

## **Chrześcijańska etyka biznesu wobec współczesnych przemian<sup>1</sup>**

---

**ks. dr Tomasz Gwoździewicz Ph.D.**

**<https://orcid.org/0000-0003-2153-6886>**

**prof. ThDr. Marek Petro, PhD.**

**<https://orcid.org/0000-0003-2024-9981>**

**Abstract:** *This article presents the issue of Christian business ethics against the background of significant contemporary social changes. These include globalization, rapid communication processes, the development of artificial intelligence and the propagated ideology of consumerism. These transformations affect economic activity in its broadest sense and generate dilemmas of a moral-ethical nature. They are addressed by Christian business ethics, which makes it possible, on the one hand, to identify and assess emerging abuses and, on the other hand, to counteract them.*

**Key words:** *Business, ethics, Christianity, globalisation, artificial intelligence, free market, labour*

**Abstrakt:** *Článok predstavuje problematiku kresťanskej podnikateľskej etiky na pozadí významných súčasných spoločenských zmien. Medzi ne patrí globalizácia, rýchle komunikačné procesy, rozvíjajúca sa umelá inteligencia a propagovaná ideológia konzumerizmu. Tieto premeny ovplyvňujú hospodársku činnosť v najširšom zmysle slova a vyvolávajú dilemy morálno-etického charakteru. Zaoberá sa nimi kresťanská podnikateľská etika, ktorá umožňuje na jednej strane identifikovať a hodnotiť vznikajúce zneužívania a na druhej strane im čeliť.*

**Kľúčové slová:** *Obchod, etika, kresťanstvo, globalizácia, umelá inteligencia, voľný trh, práca*

---

<sup>1</sup> Badanie zostało opracowane jako wynik projektu KEGA 030PU-4/2022 o tytule *Design of teaching materials for university study of relevant moral values with a focus on allround and sustainable development of society.*

## **Wprowadzenie**

Sobór Watykański II stwierdza, że człowiek jest „twórcą całego życia gospodarczo-społecznego, jego ośrodkiem i celem” (KDK 63). Stwierdzenie takie uświadamia, że w chrześcijańskim rozumieniu, biznes, jest działaniem osoby ludzkiej, która w nim uczestniczy jako twórca i konsument. Działanie takie, jak każde inne, domaga się więc etycznego namysłu.

Doprowadziło to do stworzenia etyki biznesu, która jest „dziedziną wiedzy dotyczącej moralnego wymiaru działalności gospodarczej. Stanowi ona zbiór zasadnych standardów moralnych decydowania, co w biznesie jest moralnie właściwe, a co niewłaściwe. Jest to dyscyplina zajmująca się stosowaniem ogólnych zasad etycznych do rozstrzygnięcia dylematów w sytuacjach charakterystycznych dla biznesu”<sup>2</sup>. Na gruncie chrześcijańskim owe zasady i dylematy przedstawia się i rozwiązuje w oparciu o wskazania wypływające z Bożego Objawienia.

Niniejszy artykuł ma za zadanie przedstawić elementy konfrontacji chrześcijańskiej etyki biznesu ze współczesnymi przemianami społecznymi. Zostaną więc najpierw przedstawione wybrane czynniki, które generują zmiany na płaszczyźnie społecznej, a które to zmiany, mają realny wpływ na działalność gospodarczą. Następnie ukazana zostanie odpowiedź etyki biznesu, której przedstawione czynniki pozwolą na ukazanie właściwych postaw i wartości w odniesieniu do antropologii, wolnego rynku a także pracy ludzkiej.

### **1. Czynniki społeczne wpływające na działalność gospodarczą**

Istotny wpływ na życie społeczno - gospodarcze wywiera globalizacja. Jest to „postępujący proces integrowania się krajowych i zagranicznych rynków w jednolity rynek towarów i usług oraz kapitału. Efektem tego procesu jest wzajemne przenikanie się rynków oraz ich rosnąca współzależność, umiędzynarodowienie się funkcji

---

<sup>2</sup> Gasparski W., *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012, s. 79.

## *Etické hodnoty – všestranný a trvalý rozvoj společnosti*

przedsiębiorstwa, zwłaszcza produkcji, dystrybucji czy marketingu, oraz przyjmowanie międzynarodowych strategii działania”<sup>3</sup>.

Globalizacja posiada bardzo dynamiczny i gwałtowny charakter. Dotyczy wielu obszarów codziennego życia takich jak przemysł, przedsiębiorczość, technologie, wiedza, konsumpcja czy kultura masowa. Procesy zachodzące w tych dziedzinach mają zróżnicowany przebieg, który bardzo często ujmuje się w kategorii paradoksu, gdyż procesy globalizacyjne wywołują zjawiska przeciwstawne, chociażby fakt, iż „uniwersalizacji wolnorynkowego systemu gospodarczego towarzyszy fragmentaryzacja gospodarcza poszczególnych krajów, regionów ekonomicznych i globu jako całości. Pojawiają się wyraźne linie graniczne oddzielające od siebie to wszystko, co znalazło się w głównym nurcie globalnej gospodarki, od tego, co się w nim nie mieści”<sup>4</sup>.

