

ETIKA U MENADŽMENTU INFORMACIONE TEHNOLOGIJE

Etika je grana filozofije koja se bavi analizom odluka i radnji u smislu njihove ispravnosti u datom društvenom kontekstu. Istorijski prethodni slučajevi uključuju Deset zapovjesti *Biblije*, kao i elemente filozofije Konfučija i Aristotela.

Kao teoretska i praktična disciplina, etika obuhvata mnoga različita pitanja u informacionoj tehnologiji i informacionim sistemima -pa samim tim i mnoge različite ljude u industriji i akademskom životu (menadžere, nastavnike i studente), kako u privatnom, tako i u javnom sektoru.

Poslovna etika se tiče ispravnog i pogrešnog u poslovnoj praksi.

Etika se definiše kao obuhvatanje sistematske primjene moralnih pravila, standarda i principa za konkretne probleme.

Neki ljudi vjeruju da se etička dilema javlja kadgod odluka ili radnja ima mogućnost da pogorša ili poboljša dobrobit pojedinca ili grupe ljudi. Takve dileme se događaju često, sa mnogo sukoba interesa prisutnih u informatičkom društvu.

Raznovidnost nizova etičkih smjernica je poželjan. Ali, mora se naglasiti da ono što nije etično ne mora neizostavno biti nelegalno, a ono što je legalno ne mora bezuslovno biti etično. Štaviše, da li se neka radnja ili odluka smatra etičnom će zavisići od mnogih faktora koji tome doprinose, uključujući one iz društvenog i kulturnog okruženja u kome se donose odluke i u kojima se radnja primjenjuje.

NEKI OPŠTI ETIČKI PRINCIPI

- Zlatno pravilo.*** „U svemu što radiš, ponašaj se prema drugim ljudima na isti način na koji bi ti volio da se oni ponasaju prema tebi“.
- Kategorični imperativ*** „Ako radnja ne odgovara svima, onda ona nije podesna ni za koga.“
- Pravilo klizave padine.*** “Ako se radnja može ponavljati stalno iznova bez negativnih posljedica, nema problema. Ali ako bi takva ponovljena radnja vodila katastrofalnim posljedicama, onda radnju ne treba preduzimati nijednom.“
- Utilitarno pravilo.*** „Najbolja radnja je ona koja daje najviše dobra za najveći broj ljudi“.
- Nema besplatnog ručka.*** Svaki objekat (opipljiv, ili neopipljiv) ima vlasnika. Ako želite da ga koristite, trebalo bi da to nadoknadite vlasniku.

ETIČKE DILEME

Da bi se ilustrovala priroda etičke dileme razmotrićemo sljedeća pitanja koja se odnose na kopiranje-prodaju-distribuciju softvera:

- Da li je prihvatljivo kupiti softverski proizvod, pa ga onda instalirati dvaput?
- Šta ako ga instalirate, a onda ga date prijatelju da ga koristi?
- Alternativno, šta ako ga instalirate i upotrijebite CD pisac da napravite 100 kopija - i prodate ih svakome ko želi da ih kupi?
- Šta ako softver učinite dostupnim na Web sajtu tako da drugi mogu da ga presnime?
- Šta je sa trgovinom softverom na Webu (od potrošača do potrošača)?

Evo još nekih etičkih dilema iz šireg izbora:

- Da li kompanija ima pravo da čita elektronsku poštu svojih zaposlenih?
- Da li kompanija ima pravo da nadzire Web sajtove koje njeni zaposleni posjećuju sa računara kompanije?
- Da li zaposleni ima dužnost da koristi resurse kompanije samo za svrhe/poslove kompanije?
- Da li zaposleni ima dužnost da obavještava o zloupotrebi resursa kompanije?
- Da li pojedinac ima pravo na privatnost podataka?
- Da li pojedinac ima dužnost da osigura da su personalni podaci, koji se čuvaju o njemu ili njoj uvijek precizni i ažurirani?

