

Universitatea Babeș-Bolyai Cluj
Facultatea de Teologie Romano-Catolică

Rezumat

Disertație de doctorat:

„Etica întreprinderii și primul testament”

O analiză prin prizma teologiei legământului sub aspectul special a emoționalității pozitive

Conducător științific
Prof. univ. Dr. Jozsef Marton

Candidat:
Prof. univ. Dr. Anton Burger

Adresă:

Universitatea Catolică Eichstätt-Ingolstadt
Facultatea de Științele economice
Str. Auf der Schanz nr. 49
85049 Ingolstadt
Germania

Privat:
Schauching nr. 46
3143 Pyhra/ St. Pölten
Austria

E-Mail: anton.burger@ku-eichstaett.de, anton.burger@aon.at

2010

(1) Structura generală a lucrării

Prefață, Cuprins, Index (pp. I-IX)

1. **Introducere** (pp. 1-8)
2. **Mesajul pozitiv al legământului vechiului, respectiv primului testament pentru om și lume** (pp. 9-132)
3. **Ideile legământului și etica teologică a economiei și întreprinderii** (pp. 133-240)
4. **Responsabilitate față de legământ, întreprindere și emoționalitate pozitivă** (pp. 241-340)
5. **Concluzii** (pp. 341-346)
6. **Bibliografie** (pp. 347-380)

(2) Rezumatul disertației

(2a) Obiectivul lucrării

Obiectivul tezei de doctorat este: elaborarea unei etici teologice legate de realitatea vieții “emoții pozitive în întreprindere”. Lucrarea are în vizor elaborarea unei etici aplicate, cu caracter normativ și descriptiv.

“**Etica teologică a întreprinderii**” se referă la realitatea actuală a „**întreprinderii**”. Contextul vizat se concentrează asupra grupărilor speciale ale unei societăți moderne, orientate spre piața muncii. Întrucât etica teologică – în sensul unei etice aplicate – este preocupată cu fenomenul întreprinderii, se conturează pe nivelul funcționalității acestei etici următoarele postulate:

- conturarea „**ethos**”-ului creștin, precum și sensului orientativ al său
- elucidarea **consecvențelor** domeniilor de formare, de practică pe paleta realității de viață a întreprinderii

Întreprinderea este o parte activă a sistemului „muncitor” de economie, întrucât în întreprindere lucrează oameni, care colaborează „muncind”. În acest sens formează clasa muncitoare a unei întreprinderi o **societate**, care este orientată înspre scopuri specifice. Muncitorii și colectivul de muncă sunt considerate ca „resurse umane” în sens pozitiv. Prin „resursă” se exprimă potențialul, care există și care trebuie susținut, precum și dezvoltat.

În domeniul psihologiei, al managementului resurselor umane accentul se pune de mult timp asupra diferitelor categorii, precum și asupra importanței „emoțiilor” (de exemplu: motivarea). De regulă sunt analizate emoțiile negative. Preocuparea cu „**emoțiile pozitive**” este o tendință nouă și este considerată ca inovație. Pe acest segment al „emoțiilor pozitive” sunt analizate: lauda, recunoașterea, respectarea valorilor, bunăvoința, simpatia, empatia, cooperarea

etc., precum și efectele lor asupra individului și a colectivității. Aceste emoții au o relevanță importantă și la muncitori în general, dar și pe nivelul relațiilor interpersonale, și în relația conducător-subaltern.

Caracterul **normativ** al acestei etici se concretizează în prezentarea credinței creștine ca factor orientativ în domeniul realității vieții. Cercetările noi legate de conducerea angajaților în întreprinderi, se axează pe tratarea „pozitivă” a omului. În acest context putem formula o primă **ipoteză** a eticii teologice, conform căreia optica pozitivă a omului, promulgată de managementul resurselor umane, de psihologie etc. se bazează de fapt pe **structura antropologică**, pe care o întâlnim deja în Vechiul Testament. Întrucât întreprinderile sunt formate de oameni, și în acest segment ne putem folosi de o idee teologică și anume de construcția teologică a „**legământului**”, care se prezintă ca un element integrativ între Vechiul și Noul Testament.

