

БИЗНЕС ЕТИКА И КРИЗА

Доц. д-р Даниела Сотирова

Катедра „Правни и хуманитарни науки”,
Стопански факултет, Технически университет – София

Business Ethics and Crisis

Daniela Sotirova

Abstract: A transformation of business ethics discourse in modern-day global crises is discussed in this paper. A new conceptual framework and a different intellectual atmosphere for public ethical discourse have been originated. The main question is of changing perspectives to understand ethical issues in business. The problem requires a broad understanding of business ethics as a systematic handling the values in business. Ethics as a critical discipline /i.e. it makes use of critical analysis/ becomes an important perspective of ethical thinking in a situation of global crisis. Analyses and conclusions are based on methods typical for any interdisciplinary applied-oriented study in humanities: interpretation of viewpoints and texts of public leaders in economics, crisis and ethics; comparative and content analyses of social facts and sociological data are used in consideration.

Key words: business ethics, ethics, crisis, public ethical discourse, greed, ethical recession, values in business.

Резюме: В тази статия се анализират промените в дискурса на бизнес етиката, предизвикани от глобалната криза. Икономическа криза от последните две години извежда на преден план нови понятия и думи със силен етичен „привкус” /като алчност, например/. Голямо е изкушението за раздаване на крайни емоционални и морални преценки за причинители и „виновници” на глобалната криза: уолстрийтският играч Мейдъф /Madoff/ е наречен „сериен финансов убиец”. Създава се различен контекст и интелектуална атмосфера за промяна в публичния етичен дискурс. Как се движи перспективата за осмисляне на етичното в бизнеса е основният интердисциплинен проблем в статията.

Даниела Сотирова

Въпросът налага да се тръгне от едно по-широко разбиране за бизнес етиката като дефиниране и поддържане на определени ценности в икономическото поведение.

Етиката като критически ориентирана дисциплина /т.е. служеща си с похватите на критическия анализ и рефлексия/ става съществена перспектива на етическото мислене в ситуацията на глобална криза. При осветляването ѝ са търсени културни и социални аргументи, свързани с **житейските ценности на поколението на кризата**. Изводите в статията се правят на базата на интерпретация на текстове и гледни точки на научни авторитети и публични лидери, изказани предимно у нас, в САЩ и Великобритания през последните месеци относно икономиката, глобалната криза и етиката в тях.

1. „Ние всички сме икономисти сега...”

Сегашната глобална криза предостави уникално интелектуално предизвикателство пред експерти и законодатели на общественото мнение. *„Ние всички сме икономисти сега”* – казва Кентърберийският Архиепископ Р. Уилямс в специална лекция за кризата */WILLIAMS, R. Lecture “Ethics, Economics and Global Justice” /www.thearchbishopofcanterbury.org/2323/*. Бихме могли да перифразираме тази констатация в „ние всички сме специалисти по кризи сега”. Според общоприемани разбираня кризата е ситуация, в която са застрашени основните ценности на една общност и когато се очакват бързи действия в силно ограничено време. Кризата е „пропукване” на ценностите, а ценностите формират една от основните етични перспективи. Затова и третата метафора - „ние всички сме етици сега” - е адекватен превод на днешната ситуация на езика на етиката.

Когато има криза, има и необходимост да се снемат **барьерите между експертното говорене**. Нито специалистите-финансисти, нито

Даниела Сотирова

етици и хуманитаристи би следвало конспиративно да говорят за финансовата или за моралната криза, очертавайки си своя изследователска територия. Същевременно всеобщото обговаряне на глобаната криза чрез медии и интернет преекспонира паранаучните и псевдообясненията. В това „многогласие” има мястото си и бизнес етиката като академичен глас, консултантска експертиза и обществена критика на бизнеса. Най-малкото, което се очаква от работещите в областта на бизнес етиката, е да интерпретират кризата чрез езика на етическите понятия, като предлагат публично обяснения, разбираеми и за бизнеса, и за „човека от улицата”.

