

Rozdział 1

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ NAUKI – RAMY TEORETYCZNE

1.1. Wprowadzenie

W teoretycznej części książki podjęta została próba zarysowania ram koncepcyjnych społecznej odpowiedzialności nauki jako koncepcji zarządzania, która ma wymiar aplikacyjny zarówno dla uczelni, jak i dla badaczy. Odwołano się więc do koncepcji pokrewnej, która w literaturze jest dobrze przeanalizowana, a mianowicie społecznej odpowiedzialności biznesu. Zaprezentowano wybrane podejścia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, w szczególności A.B. Carrolla oraz M. Portera i M. Kramera. Po tych rozważaniach przywołano definicję społecznej odpowiedzialności biznesu sformułowaną przez Komisję Europejską, a następnie przez analogię sformułowano definicję społecznej odpowiedzialności nauki. Pozwoliło to przejść do analiz modelowych ujęć społecznej odpowiedzialności nauki czy też uczelni. Jako podstawowy przywołano model sformułowany przez K.F. Latifa, będący opracowaniem modelu A.B. Carrolla. Wykorzystując podejście K.F. Latifa, który wykorzystał jako kanwę model społecznej odpowiedzialności biznesu, analogicznie odniesiono do koncepcji społecznej odpowiedzialności nauki modelowe ujęcia M. Portera i M. Kramera.

Opierając się dalej na społecznej odpowiedzialności biznesu, postanowiono wykorzystać leżącą u jej podstaw koncepcję, a mianowicie teorię interesariuszy R.E. Freemana, do dalszej konceptualizacji społecznej odpowiedzialności nauki jako koncepcji zarządzania. Przedstawiono różne jej ujęcia i konteksty, zaczynając od R.E. Freemana i jego współautorów. Uwzględniając teorię interesariuszy w aspekcie społecznej odpowiedzialności nauki, podjęto próbę zidentyfikowania wzajemnych potrzeb i oczekiwań naukowców i pozostałych interesariuszy.

W dalszej części rozważań pochyłono się nad innowacjami społecznymi w zarządzaniu procesami naukowymi. Po próbie ich zdefiniowania, przedstawienia ich typów uwagę poświęcono procesowi powstawania innowacji społecznych

oraz czynnikom wzmacniającym i ograniczającym ich rozwój, a także rodzajom wartości, istotnym z punktu widzenia korzyści dla społeczeństwa. Pozwoliło to na zaprezentowanie podstawowych cech skutecznych innowacji społecznych, które odniesiono przez analogię do badań naukowych. Dało to możliwość poruszenia i zdefiniowania kwestii wpływu społecznego badań naukowych. Przedstawiono również główne obszary i klasyfikację takiego wpływu.

1.2. Modele społecznej odpowiedzialności nauki i zarządzanie

Warto na początku przypomnieć kluczowy podział badań naukowych na podstawowe i stosowane. Do badań podstawowych zalicza się różnego rodzaju prace eksperymentalne lub teoretyczne, których celem jest zdobywanie nowej wiedzy o analizowanych zjawiskach czy też obserwowanych faktach. Ważne, że w przypadku tego typu badań nie bierze się pod uwagę możliwości ich zastosowania w praktyce. Powstające w ich wyniku teorie lub elementy teorii mogą nie mieć i często aktualnie nie mają (przynajmniej w świadomości badacza) zastosowań praktycznych. Najczęściej nie podlegają też komercjalizacji, przynajmniej w momencie ich uzyskania. Badania podstawowe mogą mieć jednak jakiś ogólny (niekonkretny) kierunek zastosowania (np. poprawa jakości życia społeczeństwa). Określa się je wtedy – w odróżnieniu od czystych badań podstawowych, które koncentrują się na samej wiedzy – badaniami podstawowymi ukierunkowanymi. Badania stosowane polegają także na zdobywaniu nowej wiedzy, muszą one jednak dodatkowo mieć konkretny cel praktyczny, aplikacyjny. W tym przypadku aktywnie i świadomie poszukuje się możliwości zastosowań w rozwiązywaniu konkretnych problemów (OECD, 2018). Okazuje się więc, że nawet najbardziej teoretyczne badania podstawowe mogą przyczyniać się do rozwiązywania problemów społecznych, mogą mieć społeczny kontekst i być użyteczne, przydatne. Niezależnie od rodzaju badań nauka wywiera wpływ społeczny chociaż, jak zauważa J. Morawska-Jancelewicz (2019), niekiedy nazywa się go inaczej:

- społeczną rolą nauki,
- społeczną użytecznością nauki,
- społecznym znaczeniem nauki,
- wpływem badań naukowych na środowiska pozanaukowe.

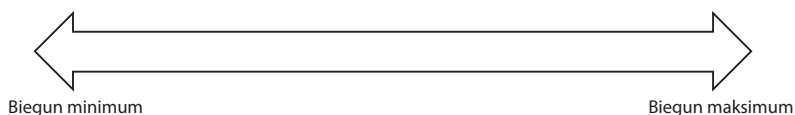
Niezwykle inspirujące mogą okazać się słowa H. Samsonowicza (2008, s. 10) o roli nauki i naukowców: „Nie sposób przyjąć poglądu, że wiedza dana jest raz na zawsze. Poznajemy prawdę, zbliżając się do niej, ale daleko jeszcze do poznania wszystkich tajemnic makro- i mikrokosmosu (pytanie czy to w ogóle jest możliwe). Obowiązkiem uczonych jest prowadzenie dyskusji, polemiki, bez któ-

rych nie ma postępu w nauce. Kolejna służebność wobec społeczeństwa polega zatem na rzetelnym przedstawianiu stanu wiedzy, na zgłaszaniu wątpliwości, na wyróżnianiu tego, co już wiemy od treści, które chcemy dopiero poznać”. Owa służebna rola nauki czy, używając współczesnego języka, jej społeczna odpowiedzialność była przedmiotem zainteresowania autorów od lat. Notatki z lat 30. opublikowane w czasopiśmie „Nature” pokazują, że relacje nauka – pracownicy naukowi – społeczeństwo były tematami ówczesnych zjazdów towarzystw naukowych (The International Council of Scientific Unions, 1939; Social Responsibilities of Science, 1937). W 1957 roku na łamach czasopisma „Science” można było znaleźć postulaty świadczące o społecznej roli nauki i naukowców, stwierdzenia, że mogą oni aktywnie uczestniczyć w życiu społecznym, publicznym i że taki ogląd sprawy jest zwyczajnie normalny w demokratycznych społeczeństwach (Social Responsibility of Science, 1957). W 1963 roku D.J. de Solla Price (1967, s. 104) pisał: „Choć wedle panujących wyobrażeń uczony jest człowiekiem, którym po wsze czasy kieruje wyłącznie wrodzona ciekawość tego, jak rzeczy funkcjonują i co jest możliwe do osiągnięcia, to jednak dzisiaj działa nieco odmienny mechanizm, który sprawia, że uczony pragnie czuć, iż inni ludzie przyznają, że jego osobiste natchnienie i to, co nazwalimy nieobliczalnością, odniosły triumf nad tajemnicą natury i nad powszechnym konserwatyzmem i bojaźliwością (...). Społeczeństwo popiera taką strukturę i łoży na nią coraz więcej, bo rezultaty pracy uczonych mają żywotne znaczenie dla potęgi, bezpieczeństwa i dobrobytu wszystkich”.