Jak podkreśla Benedykt XVI, początków globalizacji należy doszukiwać się w krajach ekonomicznie rozwiniętych, ale z czasem proces ten przeniósł się na inne gospodarki. Z jednej strony jest on sposobem wyjścia z zacofania słabo rozwiniętych regionów, dla których stanowi niewątpliwą szansę, z drugiej jednak strony, realizacja globalizacji, bez kontekstu miłości może być źródłem wielu szkód i podziałów w rodzinie ludzkiej (CV 33).

Zwracając uwagę na zalety procesów globalizacyjnych dla biznesu warto zauważyć, że umożliwiają one otwarcie rynków zbytu, dynamizują konkurencję, a także pomagają pracownikom znaleźć optymalne miejsca zatrudniania i życia. Wśród niebezpieczeństw zaś należy wymienić: rozwarstwienie ekonomiczne i społeczne, bezrobocie, ubożenie krajów słabo rozwiniętych, a także pogorszenie jakości pracy i życia pracowników<sup>5</sup>.

Realny wpływ na postępowanie procesów globalizacyjnych wywiera rozwój komunikacji, który dzisiaj tworzy tak zwane społeczeństwo cyfrowe. Rozwój technik komunikacyjno – informacyjnych w wyniku postępującej cyfryzacji jest jedną z najbardziej dynamicznych zmian współczesności. Realnie wpływa na gospodarkę poprzez budowanie jej innowacyjności, wzmacnia kon-

---

<sup>3</sup> Fryzeł B., *Ekonomiczny aspekt globalizacji*, in: Krauz-Mozer B., Borowiec P., red., *Globalizacja – nieznośne podobieństwo?*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2009, s. 90.

<sup>4</sup> Maśloch P., *Globalizacja i jej wpływ na rozwój współczesnej cywilizacji*, „Przedsiębiorczość a Współczesne Wyzwania Cywilizacyjne” 1 (2005), s. 18.

<sup>5</sup> Cf. Karczewska A., *Globalizacja i konsumpcjonizm jako uwarunkowania zmian i potencjalne źródła zagrożeń w sferze pracy*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie” (2016) nr 24, t. 2, s. 38-46.

kurencyjność, ale niesie za sobą szereg niebezpieczeństw, które trudno przewidzieć, ale już teraz można zaobserwować, szczególnie na płaszczyźnie bezpieczeństwa<sup>6</sup>.

Szybki rozwój komunikacji elektronicznej tworzy gospodarke cyfrową. „Gospodarka cyfrowa jest następstwem rozwoju technologicznego i konwergencji metod przetwarzania danych, środków komunikacji i akumulacji wiedzy. Oznacza realizację procesów gospodarczych z wykorzystaniem elektronicznych środków wymiany danych, a Internet jest niezbędnym narzędziem stanowiącym podstawową infrastrukturę rynku”<sup>7</sup>.

Internet w radykalny sposób zmienił realizację operacji handlowych. Wpłynął na obniżenie kosztów operacji handlowych, łatwiejszy kontakt z klientami. Przeniesienie biznesu do internetu spowodowało powstanie nowych zjawisk ekonomicznych są to: biznes elektroniczny (e-biznes), handel elektroniczny (e-commerce), wykorzystuje technologię informatyczną pozwala na zawieranie transakcji handlowej, marketing elektroniczny (e-marketing). O ile Internet usprawnia funkcjonowanie biznesu, pomaga w efektywnym funkcjonowaniu firmy, o tyle wpływa ona na ograniczenie czynnika ludzkiego w różnych przestrzeniach, co może wpływać na ograniczenie zatrudnienia poprzez grupowe zwolnienia, ale także na mało personalistyczne podejście do klienta<sup>8</sup>.

Wraz z przeniesieniem części biznesu do przestrzeni wirtualnej pojawia się jeszcze jeden element, który współcześnie wpływa na funkcjonowanie przedsiębiorczości, a którym jest sztuczna inteligencja (artificial intelligence - AI). Obecnie firmy posługują się olbrzymią ilością danych, by w jak najefektywniejszy sposób pozyskiwać klientów i sprzedawać swoje produkty. Dane te są pozyskiwane w różnych sposób, czasami także nieetyczny<sup>9</sup>.

Rozwój sztucznej inteligencji może doprowadzić do zastępowania przez nią człowieka. Y. Harari stwierdza, iż sztuczna inteligencja w wielu wypadkach może zastąpić człowieka, a czasami nawet być lepsza od niego. Spowoduje to wyraźne zmiany w biz-

---

<sup>6</sup> Cf. Radomska E., *Rozwój gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego w aspekcie dynamicznych zmian w otoczeniu zewnętrznym na przykładzie Wielkiej Brytanii*, „Myśl Ekonomiczna i Polityczna” nr 1 (64) (2019), s. 113–146.