Din partea **descriptivă** a eticii prezentate se deduc consecvențe generale și speciale pentru comunitatea oamenilor din întreprinderi. Pornind de la bazele normative ale realității cercetate și având în vedere concluziile elucidate: directivele orientative, se caută acum pachetul de **oferte al activităților**, care reglează comportamentul oamenilor dintr-o întreprindere. Prin prisma acestor oferte orientative pe paleta resurselor umane ale întreprinderilor, formulăm a doua ipoteză, conform căreia multe **directive** cu diferite efecte; directive cu o relevanță deosebită legate de tratarea adecvată a persoanei, sunt de regăsit în teologia legământului, care servește ca bază pentru elaborarea noilor directive.

Într-un excurs scurt este tratat legătura eticii cu **neurobiologia**. Aici este cercetată dispoziția de bază a omului, sistemul de motivație, posibila influențare a sistemului nervos din creier etc. În acest context este formulată o a **treia ipoteză**: consecvențele eticii teologice ale întreprinderii referitoare la comportamentul uman în întreprinderi, precum și cunoștințele noi ale științelor

economice și psihologie, legate de emoțiile pozitive sunt validate de cercetările moderne al creierului.

Pe tot parcursul cercetării devine evident că între etica teologică, științele economice, psihologie, sociologie și neurobiologie putem vorbi despre o orientare interdisciplinară, care în primul rând se concretizează prin etica aplicată.

(2b) Desfășurarea cercetării

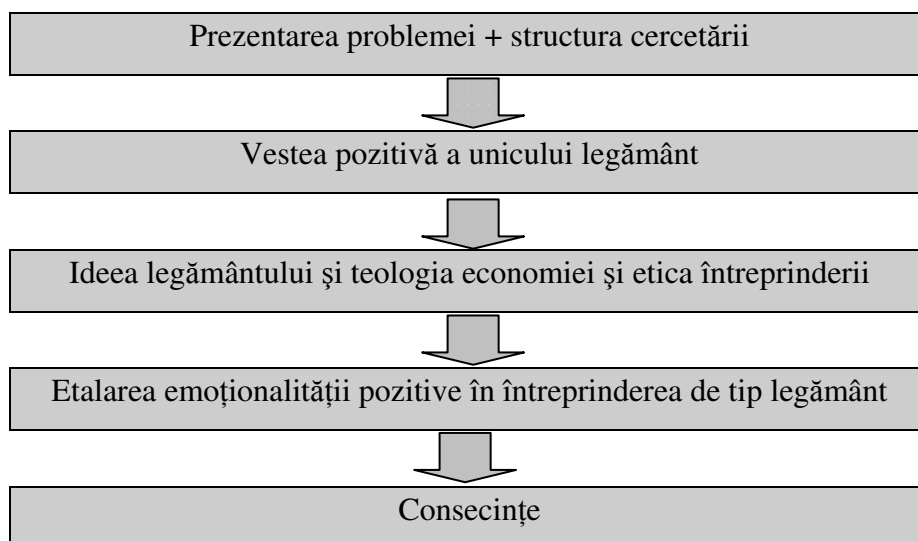
Cercetarea de față este divizată în trei capitole majore.

În **capitolul doi**: se elaborează „bazele normative”. Cu ajutorul teologiei legământului se prezintă directivele orientative referitoare la „**Conviețuirea oamenilor în întreprindere**”. Întrucât teologia legământului prezintă elementul de continuitate între Vechiul și Noul Testament, într-un prim pas, se pune un accent deosebit pe relația dintre cele două testamente. Legat de această temă, sunt deduse principii pozitive din Vechiul Testament, și este prezentat „legământul” dintre Dumnezeu și om ca fiind scopul de bază al Sfintei Scripturi.

Capitolul al treilea are ca scop stabilirea legăturii dintre ideea de legământ și teologia eticii economiei și a întreprinderii. Într-un prim pas se transpune ideea legământului din contextul ei biblic la structurile societății moderne, și la conceptul întreprinderii, după care se optează pentru prezentarea unei „etici economice”. Elaborarea și dezvoltarea unei astfel de etici este necesară, deoarece ar putea sluji la soluționarea problemelor cu caracter normativ, cum ar fi: „îmbunătățirea (maximalizarea) tuturor” sau a celor care rezultă din problemele raționalității. La sfârșitul acestui capitol interesul cercetării se concentrează asupra elaborării unei etici teologice ale economiei și ale întreprinderii.

