

Grażyna Bokszańska

Etyka – biznes – zarządzanie

Etyczne nadużycia białych kołnierzyków

Korporacyjna niecznota?

Skutecznie znaczy nieetycznie?

Zysk czy sumienie?

Czy kryzys zaufania?

sukces za każdą cenę?

miliarder kanciarzem?

Grażyna Bokszańska

Etyka – biznes – zarządzanie

Etyczne nadużycia białych kołnierzyków

Korporacyjna niecznota?

Skutecznie znaczy nieetycznie?

Zysk czy sumienie?

Czy kryzys zaufania?

sukces za każdą cenę?

miliarder kanciarzem?

Monografie Politechniki Łódzkiej
Łódź 2011

Recenzent: **dr hab. Wojciech Pawlik, UW**
prof. dr hab. Danuta Walczak-Duraj, UŁ

KOMITET REDAKCYJNY
WYDAWNICTWA POLITECHNIKI ŁÓDZKIEJ

Przewodniczący: **prof. dr hab. inż. Piotr Wodziński**
Redaktor Naukowy Wydziału: **prof. dr hab. inż. Jerzy Lewandowski**
Redaktor Serii Monografie: **prof. dr hab. inż. Piotr Wodziński**

© Copyright by Politechnika Łódzka 2011

WYDAWNICTWO POLITECHNIKI ŁÓDZKIEJ

90-924 Łódź, ul. Wólczańska 223
tel/fax 42 684-07-93
e-mail: rkw@adm.p.lodz.pl
www.wydawnictwa.p.lodz.pl

ISBN 978-83-7283-390-7

Nakład 200 egz. Ark druk. 16,0. Papier offset. 80 g 70 x 100
Druk ukończono w maju 2011 r.
Wykonano w Drukarni Offsetowej „Quick-Druk” s.c. 90-562 Łódź, ul. Łąkowa 11
Nr 1957

Spis treści

Wstęp.....	5
Część I	
Aksjonormatywny wymiar życia społecznego	11
Rozdział I. Życie społeczne i działania jednostek jako obszar normatywnych regulacji	11
Rozdział II. Etyka jako filozofia, etyka normatywna, etyka opisowa	21
Etyka jako filozofia	21
Etyka normatywna	22
Wartości etyczne	23
Normy moralne	26
Etyka opisowa – moralność	28
Oceny moralne	31
Etos	33
Część II	
Aksjonormatywny wymiar działalności biznesowej	35
Rozdział I. Etyka biznesu jako etyka stosowana	35
Świat biznesu	39
Kapitalizm korporacyjny	40
Procesy globalizacji, relatywizm kulturowy, międzynarodowe standardy etyczne	44
Rozdział II. Moralność świata biznesu	53
Część III	
Wartości i normy uwikłane w działalność biznesową i menedżerską.....	67
Rozdział I. Przedsiębiorczość, dobrobyt, zaufanie	67
Przedsiębiorczość	68
Dobrobyt – wartość. Ubóstwo – antywartość	70
Zaufanie	74
Normy służące potrzebie zaufania	77
Rozdział II. Godność, wolność	82
Wolność	86
Rozdział III. Odpowiedzialność. Społeczna odpowiedzialność biznesu. Sprawiedliwość. Zasada równości a nierówności społeczne i sprawiedliwość. Etyczny wymiar bezpieczeństwa	92
Społeczna odpowiedzialność biznesu	98
Sprawiedliwość	100

Zasada równości a nierówności społeczne i sprawiedliwość	106
Etyczny wymiar bezpieczeństwa	112
Rozdział IV. Etyczny wymiar pracy	115
Etyczne aspekty pracy we współczesnym społeczeństwie	129
Część IV	
Sfery działalności biznesowej istotne z etycznego punktu widzenia	137
Rozdział I. Rynek jako czynnik organizujący działalność biznesową	137
Konkurencja	147
Rozdział II. Konsumpcja – konsumeryzm – społeczeństwo konsumpcji – kultura konsumeryzmu	153
Kultura konsumeryzmu	161
Rozdział III. Marketing, reklama, etyczne standardy badań rynku	166
Reklama	172
Kodyfikacja zasad etycznych badań rynkowych i reklamy	183
Część V	
Etyka zawodowa, kodyfikacja etyki zawodowej	187
Rozdział I. Zawód jako rola społeczna, etyka zawodowa	187
Pojęcie roli społecznej	187
Konflikt ról	190
Rola zawodowa	191
Rola zawodowa menedżer – zawód menedżer	192
Etyka zawodowa a moralność zawodowa	194
Kodyfikacja etyki zawodowej	196
Rozdział II. Menedżer jako zawód. Etyczny wymiar zawodu menedżera	201
Menedżer – zawód, rola, status	201
Dominacja	202
Przywództwo i przewodzenie. Menedżer liderem?	203
Władza	205
Władza jako instrument zarządzania	207
Sylwetka osobowościowa a efektywność zarządzania	209
Style zarządzania w perspektywie etycznej	211
Obszary działalności menedżera wrażliwe z etycznego punktu widzenia	213
Wartości w procesach zarządzania	214
Rozdział III. Menedżerowie jako „ludzie organizacji”	215
Organizacje biznesowe jako organizacje biurokratyczne	217
Charakterystyka współczesnych organizacji biznesowych, kapitalizm korporacyjny	221
Kodyfikacja etyki zawodowej menedżera	227
Bibliografia	235

Wstęp

„Zauważyłem, że wielkie zgryzoty są owocem naszej obłądnej chciwości”.

Wolter

„Kto ku korzyściom czynem każdym zmierza, ten niezadowolone wielu wzbudzić musi”.

Konfucjusz

(...) chciwość zgromadziwszy już wielkie stopy bogactw, staje się coraz bardziej nienasycona, podobnie jak nieskończone rośnie gwałtowność płomienia, im większe jest źródło ognia”.

„Dla chciwych mało całego świata”.

Seneka

Od czasów najdawniejszych społeczeństwom znane były takie zjawiska jak chciwość i korupcja. Współcześnie jednak przybrały one na tyle duże rozmiary, że w społecznej percepcji jawią się jako zagrażające porządkowi społecznemu i gospodarczemu. Słuszność takiego oglądu rzeczywistości potwierdzać ma trwający obecnie światowy kryzys, którego przyczyny upatruje się w kryzysie zaufania nie tylko do instytucji finansowych, lecz także do świata biznesu w ogóle. Świat biznesu, od dłuższego już czasu, pozostaje pod narastającą presją opinii publicznej, domagającą się większej jego odpowiedzialności wobec innych aktorów życia społecznego. Co więcej, społeczna odpowiedzialność biznesu stała się jedną z ważniejszych kwestii dyskursu publicznego. Nacisk wywierany na świat biznesu, skłonić ma go do wypracowania kompromisu między partykularnym interesem zarządzających biznesem i właścicieli a interesami innych grup społecznych.

