



PRAVNA I POSLOVNA ETIKA

dr Andreja Mihailović

(po udžbeniku Milana Miljevića “*Poslovna etika i komuniciranje*”)



„PRIZNANJE NEZNANJA“

Savremeno naučno-tehničko znanje, odnosno kibernetički model nauke dovodi do nove uloge znanja u moralu.

Razlika između snage „prethodnog znanja“ i aktuelnih izazova tehnološkog napretka proizvodi jedan novi etički problem – „priznanje neznanja“

„Priznanje neznanja“ mora da bude deo etike i ona mora da podučava sve neophodniju samokontrolu naše prekomjerne moći

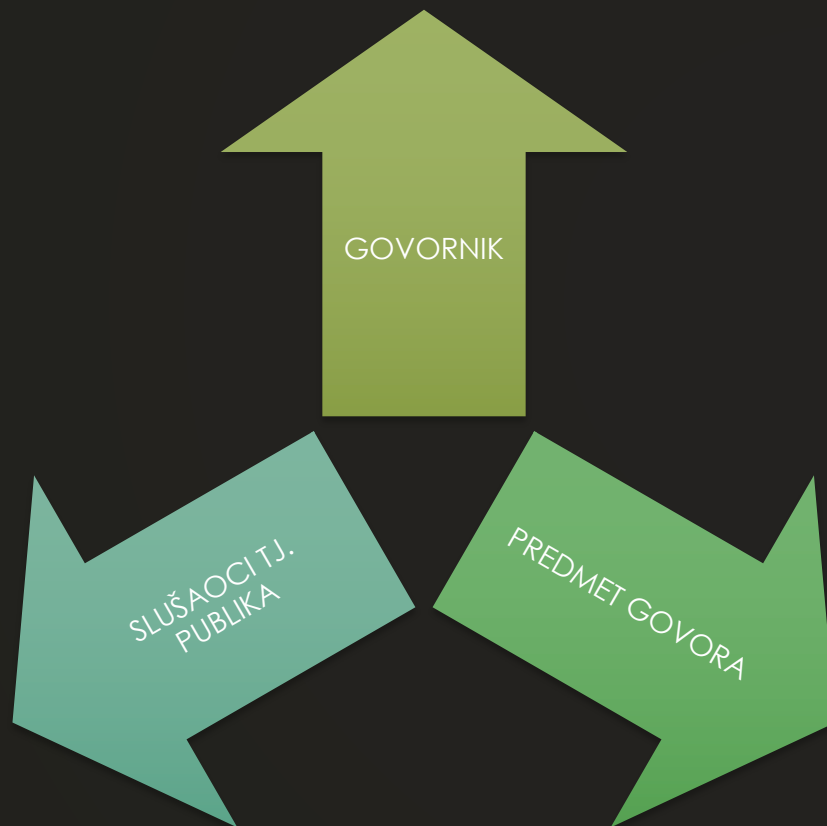
Savremeno ljudsko djelovanje na osnovu i pomoću naučno-tehničkog znanja, vještina i umijeća

zahtijeva da se uzme u obzir nešto više od isključivog interesa čovjeka i njegovih postkapitalističkih i postsocijalističkih organizacija

Zbog toga više i ne vaze antropocentrička ograničenja baštinjene etike jer savremeno kumulativno samorazmnožavanje tehničko-tehnoloških promjena svijeta neprestano prevazilazi uslove svakog procesa i odnosa koji ih donosi i koji teče kroz te procese i odnose jer se učinci tehničko-tehnoloških promjena kumulativno zbrajaju

Rani modeli komuniciranja - Aristotel se pišući o retorici niti se način bavio komunikacijom

za Aristotela osnovni dijelovi komunikacionog procesa su :



POSLOVNA ETIKA I KOMUNICIRANJE

1948. godine Harold Lasvel je prikazao u dijelu „The communication“ komunikativan model koji analizira komunikaciju i proces u smislu funkcija koje izvodi u društvu:

funkcija tiče se nadziranja okoline koja treba da skrene pažnju članovima zajednice na opasnosti i mogućnosti okoline

