

Ks. Robert Nęcek - Kraków

ORCID: 0000-0001-8576-9908

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I KOMUNIKACJA BLISKOŚCI. WZAJEMNE UWARUNKOWANIA W ŚWIETLE NAUCZANIA KOŚCIOŁA

Enterprise and proximity's communication. Mutual conditioning in the light of Church-teaching.

Streszczenie

Przedsiębiorczość i komunikacja wzajemnie się przenikają i wymagają funkcjonowania w orbicie praw etycznych. Oznacza to, że etyczny rozwój przedsiębiorczości – w dużej mierze – zależy od komunikacji bliskości w relacjach międzyludzkich. Samo sformułowanie „komunikacja bliskości” pochodzi od papieża Franciszka i wyraża bliskość wobec ludzi w każdych okolicznościach. Bezwzględność wobec słabych i poszkodowanych przez los, podobnie jak nie liczenie się z zasadami etycznymi – pod pozorem, że wymagają tego prawa sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa – może się opłacać jedynie na krótką metę. Bliskość w podejściu do ludzi ukazuje ich podmiotowy, a nie przedmiotowy charakter i przyczynia się do tego, że pracownik utożsamia się z przedsiębiorstwem, w którym pracuje, szanując tych, którzy je prowadzą.

Słowa kluczowe: komunikacja, przedsiębiorczość, człowiek, etyka

Abstract

Entrepreneurship and communication interpenetrate and both require an orbit of moral principles. It means that an ethical enterprise development depends mostly on communicating closeness in interpersonal relations. This uncommon wording “communicating closeness” was used by Pope Francis and indicates closeness towards people in all circumstances. A severity towards the people who are weak and aggrieved by fate and not following moral principles under the guise of efficient development of business might be profitable but only in the short run. The closeness with people treats them as subjects, not objects, and contributes to a worker's identification with their company as well as their respect for employers.

Keywords: communication, enterprise, human, ethics

Wprowadzenie

Papież Benedykt XVI w encyklice *Caritas in veritate* zauważył, że człowiek jest „twórcą całego życia gospodarczo-społecznego, jego ośrodkiem i celem”¹. Dlatego wszystkie podmioty zobowiązane są do ustawienia swoich działań w kierunku jego dobra i godności. Człowiek jest podstawowym kapitałem, który trzeba ocalić i docenić w swojej integralności². Z tej racji jednym z wymiarów jego dowartościowania i uszanowania jest komunikacja bliskości. Samo sformułowanie „komunikacja bliskości” pochodzi od papieża Franciszka i wyraża bliskość wobec ludzi w każdych okolicznościach. Chodzi o to, że bezwzględność wobec słabych i poszkodowanych przez los, podobnie jak nieliczenie się z zasadami etycznymi – pod pozorem, że wymagają tego prawa sprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa – może się opłacać jedynie na krótką metę. Twarde i nieubłagane prawa ekonomii przestają właściwie funkcjonować w nieludzkim środowisku. Oznacza to, że przedsiębiorczość i komunikacja wzajemnie się przenikają i wymagają funkcjonowania w orbicie praw etycznych. Mając tego świadomość papież Franciszek zwrócił uwagę na komunikację konstruktywną, „która odrzucając uprzedzenia wobec innych, sprzyjałaby kulturze spotkania, dzięki której możemy nauczyć się postrzegania rzeczywistości ze świadomą ufnością”³. W ten sposób rodzi się kultura bliskości sprzyjająca zrozumieniu ludzi i pomnażaniu dóbr. W takiej perspektywie zostaną przedstawione: rozwój przedsiębiorczości, komunikacja bliskości jako nośnik mocy oraz wzajemne przenikanie się przedsiębiorczości i bliskości.