Capitolul patru pornește de la baza normativă a capitolului doi și de la problematica unei etici teologice, prezentată în capitolul trei. În acest capitol se trag concluzii din structura legământului pentru întreprindere, precum și pentru cultivarea și dezvoltarea emoțiilor pozitive. În acest context se stabilește o diferențiere cu dublă dimensionalitate: pe o parte se accentuează dimensiunea interpersonală și colectivă a membrilor legământului; pe de altă parte se prezintă o cercetare cu perspective scurte, medii și vaste. Întrucât se optează pentru stabilirea emoțiilor pozitive, discutăm în acest segment despre „emoționalitatea pozitivă”. Într-un excurs se stabilește legătura cu neurobiologia, iar în acest segment accentul cade asupra dispoziției de bază al omului, asupra structurii mostrelor de comportament, precum și asupra exersării/ învățării comportamentului în general, care au un efect aparte, o influență puternică asupra schimbărilor neuronale în creier. Legat de etica teologiei se formulează două întrebări.

În fiecare capitol sunt rezumate cunoștințele obținute, care slujesc ca bază de pornire pentru elaborările următoare. În acest sens, capitolul al cincelea poate să fie tratat ca un rezumat care se limitează la tezele obținute. Schema 1. prezintă desfășurarea cercetării vizate:



(2c) Ipotezele cercetate și rezultatele esențiale

Primele **întrebări cercetate** sunt orientate înspre caracterul normativ al eticii teologice ale întreprinderii, și se focusează înspre întrebarea: în ce măsură se poate afirma că antropologia cultivată de managementul „pozitiv” al resurselor umane, ale psihologiei „pozitive” etc. este cultivată și folosită deja în primul testament, precum în conceptul legământului Vechiului și Noului Testament.

Unicul legământ, pe care noi îl clasificăm ca legământ divin, este fondat în primul testament și reînnoit de mai multe ori în diferite contexte istorice; cu legământul nou, al doilea testament aduce o viziune lărgită, nouă, adâncită a unicului legământ. Ideea legământului este de mare folos în încercarea **analizei societății moderne**; fie că vorbim de o analiză generală, fie una specială, cum ar fi analiza întreprinderii. În cercetarea problemelor de gen economic ale societății moderne și ale diferitelor instituții, structura legământului va fi luată ca principiul central și orientativ. Ideea legământului prezintă **optica de bază în încercarea de a analiza societatea și întreprinderea**. Pentru a elucida importanța acestei optici esențiale, facem diferență dintre unicul legământ divin și legămintele (contractele) lumești (în plural), care sunt reductibile la structuri strict umane.

Legământul divin se prezintă prin două dimensiuni: una verticală și una orizontală. Iubirea și fidelitatea necondiționată și neîntreruptă al lui Dumnezeu este tratat ca prezență îngrijitoare, benevolă a Lui. Această iubire și fidelitate se manifestă și se prezintă ca factor vital

- **în viața fiecărui om**
- **în relația interumană**
- **în colectivități.**

Manifestarea în viața oamenilor este tratată ca **dimensiunea „intrapersonală” a legământului**. Din această direcțiune verticală rezultă o realitate experimentabilă pentru om: mântuire și binecuvântare, așa că în „aici și acum” primește omul bucurie, noroc, susținere, ocrotire, libertate etc. Aceste categorii sunt numite ulterior „**emoții pozitive**”. Legământul divin conduce pe acest nivel intrapersonal la aceste emoții pozitive.

În dimensiunea orizontală a legământului divin putem localiza manifestarea **interumană** a lui Dumnezeu, și legat de asta, se poate vorbi despre **dimensiunea „interpersonală” a legământului**. Oamenii ajung la experimentarea anumitelor realități, cum ar fi: respect reciproc, recunoaștere, lauda, benevolență, bunătate, pe un nivel comun lor, care devine locul adevăratelor valori: bucurie, noroc, susținere, ocrotire, libertate etc. Și această dimensiune interpersonală a legământului conduce la „**emoții pozitive**”.