2 korelacije različitih dijelova društva u odgovoru na okolinu

3 prenošenje društvenog nasljeđa sa jedne na drugu generaciju prema tome riječ je o ranoj verziji modela masovnih komunikacija verbalnog tipa koja naglašava linearan model kojom se stavlja akcenat na efekt, a ne na značenje

MATEMATIČKI MODELI KOMUNICIRANJA

Matematički modeli bio zasnovan na statističkom pojmu komunikacije koji je prvi istakao Norbert Viner

Unutar njegovog modela prenosa autori ukazuju na postojanje 3 nivoa problema u analizi komunikacije: 1. tehničke prirode; 2. semantičke i 3. efikasnost prijema ili razumijevanja od strane primaoca

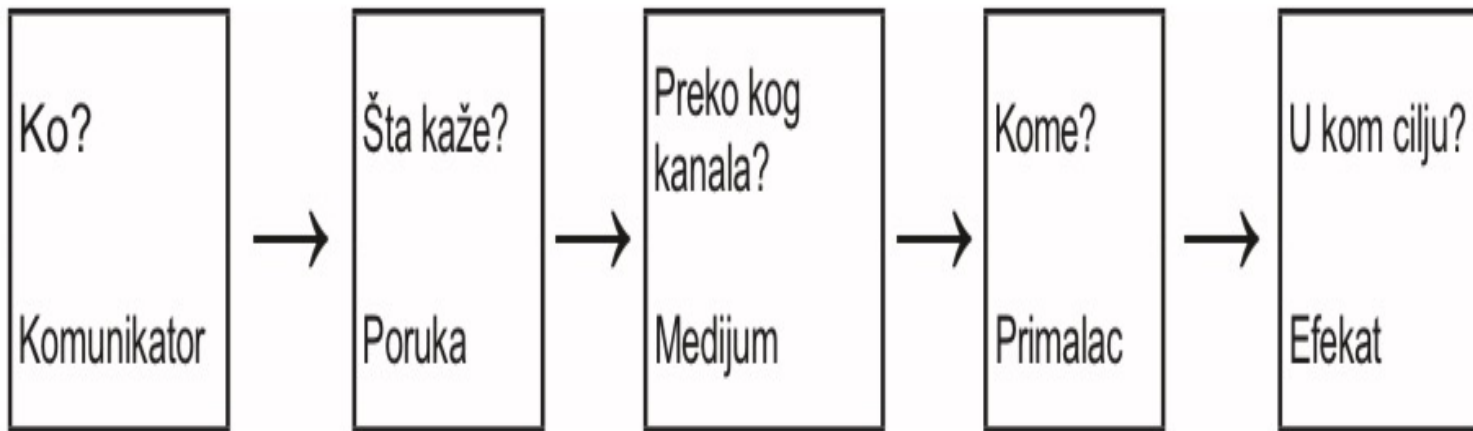
Matematički pojam informacije obuhvata kategorije neizvjesnosti i slobodnog izbora informacije tu da se bavi slobodom izbora pošiljaoca i usmjerene na to da otkloni neizvjesnost recipijenta - što je u stvari pojam entropije

ko?

kaže šta?

preko kog kanala?

