

## SPIS TREŚCI

<b>Wstęp</b> .....	7
<b>Rozdział 1. Podstawy kształtowania moralności i jej miejsce w procesie socjalizacji i wychowania młodzieży</b> .....	11
1.1. Etyka a moralność – podejście socjologiczne .....	11
1.1.1. Moralność i jej modele .....	12
1.1.2. Moralność a orientacje etyczne .....	14
1.2. Między nowoczesnością a ponowoczesnością – od etyki do moralności .....	15
1.3. Typologia przemian wartości moralnych .....	17
1.3.1. Sekularyzacja moralności .....	17
1.3.2. Indywidualizacja moralności .....	20
1.3.3. Przemiana moralności .....	22
1.3.4. Reorientacja moralności .....	25
1.4. Miejsce norm moralnych w procesie socjalizacji i wychowania młodzieży .....	27
1.4.1. Socjalizacja a wychowanie .....	27
1.4.2. Młodzież a proces socjalizacji .....	29
1.5. Rola edukacji w procesie przyswajania norm moralnych .....	32
1.6. Modele kształcenia i wychowania moralnego .....	33
1.7. Podstawa programowa kształcenia ogólnego a edukacja moralna .....	36
Podsumowanie .....	42
<b>Rozdział 2. Rozwój etycznego kontekstu pracy i jej otoczenia instytucjonalnego w myśli chrześcijańskiej</b> .....	45
2.1. Myśl etyczna Starego i Nowego Testamentu .....	45
2.2. Poglądy Ojców Kościoła na problem pracy człowieka .....	50
2.3. Współczesne stanowisko Kościoła rzymsko-katolickiego .....	55
2.3.1. Encyklika <i>Rerum novarum</i> .....	55
2.3.2. Encyklika <i>Quadragesimo anno</i> .....	57

2.3.3. Encykliki <i>Laborem exercens</i> i <i>Centesimus annus</i> .....	58
2.3.4. Encyklika <i>Caritas in veritate</i> .....	62
2.4. Współczesne stanowisko Kościołów protestanckich .....	64
Podsumowanie .....	68
<b>Rozdział 3. Wpływ etyki chrześcijańskiej na rozwój kapitalizmu .....</b>	<b>70</b>
3.1. Max Weber i protestancka etyka pracy .....	70
3.2. Katolicyzm a duch kapitalizmu – poglądy Michaela Novaka .....	74
3.3. Teoria modernizacji Ronalda Ingleharta i Pippy Norris a przemiana wartości pracy ...	80
3.4. Od etyki pracy do etyki konsumpcji – refleksje Zygmunta Baumaną .....	83
Podsumowanie .....	85
<b>Rozdział 4. Instytucjonalizacja zachowań etycznych we współczesnych przedsiębiorstwach .....</b>	<b>87</b>
4.1. Ramy teoretyczne etyki biznesu .....	87
4.2. Etyczność działań gospodarczych z perspektywy koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (CSR) .....	91
4.2.1. Zakres pojęciowy CSR .....	91
4.2.2. Koncepcja <i>stakeholders</i> oraz jej znaczenie dla realizacji założeń CSR .....	95
4.2.3. Podejście profitowe i prospołeczne w realizacji założeń polityki CSR .....	96
4.3. Poziomy analiz etycznych w działalności gospodarczej .....	99
4.4. Narzędzia wdrażania zasad etyki i CSR w przedsiębiorstwie .....	100
4.5. Nauczanie etyki w biznesie jako forma przygotowania do zawodu .....	104
Podsumowanie .....	110
<b>Rozdział 5. Założenia metodologiczne – opis procedury i metod badań własnych .....</b>	<b>112</b>
5.1. Pytania problemowe i tezy pracy .....	112
5.2. Hipotezy badawcze .....	115
5.3. Przyjęta metoda i technika badawcza .....	117
5.3.1. Badanie sondażowe .....	117
5.3.2. Zastosowane statystyczne metody analizy danych empirycznych .....	118
5.4. Narzędzie badawcze .....	119
5.5. Procedura badawcza .....	123
5.6. Grupa badawcza .....	126

<b>Rozdział 6. Postawy młodzieży szkół ponadgimnazjalnych wobec przyszłej pracy – wyobrażenie o sobie, jako przyszłym pracowniku .....</b>	<b>135</b>
6.1. Operacjonalizacja pojęć postawa i opinia .....	135
6.2. Badanie postaw .....	136
6.3. Płeć młodzieży a prezentowane przez nią postawy wobec przyszłej pracy .....	139
6.4. Narodowość młodzieży a prezentowane przez nią postawy wobec przyszłej pracy .....	143
6.5. Wyznanie młodzieży a prezentowane przez nią postawy wobec przyszłej pracy .....	148
6.6. Zaangażowanie religijne młodzieży a prezentowane przez nią postawy wobec przyszłej pracy .....	155
6.7. Doświadczenie młodzieży związane z wykonywaniem pracy zarobkowej a prezentowane przez nią postawy wobec przyszłej pracy .....	160
Podsumowanie .....	163
<b>Rozdział 7. Oczekiwania młodzieży szkół ponadgimnazjalnych wobec przyszłych firm, dotyczące ich relacji z kluczowymi udziałowcami .....</b>	<b>168</b>
7.1. Płeć młodzieży a oczekiwania wobec przyszłych firm, dotyczące ich relacji z kluczowymi udziałowcami .....	169
7.2. Narodowość młodzieży a oczekiwania wobec przyszłych firm, dotyczące ich relacji z kluczowymi udziałowcami .....	176
7.3. Wyznanie młodzieży a oczekiwania wobec przyszłych firm, dotyczące ich relacji z kluczowymi udziałowcami .....	183
7.4. Zaangażowanie religijne młodzieży a oczekiwania wobec przyszłych firm, dotyczące ich relacji z kluczowymi udziałowcami .....	192
7.5. Doświadczenie młodzieży związane z wykonywaniem pracy zarobkowej a oczekiwania wobec przyszłych firm, dotyczące ich relacji z kluczowymi udziałowcami .....	199
Podsumowanie .....	204
<b>Rozdział 8. Oczekiwania młodzieży szkół ponadgimnazjalnych wobec przyszłych firm i podejmowania przez nie działań zgodnych z zasadami społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (CSR) .....</b>	<b>207</b>
8.1. Płeć młodzieży a oczekiwanie od przyszłych firm działań zgodnych z zasadami CSR..	208
8.2. Narodowość młodzieży a oczekiwanie od przyszłych firm działań zgodnych z zasadami CSR .....	212
8.3. Wyznanie młodzieży a oczekiwanie od przyszłych firm działań zgodnych z zasadami CSR .....	216
8.4. Zaangażowanie religijne młodzieży a oczekiwanie od przyszłych firm działań zgodnych z zasadami CSR .....	223

8.5. Doświadczenie młodzieży związane z wykonywaniem pracy zarobkowej a oczekiwanie od przyszłych firm działań zgodnych z zasadami CSR .....	225
Podsumowanie .....	228
<b>Rozdział 9. Obszary etycznego kontekstu firm, mające w opinii młodzieży szkół ponadgimnazjalnych znaczenie dla ich funkcjonowania .....</b>	<b>230</b>
9.1. Pozycjonowanie w badaniu obszarów budujących sukces firmy .....	230
9.2. Mapy poznawcze i skalowanie wielowymiarowe w badaniu opinii młodzieży .....	234
Podsumowanie .....	254
<b>Zakończenie – wnioski z badań i prognozy na przyszłość .....</b>	<b>258</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>276</b>
<b>Załącznik .....</b>	<b>293</b>