Времената на икономическа криза създават интелектуални предизвикателства, като правят по-видими изтласканите на повърхността скрити основания на стопански процеси и явления. Едно от тези предизвикателства е възможността да се забележи иначе неочевидната изначална **свързаност на етическото и икономическото**, на ценностния и на рационалния избор в условията на оскъден свят, породил икономическото мислене и поведение. Кризата постепенно формира нов интелектуален фон, чийто фокус става „добре забравеното старо”. Интересен е ренесансът на някои идеи в икономическото и социално-хуманитарното знание. Те водят до **разместване в йерархията на научни и морални авторитети**. Нека се спрем на три примера на възраждане на останали в сянка идеи в икономическата, социологическите и етическите теории.

Първо, разбира се, е кенсианството от 30-те години. Идеите на Кейнс са били оценявани критично от немалко икономисти след стагфлацията и кризата от 70-те години и най-вече – на фона на

Даниела Сотирова

доминирането на либералните и неолибералните концепции от 80-те и 90-те години. Днес Кейнс е отново **интелектуална мода**. В етична перспектива е важна една от по-рядко посочваните мисли на Кейнс: „*В края на краищата, идеите, а не корпорациите са опасни за доброто и злото*”. Тези заключителни думи от «Обща теория на заетостта, лихвата и парите» от 1936 г. ориентират и предпазват от морални заблуди и незидебни грешки в преценките.

Второ, има възвръщане към идеи на икономисти и социолози от 70-те години, останали позабравени през последните две-три десетилетия. Такъв е например британският икономист Фред Хърш [*HIRSCH, F. Social Limits of Growth. Cambridge, Mass., 1976*]. Според него **капитализмът има нужда от етична протекция**, било тя и лицемерна или такава, която самият капиталзъм чрез пазара иска непрекъснато да разрушава. Ф. Хърш твърди, че моралът си е заминал от капитализма, защото я няма класата /буржоазията/, която е поддържала капитализма със своята протестантска трудова етика. Няма го социалният субект, носител на определена ценностна система за труд, спестовност и забогатяване. Въпросът е как актуално да се предефинира тази етическа протекция днес, след десетилетията на пазарен възход на 80-те и 90-те години?

Трето, анализът на кризата води до преценка на една чисто приложно етична теория – на **ситуационната етика**. Дж. Флетър е автор на книга /1966 г./, която преобръща света на приложните етики и на бизнес етиката, а според мнозина – и цялата морална атмосфера на западното общество [*FLETCHER, J. Situation Ethics: The New Morality. Philadelphia, PA, Westminster Press, 126 p., 1966*]. Ситуационната етика въвежда в широка употреба при възпитанието и във всекидневните отношения правилото от 70-те „всичко върви и

Даниела Сотирова

всичко е възможно”. Впечатляващи за всеки философ са аналозиите с тезата на П. Файерабенд, валидна за философската методология на науките в разгорещените дебати по философия на науката от същите тези десетилетия. Теоретически ситуационната етика на Флетчър кореспондира на тази „anything-goes atmosphere”, която е формирана през 70-те години в САЩ.

2. „Ние всички сме етици сега...”: кризата в етична перспектива

Има съществени разлики в начина, по който присъства езикът на етиката в българското, европейското и американското публично пространство. **„Моралната перспектива” липсва** в публичното говорене у нас. *„Това е чисто морален въпрос”, „еди-какво си е укоримо само от етична гледна точка”, „казусът е морален и няма какво да го обсъждаме”* са фрази, носещи се ежедневно в медийното пространство. Няма морален авторитет, има резистентност от идентифициране с морална санкция, а всичко, свързано с етиката, е изнесено „извън скоби”. Този **аморален изказ** е валиден за публичната сфера, както и за икономиката и бизнеса. Там, както се знае, *„интересът клати феса”*. Констатацията за интереса се възприема съвсем безвъпросно за необорим аргумент, че щом има интерес, няма етика в бизнеса. Всъщност поставянето на въпроса в полюсите на *„или има – или няма”* води до митологизиране както на етичното, така и на икономическото /бизнеса/.

По-благоприятна интелектуална атмосфера за говореното на бизнес етични теми съществува там, където има гражданско мислене, изразено в гражданско действие. Под „гражданин” в случая се

Даниела Сотирова

разбира предимно **градски и цивилизован**. У нас гражданското се разбира предимно в политическите му измерения, а не като **анонимен съучастник в общото благо**.