<sup>7</sup> Ibidem, s. 118.

<sup>8</sup> Cf. Lukash S., *Rynek internetowy jako źródło rozwoju biznesu*, „Journal of Modern Science” 3 (2015), s. 383-395.

<sup>9</sup> Cf. Sroka R., *Modele i warunki rozwoju etyki sztucznej inteligencji w biznesie*, „Prakseologia” nr 161/2019, s. 272.

## *Etické hodnoty – všestranný a trvalý rozvoj společnosti*

nesie, na rynkach pracy. Człowiek nie będzie mógł czuć się pewny na swoim stanowisku pracy, gdyż może być w każdej chwili zastąpiony przez maszynę. Oczywiście ideałem jest współpraca ludzi z AI, a zastąpienie człowieka na jakimś stanowisku może także wymusić powstanie nowych miejsc pracy, z tym tylko, że będą one wymagały wysokich kwalifikacji. „Dlatego, mimo że pojawia się wiele nowych miejsc pracy dla ludzi, możemy być świadkami powstania nowej, bezużytecznej klasy. Może nas nawet spotkać najgorsze: będziemy cierpieć jednocześnie z powodu wysokiego bezrobocia i braku wykwalifikowanej siły roboczej”<sup>10</sup>.

Rozwój sztucznej inteligencji stwarza więc problem, który pojawia się przed współczesną etyką biznesu, a mianowicie konieczność stworzenia standardów etycznych dla badań i komercjalizacji produktów i usług bazujących na sztucznej inteligencji, które byłyby respektowane przez biznes<sup>11</sup>. Próby takie już są, wystarczy wymienić dokument Komisji Europejskiej „*Ethics Guidelines for Trustworthy AI*”<sup>12</sup>. Wydaje się jednak konieczne nie tylko stworzenie norm etycznych, ale nadzór nad ich aplikowaniem, co w dobie tak dynamicznego rozwoju AI jest niezwykle trudne i może spowodować konkretne problemy dla biznesu.

Kolejnym czynnikiem wpływającym na funkcjonowanie biznesu jest ideologia konsumpcjonizmu. Jest ona wywołana przez współczesne społeczeństwo, które nastawione jest na konsumpcję, jako najważniejszą aktywność człowieka. Ponowoczesny człowiek konsumuje dobra nie ze względu na ich znaczenie użytkowe, ale znaczeniowe, a konsumowane dobra są wyznacznikiem pozycji społecznej konsumenta<sup>13</sup>.

Konsumowane dobra są więc dobrami, nie tyle lepszej jakości, co kulturowo usytuowane w obrębie dóbr modnych, które są pożądane przez większość czy to wpływem reklamy, czy też zachodzących zmian kulturowych. Mechanizmy ideologii konsumpcjonizmu są stymulowane zarówno przez ekonomię, ale

---

<sup>10</sup> Harari Y. N., *21 lekcji na XXI wiek*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2018, s. 52.

<sup>11</sup> Cf. Sroka R., *Modele i warunki rozwoju etyki sztucznej inteligencji w biznesie*, dz. cyt., s. 273.

<sup>12</sup> Independent High-Level Expert Group on Artificial Intelligence set up by the European Commission, *Ethics Guidelines for Trustworthy Artificial Intelligence*, [https://ec.europa.eu/futurium/en/ai-alliance-consultation.1.html?gclid=Cj0KCQiAjMKqBhCgARIsAPDgWlyoJMjAti4fUWQCt5qbiA3hI5yH5lO\\_KVZWGdXj60JYsLCiWkhajrIaAsRfEALw\\_wcB](https://ec.europa.eu/futurium/en/ai-alliance-consultation.1.html?gclid=Cj0KCQiAjMKqBhCgARIsAPDgWlyoJMjAti4fUWQCt5qbiA3hI5yH5lO_KVZWGdXj60JYsLCiWkhajrIaAsRfEALw_wcB), (dostęp 20. 10. 2023).

<sup>13</sup> Cf. Karczewska A., *Globalizacja i konsumpcjonizm jako uwarunkowania zmian i potencjalne źródła zagrożeń w sferze pracy*, dz. cyt., s. 38–46.

także przez politykę. Ze strony ekonomicznej wywołuje je hegemonia wielkich producentów, zaś polityczna strona zjawiska skupia się wobec założeń zachodniego kapitalizmu, który upatruje funkcje państwa jako instytucji, która tworzy przestrzeń i warunki do rozwoju wolnego rynku, ale w taki sposób, by rozbudzić popyt a przez to maksymalizować konsumpcję<sup>14</sup>.

Ideologii konsumpcjonizmu towarzyszą także zmiany na płaszczyźnie aksjologicznej. Dotyczą one zmian w kulturze a także psychice ludzkiej, które ukazują konsumpcję jako sposób na zaspokajanie wszelkiego typu potrzeb. W takim rozumieniu konsumpcja staje się cnotą i kluczem do szczęścia, gdyż umożliwia zaspokajanie nie tylko potrzeby posiadania, ale także rozwoju i samorealizacji. Dobro, którego pożąda człowiek nie jest dobrem nadprzyrodzonym, ale dobrem materialnym, a osiągnięcie tego dobra daje szczęście, bez względu na środki jakie zostały zastosowane do zrealizowania tego celu<sup>15</sup>.