Evo još nekih etičkih dilema iz šireg izbora:

- Da li kreator softvera ima pravo da ne prizna softverske greške da bi minimizirao ili eliminisao odgovornost?
- Da li krajnji korisnik ima dužnost da poštuje intelektualnu svojinu koja pripada proizvodu - ali ne rastavljaajući ga i ne modifikujući ga - čak iako je svrha poboljšanje proizvoda?
- Da li subjekat podataka (na primer, pojedinac) ima pravo da pristupi i ispravi podatke koje drže vladine agencije i odeljenja (npr. policija, antikorupcijske agencije, poreske agencije)?
- Da li korisnik podatka (na primer, vlada) ima *duznost* da odmah odgovori na zahtjeve za pristup subjekata tom podatku?

Dva su ključna pitanja :

1. Činjenica da prava moraju biti izbalansirana sa dužnostima.
2. Nedostatak konkretnih „tačnih“ odgovora zbog zakonskih i etičkih razlika u različitim društvima.

Pitanja za koja se smatra da uopšteno potpadaju pod štit etike informacione tehnologije su sljedeća:

- prava intelektualne svojine (primarno digitalna svojina, kao što je softver, filmovi i muzika, ali i zaštitni znaci, patent, kopije i knjige);
- odgovornost (za delovanje, ili nedelovanje);
- lična privatnost i privatnost podataka (uključujući „nadzor podataka“, elektronsko nadgledanje i preciznost i dostupnost podataka);
- sloboda govora nasuprot cenzuri;
- vlasništvo nad informacijama.

ETIČKI ZAKONI

Etički zakoni obuhvataju formalizovanje pravila i očekivanih radnji.

Kršenje etičkog zakona može voditi suspenziji članstva ili prestanku zaposlenja.

Etički zakoni su dragocjeni za podizanje svijesti o etičkim pitanjima i razjašnjavanju šta je prihvatljivo ponašanje u raznovrsnim situacijama.

PRAVA INTELEKTUALNE SVOJINE

Intelektualna svojina je neopipljiva svojina koju su stvorili pojedinci, ili organizacije.

Intelektualna svojina je u različitim zemljama zaštićena do različitih stepena prema zakonima koji se odnose na autorsko pravo, patente, zaštitne znake i poslovne tajne.

Umnožavanje (kopiranje) softvera se uopšteno smatra najvećom brigom - barem za proizvođače softvera.

ODGOVORNOST

Odgovornost je važna „zato što pokazuje da se visoko kvalitetan rad vrednuje,

ohrabruje ljude da budu marljivi na svom poslu i daje osnove za kaznu/nagradu "

Uobičajeno je da se računari proglase žrtvenim jarcima za ljudske greške.

Ako pozovete svog putnog agenta i zatražite da vam rezerviše aviokarlu i on kaže:

„izvinite, računar ne radi“,

onda se krivi računar.

Možda računar zaista ne radi,
ili je možda agent suviše zauzet,
ili neće *da* se gnjavi *da* vas usluži.

A ako računar ne radi, zašto ne radi?

Da li je ljudski rad uzrokovao *da* on ne radi?

Ili je uzrok dizajn, softverska greška, problem instalacije ili održavanja?

Nažalost, takode je uobičajeno da proizvođači softvera odbijaju odgovornost za posljedice upotrebe softvera - čak i kada je ova upotreba u skladu sa svrhom za koju je softver dizajniran.

Kreatori softvera tvrde da oni prodaju pravo upotrebe softverskog proizvoda, a ne vlasništvo samog proizvoda.

PRIVATNOST PODATAKA

Privatnost se može definisati kao pravo da vas ostave na miru.

Šest principa privatnosti podataka (Hongkong)

1. **Svrha i način sakupljanja.** Podaci bi trebalo da se prikupljaju na ispravan i zakonit način. Korisnici podataka bi trebalo da objasne subjektima podataka koji podaci se prikupljaju i kako će se oni koristiti.
2. **Preciznost i trajanje čuvanja.** Personalni podaci koji su prikupljeni bi trebalo da se čuvaju tako da budu precizni, ažurni i ne duže nego što je potrebno.
3. **Korišćenje.** Podaci se moraju koristiti samo za konkretnu, ili direktno povezanu svrhu za koju su prikupljeni. Svaka druga upotreba je uslovljena pristankom subjekta podataka.

Šest principa privatnosti podataka (Hongkong)

4. **Bezbjednost.** Odgovarajuće mjere bezbjednosti bi trebalo da se primjenjuju za personalne podatke.

5. **Informaciona dostupnost.** Korisnici podataka bi trebalo da budu otvoreni u vezi sa podacima koje skladište i zašta ih koriste.