Cercetarea de față diferențiază și o „**dimensiune colectivă**” a instituțiilor lumești. Această denumire se referă de fapt la instituții ale societății, care sunt formate din mai mulți oameni, și care pot fi clasificate ca „societăți” sau „sisteme sociale”. Aceste instituții formează structura întregii societăți. Valorile, normele, practici de comportament de bază etc., care în aceste instituții sunt prezente, respectate și trăite, conduc din dimensiunea colectivă a instituției respective la diferite emoții. Toate acestea formează o „**cultură**”, un climat, o atmosferă etc. într-o instituție.

În „unicul legământ” al lui Dumnezeu cu omul, se prezintă primul și al doilea legământ ca pe o unitate absolută. Scopul acestui legământ este formarea unei **comunități** intense, care cuprinde pe planul **vertical** comuniunea dumnezeiască, iar pe plan **orizontal** comuniunea umană. Experimentarea legământul din partea omului are ca rezultat un concept specific despre sine, despre om și despre lume.

În acest context expresia: „dumnezeu” nu poate să fie interpretat ca **verticalitate**, care implică numai orientare interioară a lui Dumnezeu, care nu are efect asupra comportamentului interuman și asupra lumii reale. Tot așa, „dumnezeu” nu poate fi gândit exclusiv pe un **plan orizontal** ca un fel de „cifră”, care are o anumită relevanță pentru comuniunea oamenilor, fără să aibă vreo trimitere la Dumnezeu. Drept consecință s-ar pierde conținutul/însemnătatea drumului lui Dumnezeu cu oamenii, precum și caracterul lui orientativ pentru conviețuire.

Mesajul de bază al Primului și al celui de al Doilea Legământ asigură binecuvântare și mântuire așa în viața actuală, cât și în viața de apoi, tuturor oamenilor, care acceptă apropierea plină de dragoste a lui Dumnezeu și devin părtași legământului său. Pozitivul mesajului Legământului se prezintă în:

- **relația** fără întrerupere a lui Dumnezeu, față de oameni și de lume, care dăruiește har și libertate,
- **acțiunile preliminare** ale mântuirii și ale eliberării
- **drumul înspre o omenire împlinită**, care are ca rezultat **conviețuirea reușită** atât pe plan vertical, cât și orizontal.

Legământul se prezintă printr-o dublă acceptanță: un „**Da**” față de Dumnezeu și unul față de oameni. **Antropologia cultivată de unicul Legământ** este una categoric **pozitivă**. În momentul, în care **managementul „pozitiv” al resurselor umane și psihologia „pozitivă”** optează pentru aspecte pozitive, se poate observa că fac o trimitere – cel puțin parțială – la această antropologie a legământului biblic. Din punct de vedere al **eticii teologice ale întreprinderii** aceste paradigme antropologice se prezintă pe un plan orizontal. În acest context din această optică se trag anumite consecințe în discursul social

- pe o parte pe dimensiunea **verticală**

- pe de altă parte se prezintă aspecte **orizontale lărgite**.

Problema secundă a cercetării este orientată înspre conturarea directivelor concrete și activităților în realitatea concretă a întreprinderii, care vizează etalarea și perfecționarea emoțiilor pozitive la fiecare om, legat de comportamentul interuman, precum și în colectivul întreprinderii.

Ideile de bază ale legământului pot fi aplicate și în societățile mondene, întrucât Unicul Legământ se prezintă ca și conturul tuturor organizațiilor lumești. Societatea umană (modernă) poate să fie concepută ca un sistem al diferitelor structuri, care se suprapun sau se găsesc unul lângă celălalt, sau ca sisteme treptate ale diferitelor structuri de legăminte. Întreprinderile formează un legământ monden cu o structură triadică. O **teorie teologică a întreprinderii** tratează altfel de întreprinderi ca legăminte mondene, care prezintă în formă explicită sau implicită norme și reguli ale vieții, care sunt tipice unei comunități ale legământului, ale comunității Unicului Legământ. Ca atare, aceste comunități sunt bazate pe relații de încredere și loialitate, și sunt orientate înspre scopuri comune ale legământului.