I. Rozwój przedsiębiorczości

Kardynał Reinhard Marx zauważył, że ekonomia jest takim obszarem życia, który wpływa na wszystkie pozostałe płaszczyzny ludzkiego działania i wyciska swoje piętno na ludzkich relacjach⁴. Co więcej, ekonomia pozwala ludziom się rozwijać. Jeśli tak, to czym jest rozwój? Otóż rozwój jest procesem, który stwarza osobom możliwości poszerzania szans życiowych. Do najważniejszych z nich należą: długie życie w zdrowiu, dostęp do nauki i cieszenie się godnym życiem, wolność polityczna, gwarancje praw człowieka i poszanowanie własnej

¹ Benedykt XVI, *Encyklika „Caritas in veritate”*, Watykan 2009, nr 25.

² Tamże.

³ Franciszek, *Przekazujmy nadzieję u ufność w naszych czasach. Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, Watykan 2017.

⁴ Por. R. Marx, *Kapitał. Mowa w obronie człowieka*, Kraków 2009, s. 76; K. Homann, *Ökonomik und Ethik*, w: *Wirtschaft und Ethik*, red. G. Baadte, A. Rauscher, Graz 1991, s. 10-12; R. Nęcek, *Die mediale Kommunikation und Entwicklung des Unternehmertums*, „Theologisches”, 1-2/2014, s. 48.

osoby. Inaczej mówiąc, rozwój obejmuje kształtowanie zdolności ludzkich i używanie przez ludzi umiejętności nabytych. Jeśli zabrakłoby tego, to rozwój zamiast rozwijać, przerodziłby się w niebezpieczną frustrację⁵. Z tej racji przedsiębiorczość „ma i zawsze powinna mieć coraz bardziej wielostronne znaczenie”⁶. Oznacza to, że przyjmuje ona dwa wymiary: inżynierski i etyczny.

1. Wymiar inżynierski

Wymiar inżynierski przedsiębiorczości dotyczy zaangażowania technicznego. Podpowiada jakimi środkami można zrealizować założone cele w zakresie wytwarzania, dystrybucji i konsumpcji⁷. Zakłada więc profesjonalizm oznaczający kompetencje, doskonalenie, staranność i nieustanne uaktualnianie umiejętności. Papież Franciszek podkreśla, że „profesjonalizm jest kształtowany, a częściowo również się go nabywa. Sądzę jednak, że do tego, aby się uformował i aby można było go nabyć, od początku muszą być dobre podstawy”⁸. Oznacza to, że w przedsiębiorczości profesjonalizm jest wartością poszukiwaną, a współpraca między ludźmi polega na zawieraniu wolnych umów, a jeżeli tak, to wolny rynek takiej współpracy sprzyja, co więcej

wolny rynek jest najbardziej skutecznym narzędziem wykorzystania zasobów i zaspokajania potrzeb. Dotyczy to jednak tylko tych potrzeb, za których zaspokojenie można zapłacić, to jest które dysponują siłą nabywczą, i tych zasobów, które <nadają się do sprzedania>, czyli mogą uzyskać odpowiednią cenę⁹.

Z drugiej zaś strony biskupi angielscy i walijscy zauważyli, że

sam Adam Smith nie wyobrażał sobie rynku działającego w wolnym od wartości społeczeństwie, ale zakładał, że wybory indywidualnych konsumentów będą podejmowane z uwzględnieniem refleksji moralnej, a przynajmniej wymagań sprawiedliwości¹⁰.

⁵ Por. O. Rodriguez Maradiaga, *Jaki rozwój dla sprawiedliwości społecznej?* „Społeczeństwo”, 5-6/2013, s. 20.

⁶ Benedykt XVI, *Encyklika „Caritas in veritate”*, nr 41.

⁷ Por. O. Rodriguez Maradiaga, *Jaki rozwój dla sprawiedliwości społecznej?*, s. 20.

⁸ Franciszek, *Śłużba Kościołowi Powszechnemu i Kościołom partykularnym. Bożonarodzeniowe spotkanie z Kurią Rzymską (21.12.2014)*, „L'Osservatore Romano” 2/2014, s. 14-15.

⁹ Jan Paweł II, *Encyklika „Centesimus annus”*, Watykan 1991, nr 34.

¹⁰ Biskupi Katoliccy Anglii i Walii, *Wspólne dobro a nauczanie społeczne Kościoła, w: Kościół wobec współczesnych problemów życia gospodarczego. Społeczne dokumenty episkopatów*, red. S. Fel, J. Kupny, Lublin 2002, s. 212.