Koncepcja pokrewna do społecznej odpowiedzialności nauki i mogąca pomóc w jej konceptualizacji – społeczna odpowiedzialność biznesu (*corporate social responsibility*, CSR) – jest przedmiotem badań i analiz z zakresu nauk o zarządzaniu od wielu lat. H. Bowen (1953) w latach 50. XX wieku pisał o społecznej odpowiedzialności biznesmena, pewnie dzisiaj powiedzielibyśmy menedżera. H. Bowenowi chodziło o pewne społeczne zobowiązanie „ludzi interesu”, biznesu, które skłaniałoby ich do działania czy funkcjonowania w zgodzie z interesem społecznym, publicznym. Późniejsze ujęcia ukazywały społeczną odpowiedzialność biznesu w coraz bardziej szczegółowy sposób, tłumaczyły coraz to szersze jej konteksty i próbowały wyjaśniać jak powinna być stosowana w praktyce organizacji i zarządzania. Droga rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu była ewolucyjna. Na początku jej modelowe ujęcia są nieco prostsze od następujących chronologicznie później. Przykładowo, model R. Eellsa (1959, 1960) (por. rys. 1) z lat 60. XX wieku to tzw. kontinuum społecznej odpowiedzialności. W praktyce można je przedstawić jako oś z zaznaczonymi dwoma punktami biegunowymi. Na biegunie minimum umieszczone są organizacje działające w sposób tradycyjny. Takie organizacje dbają o zyski, o ich maksymalizację i o realizację potrzeb i oczekiwań grup właścicielskich. Natomiast przeciwny biegun maksimum to organizacje społecznie odpowiedzialne w szerszym zakre-

sie, biorą pod uwagę w swoich działaniach i procesach decyzyjnych potrzeby i oczekiwania nie tylko grup właścicielskich, lecz także większej liczby grup interesu czy reprezentantów społeczeństwa, tzw. interesariuszy (o teorii interesariuszy w oddzielnej części tekstu).

Rysunek 1. Kontinuum R. Eellsa

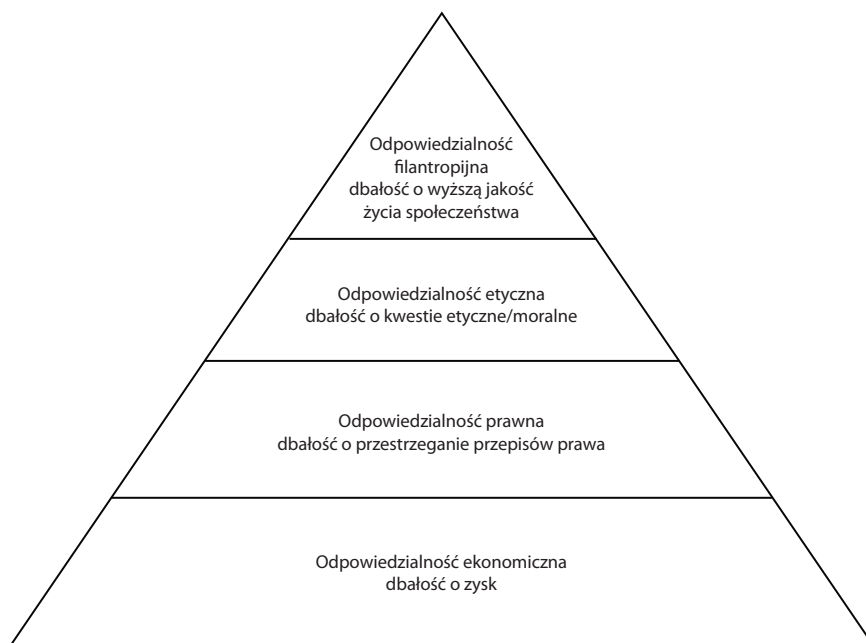


Źródło: opracowanie własne na podstawie Eells, 1959, s. 33–41; 1960, s. 334–340.