În legământul lumesc respectarea **demnității personale** întrece simpla „reciprocitate convențională”. Omul nu este tratat în cadrul „funcționalității” lui, nu este **niciodată numai obiectul scopului**.

O „**etică economică**” pleacă de la paradigma unei colaborări interumane, care prezintă favoruri reciproce, care la urma lor sunt bazate pe calcule individuale cu efect pozitiv sau negativ. „Regula de bază” sau regula normativă a acestei etici este: „optimizarea tuturor” oamenilor. În acest sens morala se reduce la cadrul socio-economic dat, iar „regulile de joc” ale economiei sau ale întreprinderii variază între „structurile de dilemă” („concurență”) și „structurile

ocolitoare („schimb”). Prin asta se încearcă protejarea „investițiilor” de exploatare și totodată optimizarea proceselor de schimb pe piața economiei.

Etica economică se prezintă totuși ca un sistem redus. În primul rând, legat de ideea regulativă, se ridică multiple **probleme referitoare la principiul perfecționării și valorificării** tuturor. Pe plan secund, evoluția formală a cadrului socio-economic primește un caracter **ex-post-reparatoric**, atât în economie, cât și în întreprindere, ceea ce are ca rezultat faptul că în actuala evoluție se resimte o tendință înspre exploatare.¹ Lucrarea de față optează pentru necesitatea elaborării unui „ethos lărgit de acționare” referitoare la activitate, precum și la responsabilitatea ordinii și discursului al întreprinderii. Legat de această întrebare se tematizează și conceptul unei raționalități și intereselor proprii limitate.

În cadrul unei structuri de „reciprocitate convențională” se concentrează în mod deosebit asupra „**apostolatul**” creștin, care este orientat înspre „acțiunea” și „cuvântul” participanților legământului. Asta implică de fapt invitația **partenerului legământului**, al omului, la acțiune în spiritul mesajului acestui legământ. În consecință, putem deduce din acest context anumite structuri pentru o „ordine adecvată temporară”, cum ar fi

- structuri în **discurs-ul** pentru înființarea și perfecționarea unor **reguli formale al contextului**, care sunt elaborate în spiritul legământului dumnezeiesc
- structuri legate de munca în întreprindere, pentru a înființa și perfecționa **reguli informale al contextului**, prin mărturia comună a vieții, care izvorăște din spiritul legământului dumnezeiesc.

¹ În disertația de față în notele de subsol este analizat detaliat criza economică din 2008/2009: vezi capitolul 3.4.3.4. a disertației.

O **etică economică teologică** nuanțează ethos-ul teologic al legământului, pe care îl prezintă ca bază pentru ideile de formare ale contextului, precum ca punct de referință a intereselor actorilor economici. O astfel de etică deduce din structura legământului consecințele ei referitoare la realitatea „economică”.

O **etică teologică a întreprinderii** vede în ethos-ul teologic al legământului suportul contextual atât pentru întreprindere, cât și pentru legământul monden al întreprinderii. În consecințele ei se poate face o diferențiere între o **responsabilitate externă și una internă**. Din interferența acestora rezultă acțiuni (economice).

Regulile constitutive ale întreprinderii conțin reguli formale și informale, cum ar fi