Trzeba więc stwierdzić, że profesjonalizm zakłada także nieustanne oczyszczanie rozumu i sumienia, gdyż brak tego oczyszczenia – wynikający z przewagi interesu i władzy – prowadzi do etycznego zaślepienia¹¹.

2. Wymiar etyczny

W rozwoju przedsiębiorczości niezwykle istotnym staje się wymiar etyczny. Wiąże się on z ostatecznym celem działania gospodarczego i ekonomii w ogóle jako całości. Obejmuje problemy ludzkich motywacji w powiązaniu z konkretnymi pytaniami: Jak powinno się żyć? Dlaczego ludzie wkładają tak wiele wysiłku w swoją pracę? Czemu te wysiłku służą? Jeśli przedsiębiorczość miałaby kierować decyzjami politycznymi, nie rozróżniając omawianych dwóch wymiarów: inżynierskiego i etycznego, – byłaby pozbawiona sensu, gdyż jednostronne ekonomiczne ujęcie nie uwzględnia całego zakresu wartości ludzkiego życia¹². Dlatego przedsiębiorczość należy rozumieć wielowymiarowo. Wynika to z motywacji etycznych. Chodzi bowiem o to, że

przedsiębiorczość ma przede wszystkim znaczenie ludzkie, a dopiero potem zawodowe. Wpisana jest ona w każdą pracę, pojmowaną jako *actus personae*, dlatego jest rzeczą słuszną, aby każdy pracownik miał możliwość wniesienia własnego wkładu, tak by on sam miał poczucie, że pracuje na swoim¹³.

Oczywiście, dążenie do zysku nie jest niczym złym, co więcej „Kościół uznaje pozytywną rolę zysku jako wskaźnika dobrego funkcjonowania przedsiębiorstwa”¹⁴. Z drugiej jednak strony „rynek nie jest i nie powinien stawać się sam z siebie miejscem przemocy silniejszego nad słabszym”¹⁵, a dzieje się tak wówczas, gdy celem firmy staje się jedynie pragnienie zysku¹⁶.

Gdy zysk zostanie gloryfikowany, wówczas pojawiają się kłamstwa, oszustwa, brak skrupułów, arogancja i głupota. W takiej perspektywie do grona największych skandali należy zaliczyć upadek w 2001 roku jednego z największych energetycznych koncernów Enron, którego kierownictwo oszukiwało akcjonariuszy i pracowników poprzez prostackie, ordynarne fałszowanie bilansu finansowego. Kiedy mactwa ujrzały światło dzienne, koncern upadł, a tysiące ludzi straciło zabezpieczenia emerytalne i znalazło

¹¹ Por. R. Nęcek, *Edukacja medialna w nauczaniu społecznym papieża Franciszka*. Wprowadzenie kardynał Luis H. Villalba, Kraków 2016, s. 41.

¹² Por. O. Rodriguez Maradiaga, *Jaki rozwój dla sprawiedliwości Społecznej?*, s. 21.

¹³ Benedykt XVI, *Encyklika „Caritas in veritate”*, nr 41.

¹⁴ Jan Paweł II, *Encyklika „Centesimus annus”*, nr 35.

¹⁵ Benedykt XVI, *Encyklika „Caritas in veritate”*, nr 36.

¹⁶ Por. R. Nęcek, *Die mediale Kommunikation*, s. 49.

się na bruku¹⁷. Dlatego bez „wewnętrznych form solidarności i wzajemnego zaufania, rynek nie może wypełnić swojej ekonomicznej funkcji. Dzisiaj za- brakło tego zaufania, a utrata zaufania jest poważną stratą”¹⁸. Z tej racji firma będzie miała znaczenie zawodowe dopiero wtedy, kiedy najpierw pojawi się jako „znaczenie ludzkie”¹⁹. Chodzi o to, że przedsiębiorstwo to nie tylko miejsce produkcji ze wskaźnikami opłacalności, ale to nade wszystko „wspólnota osób w czasie”²⁰. W tym kontekście być uczciwym to umieć „wyjść poza ciasny krąg własnych interesów, oddając się i podporządkowując się temu, co samo w sobie jest ważne, co dobre i piękne”²¹. Dlatego człowiek i społeczeństwo, dla którego nic już nie stanowi świętości ulega etycznej dekadencji²².