## **2. Odpowiedź chrześcijańskiej etyki biznesu**

Zwracając uwagę na powyższe czynniki, które współcześnie mają wpływ na biznes, należy stwierdzić, że potrzebna jest należyta postawa człowieka wobec tak zmieniającej się rzeczywistości. Jak zauważa Benedykt XVI, „miłość i prawda stawiają przed nami niespotykane dotąd i twórcze zadanie, z pewnością bardzo rozległe i złożone. Chodzi o otwarcie umysłu i uczynienie go zdolnym do poznania tych imponujących nowych sił dynamicznych i pokierowania nimi, wykorzystując je w perspektywie «cywilizacji miłości», której ziarno Bóg zasiał w każdym narodzie, w każdej kulturze” (CV 33).

By właściwie pokierować owymi „nowymi” siłami potrzebny jest namysł etyczny, który nie ogranicza się jedynie do diagnozy rzeczywistości, ale wypracowania konkretnych rozwiązań, aby zmieniająca się rzeczywistość odpowiadała przeżywanym wartościom. Tego rodzaju rozwiązania w odniesieniu do biznesu proponuje chrześcijańska etyka, której założenia pozwalają na wyznaczenie granic dla zmieniającej się rzeczywistości społeczno - gospodarczej.

---

<sup>14</sup> Cf. Iwasiński L., *Próba systematyzacji pojęcia konsumpcjonizmu*, „Społeczeństwo i Polityka” nr 1 (46)/2016, s. 98.

<sup>15</sup> Cf. ibidem, s. 98 – 99.

## *Etické hodnoty – všestranný a trvalý rozvoj společnosti*

Pierwszym założeniem chrześcijańskiej etyki biznesu jest właściwe spojrzenie na osobę ludzką. K. Glombik stwierdza, że chrześcijańską antropologię w odniesieniu do biznesu cechują: najpierw właściwe rozumienie godności osoby ludzkiej, po wtóre wymiar społeczny życia człowieka i wreszcie prawda o jego integralności, która z jednej strony jest związana z postępem ekonomicznym, ale do niego się nie ogranicza<sup>16</sup>.

Tak rozumiany człowiek staje się podmiotem działalności społeczno - gospodarczej, zarówno jako konsument, a także jako twórca tej rzeczywistości. Posiada on osobową godność. W ujęciu chrześcijańskim godność wypływa z faktu stworzenia człowieka na obraz i Boże podobieństwo. Człowiek obdarzony jest rozumem i wolną wola, która pozwala kierować się w stronę Boga jako wartości najwyższej (KoKKK 385).

Jak podkreślają biskupi polscy w liście pasterskim zapowiadającym XXIII Dzień Papieski, „współcześnie fundamentalną kwestią (...) nie jest już tylko prawda o godności człowieka, gdyż jest ona zazwyczaj jasno prezentowana zarówno w nauczaniu Kościoła jak i prawodawstwie świeckim. Dzisiaj główne kontrowersje związane są z próbą odpowiedzi na pytanie – jaka istota może być nazwana człowiekiem? Na podstawie jakich kryteriów można to ocenić i kto te kryteria ustala?”<sup>17</sup>.

W toku tak zarysowanego problemu, staje się więc konieczne ukazywanie podmiotowości osoby ludzkiej. Janusz Mariański podkreśla, że człowiek nie może być traktowany jak zwykły przedmiot. Przysługuje mu cecha niepowtarzalnej indywidualności, ontycznej struktury, a z drugiej strony społecznej natury. Człowiek jest istotą dynamiczną, która zdolna jest do wielowymiarowego rozwoju, także na płaszczyźnie duchowej. Społeczna natura człowieka, pozwala na budowanie relacji z innymi ludźmi, a także realizację określonych celów, w tym na płaszczyźnie społecznej i gospodarczej<sup>18</sup>.

W społeczne oddziaływanie człowieka wpisuje się więc możliwość budowania postępu na płaszczyźnie ekonomicznej. Staje się to okazją do jego integralnego rozwoju. Człowiek tworzy

---

<sup>16</sup> Cf. Glombik K., *Antropologiczne podstawy etyki biznesu*, „Studia Nauk Teologicznych” t. 6-7 (2011-2012), s. 190.

<sup>17</sup> Konferencja Episkopatu Polski, *List pasterski Episkopatu Polski zapowiadający XXIII Dzień Papieski: Jan Paweł II – cywilizacja życia*, <https://episkopat.pl/list-na-xxiii-dzien-papieski/>, (Dostęp 1. 10. 2023).