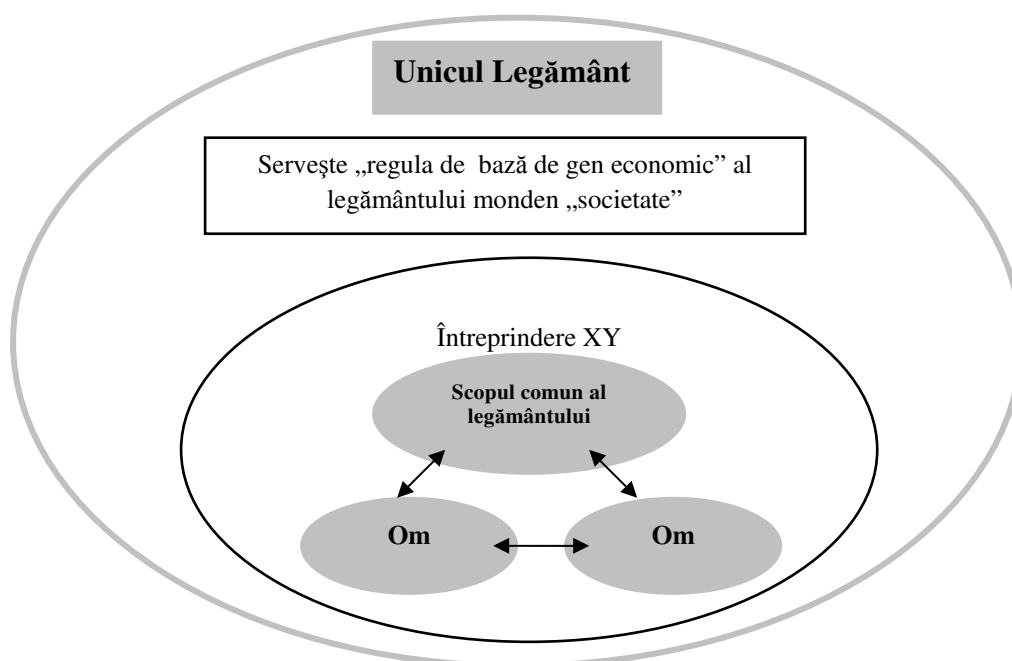
- responsabilitate externă (înspre afară) a comunității legământului întreprindere în forma unei **responsabilități de acțiune, ordine și discurs**
- responsabilitate internă a comunității legământului întreprindere, care este **purtător al comportamentului interuman**.

Responsabilitatea internă a întreprinderii, adică comportamentul interuman are mai multe dimensiuni:

- **dimensiunea colectivă:** este orientată înspre tot colectivul legământului întreprinderii; aici sunt interesante de exemplu întrebări legate de cultura întreprinderii;
- **dimensiunea interpersonală:** se referă la interacțiunea membrilor legământului; aici sunt vizate întrebări legate de recunoaștere, respectare sau de manifestări emoționale;

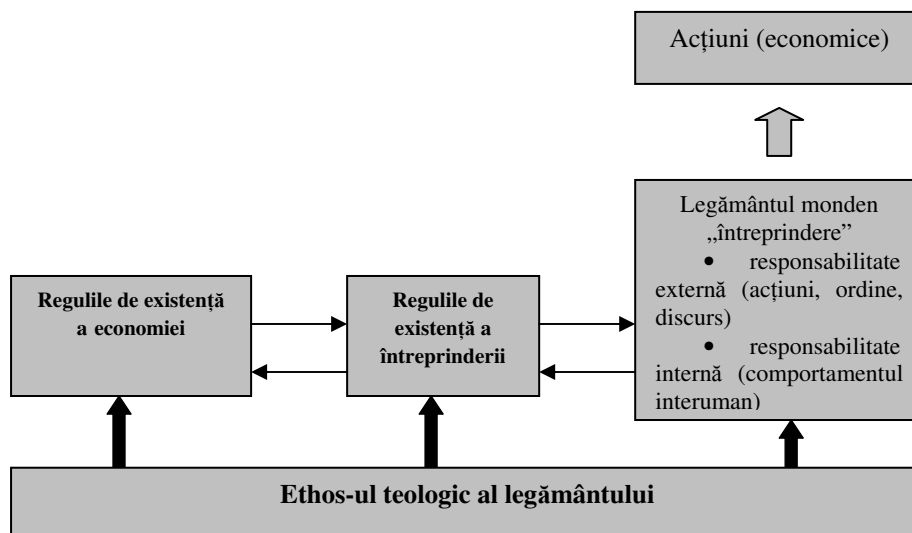
- **dimensiunea intrapersonală:** este orientată înspre indivizii colectivului legământului; aici este în centrul atenției comportamentul și dispoziția individuală.