Następnie pojawiały się coraz to nowe badania i nowe ujęcia społecznej odpowiedzialności biznesu. Jednym z najbardziej znaczących z nich jest piramida społecznej odpowiedzialności A.B. Carrola (1991) (por. rys. 2). Jako bazowa sfera odpowiedzialności przedsiębiorstw została zidentyfikowana odpowiedzialność ekonomiczna przejawiająca się dbaniem o zyski i o płynność finansową przedsiębiorstwa. Odpowiedzialność ekonomiczną można traktować jako podstawowy obowiązek każdego przedsiębiorstwa, bez którego spełniania nie istnieje lub przynajmniej po pewnym dłuższym czasie przestaje istnieć i znika z rynku. Jednocześnie przedsiębiorstwa, które nie radzą sobie z tą sferą odpowiedzialności lub radzą sobie z nią słabo szkodzą otoczeniu, szkodzą rynkowi, psują rynek. Odpowiedzialność ekonomiczna to fundament przedsiębiorstwa. Wobec tego A.B. Carroll podkreśla, że powinno ono dbać o generowanie zysków i utrzymywanie silnej pozycji rynkowej. Jeżeli przedsiębiorstwo ma duże kłopoty z realizacją obowiązku odpowiedzialności ekonomicznej, są małe szanse, że weźmie pod uwagę i poważnie potraktuje kolejne warstwy odpowiedzialności. Jest to zgodne z racjonalnym podejściem do zarządzania. Podobną logikę zastosowano w innym modelu piramidy, w piramidzie potrzeb A. Masłowa, gdzie najpierw należy zaspokoić potrzeby podstawowe – fizjologiczne. Przy takiej analogii można stwierdzić, że potrzeba generowania i maksymalizacji zysku jest tym dla przedsiębiorstwa, czym potrzeby fizjologiczne (snu czy pożywienia) dla człowieka. Kolejna sfera odpowiedzialności to odpowiedzialność prawna. Przepisy prawa są kodyfikacją norm społecznych, mówiących co jest dopuszczalne, a czego czynić się nie powinno. Należy więc w działalności przedsiębiorstwa postępować zgodnie z przepisami prawa na poziomach zarówno lokalnym, jak i krajowym czy międzynarodowym. Jednak nie wszystko regulują kodeksy prawne, nie wszystkie normy i wartości społeczne są w nich dokładnie sformułowane. Niekiedy także prawo bywa ułomne, dopuszcza praktyki niekorzystne z pewnych względów (np. przepisy prawa ochrony środowiska w niektórych krajach rozwijających się czy raje podatkowe). I tutaj tworzy się miejsce dla kolejnej sfery odpowiedzialności – odpowiedzialności etycznej.

Realizacja odpowiedzialności z tej sfery polega na prowadzeniu biznesu w sposób uczciwy i sprawiedliwy, także tam gdzie prawo nie sięga, jest niedoskonałe lub normy i wartości społeczne czy moralne jeszcze nie przekształciły się w przepisy prawa. Realizacja celów przedsiębiorstwa nie powinna odbywać się z naruszeniem tych norm i wartości przyjętych przez społeczeństwo. Z poziomu odpowiedzialności etycznej, modelu piramidy Carrolla, istnieje płynne przejście do odpowiedzialności filantropijnej, która odzwierciedla się w podnoszeniu jakości życia społeczeństwa przez przedsiębiorstwa działające w jego ramach. To postulat tzw. dobrego obywatelstwa korporacyjnego, postrzegania przedsiębiorstw jako obywateli, uczestników życia społecznego, które, jak pozostali uczestnicy wspólnoty społecznej, powinny wносить do niego pozytywną wartość, dbać o nie i być wrażliwym na różne jego potrzeby i oczekiwania oraz wykorzystywać własne zasoby do celów społecznych. A.B. Carroll (1991) w tej sferze odpowiedzialności przedsiębiorstwa wymienia działalność charytatywną, wspieranie sztuki, udział w wolontariacie, wspieranie lokalnych wspólnot, edukacji i różnych projektów, które podnoszą jakość życia społeczeństwa i społeczności lokalnych. Warto też wspomnieć, że model A.B. Carrolla to tzw. ujęcie *after-profit*, czyli najpierw należy zadbać o zyski, a następnie przejść do kolejnych warstw piramidy. Nie wszystkie sfery odpowiedzialności A.B. Carrolla mają charakter obligatoryjny,

Rysunek 2. Piramida CSR A.B. Carrolla



Źródło: Carroll, 1991.