Има културни, дори семантични и психо-лингвистични предпоставки, подпомагащи или затрудняващи **публичността на етичното разсъждение**. В англо-саксонската, особено американската моноезична публична езикова среда с лекотата се коментира моралният аспект на действията. Характерно е **високо ниво на морално самоизразяване**. Етичните проблеми са по-лесно изговорими на английски език. Този директен и открит етичен изказ улеснява публичното говорене за нередности и отклонения от общи правила. С по-лекото „изговаряне“ на морално-етичния проблем по-бързо настъпват корекции в типичната за американеца „социално-етична система“ – тя е сума от жертви, които всеки прави, за да облекчи съществуването си в общността.

Семантиката на бизнес етичния език в Европа е друга, дори и ако оставим встрани възприемането на национално оцветени думи като „бизнес“, „афери“, „далавери“, „гешефт“ и др. За **мноезична Европа** е характерно нежеланието и **вътрешна съпротива при публичен разговор** по бизнесетични въпроси. В подобен разказ саморазбиращото се е повече от експлицираното.

Публичният език за етичното се променя и, повлиян от културните белези на поколенията, на виртуалното общуване и представите за криза и риск. В един от българските етични блогове /на Красси/ се казва приблизително следното: *”морал е да си прикриеш задника и предника. Етиката е в главата”*. И с бизнес етиката е нещо подобно. Тя е изследователска, интердисциплинна, приложна, консултантска работа «на много глави». Бизнес етиката предлага

Даниела Сотирова

равнища на анализ на различни „езици“: от философските разсъждения за „човешката природа“ до аргументите на статистиката за факторите за неетичност в даден отрасъл. Във всичките си форми „бизнес етика“ е съвкупността от етични експертизи и инициативи за разбиране и оптимизиране на деловото поведение.

Как експертите – етици, социолози, икономисти - анализират и интерпретират кризата? Характерна е бързината, с която се появяват **нови публични пространства** за дебатиране на текущи етични проблеми [вж.: www.ethicscrises.com]. Глобалната криза извежда на преден план едни бизнес етични теми и подходи, а тушира и деформира други: **езикът на моралната философия и на философията на икономиката** доминират в артикулирането на кризата. Така в условията на глобална криза бизнес етиката започва да се възприема като дискурс, уместен предимно на макро-равнище. В публичния изказ говоренето за етични проблеми в бизнеса „засвучава“ като **правоучение за „доброто“ и „лошото“ на пазара**.

На равнище мезо- и микро-бизнес етика, в области като организационна етика и етично консултиране, фирмен стил и делови етикет актуални подходи и понятия, породени от кризата, навлизат индиректно и по-бавно. Внимателният експертен поглед обаче не би могъл да подмине, че и на тези равнища настъпват промени. Например, в последните години масовото разбиране за бизнес етика, изразено като потребност и очаквания за фирмено обучение и консултиране от страна на деловите хора у нас, неправомерно се свежда до **бизнес етикет**, до външните правила за

Даниела Сотирова

делово поведение, само до т.нар. „нежни умения” за делова комуникация.

Глобалната криза променя предпочитанията при **избор на етичен език**. В дебатите за бизнес етиката са откриваеми двата философски въгледа за моралността в човешката природа. Те определят публичния дискурс за икономическото и за бизнес поведението. Условно и дидактически двата типа идеи за моралността могат да се подредят така :

Параметри	„Песимисти”	„Оптимисти”
Нагласа	Агресия	Емпатия
Доминиращо поведение	Съперничество	Сътрудничество
Стратегия	Самоограничаване	Самоусъвършенстване
Роля на морала саморазвитие	Инструмент за принуда	Стимул за хуманно
Метафора за човека	„Хищник с вкус към оръжията”	„Образ и подобие на Бог”
Велики представители	Хобс, Смит, Вебер, Фройд	Лок, Русо, Фром

Както и в предходни времена на икономически кризи, през последните две години се усилва публичния глас на езика на „песимистите” в политическото, научното, паранаучното и всекидневното говорене за морал в бизнеса. Променя се езикът на равнище предпочитани теми, понятия, примери, очаквания, социални чувства и изводи, които съдържа или прогнозира даден текст.