Erozja standardów etycznych w świecie biznesu stała się faktem. Proces ten zachodzi w kontekście szerszych zmian dokonujących się we współczesnych społeczeństwach. Świat biznesu, jak wiadomo, nie stanowi izolowanej enklawy, odpornej na procesy zachodzące zarówno w granicach poszczególnych społeczeństw jak i w skali globalnej. Istotne zmiany następują na rynku pracy, w sposobach zarządzania firmami, roli państwa w gospodarce jak i kulturze. Procesy te kształtują zbiorowe i indywidualne priorytety (hierarchie wartości), wyznaczając drogi prowadzące do ich realizacji. Od owych priorytetów i metod dochodzenia do nich, uzależnione są losy nie tylko poszczególnych jednostek, lecz całych

grup społecznych. Pogłębianie się nierówności społecznych, strukturalne bezrobocie, masowe migracje, ubóstwo, osłabienie więzi społecznych, spadek poziomu zaufania, osłabienie poczucia bezpieczeństwa, to jedynie niektóre problemy, z którymi mamy do czynienia we współczesnych społeczeństwach. Generowane są one w decydującej mierze przez wspomniane procesy, zachodzące w szerszej skali, oraz decyzje podejmowane w świecie biznesu. Zasadne jest zatem pytanie formułowane pod adresem świata biznesu dotyczące tego, czy i na ile jest możliwe utrzymanie w mocy priorytetów techniczno-ekonomicznych (pragmatyczno-utilitytarnych), przy jednoczesnym poszanowaniu określonych imperatywów etycznych. Czy zasady dyktowane racjonalnością działania (efektywnością, skutecznością) pozostają w nieuchronnym konflikcie z zasadami etycznymi.

W literaturze przedmiotu nie ma jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie. W niektórych pracach poświęconych tym zagadnieniom prezentowana jest teza, zgodnie z którą poszanowanie zasad etycznych, uzasadniane jest względami pragmatycznymi, co znajduje wyraz w twierdzeniu: „etyczny biznes się opłaca”. Podejście to wskazuje, że mamy do czynienia z próbą instrumentalizacji zasad etycznych. W związku z tym, warto pytać o to, czy ma to oznaczać, że w sytuacji, w której poszanowanie zasad etycznych „nie będzie się opłacać”, ustana wszelkie opory przed powszechnym ich naruszeniem.

Wspomnianej erozji standardów etycznych w biznesie próbuje się zaradzić przez tworzenie kodeksów etycznych firm i zawodów związanych ze światem biznesu. Główny problem zawiera się jednak w tym, jaką rolę przypisuje się kodeksom i jakie są, nie tylko deklarowane, lecz rzeczywiste ich cele. Czy mają one chronić przed występowaniem działań naruszających zasady etyczne, czy też mają stanowić swoistego rodzaju ozdobniki, wykorzystywane w strategii budowania określonego wizerunku korporacji i grupy zawodowej. Zarówno zasadność tworzenia kodeksów, jak i to, czy kodeksy skutecznie zabezpieczają przed nieetycznymi praktykami stanowi przedmiot sporów toczonych wśród etyków.

Preferowany przez ostatnie dekady model funkcjonowania gospodarki poddawany jest obecnie krytyce. W przekonaniu wielu badaczy sprzyja on osłabieniu jej aksjologicznych fundamentów. Zasadnicze pytanie dotyczy tego, czy korekty tego modelu, przy nie dających się powstrzymać procesach globalizacji, umożliwią odbudowę aksjologicznych podstaw gospodarki, zapewniając niezbędną, a trudną do osiągnięcia, równowagę między zasadami pragmatyczno-utilitytarnymi i etycznymi. Czy doświadczony obecnie w skali światowej kryzys skłoni świat biznesu do zmiany preferowanych dotychczas filozofii działania?

Rozważając przedstawione problemy, warto przypomnieć, że dwóch wybitnych uczonych, a mianowicie twórcą klasycznej ekonomii Adam Smith oraz znany dwudziestowieczny ekonomista Friedrich Hayek, było zgodnych w tym, że gospodarka kapitalistyczna pozbawiona zasad moralnych nie może właściwie funkcjonować. Oznacza to, że ludzie w swoich działaniach muszą się kierować

nie tylko regułami prawnymi, lecz także zasadami etycznymi. Zgoła inną kwestią jest to, czy owe zasady etyczne mają przyjąć postać skodyfikowaną.

We współczesnym kapitalizmie, określanym mianem kapitalizmu korporacyjnego, etyczny wymiar działalności biznesowej zyskał na znaczeniu, z kilku powodów. Transnarodowe korporacje, stanowiące trzon współczesnej gospodarki, działają pod silną presją maksymalizowania korzyści w krótkim czasie. Skala oraz konsekwencje ich działań przekraczają granice państw narodowych i kontynentów, zagrażając dobru nie tylko jednostek, lecz całych grup społecznych. Nie bez znaczenia jest również to, że na tym etapie rozwoju kapitalizmu decydująca rola przypada grupie zawodowej menedżerów. Kondycja moralna zarządzających biznesem, a także wywierana na nich presja przez akcjonariuszy oraz interesy samych menedżerów mają rozstrzygające znaczenie w procesach decyzyjnych dotyczących wyboru nie tylko strategii, ale przede wszystkim metod działania.

Kluczowym problemem stanowiącym przedmiot zainteresowania etyki biznesu staje się więc próba udzielenia odpowiedzi na pytanie o możliwość wypracowania kompromisu między dążeniem do realizacji wartości pragmatyczno-utylnitarnych a wartościami etycznymi.

Z tego też powodu moralność świata biznesu coraz częściej staje się przedmiotem debaty publicznej. Wzrost zainteresowania moralnością tej grupy społecznej wiąże się z jednej strony z upublicznionymi przypadkami naruszeń norm moralnych, z drugiej z procesami zmian moralności współczesnych społeczeństw. Wiele analiz wskazuje na to, że mamy do czynienia z sytuacją, w której we współczesnych społeczeństwach coraz wyraźniej zaznacza się odchodzenie od orientacji normatywnej na rzecz orientacji sytuacyjnej. Obserwowany kryzys moralności manifestuje się przede wszystkim w nadrzędności wartości utylnitarno-pragmatycznych i prakseologicznych (instrumentalnych) nad wartościami etycznymi. Konstatacja Jacka Hołówki, że „Władza pieniądza rozszerzała się i niszczyła moralność. (...). Wszystko można było kupić, wszystko miało swoją cenę. Bogactwo było miarą wszystkich społecznych wartości” odnosząca się do Grecji epoki klasycznej, w pełni stosuje się do współczesności. Dbałość wyłącznie o interes własny, kosztem interesu innych nie różni współczesnych społeczeństw od minionych. Czy miałoby to wskazywać, że chciwość stanowi immanentną cechę rodzaju ludzkiego? Faktem bezspornym jest natomiast to, że orientacje moralne współczesnych społeczeństw budzą zaniepokojenie nie tylko moralistów, lecz również przedstawicieli świata nauki. Uwaga etyków, socjologów moralności, i coraz częściej ekonomistów, skierowana jest na etyczny wymiar życia publicznego. W przekonaniu filozofa Rogera Scrutona, „żyjemy w warunkach totalitarnego liberalizmu”. Wielu innych badaczy i komentatorów życia społecznego podziela pogląd, że żyjemy w czasach postępującej deregulacji, w których zakwestionowana została władza konieczności społecznych, wyznaczanych przez zasady moralne.

Zainteresowanie kondycją moralną świata biznesu, podobnie jak świata polityki, należy tłumaczyć tym, że te dwa obszary działań zorientowane są na wartości pragmatyczno-utilitytarne.

