróżnia przy tym dwie postawy, jakie może przyjąć jednostka jako członek jakiejś społeczności wobec tworzących kulturę przekonań norma-

⁴ Główne założenia społeczno-regulacyjnej koncepcji kultury scharakteryzowane zostały w: [Kmita 1985; Banaszak i Kmita 1994; Kmita 2007]. Zaproponowane przez J. Kmitę pojęcie kultury nawiązuje do tego sposobu jej rozumienia, jakie przyjął amerykański antropolog kulturowy, W.H. Goodenough, w szczególności do tezy, że kultura jest wiedzą, „jest czymś, czego ludzie mają się uczyć, w przeciwieństwie do tego, co biologicznie dziedziczą” [Goodenough 1964, s. 36; Banaszak i Kmita 1994, s. 42].

⁵ Nazewnictwo przyjęte za R. Rortym i D. Davidsonem – [Kmita 2000, s. 5].

tywno-dyrektywnych. W ramach pierwszej – jednostka świadomie akceptuje owe przekonania / sądy⁶. W postawie drugiej – jednostka respektuje przekonania, to znaczy zachowuje się tak, jak gdyby akceptowała przekonania, które „stoją” za jej zachowaniem, choć ich sobie nie musi uświadamiać, co najczęściej ma miejsce. Na podstawie tych rozróżnień wskazać można na dwa typy sposobów uczestniczenia w kulturze, mianowicie refleksyjno-teoretyczny (w którym przy opisie zachowań, działań danej jednostki uwzględnić trzeba stan jej świadomości) oraz spontaniczno-praktyczny (oparty na wyuczonym i zautomatyzowanym respektowaniu przekonań).

Ujęcie ekonomii społecznej w perspektywie kulturowej wydaje się interesujące poznawczo, ponieważ pozwala na określenie genezy działań podejmowanych przez poszczególne podmioty ekonomii społecznej. Postępowanie takie jest tym bardziej zasadne, kiedy wskaże się, że badanie funkcjonowania zbioru przekonań normatywno-dyrektywnych jest równocześnie badaniem tego, co reguluje w skali społecznej rozmaite czynności, podejmowane przez członków określonej zbiorowości w ramach takiego sektora działań społecznych, jakimi są działania przedsiębiorstw w sferze gospodarki, które deklarują się jako odpowiedzialne społecznie. Co więcej – przekonania te nie obowiązują w jakiejś aksjologicznej próżni; żyjemy w świecie zorientowanym technologicznie i światopoglądowo niejednorodnym (Anthony Giddens, Norman Goodman, Charles Tilly, John Urry; na naszym gruncie – Zygmunt Bauman, Barbara Szacka, Piotr Sztompka), w którym obowiązują dwie naczelnne wizje aksjologiczne – absolutystyczna i relatywistyczna; warto więc zastanowić się, która z tych wizji zdaje się przeważać w ustaleniach z zakresu ekonomii społecznej. Innymi słowy, do jakich wartości, do jakich wartościujących obrazów świata podmioty ekonomii społecznej częściej nawiązują; czy jest to wizja świata równorzędnych, konkurujących ze sobą opisów rzeczywistości, w których podejmuje się grę o klienta, traktując standardy ekonomii społecznej jako element tej gry, czy też jest to obraz świata, wskazujący trwałe podstawy porządku społecznego – sprawiedliwość [Rawls 1983], zaufanie [Sztompka 2007]. Poniższe ustalenia reprezentują stanowisko kulturowo-konstruktywistyczne, w którym nie tylko postuluje się konieczność „uwzględniania kulturowego kontekstu praktyki gospodarczej” [Zboron 2009, s. 344], ale przyjmuje się, że owa praktyka regulowana jest przez – historycznie zmienne – respektowane przekonania normatywno-dyrektywne, przekonania, nadające sens działaniom i określające sposoby realizacji wartości.

⁶ Jednostka żywi przekonania, „ma je w głowie”, sądy zaś to przekonania wypowiedziane.