Като илюстрация на тези процеси на равнище избор на думи може да се приведе контент анализът на езика, използван в политическите кампании от републиканци и демократи в САЩ [*ORTS, A.C. Public Reason and Applied Ethics; the way of Practical Reason in a Pluralist*

Даниела Сотирова

Society. Ashgate Publishing, Ltd., 2008, 198 p.] За етиката и бизнес етиката важният извод от промяната в политическия език е, че „икономика”, „стабилност”, „устойчивост” стават по-често употребявани думи в сравнение с „бизнес”, „растеж”, „инициатива”, „предприемачество”.

3. Криза и поколение: социокултурна интерпретация на причините за кризата

Глобалната криза от последните две години оголва широки територии, върху които могат да се проектират всички етични, социални и политически концепции. Фактът, че тя е не просто универсална, но и **синхронна** /в Америка, Европа, Япония и останалите региони/ и че е **първата криза на интернет-поколението**, наистина я прави уникална. Без неуместни претенции, тук ще бъдат обобщени някои опорни точки, очертаващи **моралния дискурс в обясненията** на кризата.

Според повечето анализатори, причините за кризата са в непремерените рискове, водещо до грамадна пирамида от дългове без капиталова основа. „Това е в известен смисъл капитализъм без капитал, където доходите на менджърите растат при минимизиране на капитала, върху който стъпват; където **някогашната духовна и ценностна „протестантска” връзка с капитала се губи и изглежда все по-архаична**”. [АВРАМОВ, Р. *За късата памет на пазарите и декадентските метафори*”, „Култура”, бр.44, дек.2008, *подчертаното – мое.*] На най-дълбоко равнище причините за глобалната финансова кризата се артикулират като морално-етични. Тя е **ценностна криза в протестантската трудова етика**.

Даниела Сотирова

Морално измерение имат значителна част от обясненията на кризата, когато се фокусират върху **психологически и социално-психологически механизми** на тотално нарушеното доверие между участниците на пазара. Сред тях най-често посочваните са: „паниката” /наричана от мнозина „морална паника”/, маниите, хазарното поведение, склонността за мигновено поемане на рискови решения, социалната имитация. Подобни феномени са характерни за поведението в рисковото общество с перманентен морален риск. [вж. подробно: СОТИРОВА, Д. *Социално конструиране на риска: етични, културни и мениджърски аспекти*. – В. *Етика и Социален риск*. Съст. Е. Маринова, С., Изд. Фабер, 2008, стр.24 – 58].

Елементите на ирационално поведение са доведени до **„ирационална пищност”** на пазарите според израза на А. Грийнспън. В подобна среда естествено вирее **люта омраза към финансистите и банкери и места, в които те работят** - Уол стрийт и Лондонското Сити стават нарицателни за тези обществени чувства. Ирационалната „зараза” се разпростира в унисон с мощния натиск на клиентите, взимачи ипотечни заеми, без да мислят за дългосрочното бъдеще. **Хедонистичната етика** на масовото потребителско общество се е оказала по-силна от трудовата етика, етиката на забогатяването и успеха.

Моралните основания на кризата биха могли да се търсят в **културните особености на икономически активното поколение**. За ценностите на поколението на зрелостта в страната в която започна имотната и финансовата криза, е показателно, че то се нарича **„спокирано”** /от д-р Б. Спок, авторът на знаменитата книга „Грижи за бебето и детето”/ поколение. Децата от това поколение са закърмени с либералните ценности и с всепроникващия принцип

Даниела Сотирова

anything goes /„всичко е възможно“ и „всичко е позволено“/. Прекалено дълго време /около четвърт век/ поне в САЩ не е имало големи кризи. Така цяло поколение има шанса да израстне, да се образова и труди, създавайки **света на глобалния интернет бизнес като „свой“** свят, без да има личен опит и спомен от живот при криза. Социалната памет е изтрила конкретиката на спомените за Голямата депресия, той е абстрактен, отдалечен и „не се отнася за нас“. Ефектът от липсата на социална памет е подсилен във виртуалния свят на интернет-поколението. В обществото очевидно се натрупва загуба на обществена чувствителност към кризите, към предупрежденията за кризи, които пазарите са „отпращали“. Носителят на Нобелова награда за икономика Дж. Бюканън твърди, че икономическият упадък на САЩ започва след като "децата на цветята" се връщат по работните си места в края на 60-те години на XX век и когато романтично настроени еколози започват да пропагандират „назад към природата“. Привикнали към свободен и безотговорен начин на живот, "децата на цветята" не са в състояние да се приспособят към пазарната икономика, която изисква постоянен труд; те не са толкова продуктивни, колкото пазарът изисква. [Вж J. M. BUCHANAN, *Ethics and Economic Progress*, L., 1994].