Dla ludzi zaangażowanych w biznes i politykę jak i tych, którzy są jej obserwatorami, obie sfery działań jawią się jako wyjątkowe, z uwagi na to, że osiągnięcie sukcesu w tych dziedzinach nieodłącznie ma się związać z pogwałceniem norm moralnych. Konflikt między wartościami instrumentalnymi i moralnymi postrzegany jest jako immanentny. Ten punkt widzenia jest szczególnie bliski wyznawcom poglądów Nicolo Machiavellego, przedstawionych w jego dziele zatytułowanym „Książę”. Zwolennicy poglądów Florentyńczyka uznają, że czynienie rzeczy słusznych nie tylko w polityce, lecz także biznesie wymaga niekiedy odstąpienia od obowiązujących powszechnie zasad. Trudno jest polemizować z przekonaniem cytowanego wcześniej filozofa, Jacka Hołówki, że w działalności biznesowej nieuchronnie wpisany jest podstęp, zwodzenie, wprowadzanie w błąd, dodajmy także manipulacja. Ludzie angażujący się w ten typ działalności nierzadko reprezentują przekonanie, że osiągnięcie sukcesu w biznesie wiąże się ze zdolnością lekceważenia dobra innych. W świecie polityki i biznesu zakorzenione jest przeświadczenie, że w obu tych sferach „łatwo jest pobrudzić sobie ręce”; co więcej, „często jest to uzasadnione”. Podzielany jest także pogląd, że nie ma takich zasad, którym przysługuje status „powszechnie obowiązujących”. Ich obowiązywanie bądź nieobowiązywanie ma charakter sytuacyjny; są więc takie sytuacje, które wymagają odstąpienia od pewnych zasad, i takie w których zachowują moc. Obowiązywanie/nieobowiązywanie zasad moralnych uzależnione jest też od roli, w jakiej jednostka działa. W świecie biznesu, zdominowanym przez wartości pragmatyczne, nie pozostawia się wiele miejsca na kwestie etyczne, a pożądaną przez świat biznesu powściągliwość w formułowaniu sądów moralnych, odnoszących do tego świata, można interpretować jako restytucję sformułowanej pod koniec lat 60. XX w. zasady „nikt nikogo nie sędzi”.

Przedstawiana praca podejmuje problemy związane z etycznym wymiarem działalności biznesowej i menedżerskiej. Poruszane w niej kwestie mieszczą się w szerokim spektrum zagadnień sytuujących się w polu aktywności zawodowej zarządzających. Prezentowane uwagi wiążą się z pytaniem czy uchylenie obowiązujących norm moralnych, które są wiążące dla podmiotów działających w innych sferach, zachowują swoją ważność także w odniesieniu do działalności biznesowej. Zatem, czy słuszne jest, a nawet uzasadnione, by wspomniane względy pragmatyczne mogły usprawiedliwiać ich uchylenie, a także czy ustalanie standardów etycznych dla świata biznesu w postaci kodyfikacji etyki, jest wystarczające do tego, aby zapobiegać patologicznym, z etycznego punktu widzenia, zjawiskom. Istnienie wątpliwości w tym zakresie wydaje się uzasadnione w świetle wyników prowadzonych badań i kolejnych doniesień o coraz to nowych nadużyciach, których dopuszczają się kolejne zarządy organizacji bizne-

sowych. Warto także uwzględnić to, że moda, jak twierdzą niektórzy, na przyjmowanie kodeksów etycznych ma miejsce w sytuacji wyraźnego osłabienia uznawanych dotąd „wzorców powinnościowych” i reguł wyznaczających społecznie akceptowane sposoby działań, kształtujących społeczne relacje.

Praca składa się z pięciu części. Część pierwsza zawiera omówienie podstawowych kategorii pojęciowych wykorzystywanych w analizach aksjonormatywnego wymiaru życia społecznego. Część druga koncentruje się na analizie wartości i norm istotnych w działalności gospodarczej i menedżerskiej. Część trzecia zawiera omówienie, tych domen działalności menedżerskiej, które można uznać za szczególnie istotne z etycznego punktu widzenia. W części czwartej zostały omówione obszary działalności menedżerów mające szczególne znaczenie z etycznego punktu widzenia. Część piąta poświęcona jest prezentacji wybranych aspektów etyki zawodowej menedżerów.

Część I

Aksjonormatywny wymiar życia społecznego

Rozdział I

Życie społeczne i działania jednostek jako obszar normatywnych regulacji

Znane twierdzenie Arystotelesa o społecznej naturze człowieka nakazuje postrzegać społeczeństwo jako układ czy sieć współpracujących, rywalizujących ze sobą i wzajemnie od siebie zależnych jednostek, grup, instytucji i organizacji. Niezbywalna współobecność innych sprawia, że życie społeczne toczy się według względnie trwałych reguł, gdyż jest normatywnie regulowane. Oznacza to, że istniejące między ludźmi relacje i zależności, akty wymiany, nie są pozostawione całkowicie swobodnemu kształtowaniu przez aktorów społecznych uczestniczących w życiu społecznym. Dla trwania społeczeństwa jako spójnej całości konieczne jest, aby działania aktorów społecznych, zarówno zbiorowych (państwo, partie polityczne, firmy) jak i indywidualnych (jednostek) były, przynajmniej w pewnych granicach, przewidywalne. Tę ograniczoną przewidywalność działań zapewnia istniejący w danym społeczeństwie czy grupie, system określonych reguł, odnoszący się do sposobów działania, uznanych za dopuszczalne, słuszne, pożądane. Wskazuje to, że w społeczeństwie musi istnieć wspólny dla jego członków fundament, w postaci systemu wartości, norm, wzorów zachowań. Zakłada się, że winien on stanowić punkt odniesienia dla ludzkich działań. Wspomniana wyżej możliwość przewidywania działań jest osiągnięta dzięki istnieniu podzielanych w społeczeństwie, inaczej mówiąc, społecznie akceptowanych zasad i standardów, takich jak techniczno-ekonomiczne, prawne, etyczne i obyczajowe. Samo istnienie standardów jest daleko niewystarczające

dla zapewnienia społeczeństwu niezbędnej do jego trwania równowagi i spójności. Konieczny jest, mniej bądź bardziej rozbudowany, system kontroli społecznej. Rola tego systemu polega na wymuszaniu poszanowania zasad, obowiązujących w danym społeczeństwie, grupie czy organizacji. Jednostka uczy się tych reguł w procesie określanym mianem socjalizacji, „dzięki któremu jednostka wdraża się do sposobu życia swojej grupy i szerszego społeczeństwa przez uczenie się reguł i idei zawartych w kulturze”. Polega on na kształtowaniu „mentalności, postaw i działań ludzi przez społeczeństwo”. (Sztompka, 2002, 416, 224). Uczenie się społecznie akceptowanych reguł działania polega na ich uwewnętrznieniu (zinternalizowaniu), natomiast uzewnętrznienie (eksternalizacja) treści kulturowych dokonuje przez działania i dokonywane przez jednostkę wybory. Z przedstawionych dotąd uwag wynika, że w kształtowaniu ludzkich działań kluczową rolę ma kultura, rozumiana jako system regulacji działań, wspólny członkom danego społeczeństwa. Składające się na ów system wartości normy i wzory zachowań dostarczają jednostkom zewnętrznej ramy odniesienia dla ich działań i realizowanych celów, stanowią rodzaj drogowskazów. Pozwalają orientować działania na społecznie cenione, czyli wartościowane dodatnio cele, oraz dokonywać wyboru akceptowanych metod ich osiągnięcia.