2. Aksjologiczne tło standardów ekonomii społecznej i CSR

Korzenie koncepcji społecznej odpowiedzialności i ukonstytuowania się w dyskursie ekonomicznym pojęcia CSR (*corporate social responsibility*) sięgają, jak wiadomo, połowy XX w. i wiążą się z ustaleniami (m.in. F.W. Abramsa) dotyczącymi definiowania ekonomii jako efektywnego wykorzystania kapitału (także kapitału społecznego) oraz wpływu gospodarki na społeczność i społeczeństwo (współpraca przedsiębiorstwa z otoczeniem lokalnym). Na gruncie polskim utrwałała się przede wszystkim teoria interesariuszy (S. Kwiatkowski), *stakeholder*⁷ (1963 r., Stanford Research Institute). Komisja Europejska w 2001 r. CSR określiła jako „konceptę, w której przedsiębiorstwa dobrowolnie decydują się wspierać działania na rzecz lepszego społeczeństwa i czystszej środowiska”, „proces, który umożliwia zarządzanie relacjami z różnorodnymi grupami interesariuszy, mającymi wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa” [EC 2001, s. 5]. Warto podkreślić, że 10 lat później, w 2011 r., Komisja wydała komunikat w sprawie odnowionej strategii CSR, w którym usunięto wyrażenie „dobrowolnie”, podkreślając tym samym wagę konieczności brania odpowiedzialności przez każde przedsiębiorstwo i traktując CSR jako swoiste remedium na zmniejszający się poziom zaufania społecznego, jaki nastąpił po kryzysie finansowym.

Oszacowywanie dokonań społecznych firmy przebiega w różny sposób. Wśród najczęściej stosowanych metod służących do pomiaru oddziaływania społecznego wymienia się trzy: społeczną stopę zwrotu, mnożnik lokalny i audyt społeczny. Dwie pierwsze oszacowują efektywność społeczną na podstawie wartości pieniężnej (społeczną stopę zwrotu liczy się tak, jak stopę zwrotu inwestycji; mnożnik lokalny to określanie wpływu podmiotu na środowisko lokalne w wymiarze finansowym), ostatnia jest niezwykle arbitralna i niejednorodna (wybór i analizę elementów, na podstawie których tworzony jest raport, przedstawiany interesariuszom, tworzą podmioty, w których audyt się przeprowadza). W ostatnim czasie interesującym projektem na gruncie polskim wypracowania narzędzia pozwalającego podmiotom ekonomii społecznej bez ponoszenia znacznych kosztów na oszacowanie własnej społecznej wartości dodanej jest ESometr [<http://swd.msap.uek.krakow.pl/>]. Każda z tych metod ma swoje mocne i słabe strony [Głowacki i Jelonek 2013, s. 8–19], łączy je jednak pewna wspólna baza aksjologiczna, do której się odwołują. Wymienić można 13 głównych obszarów / aspektów, w których dokonuje się społecznej oceny firmy (zestawienie własne):

⁷ Ci, którzy mają uzasadnione prawa i oczekiwania wobec przedsiębiorstwa (pracownicy, konsumenci, dostawcy, społeczność, społeczeństwo); *stake* (stawka): stopień zaangażowania.

- 1) ujawnianie informacji (stopień poufności działań);
- 2) płaca, świadczenia pracownicze, warunki pracy;
- 3) demokracja w przedsiębiorstwie;
- 4) równość możliwości;
- 5) zaangażowanie w sprawy społeczności lokalnej (dobroczynność);
- 6) środowisko naturalne;
- 7) inne kraje (współpraca);
- 8) szacunek dla życia (ludzkiego, zwierząt);
- 9) zaangażowanie polityczne (darowizny);
- 10) szacunek dla ludzi;
- 11) powiązania z represyjnymi reżimami;
- 12) dostawy dla wojska (handel bronią);
- 13) polityka marketingowa.

Każdy z tych obszarów ma swoje podłoże aksjologiczne, odnosi się do obowiązujących (w sensie: respektowanych społecznie) wartości. Z powyższego zestawienia wynika, że ocena społecznych dokonań firmy przeprowadzana jest w kontekście następujących wartości: dobro (szczególnie w aspektach 5, 6), godność (szczególnie w aspektach 2, 8, 10, 13), zaufanie (zwłaszcza aspekty 1, 7, 13), uczciwość (głównie w odniesieniu do aspektów 1, 9, 13), równość (szczególnie w aspektach 3, 4), życie (zwłaszcza w aspektach 6, 8, 10, 11, 12), wspólnota (w szczególności aspekty 3, 5, 7).