4. Понятието „алчност“ в обясненията на кризата

Кризата е започнала заради алчност – тази теза в обясненията получи широка публичност след като подробно и нееднократно беше изложена не само от финансови анализатори, но и легитимирана от европейски политици. Първопричина за сегашната

Даниела Сотирова

финансово-икономическа криза, която "разруши всичко", е алчността – като че ли пръв през м. февруари 2009 г. заявява министърът на вътрешните работи на Германия Волфганг Шойбле в интервю за в. "Зюддойче цайтунг". "Рейтинговите агенции, одиторите, промишлеността и банките, бяха, и продължават толкова силно се стремят да правят пари, че съзнанието им се замая и те вече не се справят с отговорностите си...**Желанието за все по-големи приходи** е голяма част от проблема». Шойбле порицава и **отсъствието на морални принципи в банкерите**, които имат ключова роля в съвременната икономика. "Ужасно е да виждаме с какво равнодушие инвестиционни банкери претендират за права (бонуси) и изобщо не разбират, че с поведението си се дискредитират морално" [вж.: www.vesti.bg, от 20.03.2009г.].

Алчността и егоизмът са широко разпространени пороци, те са антиподи на добродетелите на щедростта и алтруизма. Тяхната «исконност» е вдъхновение за класически трагедийни сюжети от библиейски и антични времена до ден днешен. Алчността е древна, колкото е човешкият род и разказите за алчността не случайно са «структуроопределящи» в писани и неписани трагедии.

Един по-прецизен критико-етичен анализ на позоваването на алчността като причина за кризата стига до констатацията, че под "алчност" се имат предвид различни качества, нагласи и поведения. Преди всичко е важно да се отграничи **несмесването на алчност и икономически подбуди**. Какво точно се има предвид, когато става дума за бизнес и икономическо поведение? Кой е двигателят на натрупване на богатството? Къде е границата на "достатъчното" богатство? Тези въпроси са риторични, когато се стъпи върху почвата на икономическия начин на мислене. Преследването на

Даниела Сотирова

собствения интерес и нарастването на предимствата, изгодите, печалбата и успеха в това поведение не е отличителен белег на алчността на икономическите агенти. Употребена в този контекст, думата «алчност» има смисъл на **подбуда и стимул** и това е първата идея, която следва да се отдели в понятието. Разбирана така, алчността е един от фундаментите, на които се основава капитализма, наред с частната собственост и свободния пазар. Социално-етичният и икономически проблем тук е в липсата на контрол върху алчността.

Когато се надига глас за алчността на банкери, финансисти и мениджъри на корпорации, термините се подменят и се забравя простата истина за начало на рационалното икономическо поведение: „Недостигът съществува”. Производството, размяната и добавянето на стойност са начин да се справяне с него. Общественото приемане, моралната неосъдимост на този факт е стимулиращо за всички в общества с пазарна икономика. „Трупането на богатство е морален акт”. През март 2009 г. Кентърберийският епископ в споменатата в началото лекция „Етика, икономика и криза” изтъква, че „оскъдицата е фундаментална черта на материално ограничения свят”. Прекомерно /алчно!/ е атакуването на алчността на изпълнителни директори и финансисти като причина за кризата. Това „семантично ударение” върху алчността е **елемент от етическата и икономическа реторика на кризата**, имащо нееднозначно въздействие.

В етичните обяснения на кризата обаче се използва и втори смисъл на понятието - алчността като **морална оценка**. Моралната оценка винаги е свързана с търсенето на справедливост като етичен принцип. Тя е зависима от статусни позиции, правна система и

Даниела Сотирова

идейно-политически възгледи. Зад етикета „алчност на бизнеса“ стоят несъвършени регулации на бизнеса, силна зависимост от политически фактори и нечистоплътни отношения между политика и бизнес. Уточняването на двата смисъла на думата алчност е полезно начало за постигане на разбиране в дискусии за кризата и за снемане на емоционалния „градус“ в търсенето на непредубедени аргументи за нейните причини.

