

e-mentor

DWUMIESIĘCZNIK SZKOŁY GŁÓWNEJ HANDLOWEJ W WARSZAWIE
WSPÓŁWYDAWCA: FUNDACJA PROMOCJI I AKREDYTACJ KIERUNKÓW EKONOMICZNYCH

2024, nr 3 (105)



Dąbrowski, T. J. (2024). Metaversum a społeczna odpowiedzialność biznesu. *e-mentor*, 3(105), 13–21. <https://doi.org/10.15219/em105.1666>



Tomasz J.
Dąbrowski

Metaversum a społeczna nieodpowiedzialność biznesu

Metaverse and corporate social irresponsibility

Abstract

The Internet as a medium of social communication has a multifaceted impact on reality, and therefore any changes affecting the evolution of this medium attract the attention of researchers. One such change could be the popularisation of the metaverse. The article focuses on an important aspect of this dissemination – its effects in the context of the potential of virtual worlds as an environment creating favourable conditions for socially irresponsible corporate behaviour.

The results of a survey conducted on a sample of 300 organisations present in the Metaverse indicate that they not only perceive the virtual world as an area of new opportunities for socially irresponsible activities, but also agree on the high level of willingness of companies to take advantage of these opportunities, including actions that violate both ethical and legal norms. These findings provide a better understanding of the consequences of the proliferation of virtual worlds, and argue for the need to monitor the pace of their dissemination and undertake studies on appropriate regulations to protect the interests of various stakeholder groups.

Keywords: Metaverse, corporate social irresponsibility, Internet, social communication, Web 3.0

Wstęp

Nowe technologie, zwłaszcza te wywołujące zmiany w sferze komunikacji społecznej, często rodzą nieoczekiwane skutki. Rozwój mediów społecznościowych, mający w założeniu zdemokratyzować internet, stworzył nową rzeczywistość dalece odbiegającą od pierwotnych wyobrażeń. Przekształcenia w modelu komunikacji wykorzystującej internet, opisywane symbolicznie jako przejście od Web 1.0 do Web 2.0, doprowadziły do powstania całkiem nowego środowiska sprzyjającego społecznie nieodpowiedzialnym praktykom biznesu, takim chociażby jak manipulowanie przepływem informacji ułatwiającym rozprzestrzenianie się dezinformacji, stymulowanie zaangażowania emocjonalnego aż do poziomu uzależnienia od social mediów czy dokonywanie na masową skalę naruszeń prywatności związanych m.in. z gromadzeniem danych na temat cech, zachowań i poglądów użytkowników oraz z handlem tymi danymi. Wraz z debiutem kolejnej innowacji – określanej mianem metaversum – mającej ponownie zrewolucjonizować komunikację za pośrednictwem internetu i być podstawą rozwoju Web 3.0 rodzi się pytanie o potencjalne skutki, jakie rozwiązanie to może nieść ze sobą. Szczególnie interesujące byłoby spojrzenie na te skutki w kontekście potencjału metaversum jako kolejnego środowiska tworzącego dogodne warunki do społecznie nieodpowiedzialnych zachowań przedsiębiorstw. Celem artykułu jest poszerzenie wiedzy na temat tego potencjału.

Badania, których wyniki przedstawiono w artykule, miały odpowiedzieć na dwa zasadnicze pytania: (1) jak przedstawiciele organizacji obecnych w metaversum oceniają to środowisko z perspektywy możliwości stosowania w nim praktyk społecznie nieodpowiedzialnych oraz (2) jak oceniają oni skłonność przedsiębiorstw do wykorzystywania tych możliwości. Przeprowadzone badania ilościowe dostarczyły odpowiedzi na obydwie te pytania. Tym samym uzyskane wyniki wnoszą wkład do istniejącej wiedzy w trzech obszarach. Po pierwsze, pozwalają lepiej zrozumieć konsekwencje upowszechnienia się nowej technologii; po drugie, zwiększają znajomość zachowań przedsiębiorstw

z sektorów wykorzystujących tę technologię; po trzecie wreszcie, wzbogacają wiedzę dotyczącą społecznej nieodpowiedzialności biznesu w kontekście dokonujących się zmian technologicznych.

Metaversum – próby definicji

Pojęcie metaversum jest stosunkowo nowe, niejednoznaczne i nie zostało dotychczas dostatecznie zdefiniowane. Stanowi to zasadniczy problem podczas podejmowania jakichkolwiek prób badań dotyczących tej innowacji. Punktem wyjścia w badaniach jest bowiem dokładne określenie ram znaczeniowych danego konstruktów, pozwalających wyraźnie rozgraniczyć czym ten konstrukt jest, a czym nie jest. W przypadku metaversum można odnieść wrażenie, że jest to raczej dość pojemne zbiorcze hasło a nie pojęcie o wyraźnie zarysowanych granicach znaczeniowych. Już sam fakt, że zostało ono zaczerpnięte z beletrystyki nadaje mu bardziej literacki niż naukowy charakter.

W dotychczasowych definicjach metaversum określane było jako cyfrowy odpowiednik świata rzeczywistego (Boulos i Burden, 2007) bądź jego metafora pozbawiona fizycznych ograniczeń (Mitchell i Khazanchi, 2012), ale też jako sztuczne środowisko połączone ze światem fizycznym (Lee i in., 2021) lub świat wirtualny, równoległy i niezależny od świata rzeczywistego (Chen i Zhang, 2022). Takie definiowanie metaversum zakładałoby zatem ograniczenie znaczeniowe tego pojęcia do światów mających wprawdzie charakter cyfrowy, jednak zaprojektowanych w taki sposób, że obowiązują w nich istniejące w świecie rzeczywistym prawa fizyki, biologii czy ekonomii. Nie ma zatem w nich miejsca dla teleportacji, jednorożców, elfów czy rosnących cen przy nieograniczonej podaży i równocześnie niewielkim popycie.

