

Warszawa, 1.11.2014

Katarzyna Górak-Sosnowska  
Instytut Filozofii, Socjologii i Socjologii Ekonomicznej  
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

**Opinia o broszurze: K. Jarecka-Stępień, J. Stępień, A. Zamojska, *Kodeks wiedzy i etyki handlu z krajami globalnego Południa*, Kraków: Projekt Orient 2014, ss. 54.**

Na państwa niezachodnie przypada ułamek polskiej wymiany handlowej, jednak coraz częściej postrzega się je jako nowe, obiecujące, ale i związane z wyzwaniami, rynki zbytu. Wyzwania te dotyczą nie tylko konieczności zapoznania się z często odmiennym otoczeniem instytucjonalno-prawnym, ale również z odmiennym kontekstem społeczno-kulturowym. Kontekst ten dotyczy zarówno odmienności kulturowych, ale również swoistego bagażu etycznego Północy w stosunku do państw i społeczeństw globalnego Południa.

Oba te aspekty łączy broszura *Kodeks wiedzy i etyki handlu z krajami globalnego Południa* autorstwa trzech badaczy związanych z Uniwersytetem Jagiellońskim. Składa się ona z trzech części. W pierwszej – *Globalne Południe – problemy i wyzwania* – dr Jakub Stępień stara się zdefiniować czym jest globalne Południe, ukazuje zależności pomiędzy nim a globalną Północą, a także omawia wyzwania rozwojowe stojące przed nim. Część druga autorstwa Aleksandry Zamojskiej, *Podstawy komunikacji międzykulturowej dla handlowców* omawia wybrane koncepcje różnic międzykulturowych i wynikające z tego trudności w komunikacji. Trzecia część to swoisty postulat. Dr Katarzyna Jarecka-Stępień w rozdziale *Etyka a handel z globalnym Południem* omawia etyczne uwarunkowania relacji z globalnym Południem, spinając klamrą treści z poprzednich dwóch części.

Wydaje się, że podstawowym celem broszury jest zwrócenie uwagi na problemy niedostrzegalne w planowaniu relacji handlowych z państwami Azji, Afryki czy Ameryki Łacińskiej, które najczęściej podporządkowywane są przede wszystkim wynikom finansowym. Autorzy ukazują szerszy kontekst tych relacji, wskazując na globalne współzależności, które dotyczą wszystkich mieszkańców naszej planety. Warto jednak zastanowić się, czy treści w broszurze nie mają za mocno zarysowanego charakteru postulatywnego i idealistycznego – a zatem z założenia nieosiągalnego dla przeciętnego przedsiębiorcy. Zastrzeżenie moje budzi także część dotycząca różnic międzykulturowych, która niewprawnego czytelnika może doprowadzić do przekonania o kulturowym determinizmie nie tylko nieuzasadnionym w dobie globalizacji i związanych z nią przepływów, ale i zwykłej atrybucji przyczyn, która zakłada przecież również czynniki dyspozycyjne i sytuacyjne. Drobne uwagi szczegółowe umieściłam w tekście.



Katarzyna Górak-Sosnowska