Uwaga nasza koncentrować się będzie na warstwie aksjonormatywnej kultury, stanowiącej „fundament zbiorowego ładu, regulującego wzajemne stosunki pomiędzy jednostkami i grupami”. Służy ona „po pierwsze integracji społeczeństwa jako całości, po drugie zaś kontroli zachowań jego członków. (...). Wartości kulturowe determinują ogólne, idealne zasady integracji – obowiązujące wszystkich aktorów życia społecznego – stępując tym samym siłą odśrodkową partykularnych interesów poszczególnych jednostek i grup. Wartości kulturowe budują zarazem więź pomiędzy członkami zbiorowości (...). Normy kulturowe pełnią natomiast nieco inne funkcje: po pierwsze, uświadamiają członkom społeczeństwa jego podstawowe wartości – poprzez skojarzone z nimi sankcje – wymuszają na jednostkach i grupach poszanowanie owych wartości. Innymi słowy, normy kulturowe i przypisane do nich sankcje stanowią podstawowe narzędzie kontroli społecznej (...).” (Flis, 2001, 17-18). Relacja między wartościami a normami polega na tym, że normy wyznaczają sposób osiągnięcia wartości. Porównanie norm z rzeczywistymi działaniami stanowi podstawę formułowania ocen o działaniach.

Istotną właściwością reguł kulturowych jest to, że różni je „ładunek powinności”, odznaczają się one niejednakową siłą społecznej presji na ich przestrzeganie. Mogą przyjmować postać imperatywów, co znaczy, że mogą czegoś zakazywać, bądź coś nakazywać. Obok wspomnianych już norm istnieją normy o słabszej sile regulacji. Są to normy, których respektowanie nie jest bezwzględnie wymagane.

Przyjrzyjmy się normom, składającym się na aksjonormatywny obszar kultury.

- Normy prawne, które są stanowione przez uprawnione do tego podmioty (władców, parlamenty krajowe, Parlament Europejski, organizacje międzynarodowe jak ONZ) i przyjmują najczęściej postać skodyfikowaną (różnego rodzaju kodeksy: karny, cywilny, handlowy, rodzinny, drogowy itp.). Systemy prawne przewidują odrębny system sankcji. Egzekwowaniem posłuszeństwa wobec tych reguł zajmują się specjalnie do tego powołane agendy (sądy, trybunały). Dodajmy, że prawo może w różnym stopniu wkraczać w poszczególne obszary życia jednostki.
- Normy etyczne (niekiedy określane jako moralne) różnią od innych reguł kulturowych tym, że odnoszą się do tych sfer życia, w których działanie jednych ma konsekwencje istotne dla innych, nie jest „obojętne dla dobra, szczęścia, zdrowia, powodzenia innych ludzi.” (Sztompka, 2002, 271). Normy te mają chronić jednostkę przed takimi działaniami ze strony innych, które mogą powodować krzywdy np. przez naruszenie ich godności, wolności, przez odstąpienie od zasady sprawiedliwości. Przyjmują postać nakazów i zakazów, z tej racji, że odnoszą się do najważniejszych relacji międzyludzkich. Normy moralne regulują wzajemne powinności ludzi. Nie mają charakteru prywatnego, a publicznego, z tej racji, że są one uwikłane w interesy innych, wkraczają w obszar ich autonomii. Mogą występować w formie skodyfikowanej, przyjmując postać kodeksów etycznych. Legitymizacja tych norm dokonuje się przez odwołanie się do: objawienia, jak w przypadku koncepcji religijnych bądź do mitycznych czy rzeczywistych postaci, proroków (Mojżesz, Mahomet, Konfucjusz, Gandhi). Odstępstwa od tego rodzaju norm podlegają na ogół, surowym sankcjom (ekskomuniki, groźby wiecznego potępienia, publicznego napiętnowania, „utrata twarzy”).
- Normy obyczajowe odnoszą się do szerokiego spektrum działań sytuujących się w obszarze życia codziennego (etykieta, moda) i mają konwencjonalny charakter. Nie respektowanie ich nie sprowadza na jednostkę poważniejszych sankcji, należą bowiem do sfery prywatności. Nie ma w nich nic koniecznego ani uniwersalnego. Oznacza to, że konwencje mogą ulegać daleko idącym zmianom. Każde społeczeństwo może przyjmować różne od innych społeczeństw zasady oparte na wspomnianych konwencjach. Jako przykład mogą posłużyć bardzo zróżnicowane formy grzeczności, okazywania szacunku, spożywania posiłków, zaznaczania dystansów społecznych. Normy obyczajowe na ogół nie są skodyfikowane. Wyjątek stanowią m.in. reguły *savoir-vivre*'u. Powtórzmy, normy, o których mowa, mają charakter „prywatny”, są neutralne wobec innych w tym sensie, że nie stosowanie się do nich nie zagraża dobru innych ludzi. Służą one podniesieniu komfortu życia, chroniąc przed przykrościami. Za odstępstwa od tych reguł nie grożą poważne sankcje. Często są to jedynie sankcje satyryczne, stanowiące spontaniczną reakcję na niewłaściwe, niestosowne zachowanie.

Reguły kulturowe, co jest szczególnie istotne, różni siła regulacji, czyli społeczna reakcja na pojawienie się danego działania. Jedne działania mogą być w społeczeństwie szczególnie preferowane czy polecane, natomiast inne nie są zakazane, ale nie są traktowane jako pożądane, lecz mogą być jedynie tolerowane. Z tego punktu widzenia normy kulturowe można uszeregować według natężenia czynnika powinnościowego. Możemy zatem wyróżnić:

- reguły o wysokiej sile regulacji, czyli takie, które przyjmują postać wyraźnego, stanowczego żądania określonego działania, mogące przyjmować dwojaką postać: nakazów lub zakazów;
- reguły o słabej sile regulacji, które z kolei podzielić można na dwie kategorie:
 - takie, które są społecznie preferowane, godne szczególnego uznania, jak heroizm, ale nie są one wymagane; zakłada się bowiem, że na spełnienie tych oczekiwań stać jedynie nieliczne jednostki,
 - oraz takie, które są pożądane, dobrze widziane, mające charakter opcjonalny np. etykieta.

Oprócz tych wymienionych, istnieje kategoria reguł kulturowych, które uznają dane działanie jedynie za dopuszczalne, ani ich nie nakazują ani też nie zakazują. Ich istnienie w systemie kultury może być traktowane jako wskaźnik poziomu społecznej tolerancji wobec pewnego typu działań. Jako przykład może posłużyć przywoływana niekiedy reguła: „co nie jest prawem zakazane jest dozwolone”. Ale wiemy o tym, że jakieś działanie jakkolwiek może nie być zakazane prawem jest obwarowane innego rodzaju względami. Przed jego podjęciem mogą jednostkę powstrzymywać innego rodzaju względy, takie jak troska o zachowanie dobrego imienia (reputacji) czy sumienie, traktowane jako rozstrzygająca instancja o tym, co wolno a czego nie wolno robić. „Dekalog, wskazując, czego chrześcijaninowi nie wolno, zakreśla tym samym nieprzekraczalne granice szerokiego pola, na którym może działać dowolnie, według swego uznania”. (Sztompka, 2002, 260). W opinii antycznego filozofa, Seneki „Czego nie zabrania prawo, zabrania wstyd”. (Seneka, 1987, 575).