<sup>18</sup> Cf. Mariański, J., *Godność ludzka jako wartość i sposoby jej uzasadniania w opinii młodzieży*, „Zeszyty Naukowe KUL” 62 (2019), nr 4 (248), s. 6.

rzeczywistość, która go otacza, ale także tworzy siebie. Wypełnia w ten sposób wezwanie skierowane do człowieka przez Boga: „Bądźcie płodni i rozmnażajcie się, abyście zaludnili ziemię i uczynili ją sobie poddaną; abyście panowali nad rybami morskimi, nad ptactwem powietrznym i nad wszystkimi zwierzętami pełzającymi po ziemi” (Rdz 1, 28).

Z perspektywy chrześcijańskiej człowiek został powołany do przekształcania świata, ale także do osobistego rozwoju. Przekształcanie świata dokonuje się przez określoną aktywność na polu zawodowym, na którym rozwój warunkuje postęp społeczny i gospodarczy. Jest to jednak ściśle związane z rozwojem osobistym, gdyż konkretna aktywność zewnętrzna umożliwi rozwój wewnętrzny lub w niektórych wypadkach go hamuje. Powinnością etyczną człowieka jest więc takie postępowanie, które umożliwi przekształcania świata, a więc rozwój gospodarczy i społeczny, ale w taki sposób by nie osłabiło także jego indywidualny rozwój duchowy. Stanowi to o integralnym, a więc całościowym rozwoju człowieka, który pozwala poprzez swoją pracę na zdobywanie dóbr doczesnych, ale także, w perspektywie chrześcijańskiej, wiecznych<sup>19</sup>.

Drugim czynnikiem, który chrześcijańska etyka biznesu określa jako istotny jest wolny rynek. „Wolny rynek jest instytucją ważną społecznie ze względu na możliwość zagwarantowania skutecznych rezultatów w produkcji dóbr i usług” (KNSK 347).

Jak podkreśla A. Zadroga, wolny rynek sprzyja humanizacji ekonomii przez rozwijanie dobra wspólnego, szanowanie podmiotowości osoby, a zarazem chęci służenia człowiekowi. W praktyce istnieje ścisły związek pomiędzy kapitalistycznym funkcjonowaniem wolnego rynku a ochroną praw jednostki<sup>20</sup>.

By wolny rynek spełniał swoje zadanie jako narzędzie regulacji systemu ekonomicznego powinien być oparty na podstawach moralnych, które zapewnią jego właściwe funkcjonowanie a także należyta przestrzeń autonomii. W gospodarce wolnorynkowej zakłada się wolność podmiotów gospodarczych do wyboru odpowiedniej opcji ekonomicznej, jednak wolność gospodarcza powinna być regulowana przez odpowiednie prawa, tak by jej funkcjonowanie służyło wolności ogólnoludzkiej<sup>21</sup>.

Podkreślając działanie wolnego rynku jako właściwego narzędzia funkcjonowania biznesu, należy wskazać także jego pozyty-

<sup>19</sup> Cf. Glombik K., *Antropologiczne podstawy etyki biznesu*, dz. cyt., s.199 – 201.

<sup>20</sup> Cf. Zadroga A., *Współczesne ujęcia etyki biznesu w Polsce. Próba oceny z perspektywy teologii moralnej*, wyd. KUL, Lublin 2009, s. 198.

<sup>21</sup> Cf. ibidem, s. 198; KNSK 350.

wny i negatywny wpływ. Pozytywny wpływ wolnego rynku upatruje się w jego skuteczności w realizowaniu zasady sprawiedliwości. Dokonuje się to poprzez: „ograniczenie przesadnego zysku poszczególnych przedsiębiorstw; odpowiadanie na wymogi konsumentów; realizowanie lepszego wykorzystania i oszczędzania zasobów; nagradzanie wysiłków przedsiębiorców i umiejętności wprowadzania innowacji, wymiana informacji, tak aby stała się możliwa prawdziwa konfrontacja i sprzedaż towaru w ramach zdrowej konkurencji” (KNSK 347).

Obok pozytywnego wpływu wolnego rynku na biznes i gospodarkę należy zauważyć także negatywne jego skutki. Zaliczyć do nich można: nierówne traktowanie podmiotów gospodarujących ze względu na strukturę własności, wysokie bariery wejścia, klientelizm, traktowanie przedsiębiorstw z udziałem skarbu państwa przez rządzących jako „politycznych łupów”, wreszcie renacjonalizacje przedsiębiorstw<sup>22</sup>.