II. Komunikacja bliskości nośnikiem mocy

Papież Franciszek zauważył, że w komunikacji międzyludzkiej ważną kwestią staje się umiejętność słuchania i odczytywania pozawerbalnego przekazu o doświadczeniach i nadziejach ludzkich, o dążeniach, obawach i troskach²³. Dlatego w systemie komunikacyjnym, „gdzie rządzi logika, w myśl której dobra wiadomość nie chwyta, a zatem nie jest newsem, i gdzie dramat cierpienia oraz tajemnica zła łatwo stają się widowiskiem, można ulec pokusie znieczulenia sumienia lub pogrążenia się w rozpacz”²⁴. Oznacza to, że komunikacja o znieczulonym sumieniu może prowadzić do walki, natomiast komunikacja bliskości wyzwala siłę i moc. W tej perspektywie zostaną omówione: czułość i empatia, a także rzeczowy język komunikacji.

1. Czułość i empatia

Komunikacja bliskości zawiera w sobie czułość i empatię. Bez bliskości nie ma prawdziwego spotkania²⁵. Bliskość nie może nie kształtować sposobu

¹⁷ Por. R. Marx, *Kapitał*, s. 57.

¹⁸ Biskupi Katoliccy Anglii i Walii, *Wspólne dobro a nauczanie społeczne Kościoła*, s. 212.

¹⁹ Benedykt XVI, *Encyklika „Caritas in veritate”*, nr 41.

²⁰ M. Spieker, *Praca, własność i współdecydowanie. Wytyczne chrześcijańskiej nauki społecznej i doświadczenia niemieckie*, „Społeczeństwo”, 3/1997, s. 332.

²¹ Por. D. von Hildebrand, *Prawość*, w: D. von Hildebrand, J. Kłoczowski, J. Paściak, J. Tischner, *Wobec wartości*, Poznań 1982, s. 12-13.

²² Por. Jan Paweł II, *Encyklika „Dives in misericordia”*, Watykan 1980, nr 12.

²³ Por. R. Nęcek, *Edukacja medialna*, s. 94.

²⁴ Franciszek, *Przekazujemy nadzieję u ufność w naszych czasach. Orędzie na 51 Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, Watykan 2017.

²⁵ Tenże, *Adhortacja apostołska „Evangelii gaudium”*, Watykan 2013, nr 171.

komunikowania między ludźmi. Bliskość zakłada czułość. Tymczasem czułość to „słowo niemal zapomniane, którego współczesny świat, my wszyscy potrzebujemy”²⁶. Czułość sprzyja rozwojowi i docenia godność osoby. Z tej racji wyzwała szacunek, czyli świadomość człowieka, że jest się respektowanym jako osoba, która nie może być wykorzystana jako narzędzie, a następnie bezpardonowo porzucona. Każdy chce bowiem mieć szacunek, tożsamość, honor, uszanowanie i uznanie²⁷. Z czułością związana jest empatia. Definiuje się ją jako zdolność do odczuwania emocji innych ludzi. Jest umiejętnością identyfikacji z bólem lub z radością rozmówcy. Tymczasem istnieją osoby zupełnie niezdolne do empatii i budowania więzi z innymi²⁸. Oczywiście zrozumiała jest obawa niepewności: kim jest ten Inny? Poznanie i zbliżenie

wymaga czasu. To jest proces, który wymaga też dobrej woli. Jeżeli zaczniemy znajomość, bazując na stereotypie, nigdy nie zbliżymy się do drugiej osoby. Stereotypowe myślenie jednak trudno jest przewyciężyć, ponieważ ono dobrze wpisuje się w lenistwo człowieka, w lenistwo myślenia²⁹.

Dlatego wyzbycie się myślenia stereotypowego staje się istotne w relacjach przedsiębiorców i ich pracowników.

