

Wojciech Zieliński

Moralność i etyka w działalności gospodarczej

Diametros nr 6, 129-134

2005

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Moralność i etyka w działalności gospodarczej

Wojciech Zieliński

Zapisany poniżej głos w dyskusji – komentarz do tekstu wprowadzającego prof. Anny Lewickiej-Strzałeckiej – zorientowany jest normatywnie. Można by zawrzeć go w następującej formule: *instytucjonalizacja moralności w działalności gospodarczej – TAK, instytucjonalizacja etyki w wyżej wymienionej działalności – NIE!* I choć Czytelnik domyśla się zapewne, co chcę przez to powiedzieć, zasadne będzie powyższej formuły krótkie rozwinięcie.

Moralność i etyka

*Gra*¹ prowadzona na polu etycznej refleksji nad działalnością gospodarczą toczy się, z jednej strony, o *zachowania i działania*² podmiotów gospodarujących³, z drugiej zaś – o aksjologiczne *idee* kierujące owym splotem zachowań i działań. Pierwsza strona jest domeną moralności, druga zaś – domeną etyki. Posłużę się ilustracją szkolną. Kiedy mały, niewychowany Jaś – jako tzw. *dziecko ulicy* – przychodzi do szkoły, najpierw uczy się moralności zastanej w instytucji, do której przystąpił. Uczy się mówienia „przepraszam”, „proszę”, „dziękuję”, itd. (owszem, bez gwarancji, że to nowe dla niego doświadczenie przeniesie od razu na swoje pozaszkolne podwórko), a więc uczy się zachowań i działań, które współ-

¹ Używając terminu „gra” nie zamierzam w żadnym stopniu dyskredytować wartości etycznej refleksji nad gospodarowaniem, ani ironizować na temat jej treści. Pragnę jedynie zaznaczyć, że *etyczna obróbka* działalności gospodarczej – praktykowana nie tylko na poziomie uniwersytetów, ale także na poziomie firm piszących własne kodeksy – nie jest wolna od przypadłości właściwych prowadzeniu gry: pewnej interesowności podejmowanych zabiegów, rywalizacji o atrakcyjność własnych strategii, społecznej *chwytiliwości* ogłaszanych wyników, itd. Zauważa to zresztą Autorka tekstu wprowadzającego do niniejszej debaty, pisząc m.in. o *swoistej inflacji kodeksów* w branży reklamowej i o udziale takowych kodeksów w podnoszeniu marketingowych wyników firmy.

² Zasadne wydaje mi się w tym miejscu socjologiczne rozróżnienie *zachowań*, jako m.in. *okolicznościowych* składników interakcji społecznych, oraz *działań*, jako m.in. ciągów zachowań o wspólnej osnowie celowościowej.

³ Używając terminu „podmiot gospodarujący” nie przesądzam w tym miejscu, czy ma to być wyłącznie samoświadoma moralnie jednostka ludzka, czy też, pozbawiony samowiedzy moralnej, podmiot instytucjonalny.

konstytuują instytucję szkoły⁴. Dopiero *później* uczy się etyki – rozpoznawania *uzasadnień* owych zachowań i działań, *idei* kształtujących działanie.

Podobnie chyba sprawy się mają na polu działalności gospodarczej. Ludzie, którzy do niej przystępują, to nierzadko takie *dzieci ulicy* – pozbawione emocjonalnego dystansu do tego, co robią; pozbawione *wyniesionej z domu* tradycji dobrej pracy, planowego, zreflektowanego gospodarowania (pełnego uszanowania dla wartości gromadzonego kapitału, ale także – dla godności ludzi, którzy w owym gromadzeniu uczestniczą), ale za to *napasione* widokiem reklam, *okien wystawowych*, pełnych dóbr, po które *warto* sięgać wszelkimi sposobami. Zachowania i działania takich podmiotów gospodarujących bez wątpienia należy kształtować, regulować, *temperować* moralnie na poziomie *praxis*⁵, ale od tego, do rozpoznania i