ONZ podaje 10 zasad CSR (w ramach programu Global Compact), według których przedsiębiorstwo powinno:

1. Szanować i wspierać ochronę przyjętych w wielu krajach praw człowieka.
2. Być pewnym, że nie angażuje się w przedsięwzięcia, które nie szanują praw człowieka.
3. Wspierać prawo pracowników do zrzeszania się oraz prawo do negocjowania warunków pracy.
4. Eliminować wszelkie formy pracy przymusowej czy obowiązkowej.
5. Nie zatrudniać dzieci.
6. Zwalczать dyskryminację w zatrudnieniu i w dostępie do zawodu.
7. Popierać działania zapobiegające zmianom środowiska naturalnego.
8. Podejmować inicjatywy promujące większą odpowiedzialność za ochronę środowiska naturalnego.
9. Popierać rozwój i upowszechnianie technologii przyjaznych środowisku.
10. Zwalczать wszelkie formy korupcji, wymuszenia, łapówkarstwo [www.ungc.org.pl].

W tym dekalogu dwie pierwsze zasady dotyczą praw człowieka (związanych głównie z takimi wartościami, jak życie i godność), zasady 3–6 praw pracowników (równość, wolność), zasady 7–9 ochrony środowiska (życie, bezpieczeństwo), zasada 10 – relacji „w” i „wokół” przedsiębiorstwa (uczciwość). Wszystkie te wartości tworzą pewną wartościującą wizję świata, w której wskazane powyżej wartości funkcjonują jako cele-sensy podejmowanych działań. Wartością, która tkwi u podstaw wszystkich powyższych ustaleń, standardów, narzędzi ekonomii społecznej i która niejako „generuje” ów wartościujący obraz świata, jest prawda rozumiana nie jako wartość autoteliczna, wartość sama w sobie, ale jako wartość społecznie utylitarna. Prawda w tym znaczeniu ma, najogólniej mówiąc, umożliwiać współżycie zbiorowości. Stanowi bazę funkcjonowania społeczności, podstawę współbywania z innym. Jak pisze L. Kołakowski, w tym ujęciu prawdy mniej chodzi o samą prawdę, ile o prawdomówność. „Prawdomówność występuje pierwotnie jako wartość utylitarna, należy do zasobu mieszczącego się w modelu umowy społecznej jako jeden z najważniejszych środków zapewniających minimalizację konfliktów i umożliwiających w ogólności bytowanie zbiorowe” [Kołakowski 2009, s. 188]. Prawda jako wartość społecznie utylitarna wiąże się więc po prostu z zaufaniem, oparta na nim jednostka ludzka współbytuje z innymi w świecie.

Kulturowym tłem towarzyszącym ukonstytuowaniu się tego definiowania prawdy jest XIX-wieczna rewolucja przemysłowa, która z jednej strony – doprowadziła do rozwiązania problemu eksplozji demograficznej, z drugiej jednak – „wpisała” człowieka w nowy kontekst aksjologiczny, w którym rola i ważność pracy maszyn stały się kluczowe dla egzystencji człowieka. W refleksji filozoficzno-metodologicznej jedną z egzemplifikacji przekonania, tkwiącego u podstaw formułowanych standardów na gruncie ekonomii społecznej, mogłaby być koncepcja prawdy wyeksplikowana w ramach pragmatyzmu. Jak twierdzi W. James, sąd jest prawdziwy, gdy jest użyteczny. To czy dane zdanie jest prawdziwe, nie zależy od korespondencji, zgodności z rzeczywistością, tylko od tego, co działa, co ma swoje pozytywne rezultaty. Prawdziwość wiąże się więc z weryfikacją: „Prawda jest nazwą jakiegokolwiek idei, która uruchamia ów proces weryfikacji, użyteczność zaś jest nazwą funkcji spełnianej przez nią w doświadczeniu” [James 2001, s. 163]; „prawda dla nas to po prostu zbiorcza nazwa zweryfikowanych procesów, tak samo jak zdrowie, bogactwo, siła itp. są nazwami innych procesów związanych z życiem, które są używane, ponieważ opłaca się ich używać. Prawda jest wytwarzana tak, jak zdrowie, bogactwo i siła są wytwarzane, to jest w toku doświadczenia” [James 2001, s. 220]. Pragmatyczna koncepcja prawdy Jamesa