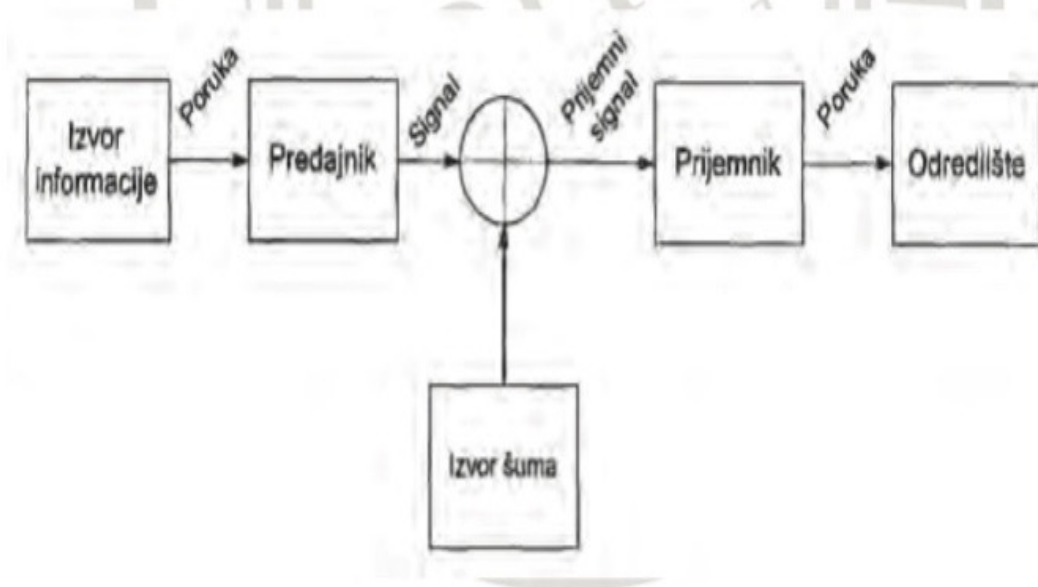
kome? u kakvom cilju ?



OGRANIČENJA MATEMATIČKOG MODELA

- u modelu Šenona i Vivera nema mjesta za feedback koji značajno može da izmijeni poruku i komunikacionu situaciju
- nema ni priznavanje važnosti konteksta društvenog političkog ili kulturnog koji utiče na sve stepene komunikacionih procesa
- Ipak njihov model, odnosno matematička teorija komunikacije, započela je ono što će se kasnije nazvati „studijama komunikacije“ upravo zbog svoje opštosti i mogućnosti upotrebe različitih simbola od pisanih slova preko riječi nota matematičkih simbola slika