Cechami konstytutywnymi metaversum pojawiającymi się w wielu definicjach, formułowanych zwłaszcza w literaturze koncentrującej się na aspektach technicznych, są immersyjność i trójwymiarowość (Davis i in., 2009; Owens i in., 2011). Dodatkowo zwracana jest uwaga na możliwość interakcji między ludźmi za pośrednictwem awatarów, czyli cyfrowych postaci jakimi mogą posługiwać się osoby obecne w metaversum (Owens i in., 2009). Takie podejście zakłada wyeliminowanie fizycznej bariery oddzielającej uczestnika metaversum od świata wirtualnego oraz oznacza brak możliwości mentalnego przebywania jednocześnie w świecie cyfrowym i rzeczywistym. W pewnym sensie osoba wkraczająca do metaversum, znajdując się w nim, nie kieruje awatarem jako odrębną postacią, ale staje się nim, wchodząc w interakcje z elementami wirtualnego otoczenia i innymi osobami lub programami komputerowymi występującymi jako awatary.

Ważną kwestią wymagającą rozstrzygnięcia w definicji metaversum jest charakter desygnatu tego pojęcia. Przez niektórych autorów określenie metaversum odnoszone jest do jednego konkretnego świata wirtualnego np. Second Life (Wasko i in., 2007), inni badacze traktują je jako generalną nazwę abstrakcyjnego świata cyfrowego (Dionisio i in., 2013), jeszcze

inni natomiast uznają za pojęcie zbiorcze, czyli miejsce, w którym różne światy wirtualne współistnieją ze sobą (Shen i in., 2021). W części definicji uwzględniono również możliwości kreowane przez metaversum, określając ten konstrukt mianem przestrzeni, w której poszczególne osoby mogą tworzyć i którą mogą odkrywać z ludźmi pozostającymi fizycznie w innych miejscach (Visconti, 2022).

Po dokonaniu systematycznego przeglądu literatury Ritterbusch i Teichmann (2023) zidentyfikowali 28 definicji pochodzących z artykułów publikowanych w czasopismach naukowych. Przeprowadzenie dalszych analiz uwzględniających częstotliwość pojawiania się w tych definicjach poszczególnych zwrotów i określeń pozwoliło autorom na zaproponowanie dwóch własnych definicji – prostszej i bardziej złożonej. W tej ostatniej zwrócono uwagę na dwa dodatkowe ważne aspekty – zauważono, że metaversum jest środowiskiem mającym charakter trwały (a więc nie jest tworzone na potrzeby danej interakcji) i umożliwiającym nawiązywanie relacji nie tylko społecznych, ale również ekonomicznych.

Nową cechą pojawiającą się w niektórych definicjach metaversum jest integrowanie przez to środowisko wielu technologii (Duan i in., 2021; Lee i in., 2021). Wśród nich wymienia się: 5G, modelowanie 3D, internet rzeczy (IoT), rozszerzoną rzeczywistość (XR), wirtualną rzeczywistość (VR), blockchain, NFT (Barrera i Shah, 2023). Technologie te tworzą ekosystem pozwalający na nawiązywanie i rozwój relacji ekonomicznych, o których pisali w swojej definicji Ritterbusch i Teichmann. Umożliwiają również tworzenie wrażenia trójwymiarowości i kreowanie doświadczeń immersyjnych, do czego odwoływano się w innych, przywoływanych już wcześniej definicjach.

Reasumując dotychczasowe rozważania można wskazać szereg cech dystyngtywnych pozwalających zakreślić granice znaczeniowe pojęcia metaversum. Pierwszą z tych cech jest cyfrowe odzwierciedlenie warunków świata rzeczywistego. Odróżnia ona metaversum od większości gier, w których uczestnik umiejscowiony zostaje w wykreowanym przez twórców gry środowisku, zawieszającym działanie licznych praw natury i wymuszającym postępowanie zgodne z zasadami gry. Inną cechą jest całkowite przeniesienie się osoby wkraczającej do metaversum w świat cyfrowy spowodowane immersją, trójwymiarowym charakterem wirtualnej rzeczywistości i brakiem możliwości oddzielenia się od postaci awatara, za pośrednictwem której wchodzi się w interakcje z otoczeniem (w tym z cyfrowymi postaciami kierowanymi przez innych ludzi lub będącymi jedynie agentami). Ta cecha odróżnia metaversum od pozostałych środowisk cyfrowych, w których dochodzi do bezpośredniej interakcji między ludźmi lub ludzi z „maszynami”. Pozostałe cechy takie jak możliwości twórczych interakcji osób przebywających fizycznie w różnych miejscach, trwałość środowiska, w którym do tych interakcji dochodzi czy kreowanie przestrzeni umożliwiających nawiązywanie relacji społecznych i ekonomicznych nie wyróżniają metaversum spośród

innych rozwiązań, ale w połączeniu z opisywanymi wcześniej specyficznymi właściwościami, pozwalają traktować tę innowację jako odrębny, nowy konstrukt posiadający jednak pewne cechy wspólne z istniejącymi wcześniej cyfrowymi projektami.

Metaversum w kontekście zachowań społecznie nieodpowiedzialnych

Badanie metaversum w kontekście społecznej nieodpowiedzialności biznesu wymaga zdefiniowania nie tylko pierwszego z tych pojęć. Równie ważna jest odpowiedź na pytanie o sposób rozumienia społecznej nieodpowiedzialności przedsiębiorstw i zachowań stanowiących jej przejawy. Zadanie sformułowania odpowiedzi na to pytanie jest relatywnie prostsze niż próby określenia, czym jest metaversum. O ile bowiem metaversum jest konstruktem nowym, jedynie w niewielkim stopniu poddanym dotychczas refleksji naukowej, o tyle koncepcja społecznej nieodpowiedzialności biznesu ma już dość długą historię takiej refleksji – pierwsze prace z tego zakresu powstały w latach 70. XX wieku. W pionierskim artykule zatytułowanym *Social irresponsibility in management* Armstrong stwierdził: „czynem społecznie nieodpowiedzialnym jest decyzja zaakceptowania alternatywy, którą decydent uważa za gorszą, biorąc pod uwagę skutki, jakie rodzi dla wszystkich stron. Na ogół wiąże się to z zyskiem jednej strony kosztem całego systemu” (1977, s. 185).

Rosnące zainteresowanie koncepcją społecznej nieodpowiedzialności przedsiębiorstw, widoczne szczególnie w ostatnich latach, zaowocowało dużym bogactwem nowych definicji, czego efektem jest też zróżnicowanie obecnych w nich spojrzeń. W literaturze można współcześnie zaobserwować występowanie trzech głównych perspektyw (Riera i Iborra, 2017).

Pierwsza z nich odnosi się do podmiotu, z punktu widzenia którego nieodpowiedzialność jest definiowana, umocowanego do wyrażania sądów i rozstrzygnięcia, czy dane zachowanie przedsiębiorstwa jest, czy nie jest, społecznie nieodpowiedzialne. W części definicji przyjmuje się, że podmiotem tym jest niezależny obserwator, którego interes nie jest powiązany z przedsiębiorstwem poddawany ocenie, w innych definicjach natomiast nieodpowiedzialność związana jest z subiektywnym osądem dokonywanym przez interesariuszy i wynika z naruszenia ich interesów.

Druga perspektywa odnosi się do zagadnienia intencjonalności społecznie nieodpowiedzialnego postępowania. W tym zakresie można wyróżnić takie definicje, które zakładają brak złych intencji oraz takie, w których zachowania społecznie nieodpowiedzialne stanowią efekt świadomych decyzji a nawet element strategii przedsiębiorstwa.

Z kolei trzecia perspektywa odnosi się do relacji między społeczną nieodpowiedzialnością a społeczną odpowiedzialnością biznesu. Rozbieżność prezentowanych w definicjach stanowisk dotyczy tego, czy społeczną nieodpowiedzialność przedsiębiorstw

należy traktować jako przeciwieństwo ich społecznej odpowiedzialności, czy też społeczna nieodpowiedzialność stanowi konstrukt odrębny, będący samostannym przedmiotem badań.

Biorąc pod uwagę wskazane rozbieżności trudno o jedną, powszechnie akceptowaną definicję. Można jednak zgodzić się z opinią, że niezależnie od przyjmowanego podejścia wspólnym mianownikiem jest postrzeganie zachowań społecznie nieodpowiedzialnych jako „niemoralnych i/lub niezgodnych z prawem działań przedsiębiorstwa, mających negatywne konsekwencje dla innych” (Lin-Hi i Müller, 2013, s. 1932).

W kontekście tematyki artykułu należy postawić pytanie: czy specyfika nowych technologii generalnie, a oparty na nich projekt metaversum w szczególności, tworzą środowisko sprzyjające społecznie nieodpowiedzialnym zachowaniom przedsiębiorstw? Wydaje się, że istnieje szereg argumentów, aby odpowiedź na tak sformułowane pytanie była twierdząca. Nowe technologie zwiększają asymetrię informacyjną między stosującymi je przedsiębiorstwami (w tym twórcami tych technologii) a konsumentami. Z jednej strony otwierają przed przedsiębiorstwami coraz szersze możliwości gromadzenia informacji na temat użytkownika i przekształcania ich w wiedzę na jego temat, która jest wykorzystywana podczas kolejnych interakcji, z drugiej ograniczają zdolności użytkownika do zachowania kontroli nad udostępnianymi (często nieświadomie) danymi i utrudniają racjonalną ocenę wiarygodności docierającego do niego przekazu. W rezultacie przedsiębiorstwa rozwijają swój potencjał w zakresie manipulowania konsumentami, a konsumenci stają się coraz bardziej podatni na manipulację. Środowisko metaversum jeszcze wzmacnia ten efekt.

Wyniki badań dowodzą, że cechy awatara wzmagają identyfikację użytkownika ze swoją postacią w wirtualnym świecie a identyfikacja ta wpływa na zaufanie wśród członków społeczności. Zaufanie z kolei stanowi jeden z czynników zwiększających zaangażowanie rozumiane jako gotowość do bardziej trwałego pozostawania w metaversum (Kim i in., 2012). Zarówno zaufanie, jak i zaangażowanie zwiększają podatność na manipulację. Dodatkowo niektóre technologie wykorzystywane w ramach metaversum, takie jak *virtual reality* (VR) zapewniająca efekt immersji sprawiają, że zachowania ze świata cyfrowego są kontynuowane poza nim, wpływając na decyzje użytkowników podejmowane po opuszczeniu przestrzeni wirtualnej (Ananthaswamy, 2016).

Inną cechą metaversum jest odmiejszczenie relacji, świadczonych usług czy sprzedaży produktów podlegających obrotowi. Wszystko odbywa się w świecie wirtualnym, całkowicie odseparowanym od przestrzeni fizycznej. Taka sytuacja sprzyja zachowaniom społecznie nieodpowiedzialnym, ponieważ rodzi zasadnicze problemy z pociąganiem do odpowiedzialności podmiotów dopuszczających się takich zachowań. Nie istnieje uniwersalny system prawny obowiązujący w środowisku wirtualnym ani agendy zajmujące się egzekwowaniem prawa, nie ma również powszechnie akceptowanych reguł dotyczących jurysdykcji. Nawet

gdyby takie reguły się pojawiły, odmiejscowienie daje szerokie możliwości stosowania arbitrażu regulacyjnego. Dodatkowo przypisywanie odpowiedzialności jest utrudnione ze względu na wielość aktorów (operator platformy, dostawcy technologii, użytkownicy, podmioty wykorzystujące platformę w komunikacji marketingowej itd.) oraz autonomizację technologii. To ostatnie jest dobrze widoczne chociażby w przypadku generatywnych programów samouczących popularnie określanymi mianem sztucznej inteligencji, w odniesieniu do których opisując ich działanie używa się metafory czarnej skrzynki. Technologie tego typu z pewnością znajdą zastosowanie w metaversum.

Zwraca się również uwagę, że metaversum stanowi środowisko, w którym ochrona prywatności przez użytkowników jest znacznie trudniejsza niż w przypadku tradycyjnych mediów społecznościowych (Ning i in., 2023). Liczba śladów cyfrowych pozostawianych przez osoby przebywające w świecie wirtualnym jest bowiem dużo większa. Zgromadzone informacje mogą być łączone z innymi danymi identyfikującymi użytkownika i wykorzystywane do wpływania na jego działania poza metaversum.

Wczesny etap rozwoju projektu metaversum sprawia, że początkowo zachowania społecznie nieodpowiedzialne mogą być słabo dostrzegalne, bowiem ich skutki dotyczą wąskiego kręgu użytkowników. Jednak wraz z rosnącą skalą zainteresowania środowiskiem wirtualnym oraz poszerzaniem się z jednej strony grupy przedsiębiorstw zaangażowanych w projekt i wykorzystujących możliwości jakie on daje, a z drugiej grona osób korzystających z metaversum, sytuacja będzie ulegać zmianie.

Metaversum jako środowisko sprzyjające społecznej nieodpowiedzialności biznesu – metodyka i wyniki badań

Przeprowadzone badanie miało na celu lepsze zrozumienie podejścia przedsiębiorstw do metaversum m.in. w kontekście zachowań społecznie nieodpowiedzialnych. Zostało zrealizowane na ogólnopolskiej próbie 300 organizacji korzystających ze środowiska

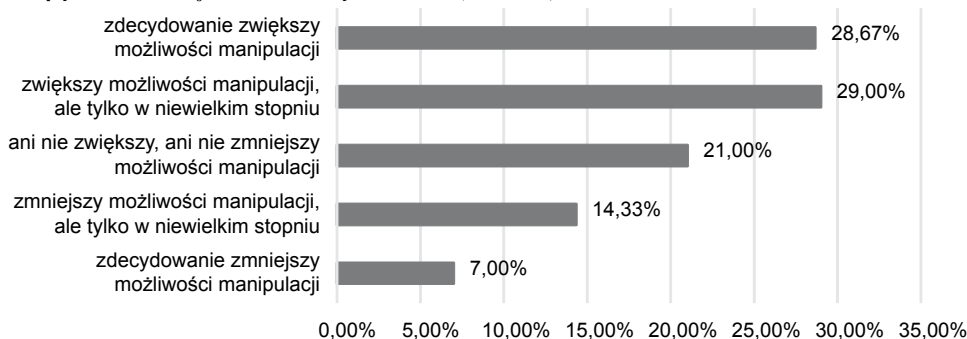
światów wirtualnych. Narzędziem badawczym był kwestionariusz składający się z kilku bloków tematycznych. Wywiady zostały przeprowadzone metodą CATI przez pracowników agencji badawczej w sierpniu 2023 roku. Blok tematyczny poświęcony zachowaniom społecznie nieodpowiedzialnym składał się z ośmiu pytań podzielonych na dwie grupy oraz pytania buforowego oddzielającego ten blok od pozostałych. Pierwsza grupa obejmowała pytania dotyczące oceny środowiska metaversum z perspektywy możliwości stosowania w nim praktyk społecznie nieodpowiedzialnych, a druga pytania odnoszące się do oceny skłonności przedsiębiorstw do ich wykorzystywania. Część pytań miała charakter bardziej ogólny i tworzyła swojego rodzaju „drabinę eskalacyjną”, w obrębie której odwoływano się do praktyk coraz dalej idących – począwszy od manipulowania konsumentami przez szerszą kategorię działań sprzecznych z normami etycznymi aż po zachowania niezgodne z normami prawnymi. Pozostałe pytania dotyczyły konkretnego obszaru – zbierania danych i naruszania prywatności konsumentów.

Uzyskane wyniki wskazują na dużą zgodność opinii przedstawicieli badanych organizacji zarówno w odniesieniu do potencjału metaversum jako środowiska, w którym prowadzone są różnego typu działania społecznie nieodpowiedzialne, jak i skłonności przedsiębiorstw do wykorzystywania tego potencjału. W odpowiedzi na pytanie o wpływ metaversum na zmiany w zakresie możliwości manipulowania konsumentami odsetek respondentów stwierdzających, że możliwości te zwiększą się był niemal trzy razy wyższy niż tych, którzy uważali, że ulegną one zmniejszeniu. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 1.

Jeszcze bardziej spektakularna okazała się dysproporcja w odpowiedziach na pytanie o skłonność przedsiębiorstw do korzystania z oferowanych przez metaversum nowych możliwości w zakresie manipulowania konsumentami. Pytanie to zadano jedynie respondentom, którzy wyrazili wcześniej opinię, że metaversum zwiększa możliwości takiej manipulacji. Wśród tych respondentów odsetek przekonanych o wzroście skłonności przedsiębiorstw do manipulacji był ponad dwudziestokrotnie wyższy niż tych, którzy

Rysunek 1

Wiele przedsiębiorstw stara się w różny sposób manipulować konsumentami. Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na zmianę warunków w tym zakresie (N = 300)

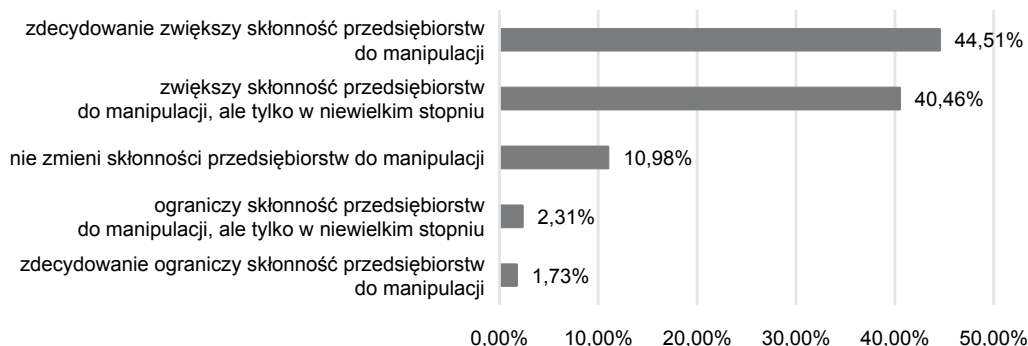


Źródło: opracowanie własne.

Metaversum a społeczna nieodpowiedzialność biznesu

Rysunek 2

Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na wykorzystywanie przez przedsiębiorstwa nowych możliwości manipulowania konsumentami (N = 173)



Źródło: opracowanie własne.

oceniali, że skłonność ta się zmniejszy. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 2.

Kolejny szczebel „drabiny eskalacyjnej” stanowiło pytanie o wpływ metaversum na warunki prowadzenia przez przedsiębiorstwa innych niż manipulowanie konsumentami działań nieetycznych. W tym przypadku nastąpił pewien spadek odsetka respondentów uznających, że świat wirtualny zwiększa możliwości w tym zakresie i niewielki wzrost odsetka osób wyrażających opinię przeciwną. Nadal jednak przewaga odpowiedzi wskazujących na rosnące możliwości była znacząca, bo ponad dwukrotna. Szczegółowe dane zaprezentowano na rysunku 3.

Ponownie, zgodnie z opisanym wcześniej schematem, respondentom przekonanym o tworzeniu przez metaversum nowych możliwości w zakresie zachowań nieetycznych zadano pytanie o ocenę skłonności przedsiębiorstw do korzystania z nich. Odsetek odpowiedzi, w przypadku których wskazano na wzrost skłonności do innych form działań nieetycznych niemal nie uległ zmianie w stosunku do odpowiedzi na pytanie o poziom skłonności do manipulowania konsumentami. Zwiększył się natomiast nieco odsetek respondentów wyrażających przekonanie o spadku tej skłonności. W rezultacie przewaga grupy osób oceniających, że nowe możliwości działań nieetycz-

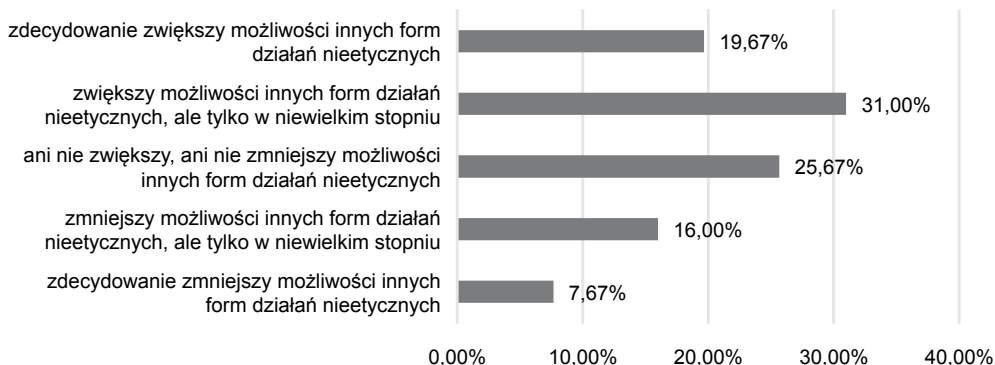
nych, jakie daje metaversum, będą wykorzystywane przez przedsiębiorstwa, stopniała z ponad dwudziestokrotnej do niemal dwunastokrotnej. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 4.

Ostatni szczebel „drabiny eskalacyjnej” określającej stopnie społecznej nieodpowiedzialności obejmował pytania odnoszące się do praktyk naruszających porządek prawny. W pytaniu dotyczącym wpływu upowszechnienia się metaversum na warunki prowadzenia działań niezgodnych z prawem po raz pierwszy mniej niż połowa respondentów stwierdziła, że świat wirtualny zwiększa możliwości w tym zakresie. Tym niemniej odsetek badanych podzielających ten pogląd nadal był znacząco, bo niemal dwukrotnie wyższy niż odsetek osób uznających, że metaversum ograniczy możliwości działań naruszających normy prawne. Szczegółowe dane zawiera rysunek 5.

Postępując według prezentowanej już procedury, respondentom, którzy identyfikowali metaversum jako środowisko zwiększające możliwości podejmowania działań sprzecznych z prawem zadano pytanie o ocenę skłonności przedsiębiorstw do ich wykorzystywania. Po raz kolejny przytłaczająca większość badanych była zdania, że przedsiębiorstwa będą skłonne korzystać z możliwości, jakie daje świat wirtualny w zakresie społecznie nieodpowiedzialnego postępowania.

Rysunek 3

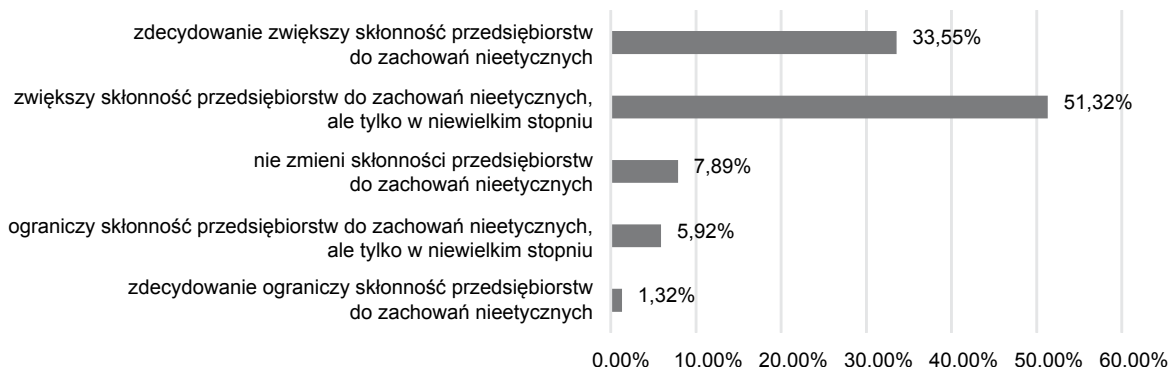
Manipulacja konsumentami to tylko jedna z form nieetycznych działań przedsiębiorstw. Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na zmianę warunków w odniesieniu do innych form tego typu działań (N = 300)



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 4

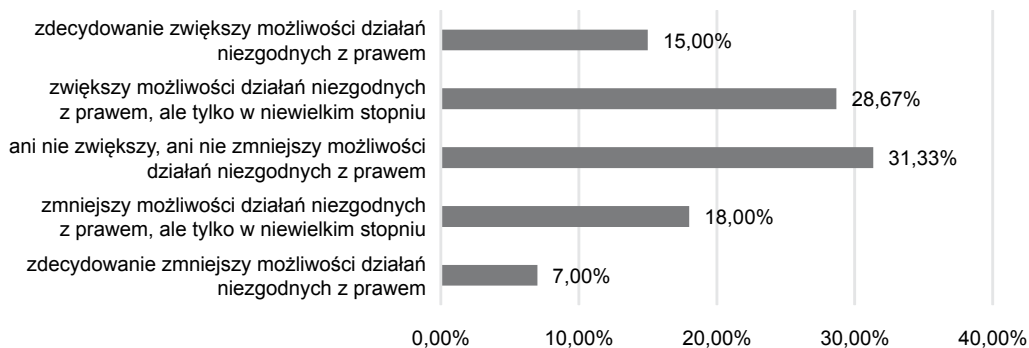
Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na wykorzystywanie przez przedsiębiorstwa nowych możliwości dotyczących innych form działań nieetycznych (N = 152)



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 5

Podejmowane przez przedsiębiorstwa działania niekiedy są nie tylko nieetyczne, ale również niezgodne z prawem. Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na zmianę warunków w odniesieniu do działań niezgodnych z prawem (N = 300)



Źródło: opracowanie własne.

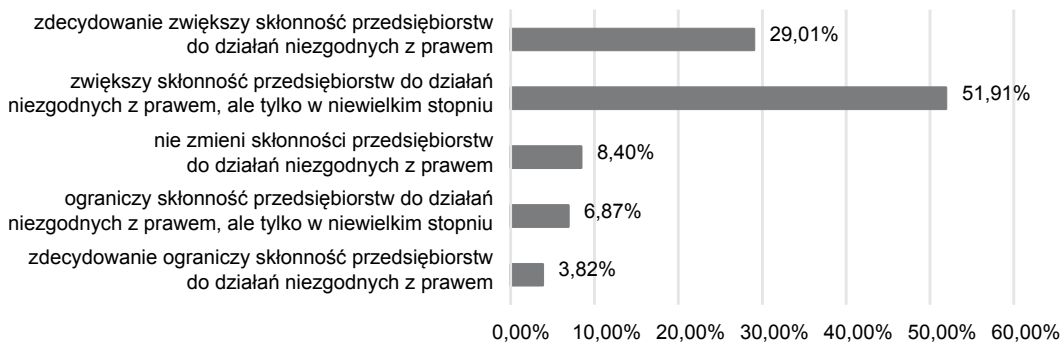
Odsetek respondentów wyrażających taką opinię był ponad siedmiokrotnie wyższy niż osób mających zdanie przeciwne. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku 6.

Ostatnia para pytań odnosiła się do wpływu metaversum na warunki stosowania przez przedsiębiorstwa społecznie nieodpowiedzialnych praktyk należących do konkretnej kategorii – zbierania danych na temat

konsumentów i naruszania ich prywatności. Zdecydowana większość – dwie trzecie – respondentów oceniła, że upowszechnienie się światów wirtualnych przyczyni się do wzrostu możliwości w zakresie zbierania danych i naruszania prywatności konsumentów. Odsetek badanych podzielających taki pogląd okazał się ponad trzy razy wyższy niż osób przekonanych, że metaversum zmniejszy możliwości przedsiębiorstw

Rysunek 6

Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na wykorzystywanie przez przedsiębiorstwa nowych możliwości w zakresie prowadzenia działań niezgodnych z prawem (N = 131)



Źródło: opracowanie własne.

Metaversum a społeczna nieodpowiedzialność biznesu

w sferze gromadzenia danych i naruszania prywatności. Szczegółowe dane zaprezentowano na rysunku 7.

Stosując podejście wykorzystywane przy zadawaniu poprzednich pytań, poproszono respondentów wskazujących na poszerzenie przez metaversum możliwości zbierania danych i naruszania prywatności konsumentów o ocenę skłonności przedsiębiorstw do korzystania z tych możliwości. Przytłaczająca większość była zdania, że przedsiębiorstwa będą je wykorzystywać. Odsetek osób podzielających taką opinię był ponad trzydziestokrotnie wyższy niż odsetek wyrażających pogląd przeciwny. Przy tym tylko marginalna część respondentów twierdziła, że upowszechnienie się światów wirtualnych zdecydowanie ograniczy skłonność przedsiębiorstw do zbierania danych i naruszania prywatności konsumentów. Szczegółowe dane zawiera rysunek 8.

Przedstawione wyniki dowodzą, że metaversum oceniane jest przez przedstawicieli obecnych w nim organizacji jako środowisko poszerzające możliwości podejmowania działań społecznie nieodpowiedzial-

nych. Przekonanie to wydaje się nieco słabnąć wraz z rosnącym stopniem drastyczności naruszania norm – przewaga grupy respondentów wskazujących na wzrost możliwości dopuszczania się praktyk społecznie nieodpowiedzialnych była mniejsza, gdy przedmiotem pytania było naruszanie norm etycznych i uległa dalszemu ograniczeniu, gdy pytanie odnosiło się do naruszania norm prawnych. Jednak nawet w tym ostatnim przypadku odsetek osób uważających, że świat wirtualny tworzy nowe możliwości okazał się znacząco wyższy od odsetka badanych oceniających, że metaversum zmniejszy możliwości działań niezgodnych z prawem. Jednocześnie warto odnotować bardzo silnie zaznaczony pogląd dotyczący wykorzystywania możliwości oferowanych przez rozwój środowiska wirtualnego. W gronie respondentów postrzegających metaversum jako innowację tworzącą korzystne warunki dla zachowań społecznie nieodpowiedzialnych przytłaczającą większość stanowili badani wyrażający opinię, że przedsiębiorstwa będą skłonne korzystać z pojawiających się możliwości.

Rysunek 7

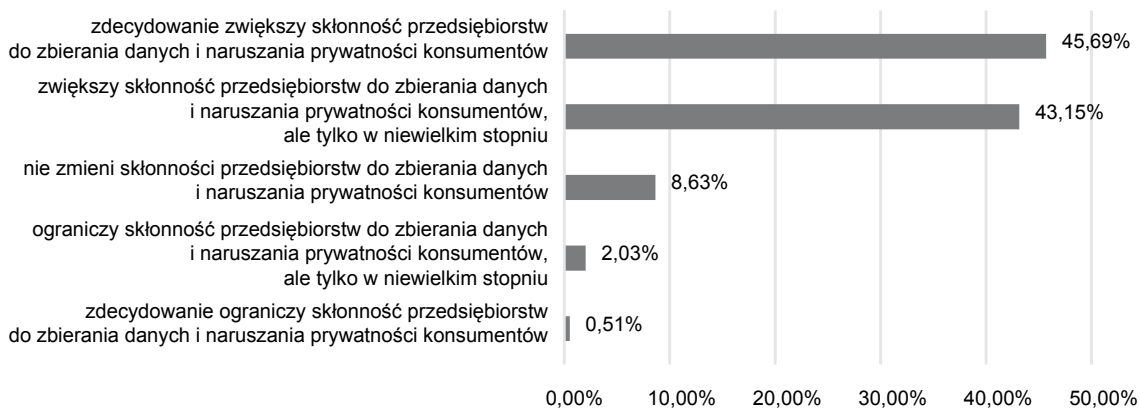
Zagadnieniem budzącym liczne kontrowersje jest gromadzenie przez firmy internetowe dużej ilości danych na temat konsumentów i ich zachowań oraz naruszanie prywatności. Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na możliwości przedsiębiorstw w zakresie zbierania danych i naruszania prywatności konsumentów (N = 300)



Źródło: opracowanie własne.

Rysunek 8

Proszę ocenić, jak upowszechnienie się światów wirtualnych wpłynie na wykorzystywanie przez przedsiębiorstwa nowych możliwości w zakresie zbierania danych i naruszania prywatności konsumentów (N = 197)



Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Ważną cechą innowacji związanych z internetem jest uzależnienie ich sukcesu od osiągnięcia odpowiednio dużej skali upowszechnienia się nowego rozwiązania. Stąd dążenie przedsiębiorstw odpowiedzialnych za rozwój danej innowacji do koncentrowania się na korzyściach, jakie ona niesie, co ma służyć pozyskaniu jak najszerszej akceptacji społecznej. Koncentrowanie się na korzyściach i pomijanie zagrożeń jest tym łatwiejsze, że pierwsze z nich są często widoczne od razu po wprowadzeniu innowacji, a drugie mogą ujawniać się dopiero, gdy nowe rozwiązanie upowszechni się w skali masowej. Przedstawione wyniki badań dowodzą, że problem ten dotyczy również metaversum. Wskazują one, że organizacje postrzegają świat wirtualny jako środowisko tworzące warunki sprzyjające zachowaniom społecznie nieodpowiedzialnym, w tym podejmowaniu działań nieetycznych a nawet naruszających normy prawne. Co więcej, wyniki te każą przewidywać, że przedsiębiorstwa będą skłonne wykorzystywać te warunki. Rodzi to ryzyko, iż wraz z upowszechnieniem się światów wirtualnych wzrośnie liczba podmiotów dopuszczających się tego typu praktyk, a przedsiębiorstwa, które już podejmowały różnego rodzaju nieodpowiedzialne działania, w przyszłości będą to robiły z większą intensywnością.

Dotychczasowy rozwój metaversum nie daje jednoznacznych wskazówek co do szans rozpowszechnienia się światów wirtualnych na masową skalę. Zróżnicowane są również opinie na temat możliwości funkcjonowania systemu ekonomicznego opartego na metaversum (Huawei i in., 2023; Vidal-Tomás, 2023). Badania, których wyniki zostały zaprezentowane pozwalają lepiej zrozumieć konsekwencje, jakie niesłoby ze sobą spopularyzowanie się tej innowacji. Wyniki te dostarczają również argumentów na rzecz podjęcia prac nad odpowiednimi regulacjami w przypadku wzrostu tempa proliferacji światów wirtualnych do poziomu mogącego wywołać zasadnicze zmiany w obrębie internetu jako medium komunikacji społecznej i obszaru aktywności ekonomicznej.

Zastrzeżenie

Badanie zostało sfinansowane ze środków Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH w ramach grantu „Metaversum jako środowisko realizacji strategii zrównoważonego rozwoju – możliwości, zagrożenia i wyzwania”.

Bibliografia

- Ananthaswamy, A. (2016, 4 marca). Virtual reality could be an ethical minefield – are we ready? *New Scientist*. <https://www.newscientist.com/article/2079601-virtual-reality-could-be-an-ethical-minefield-are-we-ready/>
- Armstrong, J. S. (1977). Social irresponsibility in management. *Journal of Business Research*, 5(3), 185–213. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(77\)90011-X](https://doi.org/10.1016/0148-2963(77)90011-X)
- Barrera, K. G. i Shah, D. (2023). Marketing in the Metaverse: Conceptual understanding, framework, and research agenda. *Journal of Business Research*, 155, 113420. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113420>
- Boulos, M. N. K. i Burden, D. (2007). Web GIS in practice V: 3-D interactive and real-time mapping in Second Life. *International Journal of Health Geographics*, 6(51), 1–16. <https://doi.org/10.1186/1476-072X-6-51>
- Chen, D. i Zhang, R. (2022). *Exploring research trends of emerging technologies in health metaverse: A bibliometric analysis*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3998068>
- Davis, A., Murphy, J., Owens, D., Khazanchi, D. i Zigers, I. (2009). Avatars, people, and virtual worlds: Foundations for research in metaverses. *Journal of the Association for Information Systems*, 10(2). <https://doi.org/10.17705/1jais.00183>
- Dionisio, J. D. N., Burns III, W. G. i Gilbert, R. (2013). 3D Virtual worlds and the metaverse: Current status and future possibilities. *ACM Computing Surveys (CSUR)*, 45(3), 1–38. <https://doi.org/10.1145/2480741.2480751>
- Duan, H., Li, J., Fan, S., Lin, Z., Wu, X. i Cai, W. (2021). Metaverse for social good: a university campus prototype. *Proceedings of the 29th ACM International Conference on Multimedia* (s. 153–161). <https://doi.org/10.1145/3474085.3479238>
- Huawei, H., Qinnan, Z., Taotao, L., Qinglin, Y., Zhao, Y., Junhao, W., Jiajing, W. i Zheng, Z. (2023). Economic Systems in the Metaverse: basics, state of the art, and challenges. *ACM Computing Surveys*, 56(4), 1–33. <https://doi.org/10.1145/3626315>
- Kim, C., Lee, S. G. i Kang, M. (2012). I became an attractive person in the virtual world: Users' identification with virtual communities and avatars. *Computers in Human Behavior*, 28(5), 1663–1669. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.04.004>
- Lee, L. H., Braud, T., Zhou, P., Wang, L., Xu, D., Lin, Z., Kumar, A., Bermejo, C. i Hui, P. (2021). *All one needs to know about metaverse: A complete survey on technological singularity, virtual ecosystem, and research agenda*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11200.05124/8>
- Lin-Hi, N. i Müller, K. (2013). The CSR bottom line: Preventing corporate social irresponsibility. *Journal of Business Research*, 66(10), 1928–1936. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.015>

Kompletna bibliografia dostępna jest w internetowej wersji czasopisma.

Tomasz J. Dąbrowski jest doktorem nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii, doktorem habilitowanym nauk społecznych w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości, profesorem SGH, pracownikiem Instytutu Zarządzania Wartością w Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie. Jest prekursorem polskich badań nad reputacją przedsiębiorstwa, autorem najczęściej cytowanej monografii poświęconej tej tematyce *Reputacja przedsiębiorstwa. Tworzenie kapitału zaufania*. Obecne zainteresowania badawcze koncentruje na społecznej ocenie organizacji, jej determinantach i konsekwencjach. Jest autorem bądź współautorem blisko 70 publikacji krajowych i zagranicznych, w tym wydanej w 2022 r. pierwszej w Polsce monografii poświęconej społecznej odpowiedzialności i nieodpowiedzialności biznesu.

POLECAMY

Międzynarodowy Kongres Stosowanych Nauk Społecznych
(ang. International Applied Social Sciences Congress),
2–5 października 2024 r., Peja (Kosowo) i online

Kongres odbędzie się dzięki współpracy kilku uczelni: Uniwersytetu Haxhi Zeka w Peja w Kosowie z Uniwersytetem Maltańskim, Akademią Studiów Ekonomicznych Mołdawii i Wydziałem Zarządzania Turystyką i Hotelarstwem Uniwersytetu w Rijece (Chorwacja). Jego głównym celem jest przyczynienie się do rozwoju cywilizacji poprzez dzielenie się i rozwijanie badań naukowych, praktyk i doświadczeń z zakresu nauk społecznych i humanistycznych, nauk o edukacji, nauk o sporcie, sztuk pięknych, nauk przyrodniczych i inżynierii oraz tworzenie nowych perspektywy. Tegorocznym tematem Kongresu, którego głównym hasłem jest „Wiedza stosowana dla zrównoważonej przyszłości”, będzie „Zarządzanie ryzykiem w kierunku zrównoważonej przyszłości”.

„E-mentor” jest jednym z partnerów wydarzenia.

Więcej informacji na stronie organizatora: <https://iasoscongress.org/en/>



Anna Rogozińska-Pawelczyk, Agnieszka Sitarska-Piwko, *Zarządzanie w zgodzie z człowiekiem. O roli kontraktu psychologicznego w budowaniu nowoczesnych organizacji*

Książka wprowadza czytelników w świat złożonych kontekstów zmieniającego się charakteru pracy, które powodują powstanie nowego typu relacji pracodawca – pracownik w warunkach nowej organizacji. Stanowi ona próbę zebrania nowatorskich współczesnych myśli oraz rozwinięcia dotychczasowych prac nad kontraktem psychologicznym. Autorki analizują naturę kontraktu psychologicznego i jego znaczenie w kontekście relacji zachodzących w organizacji oraz wskazują, jak zarządzać kontraktem psychologicznym we współczesnej organizacji poprzez użycie różnorodnych narzędzi. Opracowanie podzielone jest na dwie części, które składają się na, z początku teoretyczne, a następnie praktyczne, inspirujące, nowatorskie rozważania na temat przyczyn, konsekwencji i aspektów nowego, wyłaniającego się kontraktu psychologicznego. Kolejne rozdziały są ilustrowane teorią i wynikami badań empirycznych, a także przykładami praktycznych metod rozwiązywania problemów. Unikatowa perspektywa teoretyczna oraz wiedza praktyczna na temat zarządzania kontraktem psychologicznym dedykowane są menedżerom, specjalistom HR, trenerom, coachom

chcącym zastosować kontrakty psychologiczne w swojej praktyce zawodowej oraz rozwijać bardziej świadomie i empatycznie relacje z pracownikami. Publikacja może okazać się również przydatna pracownikom akademickim, studentom i absolwentom studiów na kierunkach ekonomicznych, psychologicznych i społecznych.

Opis pochodzi ze strony wydawnictwa: <https://ksiegarnia.difin.pl/zarządzanie-w-zgodzie-z-czlowiekiem-o-roli-kontraktu-psychologicznego-w-budowaniu-nowoczesnych-organizacji>

Wydawca: Difin, Warszawa, 2024.



Karolina Kocemba, *Poczekalnie. Interakcje w przestrzeniach edukacji prawniczej a sfera publiczna*

Istnieje rozdzźwięk między oficjalnym, wyidealizowanym obrazem wydziałów prawa a rzeczywistością, którą możemy odczytać na podstawie przestrzeni i odbywających się w niej interakcji. Wydziały nie przypominają miejsc rozwoju czy tworzenia wspólnoty, a raczej poczekalnie, gdzie przebywa się z konieczności, w oczekiwaniu na coś lepszego, na jakąś aktywność. Edukacja prawnicza to etap przejściowy, który należy przeczekać i przetrwać. Wydziały prawa opuszczają prawnicy, których ustawienia fabryczne są w „trybie poczekalni”, obejmującym postawy takie jak bierność i zdolność podporządkowania się. Bez zmiany „trybu poczekalni” prawnicy nie będą potrafili reagować na kryzysy wymiaru sprawiedliwości czy demokracji ani walczyć o sprawiedliwość; nie będą samodzielni w myśleniu, staną się koniunkturalistami. Rozwiązaniem jest zmiana „ustawień fabrycznych” przyszłych prawników z „trybu poczekalni” na „tryb obywatelskość”.

Opis pochodzi ze strony wydawnictwa: https://scholar.com.pl/pl/ksiazki/13-poczekalnie-interakcje-w-przestrzeniach-edukacji-prawniczej-a-sfera-publiczna.html?search_query=poczekalnie&results=1

Wydawca: Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2024.