stanowi wyraz kształtującego się od połowy XIX w. światopoglądu modernistycznego, wedle którego uprzemysłowienie świata, z jednej strony, pomaga człowiekowi w życiu (nowy, szybki i skuteczny sposób zaspokojenia potrzeb życiowych człowieka) i wprawia go w dumę, że człowiek stworzył maszyny, które pracują za niego, a z drugiej – kontroluje go, deprecjonuje i wzmacnia poczucie alienacji. To, że według Jamesa, prawda jest „czymś, co człowiek tworzy, formułując idee, zgodnie z którymi działa, a skuteczność tego działania świadczy o ich prawdziwości” [Zeidler 2001, s. 46] ma swoje kulturowe źródło w doświadczeniu społecznym z przełomu XIX i XX w., w którym to doświadczeniu zogniskowały się uogólnione przekonania, określające, jak należy postępować, by uzyskać dany efekt – należy postępować użytecznie dla siebie i innych, wytwarzać w ten sposób, by to, co wytworzymy, przyczyniało się do lepszego współżycia w zbiorowości, której częścią jesteśmy. Podobne przekonanie o tym, że najlepszym sposobem poznania i działania w rzeczywistości jest to poznanie, które w praktyce buduje więzi wspólnoty i pozwala jej na lepsze (prze)życie, zdaje się również kulturowym źródłem dla sformułowania przez J. Habermasa projektu *verité à faire*, prawdy do zrobienia, prawdy wytwarzanej. Prawda traktowana jest tu jako środek realizacji określonego „interesu”.

Aksjologiczne tło standardów wypracowanych w ramach refleksji teoretyczno-metodologicznych ekonomii społecznej wyznaczone jest więc przez pojęcie prawdy ujmowanej jako wartość społecznie użyteczna. Kulturowe źródła takiego ujmowania prawdy są modernistyczne – powstaje więc pytanie, czy wartościująca wizja świata, wyłaniająca się z ekonomii społecznej, nie jest „zapóźniona” w kontekście przemian, jakim podlega społeczeństwo ponowoczesne i które wyraził postmodernizm.

3. Aksjologiczne tło projektu RESPECT Index

Ustalenia z zakresu ekonomii społecznej i postulat uwzględnienia przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW) „akcentowania atrakcyjności inwestycyjnej spółek giełdowych, które charakteryzuje etyczne i odpowiedzialne działanie” [Gołębiowska 2013, s. 205] stały się podstawą do powstania w 2009 r. pierwszego w Europie Środkowo-Wschodniej indeksu spółek odpowiedzialnych. Jak można się dowiedzieć z opisu projektu [<http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/>] jest on skierowany do spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, z wyłączeniem rynku New-Connect, spółek zagranicznych i dualistingowanych. Ocena atrakcyjności

spółek z uwzględnieniem spełniania standardów CSR następuje w trzech fazach. W pierwszej wyodrębnia się grupy spółek o najwyższej płynności⁸, w drugiej przeprowadzona zostaje ocena praktyk spółek w zakresie ładu korporacyjnego (*corporate governance*), ładu informacyjnego i relacji z inwestorami, która jest dokonywana przez GPW we współpracy ze Stowarzyszeniem Emitentów Giełdowych. Fazy te przebiegają niezależnie, bez udziału spółek, tylko na podstawie ogólnodostępnych raportów, publikowanych przez spółki oraz ich stron internetowych. Trzecia faza, który „przewiduje bezpośrednie wizyty w siedzibach spółek i wymaga ich zgody na udział w projekcie” [Gołębiowska 2013, s. 206], to przeprowadzenie i analiza ankiet według kryteriów środowiskowych, społecznych i ekonomicznych⁹.

Jednym z kryteriów oceny spółek w drugiej fazie jest ocena prowadzenia strony internetowej według modelu wprowadzonego przez GPW jako wyznacznika jakości komunikacji z inwestorami (szybkość i skuteczność). Wśród kryteriów szczegółowych wymienia się:

- „szybkość udzielania merytorycznych odpowiedzi na zapytania dotyczące relacji inwestorskich przekazane za pomocą strony internetowej;
- publikacja na stronie: podstawowych dokumentów korporacyjnych (statut i regulaminy organów spółki etc.), życiorysów zawodowych członków organów spółki, raportów bieżących i okresowych, rocznych sprawozdań z działalności rady nadzorczej, informacji o strukturze akcjonariatu, kalendarium wydarzeń korporacyjnych, podstawowych wskaźników finansowych spółki;
- funkcjonowanie na stronie działającej wyszukiwarki treści;
- umieszczenie na stronie odnośników do stron innych instytucji rynku kapitałowego (np. KNE, GPW, SEG);
- wykorzystywanie nowoczesnych sposobów komunikacji z inwestorami;
- dostępność strony w języku angielskim” [<http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/>].