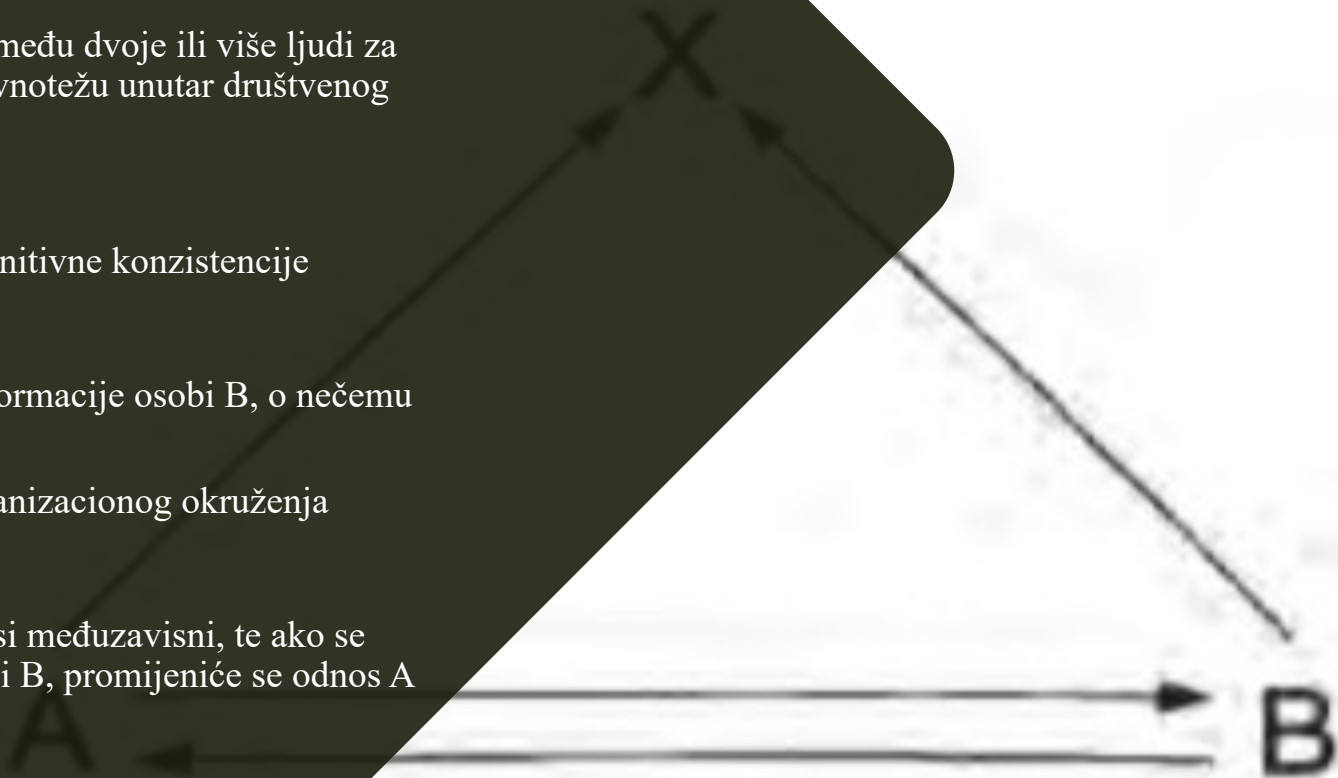
Matematički model Senona i Vivera



NJUKOMOV MODEL SIMETRIJE

- Njukov model „simetrije“ je za razliku od Šenon-Viverovog linearnog modela trouglast
- On je bio prvi koji je kao jedan od činilaca uveo ulogu komunikacije u društvu i društvenim odnosima
- Problemu komunikacija prilazi kao psiholog koji se bavi interakcijom između dvoje ili više ljudi za nju kojima uloga komunikacije nije jednostavno ona treba da održava ravnotežu unutar društvenog sistema
- U tom smislu model simetrije predstavlja jedan od ranih formulacija kognitivne konzistencije
- U svom najjednostavnijem obliku akte komunikacije osoba A prenosi informacije osobi B, o nečemu X
- A i B su drugim riječima komunikatori-primalac a X je dio njihovog organizacionog okruženja
- A, B i X je organizacioni sistem koji znači da su njihovi unutrašnji odnosi međuzavisni, te ako se promijeni A promijenit će se i B i X, a ako se promijeni odnos između A i B, promijenit će se odnos A sa X ili B sa X

Njukomov model simetrije



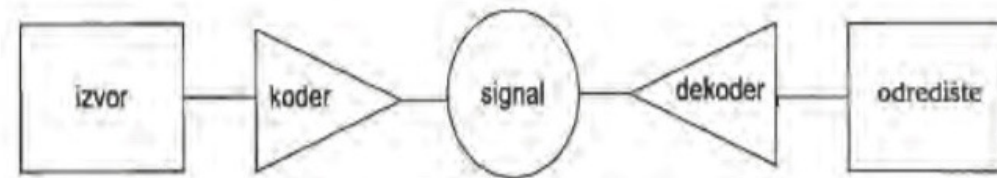
- Vilbur Šram je svoje modele prema kojima je komunikacije proces bez kraja izradio po cirkularnom modelu (u literaturi često navodi kao odgovor na linearne modele komuniciranja i u skladu je sa Aristotelovom šemom)
- Polazi od toga da svaki proces komunikacije sadrži 3 osnovna elementa: izvor, poruku i odrediš