Istotnym zagadnieniem dotyczącym wolnego rynku jest jego wpływ na moralność. Pytanie o to zagadnienie należy do wielkich pytań podejmowanych przez Fundację Tempeltona. Próba odpowiedzi na to pytanie doprowadziła do przeprowadzenia wieloetapowych badań, zarówno na płaszczyźnie teoretycznej jak i empirycznej, których szczegóły przedstawiła A. Lewicka – Strzałecka w artykule: *Rynek a charakter moralny*. Odpowiedź na pytanie o wpływ wolnego rynku na moralność jest zróżnicowana i zależy od przyjętej płaszczyzny metodologicznej lub światopoglądu. I tak pojawiają się argumenty o negatywnym wpływie wolnego rynku na moralność, a także szereg przesłanek, które ukazują wolny rynek jako zjawisko posiadające bardzo pozytywny wpływ na życie moralne jednostki i społeczeństwa. Ostatecznie jednak wszystko streszcza się w podstawowym założeniu, iż „trudno rozstrzygnąć, czy źródłem owej faktycznej i modelowej demoralizacji jest wolny rynek, czy raczej przekształcenia instytucjonalne wprowadzane (..) mocą ludzkich decyzji”<sup>23</sup>.

Odpowiedzialność spoczywa więc na człowieku, bierze udział w tworzeniu wolnego rynku, na każdym jego poziomie. Od człowieka

---

<sup>22</sup> Cf. Szarzec K., *Własność państwowa a wolny rynek – przykład krajów Europy Środkowo-Wschodniej*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 349 (2018), s. 220 – 231. ISSN 2083-8611.

<sup>23</sup> Lewicka-Strzałecka A., *Rynek a charakter moralny*, in: E. Mączyńska, J. Sójka, red. *Etyka i ekonomia. W stronę nowego paradygmatu*, wyd. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2017, s. 161 – 178.

i jego wyborów zależy czy wolny rynek będzie źródłem rozwiązań opartych na aksjologicznych podstawach i jako taki będzie sposobem formowania pozytywnych postaw moralnych, czy raczej stanie się źródłem antywartości, które niszczą człowieka i świat, który go otacza. „Rynek przyjmuje na siebie ważną społeczną funkcję we współczesnych społeczeństwach, dlatego należy określić jego pozytywne możliwości i stworzyć warunki, pozwalające na konkretne jego rozwinięcie” (KNSK 350).

Niezwykle istotnym czynnikiem, który charakteryzuje chrześcijańską etykę biznesu jest także właściwe rozumienie pracy ludzkiej. Jest ona jak zauważa W. Misztal zjawiskiem wielowymiarowym, które jest „działaniem charakterystycznym dla człowieka, mającym na celu podtrzymanie i wieloraki rozwój życia jego własnego i innych, w tym w wymiarze rozwoju kultury, moralnym, w wymiarze życia duchowego; działanie składające się na udzielone przez Boga ludziom podobieństwo do Niego samego, będące znakiem człowieczeństwa, niejako konstytuujące ludzką naturę”<sup>24</sup>.

Współcześnie wydaje się konieczne zauważenie dwóch składowych pracy ludzkiej, które w ogólnospołecznym dyskursie zostają często pomijane. Pierwszym z nich jest traktowanie człowieka jako podmiotu pracy. Podkreśla to Jan Paweł II w encyklice *Laborem exercens*, zwracając uwagę, że z takim właśnie spojrzeniem wiąże się ważny wniosek natury etycznej, który rodzi się z podkreślenia faktu, że to praca jest dla człowieka a nie człowiek dla pracy (LE 6).

Można dzisiaj zauważyć pewne „odpodmiotowienie” pracy. Pod wpływem utylitaryzmu i konsumizmu pracę postrzega się w sposób pragmatyczny, który zawęża ją tylko do otrzymywania wynagrodzenia. Takiemu spojrzeniu brakuje rozumienia pracy jako kategorii antropologicznej, w której wartością jest sam człowiek<sup>25</sup>.

Uwidacznia się to w dwóch obecnych współcześnie trendach, dotyczących funkcjonowania młodych kobiet na rynku pracy. Pierwszy z nich dotyczy takiego podejścia do pracy, które określa się mianem „girl boss”. Podejście to nastawione jest na maksymalny zysk, robienie kariery bez względu na konsekwencje z tym związane. Osoby takie z powodu pracy zaniedbują relacje rodzinne, życie prywatne, a nawet swoje własne zdrowie. Drugi z trendów określa się mianem „snail girl”. Co prawda założenia ta-

<sup>24</sup> Misztal W., *Praca i duchowość*, „Studia Socialia Cracoviensia” 5 (2013) nr 1 (8), s. 53.

<sup>25</sup> Cf. Zadroga A., *Współczesne ujęcia etyki biznesu w Polsce. Próba oceny z perspektywy teologii moralnej*, dz. cyt., s. 178.

kiego podejścia do pracy wydają się słuszne, chodzi bowiem o „nieprzepracowywanie” się, znalezienie równowagi między pracą a życiem codziennym. Praca w takim ujęciu ma dawać wynagrodzenie, które pozwoli na godne życie. W opinii ekspertów oba podejścia są niebezpieczne. Pierwsze nie pozwala na prowadzenie życia poza pracą, drugie zaś, powoduje podejście do pracy jako konieczności, co w dłuższej perspektywie czasu, może powodować zniechęcenie, a nawet problemy psychiczne<sup>26</sup>.