Podany w kryteriach oceny spółek model strony internetowej preferowany przez GPW jest bardzo ciekawy pod względem ujawnianych w nim przekonań kulturowych. Wyrażenia „szybkość”, „wyszukiwarka”, „odnośniki do stron internetowych”, „nowoczesne sposoby komunikacji” i nakaz angielszczyzny ukazują bardzo wyraźną zmianę w definiowaniu podstawy aksjologicznej, jakże innej od tej zanalizowanej wcześniej, tj. w kontekście teoretyczno-metodologicznych ustaleń na gruncie ekonomii społecz-

⁸ Szczegółowy opis: <http://www.odpowiedzialni.gpw.pl/>.

⁹ O opłacalności przynależności do RESPECT Indexu w wymiarze ekonomicznym pisze E. Gołębiowska [2013, s. 195–209].

nej. U podstaw projektu RESPECT Index nie tkwi już bowiem zdefiniowanie prawdy jako wartości społecznie użytecznej – pojawia się prawda rozumiana jak wartość technologiczna, która nie jest autotelicznie wartościową jakością wiedzy, ale jest jakością wtórnie wartościową, narzędziem technologicznej sprawności poznania. Spółki nie są wówczas oceniane w pierwszej kolejności pod względem praw człowieka, praw pracownika, ochrony środowiska, zakorzenienia lokalnego itd. i spełniania norm z tymi kwestiami związanych, ale podstawowym kryterium ich oceny jest bycie odpowiednio technologiczonym, ich cyfryzacja.

Kulturowym źródłem tej wartościującej wizji świata, którą wyznacza pojęcie prawdy jako wartości technologicznej, są przemiany, jakie zaszły w obrębie funkcjonowania obecnych społeczeństw, reprezentujących tzw. kulturę euroatlantycką. Ponowoczesność „nasiąknięta” relatywizmem przynosi wizję społeczeństwa, w którym budowanie więzi wspólnoty jest utrudnione – role społeczne są nieustannie przeddefiniowywane, niestabilne, żyjemy „w sytuacji, gdy wiele obszarów życia człowieka nie jest zdeterminowanych przez już istniejące i gotowe wzorce i obyczaje”, a „jednostka jest zmuszona do wypracowania i wynegocjowania własnych opcji stylu życia”, do projektowania siebie, tworzenia „refleksyjnych narracji tożsamości” [Giddens 2006, s. 126]. Jest tak, ponieważ „zakwestionowana została modernistyczna postać porządku społecznego opartego na niewzruszonym fundamencie wiary w trwałość, niezmienność, stałość wartości takich, jak: prawda, dobro, piękno, realność” [Zboron 2009, s. 336]. Przemiany technologiczne, z jednej strony, zniwelowały pewne problemy (głód, epidemie czy kataklizmy), z drugiej jednak – urynkowiły i podporządkowały sobie świat społeczny. Ideologia wolnego rynku opierająca się na kategorii konkurencyjności prowadzącej do efektywności oraz idea postępu technologicznego jako najważniejszego regulatora działań ludzkich przeniknęły właściwie do wszystkich sfer życia.

Filozoficznym stanowiskiem względem prawdy, na które należy wskazać jako na egzemplifikację tych przemian kulturowych, jest stanowisko, jakie zajął R. Rorty. Jego liberalna ironistka¹⁰ z książki *Przygodność, ironia, solidarność* odrzuca ideę prawdy (w tradycyjnym znaczeniu, jako prawdy samej w sobie), ponieważ wchodzi ona w skład słownika finalnego. Według Rorty’ego prawda jest pewną formą używania rzeczywistości ani lepszą, ani gorszą od innych. Uważamy za wartościowe, prawdziwe tylko te przekonania, które okazują się takimi wskazówkami osiągnięcia tego, czego chcemy, na których

