

# Ewa Podrez

---

## Głos w dyskusji

---

Diametros nr 6, 140-142

---

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](http://bazhum.muzhp.pl), gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

## Głos w dyskusji

*Ewa Podrez*

Chciałabym na wstępie podzielić się ogólnymi uwagami, zanim postaram się odpowiedzieć na pytania postawione w tekście pani Profesor Lewickiej-Strzałeckiej. Dotyczą one newralgicznych punktów nie tylko moralności w biznesie i dlatego wymagają głębszego namysłu nad formami obecności etyki w życiu codziennym.

Sam termin *etyka* w trakcie dziejów zmieniał swoje znaczenie i zakres wraz z różnymi koncepcjami filozoficznymi; natomiast etymologicznie *etyka* oznacza obyczaj, zwyczaj, charakter. Te określenia bliskie są współczesnej etyce biznesu; ponieważ łączą ze sobą trzy wymiary moralności: (1) działanie sprowadzone do oceny: dobry, zły, sprawiedliwy, niesprawiedliwy itd.; (2) etos, czyli wzór postępowania, ewentualnie zbiór dobrych obyczajów; (3) podmiot zdolny do podejmowania wolnych i świadomych decyzji. Dodajmy, że moralne działania muszą być oparte na racjonalnych przesłankach i odpowiadać pewnym standardom postępowania, akceptowanym w danej kulturze. Na tym opiera się ich realizm, słuszność i wiarygodność. Kiedy przyjmują one formę pewnej (ogólnej lub szczegółowej reguły postępowania) nazywamy je normami. Zobowiązują one (tj. obligują na postawie nakazu lub zakazu) do moralnie określonego działania, a więc do realizacji tych wzorów czy obyczajów, które uznawane są powszechnie za dobre. Oczywiście taka ogólna charakterystyka nie może zadowolić etyka i będzie się on domagał konkretnej specyfikacji; które i dlaczego działania są moralnie dobre? Historia nie daje nam jednoznacznej odpowiedzi, spory o moralne pryncypia trwają do dzisiaj, musimy kierować się więc własną intuicją i doświadczeniem. Dla mnie najbliższa jest formuła kantowska „postępuj tak, jakbyś człowieczeństwa tak w swej osobie, jako też w osobie każdego innego, używał zawsze zarazem jako celu, nigdy tylko jako środka”. Działanie zgodne z tym imperatywem przekłada się nie tylko na indywidualne decyzje, ale także na

obszar społecznej i zawodowej *praxis*. Obejmuje więc sferę obyczajów i tym samym dotyczy wszystkich form instytucjonalizacji etyki. W znaczeniu pozytywnym oznacza ona rozpowszechnienie i utrwalenie pewnych obyczajów tj. norm postępowania, uznanych za moralnie właściwe. W negatywnym zaś może prowadzić do ich zbiurokratyzowania, co grozi rozwinięciem się różnych form moralnej patologii i degeneracji. Należy więc wszystkie kodeksy starać się ograniczyć do pewnych, zminimalizowanych ilościowo zakazów i nakazów, które odpowiadają pewnym społecznie i zawodowo zweryfikowanym zasadom działania. Nie jesteśmy w stanie przewidzieć wszystkich sytuacji, a zatem mnożenie moralnych norm nie zabezpieczy nikogo przed ewentualnymi zagrożeniami. Można łatwo zauważyć, że etyka biznesu rozszerza pole moralności na działania, które pozostają do niej neutralne. Niepokojącą jest ta wyraźna skłonność do nadawania przymiotnika „etyczny”, różnym procedurom i aktom, które są niewspółmierne w stosunku do siebie.

Po tych ogólnych uwagach, przejdę teraz do właściwego wątku, poruszonego w tekście Pani Profesor. Pewne formy instytucjonalizacji etyki zawsze miały miejsce, chociaż przybierały różną postać. Nie były one co prawda związane z firmami, ale z uprawianym zawodem; ale i tutaj obowiązywały obyczajowe kodeksy. Słusznie podnosi się dzisiaj protesty przeciwko swoistej „buchalterii” etycznej, problem dobrych obyczajów opiera się w dużej mierze na kulturze współdziałania ludzi ze sobą. Trzeba próbować ją kształtować, inspirować, w jakimś stopniu weryfikować, ale nie można wdrażać „procesów moralnych”. Ostatecznie dobre obyczaje swoją moralną jakość zawdzięczają dobrem, a więc właściwym decyzjom i postawom jednostek. Wolność jest nie tyle przywilejem moralności, ale jej podstawowym, konstytutywnym warunkiem. To jest też powód mojej niechęci do „komórek etycznych” czy „specjalistycznych szkoleń”, ponieważ rozmiągają się one z elementarnymi cechami moralności. W rzeczywistości sprowadzają ją do swoistej „tresury” pracownika.

Menadżerowie do spraw etyki, o których mowa w artykule, to kwestia wspomnianej już biurokracji, a nie troski o przestrzeganie norm moralnych. Chętnie bym zastąpiła tego typu „urzędy” otwartym forum dyskusyjnym nad

poszczególnymi kodeksami firm; z których część powinna zostać zredagowana ponownie. Przy tym kodeksy mogą jedynie odwoływać się do tych reguł działania i współdziałania ludzi ze sobą, które są racjonalne uzasadnione i potwierdzone przez praktykę.

Negatywnie oceniam system *whistleblowingu*, ponieważ pozostaje on w jawnej sprzeczności z przyjętą przeze mnie kantowską miarą moralności. Jest to wyjątkowo wymowny przykład instrumentalnego posługiwania się pracownikami i nakłaniania ich do tego, by w ten sam sposób odnosili się do siebie.

Konkludując; moralne kodeksy powinny propagować i mobilizować pracowników do przestrzegania dobrych obyczajów (tj. pewnej formy kultury bycia i działania) z uwzględnieniem jedynie podstawowych norm i ich odpowiednim uzasadnieniem. Zapis norm i ich treść musi być uzgodniona z odpowiednimi przepisami prawnymi, tak by uniknąć ewentualnych konfliktów. Potrzebny jest otwarty system monitoringu społecznego, który by z jednej strony krytykował czy wręcz potępiał różne przejawy instytucjonalizacji etyki, z drugiej inicjował i postulował nowe sposoby realizacji dobrych obyczajów w biznesie. Taką rolę, przynajmniej pośrednio, pełni Centrum Etyki Biznesu, które gromadzi naukowców i przedsiębiorców w ramach wspólnych dyskusji.