Drugą składową pracy, którą należy podkreślić, a często jest pomijana to jej duchowy wymiar. Zdaniem W. Misztala „aktywność, praca okazuje się nie tylko wyrazem duchowości, ale także jej częścią, narzędziem, inspiracją, źródłem”<sup>27</sup>.

Praca ludzka posiada więc w sobie pewną moc uświęcenia i doskonalenia człowieka. Praca posiada moc odkupieńczą, gdyż człowiek współpracuje z Bogiem w dziele odkupienia świata, a ponadto pomaga w uświęceniu człowieka, które dokonuje się przez trud podejmowany w pracy, przewyciężanie siebie, a czasem cierpienie<sup>28</sup>.

Ten istotny aspekt pracy umożliwia inne jej rozumienie, nie ograniczając jej tylko do tego co materialne, ale pozwala dostrzec także jej moralny wymiar, który związany jest z dobrocią ontyczną i przedmiotową pracy (*perfectio operis*). Ważny jest także „odpowiedni kontekst i okoliczności tej pracy, czyli praca za sprawiedliwie zdobyte fundusze, a nie za kradzione oraz gdy szczerze dobry jest cel i motywacja tego działania (*perfectio operantis*)”<sup>29</sup>.

W refleksji moralnej nad pracą ludzką, nie wolno też zapominać, iż najpełniejszą postawą wobec pracy jest solidarność, która realizuje się we wzajemnej służbie. Staje się wtedy ona aplikacją przykazania miłości bliźniego wykraczając niejako ponad zasadę sprawiedliwości, staje się okazją do ewangelizacji współczesnego świata<sup>30</sup>.

Duchowy wymiar pracy ukazuje właściwą jej głębię, a dla chrześcijanina sposób na osiągnięcie świętości. Dostrzeżenie innych niż materialne wymiarów pracy pozostaje współcześnie trudnym

---

<sup>26</sup> Cf. Popko I., *Generacja Z ma dość życia w stresie i presji. „Snail Girl” to nowy wzorzec*, <https://sukces.rp.pl/spoleczenstwo/art39228611-generacja-z-ma-dosc-zycia-w-stresie-i-presji-snail-girl-to-nowy-wzorzec>, (Dostęp 20. 10. 2023)

<sup>27</sup> Misztal W., *Praca i duchowość*, dz. cyt., s. 65.

<sup>28</sup> Cf. Gózdź K., *Personalistyczny charakter pracy ludzkiej*, „Studia Gnesnensia” XXIX (2015), s. 29.

<sup>29</sup> Cf. Ibidem.

<sup>30</sup> Cf. Gocko J., *Ekonomia a moralność*, wyd. Redakcja Wydawnictw KUL, Lublin 1996, s. 223.

zadaniem i jest możliwe tylko w odniesieniu do Boga, który ukazuje pracę jako drogę do świętości. Ukazywanie tej drogi jest zadaniem chrześcijańskiej etyki biznesu i jej zasadniczym sensem.

## **Zakończenie**

Zauważalne współcześnie przemiany na płaszczyźnie społecznej niosą szereg zmian w różnych dziedzinach funkcjonowania człowieka. Nie omija to także życia gospodarczego, które bardzo mocno naznaczone jest rozwojem technologii, procesami globalizacyjnymi i różnego rodzaju ideologiami, szczególnie konsumpcjonizmem. Owe czynniki pozostają często nieznane, a skutki które powodują uderzają nie tylko w sam biznes, ale nade wszystko tych, którzy go tworzą.

Powoduje to potrzebę zajmowania konkretnego stanowiska i wyrażnych działań, które pozwolą na minimalizowanie szkód, a także ochronę osób, które działalność gospodarcza dotyka bezpośrednio lub pośrednio. Pomaga w tym wypracowana przez chrześcijańską etykę biznesu koncepcja, która ukazuje właściwe miejsce człowieka jako podmiotu działalności gospodarczej, właściwego podejścia do pracy, a także funkcjonowania wolnego rynku.

Oprócz zagrożeń, które spowodowane są współczesnymi zmianami, należy także podkreślać dobro, które z nimi się wiąże. Wykorzystanie bowiem nowoczesnych zdobyczy komunikacyjnych bądź dobrze realizowana globalizacja umożliwiają człowiekowi lepsze rozumienie świata i czynienie go bardziej ludzkim.

## **Bibliografia**

- Benedykt XVI: *Encyklika "Caritas in veritate"*, wyd. Biblos, Tarnów 2009.
- Fryzeł B.: *Ekonomiczny aspekt globalizacji*, in: Krauz-Mozer B., Borowiec P., red., *Globalizacja – nieznośne podobieństwo?*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2009, s. 87 – 96.
- Gasparski W.: *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012. ISBN-13, 978-83-01-17530-6.
- Glombik K.: *Antropologiczne podstawy etyki biznesu*, „Studia Nauk Teologicznych” t. 6-7 (2011-2012), s. 189-205.