În caz că ethos-ul lărgit de acțiune a legământului monden întreprindere este complementat de ethos-ul pozitiv al legământului Unicului Legământ, **elementele pozitive ale unicului legământ dumnezeiesc** se transpun și pe nivelul legământului monden întreprindere. Comunitatea legământului întreprindere este transpus în contextul larg al Unicului Legământ și prin asta, membrii comunității experimentează depășind structurile orizontale și verticale ale legământului monden o **reconexiune la Dumnezeu:** omul activ al legământului monden primește un punct stabil de orientare pentru acțiunile sale; îi devine posibilă însușirea dragostei și a fidelității divine, care se resimt în legământ. Aceste realități divine devin ulterior palpabile în legământul monden întreprindere. Schema 2 prezintă această „migrație” de însușiri:



Schema 2: Legământul monden întreprindere și încadrarea lui în legământul divin

Elementele cheie ale unei **etici teologice ale întreprinderii** sunt rezumate în schema 3: Ethos-ul teologic al legământului împlinește ethos-ul lărgit de acțiune al oamenilor, care formează comunitatea de legământ întreprindere. Pe acest suport devine realitate prin legământul lumesc întreprindere, responsabilitatea externă și internă. Regulile formale și informale ale comunității legământului întreprindere servesc baza existențială, care se încadrează în contextul economic.



Schema 3: Etica teologică a întreprinderii

Focusul cercetării „**emoționalitatea pozitivă**” în legământul lumesc întreprindere desprinde **comportamentul oamenilor din comunitatea legământului** de la scopul comun al legământului. Perspectiva teologică a legământului înseamnă că comportamentul este modelat în spiritul **mesajului pozitiv al Unicului Legământ**. Legat de asta, după standardele de categorizare

în sensul pozitiv și negativ ale emoțiilor, se face o diferențiere între *dimensiunea intrapersonală* a fiecărui om; *dimensiunea interpersonală*, care se referă la relația directă între oameni; și *dimensiunea colectivă* a comunității legământului. În interiorul acestor dimensiuni se pot face distincții între perspective cu efecte *scurte, medii și de lungă durată*.

Din perspectiva **intrapersonală** sunt vizate emoțiile pozitive, dispoziții pozitive, precum și orientări pozitive. Printre măsurile luate pentru cultivarea emoțiilor de acest gen, printre care alegerea persoanelor potrivite, traininguri și cursuri adecvate, se pot face diferențieri între un sistem moral și unul demonic.

În legătură cu **dimensiunea interpersonală** se poate discuta despre emoții, episoade și relații pozitive între oameni. În acest context este vizată cultivarea emoționalității interpersonale, ceea ce implică directive concrete pentru a transmite sens și viziuni; conducere simbolică; respectarea valorilor; benevolență; laudă; recunoaștere; atracție emoțională și predispunere afectivă etc.

Din perspectiva **comunității legământului** se concentrează la influențarea și structurarea culturii legământului și la socializarea emoționalității pozitive în legământ. În acest context se face referire la terminologia documentului conciliar „**Gaudium et spes**”, unde într-un mod accentuat se discută despre „personalizare”. Expresia „socializare” se înlocuiește cu „**personalizare**”, prin care se dorește accentuarea **demnității umane** în procesul de socializare.

Dispozițiile concrete formulate pentru cultivarea emoționalității pozitive intra - și interpersonale, precum și cele legate de comunitatea legământului, se bazează pe ethos-ul lărgit al activităților în cadrul **etici teologice ale întreprinderii**. Criteriile promulgate de managementul pozitiv al resurselor umane și de psihologia pozitivă sunt completate de etica teologică a întreprinderii cu o

dimensiune **orizontală**, și legat de asta, de o dimensiune **verticală**, ceea ce se reduce din Unicul Legământ.

Într-un al **treilea pas al cercetării** se încearcă stabilirea relației dintre etica teologică a întreprinderii și **cercetarea modernă a creierului** (neurobiologie). Punctul de pornire servește ideea, că comportamentul de conducere, care este orientat înspre emoționalitatea pozitivă, trebuie să fi corect, consecvent și autentic. Criteriile, pe care se sprijină emoționalitatea pozitivă, nu sunt numai punctual realizabile, cum ar fi de exemplu: la intrarea unui nou candidat în comunitatea legământului, ci **cultivarea** lor este o **temă, și totodată obligațiune permanentă**. Disponibilitatea, relațiile și cultura pozitivă în interiorul comunității legământului nu pot să fie reduse la o valabilitate de scurtă durată. Forțele de conducere, precum și fiecare membru al colectivității trebuie să lucreze la ele concomitent.