6. **Pristup.** Subjekti podataka imaju pravo da pristupe svojim personalnim podacima, da bi verifikovali njihovu preciznost i da zahtjevaju korekciju.

ETIKA NA MREŽI

Nekoliko pitanja vezanih za etiku, zakon i bezbjednost postavljeno je kao rezultat upotrebe računarskih mreža generalno, a naručito Intemeta:

- Da li poslodavac ima pravo da pregleda vašu e-poštu bez vaše dozvole?
- Da li je nečija želja da presnimi pornografske slike sa diskusione grupe zaštićena slobodom govora i zakonom o privatnosti?

ETIKA NA MREŽI

- Da li diskusionalnoj grupi treba slati kritičke komentare o proizvodu, uslugama ili osobi?
- Da li mrežni provajder treba da se smatra odgovornim za sadržaj saobraćaja na mreži?
- Šta ako lični zdravstveni karton pacijenta padne u pogrešne ruke?

Etika u elektronskoj trgovini

1. Privatnost i praćenje Weba. Odnosi se i na poslodavca i na zaposlene
2. Ljudski faktor. Nova tehnologija za mnoge IS traži i od direktora i od zaposlenih nova znanja. Upotreba EC ostavlja trgovačke putnike bez prihoda.
3. Bez posrednika. Ljudi ostaju bez starog posla pa se moraju premjestiti na novi posao.

PLANIRANJE INFORMACIONE TEHNOLOGIJE (IT) I TEHNIČKA REORGANIZACIJA POSLOVNOG PROCESA - Etička i zakonska pitanja

Intervjui radi utvrđivanja potreba i uslova menadžera moraju se obaviti uz njihovu punu saradnju. Neophodno je poduzeti mjere za zaštitu privatnosti. U projektovanju sistema potrebno je uzeti u obzir ljude u sistemu. Neki će se osjećati starim. Može doći do otpuštanja, premještanja ili prekvalifikacije radnika.

Sprovođenje organizacione transformacije korišćenjem IT može neke dovesti u iskušenje da preduzmu neetičke ili čak nezakonite akcije. Tajno nadgledanje rada zaposlenih i klijenata čime narušavaju njihovu privatnost. Vrbovanje zaposlenih u drugim kompanijama da bi došli do informacija ili softvera koje je napravila konkurentska firma.

Inteligentni sistemi podrške - **Etička pitanja**

Operacije koje ekspertski sistemi izvršavaju mogu biti neetički ili čak protivzakonite.

Na primjer, ekspertski sistem može da vas posavjetuje da uradite nešto što će povrijediti nekoga ili ugroziti privatnost određenih individua.

Inteligentni sistemi podrške - **Etička pitanja**

Primjer ponašanja robota koji se ponašaju kako su isprogramirani što je izazvalo mnoge povrede radnika, pa čak i smrt.

Inteligentni sistemi podrške - **Etička pitanja**

Pitanje dehumanizacije i osjećanje da mašina može biti pametnija od nekih ljudi.

Računar je pobedio svjetskog prvaka u šahu.

Može li se napraviti računar koji misli?

Mrežni bonton

Postoje i određena pravila, nazvana **bonton na mreži** (mrežni bonton), koji upravlja ponašanjem na Internetu.

Nemojte psovati, lagati, vrijeđati, prijetiti i biti nasilni prema drugima.



Mrežni bonton

-Nikada nemojte da odgovarate brzo na provokacije na Internetu. Mada se „rat uvredama“ često rasplamsava na nekontrolisanim diskusionim listama, obično se sa neodobravanjem gleda na njih. Ukoliko morate da odgovorite na ovakve provokacije, učinite to izvan mreže (na privatnoj e-pošti, a ne na diskusionalnoj grupi).

-Kritikujte ideje, a ne ljude. Pokušajte da budete konstruktivni u svojoj kritici.

mrežni bonton

Primaocu mora odmah biti uočljivo ko šalje e-mail.

Nastojte da vaša adresa e-pošte sadrži ime i prezime ili barem neku kombinaciju navedenog. Bliskim prijateljima vjerojatno neće smetati što vam adresa glasi conanbarbarian96@jaimojaslika.com, ali profesoru ili mogućem poslodavcu to će izgledati, najblaže rečeno, neozbiljno.

mrežni bonton

Na početku poruke pozdravite osobu kojoj šaljete mail.

Poznanici se na internetu obično ne persiraju.

U poslovnoj komunikaciji potrebno je da persirate onoga kome šaljete pismo.

Nepoznatu osobu ili osobu kojoj biste se inače obratili sa Vi pozdravite npr. "Poštovana gđo Marković" ili ga/ju oslovite titulom ako ne znate ime primaoca, npr. "Poštovani profesore". U slučaju da vam o primaocu baš ništa nije poznato, dovoljno je započeti s "Poštovani".

mrežni bonton

U polje "Predmet" ("Subject") svakako upišite naslov poruke.

On treba jasno dati do znanja o čemu se u poruci radi, npr. "sastanak u srijedu" ili "materijali za seminar". To će primaocu pomoći odrediti prioritet čitanja poruke jer mnogi ljudi danas dobijaju na stotine mailova dnevno.

Nikada kao predmet ne upisujte nešto poput "Morate ovo pročitati!" ili "Pogledajte ovo - nevjerovatno" jer tako nešto podsjeća na neželjenu poštu (spam) te bi lako moglo biti izbrisano od strane primaoca - bez otvaranja!

mrežni bonton

- Nemojte da „vičete“

(kucanje poruka VELIKIM SLOVIMA je vikanje).

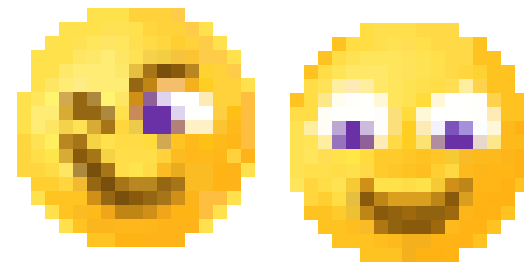
Za naglašavanje je dovoljno samo jednu riječ napisati velikim slovima, ali nema potrebe za više.

mrežni bonton

Pazite na pravopis i gramatiku.

Dvije-tri greške svakome se mogu potkrasti i to vam niko neće previše zamjeriti, ali tekst prepun grešaka ostavlja jako loš utisak.

mrežni bonton



Koristite emotikone, ali s mjerom.

Budući da običan tekst ne prenosi najbolje emocije i ton pisma, možete u vaš mail dodati emotikone - kombinaciju znakova tastature koji predstavljaju lica. U "službenim" porukama koje nisu namijenjene bliskim licima takve znakove radije preskočite.

mrežni bonton

Nećete nikoga uvrijediti, ali ipak pokušajte izbjeći nešto poput:

Zdravo, profesore, 😊 kako ste 😊

Evo ja Vam šaljem onu tablicu u atačmentu, sad je to ok, ispravljeno i to 😊

mrežni bonton

Ne koristite e-poštu za slanje ličnih i povjerljivih podataka.

Informacije poput kućne adrese, broja kreditne kartice, korisničkog imena i lozinke, itd. ne šalјite e-poštom.

Internet nije siguran i takvi bi se podaci (namjerno ili slučajno) mogli zloupotrijebiti.

mrežni bonton

Odgovarajte na mail poruke. To je takođe stvar učtivosti. Ako podrazumevate da vam se ljudi javljaju mailom zato što imaju dobar razlog, red je da im na poruku odgovorite pa makar i samo da im saopštite da niste u situaciji da im pomognete. Ako ne možete odmah da odgovorite na poruku a smatrate je važnom, učtivo je kratko odgovoriti radi potvrde da je poruka stigla, izvinuti se zbog zauzetosti i obećati da ćete odgovor poslati što pre. Naravno, ne uzimajte ovo zdravo za gotovo, odgovor na poruku je stvar učtivosti jer time dajete do znanja da ste poruku primili. Ako je poruka koju dobijete sama po sebi neučtiva ili iz nekog drugog razloga ne želite da odgovorite, ne morate.

mrežni bonton

Ako ste nekome poslali poruku ne očekujte da ćete odgovor odmah dobiti. Iako Internet omogućava veoma brz prenos pošte, postoje razni objektivni razlozi da vam odgovor ne dođe odmah. Primalac jednostavno ne mora da se zatekne pored računara kada ta poruka stigne, već će je pročitati kada bude prvi put proverio da li ima pristiglu poštu. Složićete se da nema logike da neko po ceo dan sedi i čeka da vidi da li će mu neko poslati mail.