## *Etické hodnoty – všestranný a trvalý rozvoj společnosti*

- Gocko J., *Ekonomia a moralność*, wyd. Redakcja Wydawnictw KUL, Lublin 1996. ISBN 83-228-0572-1.
- Gózdź K.: *Personalistyczny charakter pracy ludzkiej*, „Studia Gnesnensia” XXIX (2015), s. 25–33.
- Harari Y. N.: *21 lekcji na XXI wiek*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2018. ISBN 978-83-08-06596-9
- Independent High-Level Expert Group on Artificial Intelligence set up by the European Commission: *Ethics Guidelines for Trustworthy Artificial Intelligence*, [https://ec.europa.eu/futurium/en/ai-alliance-consultation.1.html?gclid=Cj0KCQiAjMKqBhCgARIsAPDgWlyoJMjAti4fUWQCt5qbiA3hI5yH5lO\\_KVZWGdXj60JYsLCiWkhajrIaAsRfEALw\\_wcB](https://ec.europa.eu/futurium/en/ai-alliance-consultation.1.html?gclid=Cj0KCQiAjMKqBhCgARIsAPDgWlyoJMjAti4fUWQCt5qbiA3hI5yH5lO_KVZWGdXj60JYsLCiWkhajrIaAsRfEALw_wcB), (dostęp 20. 10. 2023).
- Iwasiński Ł.: *Próba systematyzacji pojęcia konsumpcjonizmu*, „Społeczeństwo i Polityka” nr 1 (46)/2016, s. 93- 107.
- Jan Paweł II: *Laborem exercens*, w: *Encykliki Ojca Świętego Jana Pawła II*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2007, ss. 141–213.
- Karczewska A.: *Globalizacja i konsumpcjonizm jako uwarunkowania zmian i potencjalne źródła zagrożeń w sferze pracy*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie” (2016) nr 24, t. 2, s. 38-46.
- Kompendium Katechizmu Kościoła Katolickiego*, /KoKKK/, wyd. Jedność, Kielce 2005. ISBN 83-7442-053-7
- Konferencja Episkopatu Polski: *List pasterski Episkopatu Polski zapowiadający XXIII Dzień Papieski: Jan Paweł II – cywilizacja życia*, <https://episkopat.pl/list-na-xxiii-dzien-papieski/>, (dostęp 1. 10. 2023).
- Lewicka-Strzałecka A.: *Rynek a charakter moralny*, in: E. Maczyńska, J. Sójka, red. *Etyka i ekonomia. W stronę nowego paradygmatu*, wyd. Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Warszawa 2017, s. 161 – 178.
- Lukash S.: *Rynek internetowy jako źródło rozwoju biznesu*, „Journal of Modern Science” 3 (2015), s. 383-395.
- Mariański, J.: *Godność ludzka jako wartość i sposoby jej uzasadniania w opinii młodzieży*, „Zeszyty Naukowe KUL” 62 (2019), nr 4 (248), s. 5-29.

- Maśloch P.: *Globalizacja i jej wpływ na rozwój współczesnej cywilizacji*, „Przedsiębiorczość a Współczesne Wyzwania Cywilizacyjne” 1 (2005), s. 17 - 26.
- Misztal W.: *Praca i duchowość*, „Studia Socialia Cracoviensia” 5 (2013) nr 1 (8), s. 51-65.
- Papieska Rada Iustitia et Pax: *Kompendium nauki społecznej Kościoła /KNSP/*, wyd. Jedność, Kielce 2005.
- Pismo Święte Starego i Nowego Testamentu*, Pallottinum, Poznań 2003.
- Popko I.: *Generacja Z ma dość życia w stresie i presji*. „Snail Girl” to nowy wzorzec, <https://sukces.rp.pl/spoleczenstwo/art39228611-generacja-z-ma-dosc-zycia-w-stresie-i-presji-snail-girl-to-nowy-wzorzec>, (Dostęp 20. 10. 2023)
- Radomska E.: *Rozwój gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego w aspekcie dynamicznych zmian w otoczeniu zewnętrznym na przykładzie Wielkiej Brytanii*, „Myśl Ekonomiczna i Polityczna” nr 1 (64) (2019), s. 113—146.
- Sobór Watykański II: *Konstytucja duszpasterska o Kościele w świecie współczesnym „Gaudium et spes”/KDK/*, w: *Sobór Watykański II, Konstytucje, dekryty, deklaracje*, Pallottinum, Poznań 2002, s. 511-606.
- Sroka R.: *Modele i warunki rozwoju etyki sztucznej inteligencji w biznesie*, „Prakseologia” nr 161/2019, s. 271 - 290.
- Szarzec K.: *Własność państwowa a wolny rynek – przykład krajów Europy Środkowo-Wschodniej*, „Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach” 349 (2018), s. 220 - 231. ISSN 2083-8611
- Zadroga A.: *Współczesne ujęcia etyki biznesu w Polsce. Próba oceny z perspektywy teologii moralnej*, wyd. KUL, Lublin 2009. ISBN 978-83-7363-917-1.