Legat de neurobiologie sunt formulate două întrebări:

- Prin mesajul pozitiv al Unicului Legământ ne este dăruită o *imagine pozitivă despre om și lume*. Ne întrebăm: care este rezultatul actual al cercetărilor moderne ale creierului legat de **dispoziția de bază a omului**.
- Mesajul pozitiv al Unicului Legământ este un *program*, care face posibilă conviețuirea fericită. Reflexiunea concomitentă asupra drumului și exercitării comportamentului, care sunt cultivate de mesajul pozitiv al legământului, pleacă de la acceptarea ideii, că omul, și comportamentul uman poate fi schimbat profund pe parcursul întregii vieți. Ne întrebăm: care este rezultatul actual al cercetării moderne ale creierului legat de **formarea mostrelor de comportament**.

Neurobiologia validează **imaginea pozitivă a omului Unicului Legământ**. Această imagine, cultivată de mii de ani, este orientată înspre comunitate și

după acest concept: omul este predispus la **relații umane reușite** și la **rezonanță socială**. Acestea, ca factori decisivi, au o influență puternică și un efect pozitiv asupra centrului de emoții și de motivațiuni ale creierului și asupra corpului uman.

Din aspectul Unicului Legământ **optica cercetării creierului este una redusă**, întrucât tratează relațiile între oameni pe un plan unidimensional: exclusiv **orizontal**, prin care exclude dimensiunea **verticală**, relația cu un Dumnezeu personal.

Chiar această **legătură verticală a omului** este izvorul încrederii și a punctului de reflexie a tratării pozitive ale omului și a lumii. Depășind domeniul și competența neurobiologiei, totuși nu putem nega, că legătura verticală a omului poate funcționa ca un factor cu un impact imens pozitiv asupra motivației și emoționalitatea omului. Neurobiologia pune un accent mai redus pe latura comunitară a omului, și neglijează faptul, că omul este creat ca o ființă, care trăiește în relații.

Întrebarea a doua, orientată înspre neurobiologie, se concentrează asupra formării mostrelor de comportament. Arată, că creierul uman în domeniul mostrelor de conexiuni neuronale poate **să fie schimbat pe tot parcursul vieții**. Prin urma importanței factoriilor psicho-sociali, care sunt responsabili pentru suprapunerile mostrelor neuronale, creierul uman poate să fie calificat și ca „organ social”. Procesul de **personalizare**, conceput ca o creștere într-un sistem al normelor și a valorilor, este tipic pentru toate comunitățile, în care omul se mișcă. Așa, și în comunitatea legământului lumesc întreprindere. În acest context, vorbim în interiorul întreprinderii despre viziuni și comportamente formale și informale, care au ca efect socializarea tuturor membrilor legământului. Această personalizare trebuie să fie **planificată conștient**: este

formată de agenți de personalizare, de devize școlare și de training, precum este și cultivat prin exemplul/ modelul de urmat al șefilor și al colegilor.

Omul nu se naște cu mostre definitive de comportament. Aceste mostre sunt concomitent progresate și dezvoltate prin **reflexiune și cultivare** continuă, atât de omul în cauză, cât și de comunitățile, în care trăiește omul. Prin aceste afirmații, rezultate din cercetare, neurobiologia întărește elementele centrale mesajului pozitiv al Unicului legământ, după care omul în sine, precum și în cadrul comunității este în stare să accepte sau să refuze mostre existente de comportament. Lui îi este dată posibilitatea să identifice scopuri noi, sau să modifice scopuri existente. Este posibil printr-o străduință consecventă și schimbarea totală a comportamentului.

Comportamentul de bază, însușirile morale, normele, valorile etc. în formele lor concrete sunt servite de etica teologică a întreprinderii, ceea ce izvorăște din **Unicul Legământ**. Optica verticală a acestui legământ vizează legarea omului cu Dumnezeu. Din acest legământ elaborăm: **„Programul pentru a conviețuire pozitivă și fericită a oamenilor”**.