¹⁰ „Ironistka” to sformułowane przez Rorty’ego określenie postawy, jaką można przyjąć względem rzeczywistości – jest to postawa dystansu, wątpliwe; jej przeciwieństwem jest postawa dogmatyczna, którą reprezentuje metafizyk [Rorty 1996].

można polegać – zyskują one „walor prawdy” w znaczeniu „zostają uznane” w ramach (solidarnej) konwersacji, konwersacji, która jest skierowana na innych, a nie na rzeczywistość. Jak pisze w *Przygodności...*: „należy odróżnić twierdzenie, że świat jest na zewnątrz, od twierdzenia, że prawda jest na zewnątrz [...]. Powiedzieć, że prawda nie jest na zewnątrz, to po prostu tyle, co stwierdzić, że tam, gdzie nie istnieją zdania, nie ma prawdy, że zdania są elementami ludzkich języków, a języki ludzkie to twory człowieka” [Rorty 1996, s. 20]. Stanowisko amerykańskiego filozofa względem prawdy wyraża więc nie tylko konieczność kreowania swojego „ja” przez poszczególne jednostki jako swoisty „produkt” ponowoczesności, ale także ujawnia pewne ważne zmiany społeczne, mające swe źródło w technologizacji i cyfryzacji rzeczywistości. Opisy świata, dostarczane przez różne sfery praktyki społecznej (także przez praktykę badawczą), konkurują ze sobą i oceniane są poprzez ich efektywność i wpływ na jakość życia. Uznane są te, które okazują się najskuteczniejsze w radzeniu sobie z rzeczywistością – rzeczywistością, która jest technologiczowana.

Aksjologiczne tło projektu RESPECT Index różni się istotnie od światopoglądowej bazy ustaleń teoretycznych z zakresu ekonomii społecznej. Pojęcie prawdy ujmowanej jako wartości społecznie użytecznej zostało w całości (w odniesieniu do kryteriów wyznaczonych w drugiej fazie oceny) lub częściowo (do fazy trzeciej oceny „dochodzą” spółki, które wcześniej pozytywnie „przeszły” fazy wcześniejsze) przededefiniowane i zastąpione przez rozumienie prawdy jako wartości technologicznej. Kulturowe źródła tego przededefiniowania są postmodernistyczne.

Zakończenie

Formułowana na gruncie ekonomii społecznej wartościująca wizja świata jest aksjologicznie niejednorodna, niekoherentna. Z jednej strony – w kontekście naukowych opisów, definiowania ekonomii społecznej – zdają się przeważać tendencje absolutystyczne, szukające trwałych, uniwersalnych podstaw porządku społecznego, z drugiej zaś strony – tendencje relatywistycznie ujawniają swą moc w momencie „styku” z rzeczywistością (w analizowanym przykładzie – z praktyką giełdową).

Odpowiedź na sformułowane wcześniej pytanie, czy aksjologiczne podłoże działań społecznie odpowiedzialnych dałoby się określić jako swoiste lustro, w którym odbijają się problemy społeczeństw ponowoczesnych, coraz bardziej spolaryzowanych, znomadyzowanych, odhumanizowanych, nie jest

więc jednoznaczna i zależy od tego, która z wyróżnionych tendencji – relatywistyczna czy absolutystyczna – wydaje się przeważać w prowadzonym dyskursie. „Tak” odpowiedzą ci, dla których ekonomia społeczna stanowi odpowiedź na zawodność rynku, „nie” – ci, którzy potraktują ją jako jeszcze jedną kartę w grze rynkowej.