2. Język skonkretyzowany

W relacjach międzyludzkich, tym bardziej w przedsiębiorstwie, istnieje potrzeba języka rzeczowego, a język taki przystaje do rzeczy, jest skonkretyzowany i wnoszący światło³⁰. Z tej racji z wiary religijnej należy czerpać cenne „wskazania i inspirację do prowadzenia racjonalnego, odpowiedzialnego i pełnego poszanowania dialogu, który przyczyni się do zbudowania społeczeństwa bardziej ludzkiego i wolnego”³¹. W tym kontekście dialog rzetelny rozumiany jest jako środek prowadzący do budowania wzajemności. Oznacza to, że „w dialogu, który zanim stanie się rozmową, musi najprzód być skierowaniem

²⁶ Tenże, *Łatwo mówić o miłosierdziu, trudniej być jego świadkami. Przemówienie podczas czuwania modlitewnego z czcicielami Bożego miłosierdzia (2.04.2016)*, „L'Osservatore Romano”, 5/2016, s. 18.

²⁷ Por. O. Rodriguez Maradiaga, *Jaki rozwój dla sprawiedliwości społecznej?*, s. 23.

²⁸ Por. R. Nęcek, *Radość przejawem komunikacji porozumienia*, „Życie Konsekwane” 4/2017, s. 60-61.

²⁹ R. Kapuściński, *Dalem głos ubogim. Rozmowy z młodzieżą*, Kraków 2008, s. 73.

³⁰ Por. J. Tischner, *Etyka solidarności*, Kraków 2000, s. 17-18.

³¹ Benedykt XVI, *Przybywam jako przyjaciel i zwiastun Ewangelii. Ceremonia powitania w Białym Domu, Waszyngton, 16. 04. 2008*, „L'Osservatore Romano”, 5/2008, s. 40.

własnej uwagi w stronę drugiego, tego właśnie, z kim mamy rozmawiać³². Chodzi o to, że życie człowieka nie jest jedynie zapisem wydarzeń w kronice, ale historią oczekującą wyboru właściwego klucza interpretacyjnego, zdolnego zebrać i wyselekcjonować najistotniejsze dane. Chodzi także o to, że rzeczywistość jako taka nie jest jednoznaczna. Wszystko zależy od spojrzenia i okularów, przez które spoglądamy na świat³³.

III. Przedsiębiorczość i bliskość – wzajemne przenikanie

Niewątpliwie przedsiębiorczość to umiejętność współpracy z ludźmi. Dlatego o powodzeniu konkretnych przedsięwzięć decyduje sposób komunikowania się z ludźmi. Poniekąd przedsiębiorczość i komunikacja wzajemnie się przenikają. Jeśli więc komunikacja będzie budować bliskość między ludźmi, to przedsiębiorczość będzie lepiej funkcjonować i rozwijać się. Oznacza to, że język codziennych odniesień trzeba zainspirować bliskością. Będzie to możliwe, gdy informacja wejdzie w krąg moralności, a ludzie – przedsiębiorcy i pracownicy – staną się wobec siebie solidarni i braterscy.

1. Etyczny wymiar informacji

Jan Paweł II zauważył, że treść przekazu między ludźmi zawsze musi odpowiadać prawdzie i odnosić się z poszanowaniem do sprawiedliwości oraz miłości. Tym bardziej jest to niezwykle istotne, kiedy przekaz kieruje się do młodych pracowników, otwierających się na doświadczenie życia³⁴. W tym znaczeniu należy dobrze zrozumieć strategię informacji kształtującą przedsiębiorstwo poinformowane, do którego należy na dobre i na złe³⁵.

Jak więc funkcjonuje przekaz informacji? Otóż składa się z ona trzech elementów. Do banku informacji napływa z całego świata wiele informacji. Dokonuje się zatem selekcji. Tym sposobem każda informacja jest określonym wyborem dokonany przez konkretnego człowieka. Każdy wybór zaś jest oceną, która wprowadza osobę w pole oddziaływania etycznego. Chodzi o to, że człowiek sam stwierdza, czy dana wiadomość będzie służyć sprawie, czy sprawie zaszkodzi. Ocena zaś tylko wtedy jest oceną odpowiedzialną, kiedy

³² Jan Paweł II, *Encyklika „Redemptor hominis”*, Watykan 1979, nr 11.