Nawiązując do myśli Seneki warto zwrócić uwagę, że w sytuacjach, w których normy etyczne czy obyczajowe przestają, w stopniu zadowalającym, pełnić funkcje regulatorów działań, pojawia się konieczność wprowadzenia w ich miejsce norm prawnych. Ma to miejsce wtedy, kiedy zawodzi poczucie przyzwoitości, kiedy działający aktor społeczny nie obawia się nieformalnych sankcji społecznych, oraz wtedy, kiedy korzyści płynące z lekceważenia reguł są większe od tych, które zostałyby osiągnięte w przypadku stosowania się do nich. Warto powtórzyć, że zastępowanie regulacji moralno-obyczajowych przez regulacje prawne pojawia się wtedy, kiedy normy moralne przestają być dostatecznie skutecznymi barierami powstrzymującymi aktorów społecznych od działań zagrażających dobru innych.

Z sytuacją taką mamy do czynienia wraz z wystąpieniem na dużą skalę zachowań dewiacyjnych, które najczęściej towarzyszą czasom gwałtownych przemian społecznych. Czasom, w których następuje rozchwianie istniejącego systemu norma-

tywnego, kontrola społeczna ulega wyraźnemu osłabieniu, widoczny się staje zanik więzi moralnych. Do tych zagadnień powrócimy w kolejnych rozdziałach.

System kultury dostarcza podstaw niezbędnych do oceny działań własnych i działań innych w kategoriach: dobra/zła, godziwości/niegodziwości, lojalności/niełojalności, prawdy/fałszu, sprawiedliwości/niesprawiedliwości, wolności/zniewolenia, obowiązku itd.

Reguły kulturowe, wyznaczając akceptowane społecznie cele i sposoby ich realizacji, kształtują wzajemne oczekiwania jego członków. Oznacza to, że działający w ramach większych całości aktorzy społeczni, są zmuszeni do uwzględniania w swoich działaniach i wyborach oczekiwań, formułowanych pod ich adresem, przez innych aktorów społecznych. Wchodząc z różnymi ludźmi w relacje i pozostając w różnego typu zależnościach (np. zwierzchnictwa/podporządkowania) ludzie nie mogą ignorować oczekiwań, jakie wobec nich mają inni.

W relacjach sformalizowanych, typowych dla organizacji biznesowych, formułowane są bardzo konkretne, niekiedy szczegółowo sformułowane oczekiwania. Nadawana jest im zróżnicowana ważność. Nie popełniając nieściśłości, można przyjąć, że we wspomnianych wyżej relacjach na pierwszym miejscu znajdują się oczekiwania, które Sztompka określa mianem efektywnościowych. Znaczący to tyle, że aktorzy społeczni oczekują, że ich partnerzy będą kompetentni, a przez to skuteczni. Podejmowane przez nich decyzje będą racjonalne i oparte na jasnej kalkulacji.

Zgołą innego rodzaju oczekiwaniami są oczekiwania typu aksjologicznego. Odnoszą się one do gotowości poszanowania często niepisanych „reguł gry”, respektowania podzielanych i ogólnie akceptowanych standardów.

Istniejący w społeczeństwie, także organizacji, system normatywny można rozpatrywać w perspektywie budowania ładu społecznego i zachowania jego równowagi oraz trwania społeczeństwa czy jego części (np. organizacji) jako pewnej względnie spójnej całości.

Normy, zasady, reguły, wzory i standardy zachowań, o czym wspomniano wcześniej, stanowią niezbędny warunek istnienia ładu społecznego, czyli konstytuują ów ład. Dbłość o zachowanie ładu społecznego i warunkujących go norm dyktowane jest tym, że jest on nieustannie zagrożony przez:

- istniejące w każdym społeczeństwie (grupie, organizacji) konflikty o różnym podłożu, stanowiące immanentną cechę życia zbiorowego,
- istniejącą w każdym społeczeństwie rywalizację aktorów społecznych o dostęp do dóbr społecznie pożądaných, a występujących w ograniczonej ilości. „W każdym typie struktury społecznej, pisze Coser, występuje sytuacja sprzyjająca pojawieniu się konfliktów; jednostki i grupy skłonne są do wysuwania od czasu do czasu konkurencyjnych żądań dotyczących podziału ograniczonych środków, prestiżu lub pozycji w układzie władzy” (Coser, 1975, 199),

- występującą w każdym społeczeństwie konieczność koordynacji działań na różnych poziomach życia społecznego: społeczeństwa jako całości, poszczególnych grup, różnego typu organizacji.

Konfliktowy charakter życia społecznego sprawia, że jest ono nieustannie wstrząsane różnego rodzaju konfliktami, przyjmującymi różną formę i przejawiającymi się na różną skalę. System kultury dostarcza działającym podmiotom wzorów, reguł i standardów służących artykułowaniu, kanalizowaniu i rozwiązywaniu konfliktów. W ten sposób działania aktorów zostają normatywnie zorganizowane, ujęte w akceptowalne ramy. Stwarza to warunki do budowania, wspomnianego już ładu społecznego, którego przeciwieństwem jest, chaos bądź bezład. „Bezład” to pojęcie wartościujące negatywnie. Z reguły służy do oznaczenia sytuacji, w których następuje naruszenie istniejącego ładu w wyniku masowego pojawienia się działań polegających na pogwałceniu istniejących norm. Reguły, istniejące w danej grupie czy wspólnocie a pełniące prezentowaną wyżej funkcję „ładotwórczą” realizują ją, ponieważ stwarzają podstawy przewidywalności wzajemnych działań ludzi włączonych w różnego rodzaju relacje społeczne. Współcześnie przewidywalność taka, z wielu powodów, staje się problematyczna. Dzieje się tak dlatego, że odstępstwa od istniejących norm i zasad nie mają już wyjątkowego charakteru. Działania takie określa się mianem działań dewiacyjnych. Dewiacją nazwiemy „postępowanie niezgodne z odnoszonymi się do danej jednostki i do sytuacji, w której działa, regułami społecznymi (normami i wartościami)”. (Sztompka, 2002, 285).

Znaczenie zapewnienia ładu znajduje dodatkowe uzasadnienie wobec faktu, że istnienie społeczeństwa czy jakiegokolwiek instytucji a także organizacji opiera się na niezwykle współcześnie złożonym funkcjonalnym zróżnicowaniu zarówno systemów społecznych jak i ról społecznych pełnionych przez jednostki, co wymaga również złożonych mechanizmów koordynacji działań w ich ramach.

Utrzymywanie ładu społecznego dokonuje się w dwojaki sposób.

- Po pierwsze, drogą internalizacji podzielanego w danej grupie czy organizacji systemu wartości i norm. Oznacza to, że aktorzy społeczni w wyborach celów swoich działań kierują się społecznie akceptowanymi wartościami, a w wyborze środków służących osiągnięciu tych celów respektują określone normy.
- Po drugie, poprzez powiązanie norm i wartości z sankcjami, które mają zapobiegać występowaniu działań dewiacyjnych; to znaczy odbiegających od ogólnie przyjętych standardów, które mają kierować wyborem celów działań i metod ich osiągnięcia.