Bibliografia

- Banaszak, G., Kmita, J., 1994, *Społeczno-regulacyjna koncepcja kultury*, Instytut Kultury, Warszawa.
- EC, 2001, European Commission 2001, Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility Green Paper, http://ec.europa.eu/employment_social/publications/2001/ke3701590_en.pdf [dostęp: 3.06.2009].
- Filek, J., 2012, *Teorie filozoficzne a ekonomia społeczna*, w: Frączek, M., Hausner, J., Mazur, S. (red.), *Wokół ekonomii społecznej*, MSAP, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków, s. 35–54.
- Giddens, A., 2006, *Miłość, seks i inne uzależnienia*, w: Sztompka, P., Kucia, M. (red.), przeł. Bogunia-Borowska, M., *Socjologia. Lektury*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- Głowacki, J., Jelonek, M., 2013, *Mierzenie społecznej wartości dodanej podmiotów ekonomii społecznej*, Instytut Spraw Publicznych, *Ekonomia społeczna*, Warszawa.
- Gołębiowska, E., 2013, *Wpływ RESPECT Indexu na etyczne zarządzanie firmą*, w: Rozkwitalska, M. (red.), *Wielokulturowość, ukierunkowanie na wartości i społeczna odpowiedzialność. Nowe wyzwania w zarządzaniu organizacją*, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, Warszawa, s. 195–212.
- Goodenough, W.H., 1994, *Cultural anthropology and Linguistics*, w: Hymes, D. (ed.), *Language in Culture and Society*, Harper and Row, New York.
- Gorazda, M., 2014, *Filozofia ekonomii*, Copernicus Center Press, Kraków.
- Grzybowska, A., Ruszewski, J., 2010, *Ekonomia społeczna w teorii i praktyce*, Centrum Aktywności Społecznej Pryzmat, Suwałki.
- http://ngoteka.pl/bitstream/handle/item/53/Spoeczna_odpowiedzialnosc_biznesu_i_ekonomia_spoeczna_Rok_Kuraszko_2007.pdf?sequence=1 [dostęp: 30.05.2015].
- <http://swd.msap.uek.krakow.pl/> [dostęp: 15.12.2014].
- <http://www.odpowiedzialni.gpw.pl> [dostęp: 15.12.2014].
- James, W., 2001, *Pragmatism's Conception of Truth*, w: Lynch, M.P. (ed.), *The Nature of Truth. Classic and Contemporary Perspectives*, A Bradford Book, Cambridge.
- Kmita, J., 1985, *Kultura i poznanie*, PWN, Warszawa.
- Kmita, J., 2000, *Wymykanie się uniwersaliom*, Oficyna Naukowa, Warszawa.

- Kmita, J., 2007, *Późny wnuk filozofii. Wprowadzenie do kulturoznawstwa*, Wydawnictwo Naukowe Bogucki, Poznań.
- Kołąkowski, L., 2009, *Prawda i prawdomówność jako wartości kultury*, w: Kołąkowski, L., *Kultura i fetysze*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, s. 177–200.
- KPRES, 2014, Krajowy Program rozwoju ekonomii społecznej, www.ekonomia.spoeczna.pl [dostęp: 15.12.2014].
- Kuraszko, I., Rok, B., 2007, *Społeczna odpowiedzialność biznesu i ekonomia społeczna*, Ekonomia Społeczna. Teksty.
- Leś, E., 2001, *Zarys historii dobroczynności i filantropii w Polsce*, Prószyński i S-ka, Warszawa.
- Maźnica, Ł., 2013, *Kapitał kulturowy jako determinanta i zasób ekonomii społecznej*, Ekonomia Społeczna, nr 3.
- Popowska, M., Wyrwiński, J., 2013, *Odpowiedzialny biznes – modna koncepcja czy odrodzenie wartości*, w: Rozkwitalska, M. (red.), *Wielokulturowość, ukierunkowanie na wartości i społeczna odpowiedzialność. Nowe wyzwania w zarządzaniu organizacją*, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, Warszawa, s. 163–180.
- Rawls, J., 1983, *A Theory of Justice*, w: Stumpf, S. (ed.), *Philosophy. History and Problems, Part Two*, Vanderbilt University, McGraw-Hill Book Company, New York, s. 164–170.
- Rorty, R., 1996, *Przygodność, ironia i solidarność*, przeł. W.J. Popowski, Wydawnictwo Spacja, Warszawa.
- Rosiek, K., 2006, *Ekonomia społeczna w strategii miasta Krakowa*, Ekonomia Społeczna, nr 27.
- Rudnicka, A., 2012, *CSR – doskonalenie relacji społecznych w firmie*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa.
- Sztompka, P., 2007, *Zaufanie. Fundament społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków.
- www.ungc.org.pl [dostęp: 30.05.2015].
- Zboroń, H., 2009, *Teorie ekonomiczne w perspektywie poznawczej konstrukttywizmu społecznego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.
- Zeidler, P., 2001, *Cóż to jest prawda?*, w: Łastowski, K., Zeidler, P., *Zaproszenie do filozofii*, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań, s. 35–48.