⁴ Moje pojęcie szkoły (także wyższej!), jak z powyższego widać, jest tradycyjne: To instytucja, która winna kształtować nie tylko intelekt, ale także kondycję moralną swego wychowanka. (Dzisiaj mówi się często: „klienta usług edukacyjnych”. A to znaczy, że – skoro *klient nasz pan* – rzeczywiście trudno o wychowanie moralne. Czyż bowiem usługodawca może czegoś od usługobiorcy wymagać?) O kryzysie wychowania moralnego pisze też pośrednio A. Lewicka-Strzałecka przywołując twierdzenie, że *kodeksy pełnią ważne funkcje edukacyjne, nie zastępują ogólnych norm moralnych, ale je uzupełniają, konkretyzują, stawiają wobec swych adresatów wymagania wyższe niż powszechne*. Otóż wydaje się, że człowiek *moralnie uporządkowany* nie potrzebuje *podpowiadaczy* w postaci sformalizowanych kodeksów etycznych. Principia etyczne, które uznaje, jest bowiem w stanie przełożyć na język praktycznych wyznaczników swych zachowań i działań moralnych. (To oczywiście nie znaczy, że jest nieomylny. Ale nieomylnie nie są też kodeksy. Gdyby takimi były, raz sformułowane nie podlegałyby zmianom. Można zaryzykować twierdzenie, że nawet Dekalog – jako tak ważny dla kultury europejskiej *kodeks etyczny* – *istnieje w procesie* nieustannego przybliżania do *prawdy* o swoim właściwym znaczeniu. Co, owszem, niektórych irytuje lub niepokoi, a innych, być może, skłania do niewiary w jego sens.) Prof. Anna Lewicka-Strzałecka pisze wprawdzie, że *do rozstrzygania dylematów moralnych we współczesnych działaniach gospodarczych nie wystarczą uniwersalne zasady, wrażliwość, pragnienie czynienia dobra, chęć bycia uczciwym, ponieważ trzeba wiedzieć na czym owo dobro czy uczciwość polegają w konkretnej, niejednokrotnie złożonej sytuacji*. Mnie jednak nie do końca to twierdzenie przekonuje. Wszak kodeks, który swoimi *precyzacjami* zasad ogólnych daje (rzekomo) jednoznaczne wskazówki działającemu człowiekowi, uprzedza niejako zachodzące sytuacje społeczne – niekoniecznie przystające do kodeksowych wykładni. Bezkrytyczny użytkownik kodeksu *literę* swego *firmowego dekalogu* może wówczas stawiać wyżej niż *treść doświadczenia*. Dla etyka-krytycznego racjonalisty taka postawa jest, co najmniej, trudna do zaakceptowania.

⁵ Oczywiście nasuwa się tutaj irytujące wręcz pytanie: A któż ma pełnić rolę takiego *moralnego regulatora* zachowań i działań gospodarczych? Otóż wydaje się, iż w warunkach gospodarki rynkowej mogą to być tylko podmioty dysponujące własną *siłą moralną*, siłą moralnego oddziaływania na innych: porządni przedsiębiorcy i porządni pracownicy, porządne firmy i porządni etycy życia gospodarczego, tzn. ci, którzy uczestniczą w kształceniu (przyszłych) przedsiębiorców w poczuciu odpowiedzialności za to, co robią, a nie z chęci zysku osiąganego z łatwych wykładów dla mas, wygłaszanych w dobie uczelnianej koniunktury na „etykę biznesu”. Oczywiście powyższa wykładnia definicji dysponentów siły moralnej sugeruje, że stopień praktycznego oddziaływania takowych jest, w moim pojęciu, mocno ograniczony; w przypadku podmiotów równorzędnych, ograniczony niemalże do bezpośredniego przykładu postaw,

uznania przez owe podmioty etycznych podstaw i uzasadnień *postaw moralnie uporządkowanych* droga nie jest ani krótka, ani łatwa. I, o ile pierwsze można czynić w jakimś stopniu przynajmniej posługując się posunięciami administracyjnymi, metodami, o których mówią teorie zarządzania, o tyle to drugie – przyczynianie się do rozpoznawania i uznawania etycznych podstaw i uzasadnień postaw moralnie uporządkowanych – to sprawa wolnej, bezinteresownej refleksji filozoficznej. Zamknięcie takowej w kodeksie etycznym firmy, w *książeczce do nabożeństwa etycznego*, przypiętej do firmowego breloczka i wertowanej w wolnych chwilach czy w pokoju zajmowanym przez *ethics officera*, nie wydaje się ani sensowne, ani wręcz możliwe. To raczej *karykatura* etyki. Karykatura, której promowanie przyczynia się do infantylizacji pojęcia etyki – i szerzej: pojęcia filozofii – w umysłach jego użytkowników.