Oczywistą jest rzeczą, że podważanie istniejącego porządku aksjonormatywnego, zależnie od skali tego zjawiska, stwarza mniej lub bardziej poważne zagrożenie dla funkcjonowania społeczeństwa jako całości bądź działających w jego ramach instytucji czy organizacji. Z prezentowanych dotąd uwag wynika, że dla istnienia ładu społecznego kluczową kwestią jest charakter relacji między

istniejącym systemem normatywnym a rzeczywistymi działaniami ludzi i dokonywanymi przez nich wyborami. Uzasadnione więc będzie poświęcenie uwagi kwestii odstępstw od norm, składających się na ten system.

Obserwacja działań różnych podmiotów życia społecznego dostarcza licznych przykładów na to, że działania jednych mieszczą się w akceptowanych ramach, inne zaś w większym bądź mniejszym stopniu poza nie wykraczają. Socjologicznie rzecz ujmując, pierwsze z wymienionych działań są określane konformistycznymi, natomiast drugie dewiacyjnymi. To ogólne rozróżnienie jest jednak dalece niewystarczające w analizach konkretnych zdarzeń i procesów społecznych. W rzeczywistości działania konformistyczne jak i dewiacyjne mogą odznaczać się zróżnicowanym wpływem na trwałość ładu społecznego.

Tak więc jednostka może kierować się akceptowanymi społecznie wartościami, lecz realizować te cele niedozwolonymi środkami. Bez trudu możemy wyobrazić sobie inną sytuację, w której podmiot może kierować się inną od podzielanej w społeczeństwie hierarchią wartości. Tego rodzaju zależności wskazują, że działające podmioty mogą w różnym stopniu uznawać istniejące normy w postaci reguł dochodzenia do obranych celów. Mogą je akceptować, odrzucać bądź w różny sposób omijać. Podobnie rzecz się przedstawia z wartościami determinującymi kierunki działań.

Przydatną typologię działań konformistycznych i dewiacyjnych przedstawił klasyk socjologii amerykańskiej Robert Merton. Zakłada się w niej, że do działań konformistycznych skłaniać może aktorów społecznych (zarówno zbiorowych – organizacji jak i osoby) przyjęcie postawy legalistycznej, opartej na przekonaniu, że stosowanie się do przepisanych norm jest słuszne. Dotyczy to głównie norm prawnych. Niedoskonałość normy nie jest traktowana jako podstawa, która zwalnia z jej przestrzegania. Dotyczy to także sytuacji, w której inni, kwestionując prawowitość normy, nie stosują się do niej. Tę orientację nazwiemy legalizmem. Inną postacią konformizmu, która jest często spotykana w rzeczywistości społecznej, jest oportunizm. Postawę oportunistyczną wobec norm przyjmuje ten, kto nie akceptując, z różnych powodów, normy stosuje się do niej, kierując się własnym interesem czy spodziewanymi korzyściami. Oportunizm może wynikać również z dążenia do uniknięcia sankcji.

Trudno wątpić w to, że pewien poziom konformizmu jest niezbędny dla prawidłowego funkcjonowania zarówno całości społeczeństwa jak i jego elementów składowych, takich jak organizacje i instytucje. Jest zrozumiałe, że korzystny dla życia społecznego poziom konformizmu może być wymuszany groźbą zastosowania sankcji. Nie przeczy to temu, że konformizm może też mieć źródło w silnie zakorzenionych przekonaniach.

W życiu społecznym, jak wiadomo, mamy do czynienia nie tylko z różnymi postaciami działań konformistycznych. Obecne są także różnego rodzaju działania, noszące miano dewiacyjnych. Istotą dewiacji jest przysługująca jej trwałość tendencja do kontestowania społecznie akceptowanych reguł, zasad, norm. Roz-

poznawalną, ze względu na często spektakularny charakter, postacią dewiacji są działania buntownicze, aktywnie wymierzone w obowiązujące normy. Przyjmują one różne formy, od stosunkowo łagodnych, jak np. różnego rodzaju manifesty, listy otwarte do działań gwałtownych, przyjmujących formę wystąpień ulicznych, często z użyciem przemocy.

Szczególnością postacią dewiacji jest „rezygnacja” lub inaczej „wycofanie się” aktora społecznego poza normatywne ramy życia społecznego. Wycofanie się jest działaniem pośrednio wymierzonym przeciw istniejącym regułom poprzez wykazywanie ich destrukcyjnej bądź niszczącej tkankę społeczną funkcji. Stanowi ono przejaw rozczarowania, wynikającego z poczucia doznanej krzywdy, przypisywanej obowiązującym regułom np. zasadom rządzącym rynkiem, regułom rywalizacji, czy zasadom, według których dokonywany jest podział dóbr w społeczeństwie. Ci, którzy w wyniku obowiązywania określonych reguł znaleźli się na marginesie życia społecznego, zostali wykluczeni, podważają ich prawomocność. Przyczyn swoich godnych ubolewania sytuacji życiowych, w których się znaleźli, dopatrują się w „niesprawiedliwych”, krzywdzących zasadach. Reakcją na wykluczenie społeczne mogą być zachowania dewiacyjne polegające na odrzuceniu „całej przepisanej w kulturze procedury, zarówno zawartych w niej norm, jak i wartości”. (Sztompka, 2002, 281). Poczucie doznanej krzywdy i społecznego upośledzenia może znajdować także wyraz w podjęciu otwartej walki ze społeczeństwem, narzucającym „niesprawiedliwe” reguły i przyjmować formę demonstracji czy ulicznych zamieszek lub powoływać do życia nielegalne organizacje, rządzące się przeciwnymi do powszechnie podzielanych, zasadami. Działania dewiacyjne wymierzone przeciw społeczeństwu mogą przejawiać się również w swoistych strategiach personalnych, wiodących ku dosłownie rozumianemu „wycofaniu się” w postaci alkoholizmu czy narkomanii.

W obszarze szeroko rozumianych działań dewiacyjnych występują takie ich postacie, które Merton określa mianem „innowacji”. Innowacja może wiązać się z osiąganiem społecznie akceptowanego celu, np. dążenia do zysku czy innych postaci korzyści własnej. Ale dewiacyjność tych działań polega na tym, że stosowane są zakazane metody osiągnięcia tego celu np. posługiwanie się oszustwem, korupcją, czy stosowanie „kreatywnej księgowości”.

Formą innowacji różną, od przedstawionej powyżej będą stanowiły działania polegające na stosowaniu całkowicie nowych technologii czy metod organizacji. Te postacie innowacji mogą nie być jednak neutralne z etycznego punktu widzenia. Odejście od dotychczasowych metod działania może się wiązać z konsekwencjami, stwarzającymi zagrożenie dla określonych wartości np. takich jak bezpieczeństwo. Sytuację taką ilustrują innowacje technologiczne, które prowadzą do coraz szerszego zastępowania pracy człowieka, pracą maszyn, zwiększając tym samym ryzyko społecznego wykluczenia coraz większej liczby ludzi.

Prezentowane w tym rozdziale uwagi, odnoszące się do znaczenia istniejącego w społeczeństwie systemu kultury dla jego funkcjonowania, warto podsumować kilkoma dodatkowymi stwierdzeniami.

Jak była o tym mowa, działania ludzi podlegają determinacji złożonej sieci wzorów kultury. Owe wzory odnoszą się do sposobów odczuwania, reagowania i myślenia oraz dokonywania ocen niemal wszystkich aspektów rzeczywistości. Inaczej mówiąc, kultura wyposaża jednostki w kategorie pojmowania i oceniania zjawisk świata zewnętrznego, lecz także i psychicznego ich „wnętrza”.

Podstawę dla dokonywania ocen stanowią wartości i powiązane z nimi normy. Istotne jest to, że wzory kultury mogą mieć postać zarówno idealną jak i realną. Idealny wzór działania to taki, który jest zawarty w różnego rodzaju zaleceniach, maksymach życiowych, pouczeniach tradycji i religii. Wskazują one jakie działania, jakie sposoby odczuwania i oceniania są w danych sytuacjach dobre, słuszne czy właściwe.

Natomiast realny wzór działania jest prawidłowością opisywaną przez badacza obserwującego długie serie zachowań ludzi w jakimś obszarze życia społecznego. Wzór ten jest generalizacją empiryczną, mówiącą o tym, jaki jest sposób rzeczywistego zachowania ludzi. Innymi słowy realny wzór działania informuje o występowaniu określonych prawidłowości w sferze rzeczywistych działań ludzi. Wzór idealny danej kultury może polecać, niekiedy nawet nakazywać określone działania, np. pracowitość, uczciwość czy punktualność. Natomiast wzór realny, czyli powszechnie praktykowane działania mogą, w większym, bądź mniejszym stopniu, odbiegać od tego wzoru.

Wprowadzone rozróżnienie, na wzór idealny i realny, warto rozpatrywać w odniesieniu do innego jeszcze elementu kultury, a mianowicie do systemu sankcji. Uprawniona jest teza, że stopień zgodności realnych wzorów działań z wzorami idealnymi jest uzależniony od tego, jaki system sankcji wobec naruszeń wzoru idealnego jest praktykowany w danym społeczeństwie czy organizacji. W tej dziedzinie możemy mieć do czynienia z dwiema skrajnymi strategiami.

- W pierwszej z nich, naruszenie wzoru spotyka się z wyraźną, zdecydowaną i przewidzianą przez kulturę reakcją.
- W sytuacji drugiej, naruszenie wzoru albo nie spotyka się z reakcją albo reakcja jest niezdecydowana bądź na tyle zróżnicowana, że naruszający wzór pozostaje w przekonaniu o niejednoznaczności oceny swojego czynu.

Relatywna przewaga w całości systemu społecznego pierwszej bądź drugiej strategii pozwala mówić odpowiednio o kulturach represyjnych i kulturach przyzwalających. Kultury represyjne charakteryzuje system kontroli społecznej rozbudowany i zarazem surowy. Sprawia to, że wobec odstępstw od kulturowego wzoru stosowane są dolegliwe sankcje. Natomiast w kulturach, które określiliśmy przyzwalającymi system kontroli społecznej ulega wyraźnemu osłabieniu. Niestosowanie się do normy nie wywołuje wyraźnych, zdecydowanych i jedno-

znacznych społecznych sankcji. Niekiedy brak jest takich sankcji. Powodów tego stanu rzeczy może być wiele. Wskażmy więc na heterogeniczność kultury. Pojęciem tym oznaczamy stan, w którym w danym społeczeństwie nie istnieje jeden dominujący system wartości i norm. Może być ich kilka, a w dodatku mogą być wzajemnie sprzeczne i przez to konkurujące ze sobą. Przykładem może być równoległe występowanie na jakimś obszarze wielu grup etnicznych, systemów religijnych bądź różnych subkultur.

Jak wiemy kultury różnicują wzory działań, systemy wartości i zbiory norm, kierujące ludzkimi działaniami. Wielość tych wzorów, norm i wartości wiedzie nieuchronnie w stronę niekonsekwentnych ocen, niespójnych norm i sankcji oraz niedostosowanych wzorów działań.

Współcześnie sytuację komplikuje dodatkowo fakt, iż – jak utrzymuje wielu autorów – mamy obecnie do czynienia z wyraźną ewolucją orientacji normatywnych, zmierzającą ku pragmatyzacji norm i wartości. W praktyce społecznej wartości etyczne przestają być rzeczywistymi przyczynami podejmowanych działań, a są używane jako „formuły maskujące” zamierzenia i intencje.

Tak więc na poziomie deklaracji werbalnych uznaje się ważność pewnych wartości i norm. Natomiast rzeczywiste działania przebiegają według wzorów, wynikających z innych wartości i odpowiadających im norm.

Przedstawione wyżej uwagi wypada zakończyć stwierdzeniem, że wartości, normy i wzory kultury zachowują ważność, jedynie wtedy, kiedy członkowie społeczeństwa przywiązują do nich wagę w swoich rzeczywistych aktach zachowań. I co istotniejsze, reagują w sposób jednoznaczny na naruszenia tych zasad. W sytuacji, kiedy tak się nie dzieje mamy do czynienia z początkiem procesu zmian w kulturze. Obowiązujące dotąd wzory, wpierające się na podzielanych wartościach i normach, tracą moc regulowania działań. Są unieważniane i stopniowo zastępowane nowymi. Towarzyszą im postępujące zmiany w hierarchii wartości. Z takimi procesami zmian, dokonującymi się w kulturze mamy do czynienia współcześnie. Zmiany te nie pozostają oczywiście bez wpływu na regulacje normatywne w sferze biznesu. Problem jest o tyle skomplikowany, że wzrastająca „gęstość” i złożoność relacji, w których pozostają współcześnie jednostki i grupy, potęguje znaczenie czynników je regulujących, zwiększając tym samym niezbędność istnienia kontroli społecznej, co ma zapobiegać wystąpieniu zachowań skrajnie egoistycznych. Z drugiej jednak strony niespójność systemu działań, norm i wartości prowadzi do zwielokrotnionych w swych konsekwencjach skutków w postaci nieskuteczności przedsięwzięć, napięć i konfliktów. Mając na uwadze powyższe konstatacje, warto za Marion Dönhoff postawić pytanie czy świat biznesu będzie zdolny do narzucenia sobie określonych standardów etycznych, czyniąc zadość postulatowi uczynienia współczesnego kapitalizmu bardziej cywilizowanym.

Rozdział II

Etyka jako filozofia, etyka normatywna, etyka opisowa

W charakterystykach zachowań ludzi i opisach konsekwencji ich czynów bardzo często odwołujemy się do ocen etycznych. Mówimy o „nieetycznym działaniu” bądź o „niedostatku refleksji etycznej” lub nawet o „braku namysłu etycznego”. Skłania to do udzielenia odpowiedzi na pytanie, czym jest etyka i jakie są jej podstawowe właściwości.

Rozpocznijmy od stwierdzenia, iż termin etyka używany jest w trzech różnych znaczeniach.

- W pierwszym z nich przez etykę rozumie się oddzielną dziedzinę refleksji naukowej, a ściślej obszar filozofii człowieka, lub antropologii filozoficznej.
- W znaczeniu drugim etyka to system wartości, norm i idei przewodnich, podzielany w społeczeństwie jako całości lub określonej grupie społecznej czy wspólnocie, np. religijnej. W tym ujęciu mówimy o etyce wartości lub o etyce normatywnej.
- W trzecim znaczeniu, pojęcie etyka rozumiana jest jako dziedzina analiz rzeczywistości rozpatrywanej z punktu widzenia istniejących norm. Przedmiotem analizy w tym przypadku są rzeczywiste działania ludzi i relacje tych działań z normami. Często np. zadajemy pytanie czy i w jakim stopniu ludzie rzeczywiście kierują się w swoich działaniach obowiązującymi normami.

Przyjrzyjmy się dokładniej każdemu z powyższych trzech obszarów.