Sačekajte dva tri dana, pa tek tada ponovo pošaljite poruku, ali i to uradite samo ako vam je stvar naročito važna.

mrežni bonton

Karakteristična greška je slanje Word i Excell dokumenata zakačenih u poruku. Izbjegavajte to. Word i Excell dokumenti su poznati kao datoteke koje neekonomično koriste prostor, ili drugačijim rečima, čak i dokument sa malo teksta ume da zauzme mnogo prostora. Najbolje je da tekst, ako ga već imate u Word ili Excell dokumentu prekopirate sa Cut&Paste u editor za mail poruke. Ako vam je pak stalo da pošaljete baš Word ili Excell dokument (kako bi ste zadržali formatiranje ili grafičke elemente), a pogotovo ako dokument sadrži i slike obavezno ga kompresujte (koristeći ZIP, ARJ, RAR ili bilo koji drugi format koji primalac može da iskoristi) pa ga kompresovanog šaljite zakačenog uz poruku.

mrežni bonton

Ne šaljite lančana pisma (znate ona pisma u kojima se od primaoca traži da ga umnoži u određen broj primeraka i pošalje drugim korisnicima). Tako nešto je zabranjeno jer direktno utiče na opterećenje Interneta i njegovo zagušenje.

Ne nasjedajte na lančana pisma koja dobijete od drugih, čak ni na ona koja naizgled djeluju kao stvarna (recimo razni pozivi na humanitarnu pomoć ili slično). Lančana pisma nisu način na koji se informacije distribuiraju Internetom.

mrežni bonton

Izbjegavajte HTML poruke

Slike koje uljepšavaju poruku, su za pošiljaoca
sipatične, ali troše resurse primaoca.

Tu mogu biti sakriveni i virusi.

mrežni bonton

Potpis je obavezan.

Obavezno se potpišite na kraju poruke.

Možete u potpis dodati i kontakt telefon. Čak i kad pišete najbližim prijateljima zaključite pismo potpisom. Dovoljno je nešto jednostavno, kao na primjer:

"Pozdrav, Radoje".

mrežni bonton

Nemojte se lažno predstavljati.

• ***Uvijek budite ljubazni, to vas ništa ne košta.*** Ako vam se i učini da je ton vašeg pisma malo preuštogljen, barem možete biti sigurni da nikoga nećete uvrijediti.

mrežni bonton

- **Dobro razmislite prije nego što pritisnete "Pošalji".**
- Provjerite je li poruka pisma jasna i jednoznačna. Ne šaljte i ne odgovarajte na mail u ljutnji. Možda ćete se "ohladiti" već za nekoliko trenutaka pa bi mogli požaliti. Primaoc takvu poruku može nekome proslijediti ili je odštampati.

mrežni bonton

- Nemojte da šalžete reklame. Reklama ima svoje mjesto u onlajn svijetu, ali budite sigurni da znate gdje joj je mjesto. Postavljanje neke reklame na pogrešno mjesto će sigurno izazvati napad bjesa pa i nešto gore.

mrežni bonton

- Budite svjesni o čemu pričate. Nemojte da puštate nikakve tračeve o bilo čemu u šta sami ne vjerujete.

- Nemojte bit zli.

Ukoliko ne prihvatite osnovne ideje diskusione grupe, nemojte je prekidati, već je jednostavno zaobiđite. Ateista, na primjer, ne treba da se pridružuje konferenciji kaluđerica koje diskutuju o crkvi.

mrežni bonton

Kada oblikujete svoj profil i stavljate svoju fotografiju, upitajte se kako bi se osjećali da tu sliku vidite u dnevnim novinama.

mrežni bonton

Ne šaljite poruke intimnog sadržaja jer ih uvijek neko može pročitati zbog čega vama ili primatelju poruke poslije može biti žao.

Ne činite ništa što je protivzakonito ili što je u suprotnosti s moralnim normama.

mrežni bonton

Primjenite zlatno pravilo: ponašajte se prema drugima u sajber prostoru na isti način kao da ste im okrenuti licem u lice, tj. ne radite ono što ne želite da i vama rade.