За по-задълбоченото вникване в различните смисли на алчността помага един метафоричен образ. Пол Кругман, професор по икономика в Университета в Принстън и лауреат на Нобелова награда сравнява капитализма с кола. Ако тя се развали, никой не би обвинил за това **алчното желание на човека да се придвижва**. Според него и капитализмът, и кризата би трябвало да се разбират по този начин: от гледна точка на **монтъора, който търси повредите** [KRUGMAN, P. *What to Do? The New York Review of Books, Vol. 55, No 20, Dec. 8, 2008*]. Метафората на П. Кругман поражда въпроси и за **пътищата, по които се движи колата**, и за **начините на ремонт**, които избира монтъорът, както и за това **на колко години и каква марка е самата кола и що за човек е монтъорът ...**

Друга идея, стимулираща философското любопитство, е за **кризата като не-здраве**. Кризата се разбира като своеобразна **болест и зараза**: за това свидетелства въвеждането в публичния дебат на термина „**токсични**“ **корпорации** и финансови институции, които следва да се **изолират** от здравите. Така се легитимира тезата, че и в „болното общество“ има „здравни тенденции“ и това е валидно както за бизнес организациите, така и за цели индустриални сектори.

Даниела Сотирова

Общественото мнение в определени моменти /кризисни/ се мобилизира да отхвърли „лошите практики“, които до скоро е понасяло като нещо „нормално“. Бонусите на големите корпорации са били и преди обществена тайна. **Правилото за „златния парашут“** е добре известно в бизнеса. При криза то става публична причина за обществено недоволство и за заклеймяване на алчните. Политиците притискат мениджърите за бонусите им, някои от bankerите и изпълнителните директори сами се отказват от тях, а трети слагат край на живота си. Глобалната криза ускорява процеси, при които обществото, а и много индивиди, стигат до „точката на нетърпимост“ спрямо порочни практики.

Естествено е в и информиранието, и при оценките на кризата да има небалансираност и прибързаност. Ако е небалансирана икономическата реалност, то и езикът, на който тя публично се представя – икономическата реторика - е такъв. Понякога има уклон към **демонизиране на финансовата криза**, а от там – и на финансовата индустрия. Отгласите от тази нова социална перцепция стават все по-осезаеми: bankerите в Лондонското Сити за съветвани /през март 2009 г./ да се обличат по-скромно и да не се „набиват в очи“: обществената завист и неприязън вече трудно могат да се контролират от институциите на реда. Според Румен Аврамов един от вече видимите резултати на **„кръстоносния поход срещу кризата“** е, че политиците се опиявяват от тази акция. Изключително им харесва да спасяват, да помагат, да озаптяват икономическото бедствие [АВРАМОВ, Р. *За късата памет на пазарите и декадентските метафори*”, „Култура”, бр.44, дек. 2008].

5. „Етичната рецесия” и преодоляването ѝ

Анализът на етичните проблеми на глобалната криза кореспондира пряко или индиректно с бизнес етиката на микро- и мезо-равнище, т.е. – с **организационната и мениджърската етика** в многообразните им прояви. Най-кратката формулировка на изводите в тези разновидности на бизнес етиката е: „необходима е промяна”. По-конкретно в етичния анализ на кризата от последните месеци се предлагат някои нови идеи. Например, според Р. Кидър – авторът на термина „**етична рецесия**” - е необходима промяна в разбирането за бизнеса като механизъм за генериране на пари. Нужно е да се възстанови убеждението, че бизнесът е винаги нещо, което група хора вършат заедно с взаимно доверие и за което е нужно време [R. KIDDER. *The Ethics Recession: Reflections on the Moral Underpinning of the Current Economic Crises. Institute for Global Ethics, 2009, p.9*]. В бизнес етиката като съвкупност от инициативи за подобряване на етичното представяне през последните десетилетия акцентът е бил към прецизно определяне на етичните стандарти за бизнес организациите.