1. Izvor - može biti pojedinac ili kolektivna org. (izdavačka kuća, novine, filmski studio)

2. Poruka - može biti u obliku mastila na hartiji talasa i drugih signala koji imaju značenje

3. Odredište - može biti pojedinac ili član grupe koji sluša, gleda član grupe ili učestvuje u diskusiji (publika)

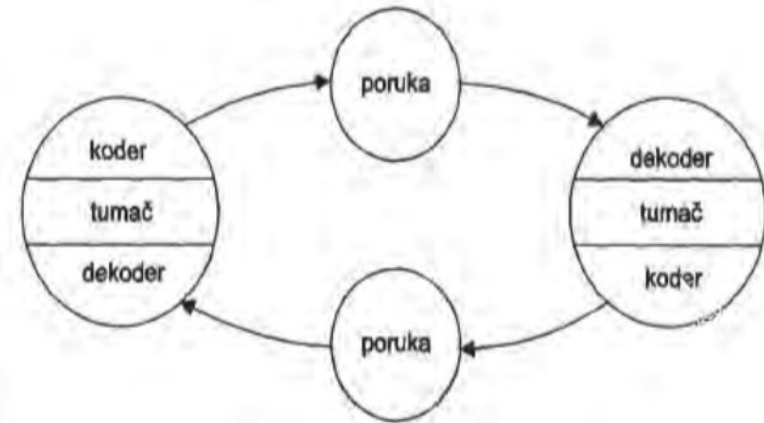
I Šramov model



OZGUDOV PSIHOLINGVISTIČKI MODEL

- Ozgud pravi model na osnovu njegove teorije značenja i psiholingvističkih procesa u širem smislu
- Za Ozguda je važna funkcija **odašiljanja i primanja unutar same individue** kao i pojam **značenja simbola**
- Treba naglasiti da Šenon i Viver pojam značenje nisu uzimali u obzir kao i da je njihov model izdvajao izvor i odredište prenosnika i primaoca što nije dovoljno za ljudske sisteme jer pojedinac može biti i izvor i odredište i prenosilac i primalac ko ide kod duje poruku koju neko ko duje preko niza mehanizama feedback-a
- Ozgud naglašava društvenu prirodu komunikacije i kaže da svaki pravi model mora imati barem 2 komunikacione jedinice izvor - govornik i odredište – slušalac

III Šramov model (ili Šram-Ozgudov model)



Etička klima, mora se naglasiti, nije isto što i poslovna kultura, već širi koncept kulture.

Kultura je više povezana sa dubljim uvjerenjima, vrijednostima i pretpostavkama.

Etička klima - utisak koji zaposleni imaju o propisima koji vladaju u njihovoj organizaciji.

Organizacije sa jakim etičkom klimom imaju manji broj etičkih problema, te se samim tim i uspješnije bore sa ovakvim problemima

U radu menadžera je najbitnije da doprinesu razvoju jake etičke klime ako žele da njihovi članovi budu sposobni da uspješno rješavaju moralne dileme i da izbjegnu moguće greške i odgovornosti koje iz njih nastaju