³³ Por. Franciszek, *Przekazujemy nadzieję u ufność w naszych czasach*.

³⁴ Por. Jan Paweł II, *Środki społecznego przekazu w służbie chrześcijańskiej promocji młodzieży. Orędzie na XIX Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (15.04.1985)*, w: Tenże, *Dzieła zebrane*, t. 4, Kraków 2007, s. 887.

³⁵ Por. Jan Paweł II, *Środki społecznego przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju*, s. 894.

opiera się na powszechnie uznanych wartościach³⁶. Nietrudno zatem zauważyć, że taki opis informacji łączy się w sposób bezpośredni z moralnym kręgosłupem osoby przygotowującej strategię informacji³⁷. Powstaje więc pytanie o moralne wartości osób wzajemnie się komunikujących.

2. Solidarność i braterstwo

Do kultury przedsiębiorczości – poza komunikacją bliskości – należy solidarność. W nauczaniu społecznym Franciszka widoczny jest wyraźny akcent położony na osobę ludzką jako podmiotu pracy. Z tej racji zwracając się do Papieskiej Akademii Nauk Społecznych stwierdził, że praca nie jest zwykłym czynnikiem produkcji służącym jej efektywności. Co więcej, proces produkcji ma być organizowany w taki sposób, aby umożliwić rozwój osób i pogodzić harmonijne ułożenie sobie pracy oraz życia rodzinnego³⁸. W takim kontekście solidarność jest „zasadą projektowania społecznego, pozwalającą tym, którzy nie są równi, stać się równymi”³⁹. Dodatkowo Franciszek akcentuje postawę braterstwa, która – osobom równym co do istoty, wolności, godności i praw – pozwala uczestniczyć w dobru wspólnym w sposób odmienny, zależny od swoich zdolności i umiejętności⁴⁰. W ten sposób powstaje prawdziwa wspólnota pracownicza. Z tej racji przedsiębiorstwo nie tylko nie może niszczyć wspólnoty pomiędzy osobami, ale powinno ją budować i promować, mając na uwadze większą wydajność i efektywność.

Zakończenie

Reasumując należy stwierdzić, że etyczny rozwój przedsiębiorczości in dużej mierze zależy od komunikacji bliskości w relacjach międzyludzkich. Nieprzypadkowo więc papież Franciszek powiedział:

Chciałbym w związku z tym przyczynić się do poszukiwania otwartego i twórczego stylu komunikacji, który nie będzie nigdy przyznawał złu głównej roli, ale starał

³⁶ Por. Benedykt XVI, *Elementarz Benedykta XVI dla pobożnych, zbuntowanych i szukających prawdy*, Kraków 2008, s. 216.

³⁷ Por. R. Nęcek, *Die mediale Kommunikation*, s. 51.

³⁸ Por. Franciszek, *Braterstwo podstawową zasadą regulującą porządek gospodarczy. Przesłanie do uczestników sesji plenarnej Papieskiej Akademii Nauk Społecznych (24.04.2017)*, „L'Osservatore Romano”, 6-7/2017, s. 13.

³⁹ Tamże, s. 14.

⁴⁰ Tamże.

się ukazywać możliwe rozwiązania, inspirując w ludziach, którym przekazywane są wiadomości, podejście konstruktywne i odpowiedzialne⁴¹.

Słowa papieskie są niezwykle istotne, gdyż bliskość w podejściu do ludzi ukazuje ich podmiotowy, a nie przedmiotowy charakter i przyczynia się do tego, że pracownik utożsamia się z przedsiębiorstwem, w którym pracuje, szanując tych, którzy je prowadzą.