Етичната рецесия като съпътстваща /а възможно – предшестваща!/ глобалната криза е потребност от дефиниране по нов начин на тези етични стандарти. Те се преобразуват от „**система за съглашателство и забрани**” в **система от ценности**. Според същия автор **отговорът на бизнес етиката** на сегашната криза би следвало да се сведе до няколко организационни преобразования, които могат да се преформулират така:

Даниела Сотирова

- от стремеж към формиране на етични индивидуални лидери и развитие на етичния потенциал на личностите към формиране на **етични организационни култури**;
- пренасочване на организационното развитие от култура на дисциплината към култура на честността и интегритета;
- **от дистанцираност и пасивност към подозрителност и бдителност** към свръхпечалби на фирмата и към свръхбогатството. Това според Р. Кидър е „инстинкт, интуиция и лошо предчувствие, което отправя сигнали за безпокойство относно това дали нещата, които ни изглеждат така добре са наистина добри” [нак там].

Етиката в бизнес организациите се оказва неработеща и поради доминиране на определен тип застинали представи, предизвикващи организационно загниване. Основните мисловни конструкти, които са били **препятствие** пред напредъка на етиката в бизнес организациите през последните години са:

- Краткосрочна ориентация на поведението;
- манталитет на сервилност;
- ендемична корупция;
- търсене на анонимни и безотговорни ходове в работата;
- страх и сплашване на работното място;
- голяма толерантност към дребните нечестности /лъжи/ в офиса;
- висока резистентност към отвращаващи решения на висшестоящите.

Усилията за промяна на тези мисловни конструкти биха неутрализирали и преодолели фундаменталните причини, които водят бизнеса към етична рецесия. Въпреки че анализът и изводите

Даниела Сотирова

са направени за американската ситуация, то те са поучителни и възможно – валидни и за други бизнес организации в криза. В този смисъл би могло да се каже, че **американска етична рецесия е и глобална.**

Една друга етична импликация за организационната етика, която се формулира в изследванията в контекста на кризата, е свързана с избора на подходяща мениджърска етика. „Кое точно е етично в ситуация на криза и свиване на разходи?“, „Как избираме и прилагаме универсални етични принципи при толкова продължителна криза?“ са концептуалните рамки за анализ и препоръки в изследванията на организационната и мениджърската етика. Изясняването на именно на тези **акценти в етичното обяснение, аргументиране и действие** е съществено нормативно различие между т.нар. всекидневен /обичаен/ мениджмънт и мениджмънт при кризи.

Очертават се две основни възможности за избор на „идейна рамка“ за мениджърската етика: оценки и решения в системата на **етика на добродетелите или етиката на грижата**. В първата етична система акцентът е върху култивирането на морален характер, на лидера и лидерския потенциал. Саморазвитието, подборът и етичната политика се осъществяват на основата на тези критерии. За втората етична система са първостепенни споделените ценности, продължаващия живот заедно в общността, привързаността и отговорността.

Интерес представляват резултатите от изследването на ценностните нагласи на американските бизнесмени *”Бизнес етиката във времена на икономическа криза”*, проведено от Марист Пол през м.февруари, 2009. [Вж. Цялото изследване в: www.test.maristpoll.edu]. Един от

Даниела Сотирова

основните въпроси, на който се търси отговор, е дали етичната несъстоятелност и неприемливост на сегашната бизнес среда и на нейните лидери е плод на случайност и обстоятелства или е израз на дълбоко подкопаване на доверието в бизнеса като социална институция? Показателен за общото и за съществени разминавания в оценки и ценности е отговорът дори само на един от въпросите:

„Като цяло, каква оценка ще поставите на корпоративна Америка за честност и етично поведение?“

<u>Американците</u>	<u>Мениджърите /изпълнителните директори/</u>
F 28%	F 6%
D 24%	D 18%
C 29%	C 46%
B 16%	B 25%
A 3%	A 5%

Забележка: В американската образователна система А е отличен, а F – неудовлетворителен.

Кризата ориентира избора към нови форми на организационно консултиране и етичен трейнинг. Потенциалните участници /обучавани/ започват да предпочитат по-гъвкави и положително насочени форми. Такъв е например т.нар. „етичен фитнес“, който е пример за позитивен, **не наставнически** семинар за развитие на организационната етика. Вместо „ресурсоемки“ фирмени обучения се внедряват т.нар. „brown bag“ срещи, на които участниците са поканени по време на обедната почивка, като всеки сам трябва да донесе обета си.