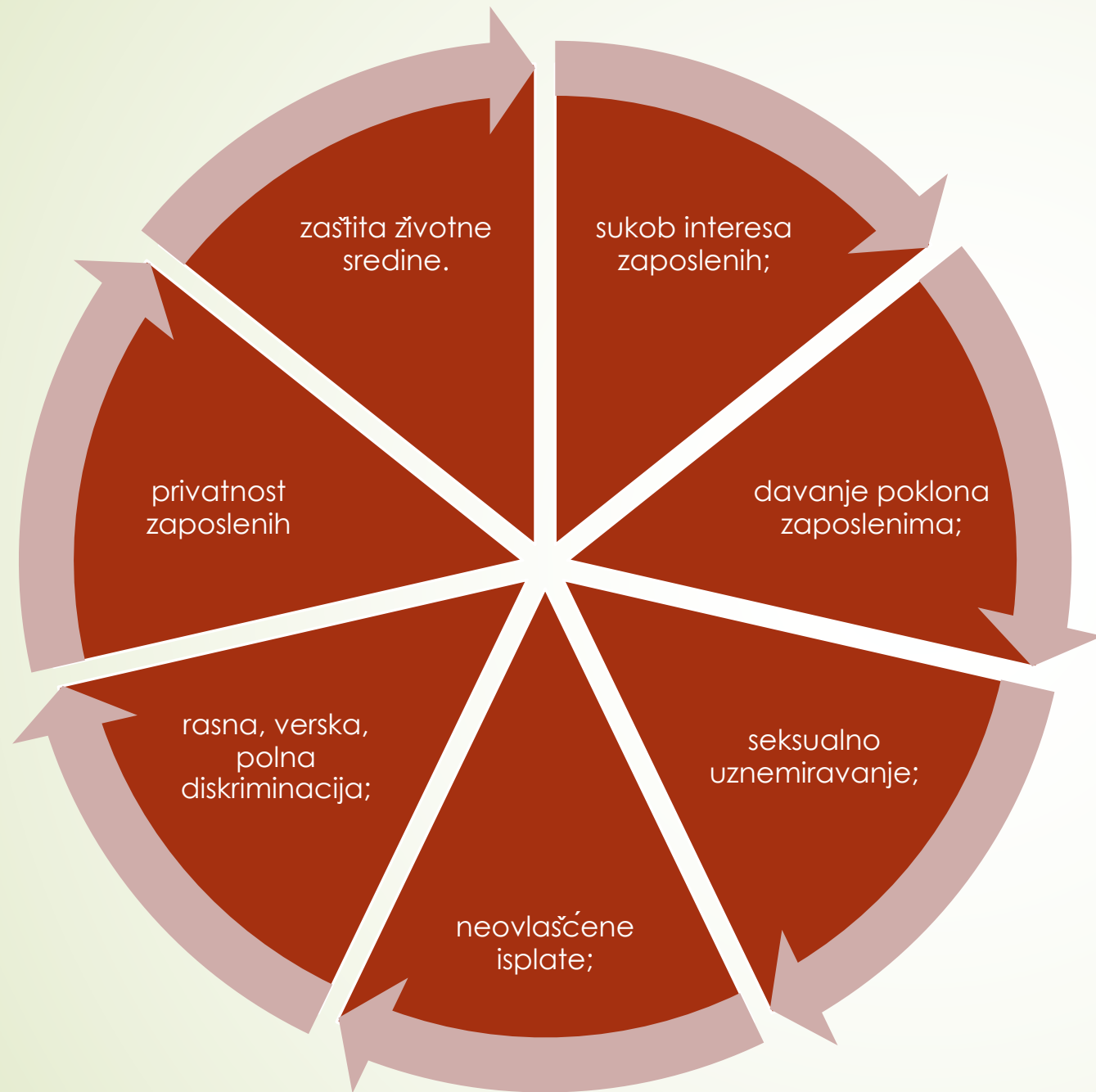
Etička klima je veoma moćna metoda za usmjeravanje ponašanja članova organizacije. Etički propisi organizacije i njihova primena dovode do kontrole i usmeravanja ponašanja socijalnih činioca.

ETIČKA KLIMA I POSLOVNA KULTURA ORGANIZACIJE

INTERNACIONALIZACIJA POSLOVANJA – MEĐUNARODNA POSLOVNA ETIKA

- Internacionalizacija poslovanja afirmisala je potrebu operisanja sa međunarodnim poslovnim horizontom
- Pri formulisanju strategije internacionalnog poslovanja organizacije moraju da se prilagode i možda da pokušaju da utiču na društvene i političke vrijednosti onih zemalja u kojima rade
- Getz je analizirao međunarodna pravila ponašanja četiri institucija: (1) Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj (OECD), koja je glavni akter u ovoj oblasti za industrijalizovane države; (2) Međunarodna trgovačka komora (ICC), koja se bavi pravednim tretmanom multinacionalnih firmi; (3) Međunarodna organizacija rada (ILO) koja se bavi direktnim ulaganjima u zemlje u razvoju i (4) Centar za međunarodnu saradnju (CTC), čiji je cilj da maksimizuje doprinose transnacionalnih kompanija ekonomskom razvoju i minimizuje negativne efekte aktivnosti ovih firmi.





Sprovedeno istraživanje ukazalo je da postoje sedam stakvi koji imaju etički značaj za firme:

