

## REFERENCJE

- BLACKSTONE William (1766), *Commentaries on the Laws of England*, księga II, Oxford: Clarendon Press.
- CARROLL Archie (2009), *A history of Corporate Social Responsibility*, [w:] A. CRANE, D. MATTEN, A. MCWILLIAMS, J. MOON, D. SIEGEL D. (red.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford, Oxford Handbooks Online, <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199211593.001.0001/oxfordhb-9780199211593>- dostęp 29.04. 2013.
- DUBBINK Wim, VAN LIEDEKERKE Luc (2009), *A Neo-Kantian Foundation of Corporate Social Responsibility*, "Theory of Moral Practice", vol. 12 nr 2, s. 117-136.
- FRIEDMAN Milton (1970), *The social responsibility of business is to increase its profits*, „New York Times Magazine” z 13 września, s. 122-126.
- GARCIA Cezar (2010), *Rethinking Walter Lippmann's legacy in the history of public relations*, „PRism Journal” nr 7 (1), s. 1-10.
- GASPARSKI Wojciech (red.) (2012), *Biznes, Etyka, Odpowiedzialność*, Warszawa: Wydawnictwo Profesjonalne PWN.
- GOODWIN Craufurd (1995), *The Promise of Expertise: Walter Lippmann and the Policy Sciences*, „Policy Sciences”, vol. 28, nr 4, s. 317-345.
- HOLLINGER David (1977), *Science and Anarchy: Walter Lippmann's Drift and Mastery*, „American Quarterly”, nr 29 (5), s. 463-475.
- LIPPMANN Walter, MERZ Charles (1920), *A Test of the News*, „The New Republic” nr 23, s. 1-42.
- LIPPMANN Walter, (1914), *Drift and mastery*, New York: Henry Holt and Company.
- LIPPMANN Walter, (1920), *Liberty and the News*, New York: Harcourt, Brace and Howe.
- LIPPMANN Walter (1922), *Public Opinion*, New York: Harcourt, Brace and Co.
- LIPPMANN, Walter (1956), *The public philosophy*, New York: The New American Library.
- RICCIO Barry (1994), *Walter Lippmann: Odyssey of a Liberal*, New Brunswick: Transaction Publishers.
- ROK Bolesław (2012), *Społeczna odpowiedzialność biznesu*, [w:] W. GASPARSKI (red.), *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, Warszawa: Wydawnictwo Profesjonalne PWN.
- SALAZAR Jose, HUSTED Bryan (2009), *Principals and Agents Principals and Agents*, [w:] A. CRANE, D. MATTEN, A. MCWILLIAMS, J. MOON, D. SIEGEL (red.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Oxford, Oxford Handbooks Online, <http://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199211593.001.0001/oxfordhb-9780199211593> (dostęp 29.04. 2013).
- STEEL Ronald (1980), *Walter Lippmann and the American Century*, New York: Basic Books.
- VEBLEN Thorstein (1971), *Teoria klasy próżniaczej*, tł. Janina i Krzysztof Zagórscy, wstęp Janusz Górski, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- WALLAS Graham (1914), *The Great Society*, New York: The Macmillan Company.
- WELLBORN Charles (1969), *Twentieth century pilgrimage*, Baton Rouge, MASS: Louisiana State Univeristy Press.

FILOZOFICZNA KONCEPCJA  
ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ PRZEDSIĘBIORSTW  
WEDŁUG WALTERA LIPPMANNA

Streszczenie

Artykuł stanowi próbę pokazania zagadnienia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw z filozoficznej perspektywy obecnej w pismach Waltera Lippmanna. Krótko omówione zostały istotne w tym kontekście elementy biografii autora powiązane z jego twórczością. Następnie przed-

stawione zostało samo pojęcie społecznej odpowiedzialności i jego ewolucja w okresie, w którym powstawały pisma Lippmanna, z naciskiem na amerykański kontekst kulturowo-historyczny. W kolejnej części pokazane zostały dwa różne ujęcia problematyki charakterystycznej dla opisywanego zagadnienia, które odnaleźć można w pismach autora. Pierwsze odnosi się do postulowanej przez autora teorii ekonomii społecznej, drugie powiązane jest ze specyficznym sposobem definiowania społeczeństwa. Wskazane zostały także źródła potencjalnych inspiracji we współczesnych Lippmannowi teoriach ekonomicznych, filozoficznych i społecznych. Niektóre propozycje autora są typowe dla epoki, inne zdają się nosić znamiona innowacyjności.

PHILOSOPHICAL CONCEPTION OF SOCIAL RESPONSIBILITY  
IN THE WRITINGS OF WALTER LIPPMANN

S u m m a r y

The article is an attempt to indicate philosophical aspects of the concept of social responsibility which can be found in the writings of Walter Lippmann. There is a short overview of relevant elements of the author's biography in connection with his philosophical works. Then, the term social responsibility and its evolution in the period when Lippmann's works were written is described with the emphasis on the cultural and historical background. In the next part, two approaches to the concept of social responsibility in business, which can be found in Lippmann's works, are presented. The first one refers to the theory of social economy put forward by the author. The other one is related to a specific definition of the society. Social, philosophical and economic theories which were contemporary for the author and which could have potentially underpinned his ideas are indicated as well. Some solutions and proposals suggested by Lippmann are typical of the discussed era whereas others seem to be innovative.

*Summarised by Eulalia Smuga-Fries*

**Słowa kluczowe:** społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw i biznesu, filozofia Waltera Lippmanna, ekonomia społeczna, amerykańska myśl ekonomiczna.

**Key words:** (corporate) social responsibility, (C)SR, Walter Lippmann's philosophy, social economics, American economic theories.

**Information about Author:** EULALIA SMUGA-FRIES, MA—PhD student at the Faculty of Philosophy, John Paul II Catholic University of Lublin; address for correspondence—e-mail: email: eulalias@wp.pl