Źródła moralności

Uwagi powyższe wiążą się w pewnym stopniu także z treścią pierwszego akapitu tekstu wprowadzającego. Autorka pisze tam m.in.: *Obecnie, gdy tradycyjne źródła moralności wyczerpują się i tracą na znaczeniu na skutek zmian cywilizacyjnych i procesów globalizacyjnych, podejmowane są próby regulowania etycznego wymiaru działalności gospodarczej poprzez tworzenie sformalizowanych instytucji. Otóż wątpliwość moją budzi twierdzenie, że tradycyjne źródła moralności wyczerpują się. Owszem, w kategoriach socjologicznych rzecz ujmując, tak jest w istocie: społeczeństwo współczesne podlega transformacjom, w wyniku których moralne komponenty jego funkcjonowania tracą związek ze swoimi dawniejszymi odpowiednikami. Podejmowanie decyzji (tu:) gospodarczych, dotyczących działania na poziomie *praxis*, musi jednak nadal zachodzić. Wspieranie ich przez sformalizowane instytucje, regulujące moralny wymiar działalności gospodarczej, jest w tej sytuacji zrozumiałe i zapewne potrzebne. Jednak ponadczasowym źródłem moralności pozostają także idee – domena refleksji filozoficznej. To ten Popperowski świat 3. – owszem, związany integralnie z aktywnością człowieka na*

udzielanego innym. Rzeczywiście, nie bardzo wierzę w możliwość *globalizacji etyki* (tu:) gospodarczej. (To oczywiście jest kwestia do dalszego rozwinięcia, na które nie ma w tej chwili miejsca.)

poziomie *praxis*, ale przez nawet niechętną mu *praxis*, bynajmniej nieusuwalny. Innymi słowy, faktem jest, że tradycyjna wykładnia idei etycznych często nie przystaje do zmienionych warunków życia społecznego i gospodarowania, ale problem tkwi po stronie *wykladni*, a nie po stronie *idei*. W tym znaczeniu rzecz ujmując, źródła moralności jawią się jako niewyczerpywalne⁶.

Niebezpieczeństwo instrumentalizacji etyki

Kolejną sprawą, wywołaną tekstem wprowadzającym (i już powyżej sygnalizowaną), na którą chciałbym zwrócić uwagę w niniejszym doń komentarzu, jest niebezpieczeństwo instrumentalizacji etyki. Pojawia się ono wtedy, kiedy refleksja z natury filozoficzna, i w tym sensie ogólna, zaprzęgnięta jest do służby instytucjonalnej, i, w tym sensie, uszczegółowionej. To trochę tak, jak z ową szkodliwością produktów, o której pisze A. Lewicka-Strzałecka. Prostemu człowiekowi – w tym także niżej podpisanemu – wydaje się, że coś szkodliwe jest albo nie jest, że coś prawdą jest albo nie jest, itd. I chciałby ów prosty człowiek, aby określone przedmioty zainteresowania były tak samo klarownie traktowane przez innych. Tymczasem, jak czytamy, w jednych krajach używanie danego produktu uznane jest za szkodliwe dla zdrowia, w innych – nie. Rzec można, logikę w tym miejscu nieco nadwerężając, że produkt ów zarazem jest i nie jest szkodliwy!? Producent lawiruje zatem, by sprzedawać swe dzieło tam, gdzie tego (jeszcze) nie zabroniono. I owszem, wyobrażam sobie, że tworzone będą standardy etyczne przekraczające granice państw i bariery kulturowe, a przyczyniające się do eliminacji z rynku podobnych działań gospodarczych. Ale wyobrażam też sobie, że na poziomie owej lawirującej firmy możliwe będzie napisanie *etycznego kodeksu*, który określi warunki słuszności takiej *lawirującej sprzedaży*. Wszak filozofia

⁶ Owszem, zdaję sobie sprawę, że można uznać – tak czy inaczej to nazywając – że idee to tylko *nadbudowa* określonej bazy: zmienia się baza, wyczerpują się dawne idee a pojawiają się nowe. Myślę jednak, że zarówno takie stanowisko, jak i to wyrażone wcześniej (jak i wiele innych o charakterystyce podobnie *całościującej* doświadczenie), mają charakter *przedracjonalny* – podejmowane są na mocy *decyzji aksjologicznej* zainteresowanego nimi podmiotu; są wyrazem jego filozoficznej i, być może, nie tylko filozoficznej wiary w określony sens świata, w którym żyje. Nie uważam jednak, aby owa fundamentalna różnica stanowisk, dzieląca podmioty na poziomie filozoficznego i moralnego *credo*, musiała z konieczności powodować ich niezgodę na poziomie działania.

(etyka) *na usługach* to wynalazek wcale nie dzisiejszy. I problem polega na tym, że w dobie dzisiejszej – dobie tak głębokiego splątania działalności gospodarczej, politycznej, militarnej itd., a zarazem, dobie permanentnego budowania i przekształcania się megastrukturalnych tworów ekonomicznych i politycznych – wcale nie jest jasne, jak to z ową szkodliwością produktów jest: czy rzeczywiście szkodliwy dla zdrowia jest dany produkt, czy może ekonomicznie *szkodliwy* dla innych jest dany producent. A jeśli to nie jest jasne, to też nie jest jasne, *po której stronie* winien stawać ów *dyżurny etyk*. Odpowiedź na to pytanie jest pilnie potrzebna, bo zaczyna to wszystko trącić jakąś *spiskową teorią*, a od sympatii dla takowych jestem bardzo daleki. Etyk – żaden dyżurny(!), *etyk* po prostu – winien stawać po stronie *prawdy* przybliżanej drogą refleksji filozoficznej. Jako taki, *nie mieści się* zatem ani w strukturze firmy, ani w strukturze partii politycznej, ani w strukturze organizacji międzynarodowej, np. Unii Europejskiej, itd. I tyle. Tylko wtedy pozostaje wolnym od koniunkturalnych zobowiązań świadkiem *prawdy*, świadkiem *mądrości*, dla której warto *wstawać o świcie* (Mdr 6, 14).

Wiem, że mój obraz etyki i etyka jest wyidealizowany. Ale myślę przy tym, że w jakimś stopniu jest on bliższy powszechnemu doświadczeniu *zwykłego człowieka*, uczestnika działań gospodarczych; bliższy niż uczone formuły i bogate, osadzone w najnowszej literaturze przedmiotu argumentacje etyczne – z racji swej złożoności czytelne tylko dla niektórych, i przez to tylko dla niektórych możliwe do przekucia w działanie. I tak np. (wspomniany w tekście Autorki) lekarz, uznający rygory owej *prostej* etyki, o której mowa powyżej, nie będzie miał wątpliwości, że lojalność wobec firmy, w której pracuje, o wiele mniej waży niż lojalność wobec człowieka, któremu jako lekarz służy. Jeśli stwierdzi zatem, że firma, w której pracuje, wytwarza produkt szkodliwy dla zdrowia jego użytkowników, stanie przed kategorycznym wyborem. I albo sprzeniewierzy się uznawanym przez siebie zasadom *nie zauważając* problemu, albo *rozwiąże* ów problem, jeśli nie inaczej, to choćby tylko przez rezygnację z własnego uczestnictwa w niecnym procederze. Oczywiście, wracając do wątku z pierwszej części niniejszego tekstu, prostota rozwiązania etycznego nie jest tu tożsama z prostotą doświadczenia moralnego. Dlatego tak potrzebna jest podwójna

wstrzeźliwość: (1) w osądzaniu ludzkich zachowań i działań moralnych, i (2) w pakowaniu etyki do zakładowych regulaminów. Te ostatnie, jak wspomniano, zawsze będą dla etyki zbyt ciasne. Ale to oczywiście nie znaczy, że instytucjonalizacja moralności w działaniach gospodarczych jest niecelowa, a może nawet przeciwna i [że] należy jej zaniechać. To znaczy tylko tyle, że instytucjonalizacja moralności w działalności gospodarczej nie powinna stroić się na instytucjonalizację etyki. Gdy tak stroić się nie będzie, słyszalny tu i ówdzie zarzut, że etyka biznesu to tylko parawan dla brudów gospodarczych, nie będzie miał racji bytu. Pozostanie tylko trudna do realizacji troska, by instytucjonalizacja moralności w działalności gospodarczej osiągała zamierzone cele.