6. Заключение: възможности за глобална етика

За етичния анализ на глобалната криза е полезно да се припомни, че в съвременното пазарно общество е типично преплитането между

Даниела Сотирова

бизнес, политическа и социокултурна сфера. Пазарът, държавата и общността се разглеждат като **модели за социална координация на дейностите** [HARVEY, B. *Business Ethics: A European Approach*, 1994, p.156]. За разлика от миналото, когато взаимното проникване между тях е имало йерархичен характер с доминиране на единия модел върху останалите два, днес преплитането има характер на симбиоза. Така всички модерни институции придобиват многоизмерен характер и носят черти на всеки от моделите за социална координация на дейностите. Пазарът, държавата и общността могат да се разглеждат като **три идеални типа институционални структури** в обществото. Те са структуроопределящи съответно за икономиката, политиката и етиката като отношения и начин на мислене. Подходът към бизнеса като към общност дава възможност отношенията между бизнес и общество нормативно да се осмислят не само в перспективата на социалния договор, но в перспективата на съвместно споделяните ценности, в „кооперативното живеене”. Съпоставката на трите модела на социална координация на дейностите е представена по следния начин [нак там]:

Пазар	Държава	Общност
свободен обмен	социален договор	етос
размяна	закон	дар
предимства	права	ценности
автономност	йерархия	мрежа
цена	авторитет	доверие
конкуренция	контрол	кооперация
производство	разпределение	участие
икономика	политика	етика

Даниела Сотирова

Бизнес-институциите могат да бъдат разглеждани като организации **с цел печалба**, действащи в конкурентна среда по модела на пазара, като тип **социален договор**, определящ различни отговорности на участниците и като **етос /морална общност/** със свои ценности и мисии. Един от езиците на описание обикновено е доминиращ интелектуален фон или рамка на интерпретациите. **Глобалната криза отново поставя държавата в основата на тази рамка.** Кризата е промяна в интелектуалната мода. Един от консенсусните изводи-прогнози от анализа на глобалната криза, е че се засилва ролята на политическото като регулатор и на етичните принципи в бизнеса. Политическото, разбрано в исконния му смисъл като **език на „общия интерес“ и „общото благо“** се възвръща на обществената сцена. „Завръщането на морала в капитализма“ е възможно е чрез възстановяване на накърнените правата на политиката над икономиката. Политиката като грижа за общия интерес и общото благо се е отдръпнала и е била „изместена“ от международни финансови институции. Те са формирали една геообщност /според израза на А. Бономи/, включваща симбиоза от финансови и информационно-медийни институции.

Етическият анализ на глобалната криза е свързан с перспективите на т.нар. **глобална етика** в свят на глобален бизнес. Дали и доколко се „минимизират“ културните различия, след като кризата преминава бързо от държава в държава като „мексиканска вълна“ на стадиона? Дали вече приключва времето на **„икономическа конкуренция между културите“**, според израза на Ч. Хемптън-Търнър и А. Тромпенаарс [*ХЕМПЪН-ТЪРНЪР, Ч., А. ТРОМПЕНААРС. Седемте култури на капитализма*”, В., 1995]

Даниела Сотирова

Глобалната бизнес етика не е само система от възгледи, но и институционална политика /вж. Дейностите на Института за глобална етика в www.globalethics.com/. Едно от препятствията пред идеята за глобална етика, които кризата подсилва, са **устойчивите стереотипи** към нациите на индивидуално и бизнес равнище. Нека припомним стереотипа за „гадните американци”. Той е като птицата Феникс в глобалните контакти. Стереотипът има дълъг живот в културата и идва още от 60-те години. Кризата подсилва стереотипите. Несъмнено е, че една отворена западна култура от американски тип още дълго ще остане универсална, независимо от това кога и как ще приключи кризата и дали ще се осъществят прогнозите за китайската доминация в световната икономика.

Словосъчетанието „китайска бизнес етика” все още няма ясно разпознаваемо смисъл и конкретно съдържание, за разлика от „американска бизнес етика”. Докога ще е така? **Изгражда се глобална бизнес култура.** Хората на бизнеса имат уеднаквено транснационално поведение с „минималистични”, но общовалидни етични стандарти на поведение. **Глобалната криза е глобална възможност**, в това число – и за бизнес етиката да развие и адаптира своя понятиен критически инструментариум.