Bibliografia

- Benedykt XVI, *Encyklika „Caritas in veritate”*, Watykan 2009.
- Benedykt XVI, *Przybywam jako przyjaciel i zwiastun Ewangelii. Ceremonia powitalna w Białym Domu, Waszyngton, 16. 04. 2008*, „L'Osservatore Romano”, 5/2008, s. 40.
- Benedykt XVI, *Elementarz Benedykta XVI dla pobożnych, zbuntowanych i szukających prawdy*, Kraków 2008.
- Biskupi Katolicki Anglii i Walii, *Wspólne dobro a nauczanie społeczne Kościoła*, w: *Kościół wobec współczesnych problemów życia gospodarczego. Społeczne dokumenty episkopatów*, red. S. Fel, J. Kupny, Lublin 2002, s. 193-222.
- Franciszek, *Przekazujemy nadzieję u ufność w naszych czasach. Orędzie na 51. Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu*, Watykan 2017.
- Franciszek, *Służba Kościołowi Powszechnemu i Kościołom partykularnym. Bożonarodzeniowe spotkanie z Kurią Rzymską (21.12.2014)*, „L'Osservatore Romano”, 2/2014, s. 14-15.
- Franciszek, *Adhortacja apostołska „Evangelii gaudium”*, Watykan 2013.
- Franciszek, *Łatwo mówić o miłosierdziu, trudniej być jego świadkami. Przemówienie podczas czuwania modlitewnego z czcicielami Bożego miłosierdzia (2.04.2016)*, „L'Osservatore Romano”, 5/2016, s. 18.
- Franciszek, *Braterstwo podstawową zasadą regulującą porządek gospodarczy. Przesłanie do uczestników sesji plenarnej Papieskiej Akademii Nauk Społecznych (24.04.2017)*, „L'Osservatore Romano”, 6-7/2017, s. 13. Hildebrand von D., *Prawość*, w: D. von Hildebrand, J. Kłoczowski, J. Paściak, J. Tischner, *Wobec wartości*, Poznań 1982, s. 12-13.
- Homann K., *Ökonomik und Ethik*, w: *Wirtschaft und Ethik*, red. G. Baadte, A. Rauscher, Graz 1991.
- Jan Paweł II, *Encyklika „Centesimus annus”*, Watykan 1991.
- Jan Paweł II, *Encyklika „Redemptor hominis”*, Watykan 1979.
- Jan Paweł II, *Środki społecznego przekazu w służbie chrześcijańskiej promocji młodzieży. Orędzie na XIX Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (15.04.1985)*, w: Tenże, *Dzieła zebrane*, t. 4, Kraków 2007.
- Jan Paweł II, *Środki społecznego przekazu w służbie sprawiedliwości i pokoju. Orędzie na XXI Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu (24.01.1987)*, w: Tenże, *Dzieła zebrane*, t. 4, Kraków 2007.

⁴¹ Franciszek. *Przekazujemy nadzieję u ufność w naszych czasach*.

- Jan Paweł II, *Encyklika „Dives in misericordia”*, Watykan 1980.
- Kapuściński R., *Dałem głos ubogim. Rozmowy z młodzieżą*, Kraków 2008.
- Maradiaga Rodriguez O., *Jaki rozwój dla sprawiedliwości Społecznej?*, „Społeczeństwo”, 5-6/2013, s. 19-22.
- Marx R., *Kapitał. Mowa w obronie człowieka*, Kraków 2009.
- Nęcek R., *Die mediale Kommunikation und Entwicklung des Unternehmertums.* „Theologisches”, 1-2/2014, s. 47-50.
- Nęcek R., *Edukacja medialna w nauczaniu społecznym papieża Franciszka*. Wprowadzenie kardynał Luis H. Villalba, Kraków 2016.
- Nęcek R., *Radość przejawem komunikacji porozumienia.* „Życie Konsekrowane”, 4/2017, s. 48-61.
- Spieker M., *Praca, własność i współdecydowanie. Wytyczne chrześcijańskiej nauki społecznej i doświadczenia niemieckie.* „Społeczeństwo” 3/1997, s. 327-342.
- Tischner J., *Etyka solidarności*, Kraków 2000.

Ks. Robert Nęcek – dr hab. nauk społ., kierownik Katedry Edukacji Medialnej w Instytucie Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Adres do korespondencji: robert.necek@upjp2.edu.pl