Etyka jako filozofia

Etyka jako dyscyplina filozoficzna najszerszej definiowana stanowi dziedzinę, w której podejmuje się refleksję nad takimi zagadnieniami jak:

- co jest dobre a co powinniśmy nazwać złem,
- dlaczego jedne stany rzeczy, działania i wybory, których dokonują ludzie są dobre a inne złe,
- co jest godziwe a co niegodziwe,
- co znaczy „być” człowiekiem i czy człowiekiem się „jest”, czy się nim „staje”.

Przedmiotem analiz etycznych są ponadto takie pojęcia jak godność, odpowiedzialność, sprawiedliwość, równość, tolerancja oraz prawda.

„W filozofii anglosaskiej – pisze Kołakowski – pojmuję się zazwyczaj etykę jako racjonalną analizę pojęć i wypowiedzi wartościujących, przy czym również kwestia, czy prawomocność takich wypowiedzi da się ustalić, stanowi część tak określonego pola. Samo moralizowanie lub wypowiedzanie opinii moralnych nie uchodzi natomiast za właściwą sprawę etyki. (...) W innych prądach filozoficz-

nych te dwie dziedziny nie są rozdzielone ściśle i pytanie o to, co jest dobre lub złe, słuszne lub niesłuszne, uchodzi za część etyki na równi z pytaniem o sens takich słów jak „dobry” i „słuszny”. (Kołakowski, 1984, 83).

Zwróćmy także uwagę na to, że w obszarze etyki pojawiają się często pytania, stanowiące niejednokrotnie przedmiot sporów etyków, które posiadają istotne odniesienia do problemów praktycznych.

- Pytamy o to, czy możliwe jest takie kierowanie swoim życiem, aby nie odstępować od żadnej normy.
- Udzielając na nie odpowiedzi negatywnej, stajemy przed kolejnym pytaniem: czy odstępstwo od normy dopuszczone jest bezwarunkowo czy jedynie warunkowo.
- Pytamy także co to jest godność. Czy godność jest niezbywalnie przypisana do osoby ludzkiej i czy godność można utracić. Kto może człowiekowi odebrać godność, on sam, czy tylko inni. Czy w każdych warunkach jednostka może zachować godność.
- Czy istnieją takie normy, o których dałoby się powiedzieć, że mają walor uniwersalny. A więc, czy są takie normy, które mogłyby być uznane przez wszystkich ludzi za wiodące idee etyczne.

Tak należałoby pojmować zakres etyki jako dyscypliny naukowej, której zainteresowania dają się wyprowadzić z implikacji pytania o to, „jak żyć”.

Etyk, w przeciwieństwie do moralisty, zajmując się moralnością, nie poucza co jest właściwe, a co jest naganne, nie rekomenduje określonego „etosu ludzkiego”. Etyk stawia pytania i poszukuje na nie odpowiedzi, prowadząc refleksję, zachęca do niej innych. (Mariański, 2006, 210). Podkreślmy, etyka jako dyscyplina naukowa nie formułuje ogólnie obowiązujących odpowiedzi na pytanie „jak żyć”. Służy jedynie pomocą w uświadomieniu sobie znaczenia tego pytania i pomaga w poszukiwaniach odpowiedzi na nie. Etyka, to inaczej rzecz ujmując, analityczna refleksja nad wskazanymi wyżej problemami.

Etyka normatywna

Pojęcie etyki jest też używane w innym znaczeniu, czyniąc z niej dziedzinę formułowania postulatów normatywnych.

Przedmiotem jej poszukiwań – w tym ujęciu – są bowiem zalecane kryteria postępowania, które mogą być uznawane za moralne. Inaczej mówiąc, etyka poucza o tym, co jest moralnie słuszne. Wskazuje na powinność spełniania jednych czynów, uznawanych za godziwe i na konieczność powstrzymywania się od innych, które określa jako niegodziwe czy moralnie naganne. Etyka, w omawianym tu rozumieniu obejmuje więc szereg zagadnień związanych z określeniem powinności moralnej. W tym kierunku idą sugestie Mariańskiego, który wyraża przekonanie, że „Etyka we właściwym znaczeniu dotyczy teorii

powinności moralnej lub moralnej wartości postępowania (etyka normatywna)”. (Mariański, 2006, 207).

Ten sposób pojmowania etyki związany jest głównie z podkreśleniem znaczenia systemów wartości i norm obowiązujących w jakichś rozległych wspólnotach kulturowych np. kościołów, religii czy zinstytucjonalizowanych ideologii. W każdym z tych systemów etycznych dostrzegamy:

- określony system prawomocnych wartości i idei przewodnich
- oraz zestaw norm definiujących wzajemne powinności, nakazy oraz zakazy w postaci np. nakazu poszanowania godności ludzkiej, czy zakazów pozabawiania życia lub stosowania tortur.

Wartości i normy właściwe tak rozumianej etyce tworzą określony system aksjonormatywny. Wartości definiują to, do czego warto i należy dążyć. Co winno stanowić cel działań, przedmiot ludzkich wysiłków i aspiracji. Celami takimi mogą być np. prawda, dobro, wolność, sprawiedliwość, pokój, szczęście, zbawienie. Z wartościami ściśle związane są normy, które określają, co jest moralnie słuszne, a co jest niesłuszne. W aspekcie aksjologicznym, etyka odnosi się do treści wartości etycznych i ich uzasadnień. Np. dlaczego prawda jest wartością etyczną, czy też jak należy rozumieć sprawiedliwość. Natomiast w aspekcie normatywnym etyka odnosi się do powinności, eksponuje orientację oceniającą. Określa, jakiego rodzaju czyny i wybory są właściwe z punktu widzenia norm, wskazując, że z tej właśnie racji są czynami etycznymi.

Wartości i normy składające się na określony system etyczny mają oczywiście charakter ponadjednostkowy. Stosują do wszystkich członków wspólnoty kulturowej (religijnej czy ideologicznej).

Tak więc etyka w omawianym znaczeniu to system wartości, z których wynikają godne realizacji cele oraz działania i wybory, których dokonują ludzie. Wartości obudowane są systemem norm, stanowiących ich zabezpieczenie i gwarancję mocy obowiązywania.

W prezentowanych wyżej uwagach posługiwaliśmy się pojęciami wartości oraz norm, polegając na potocznych intuicjach znaczeniowych. Podejmijmy jednak zadanie dokładniejszego określenia znaczenia tych pojęć.

Wartości etyczne

„Wartość” to pojęcie abstrakcyjne, przede wszystkim swoiście ludzkie w takim znaczeniu, że jedynie człowiek jest twórcą wartości. Jedynie człowiek określonym rzeczom lub stanom rzeczy nadaje wartość i uznaje, że warto starać się o ich osiągnięcie. W ten sposób nawet tak abstrakcyjne stany rzeczy jak wolność, honor, sprawiedliwość czy godność są przez ludzi traktowane jako wartości. A ponieważ ludzie cenią je, uznają tym samym, że warto o nie zabiegać, występować w ich obronie, nawet ryzykując życie.

Powiedzieć, że coś jest wartością, znaczy uznać, że jest to godne dążeń. Tą drogą wartości ściśle wiążą się z celami ludzkich działań. Są także wyobrażeniami tego, co pożądane. Stanowią ważne kryterium selekcji celów, które mogą być realizowane. Wartości mogą być też definiowane jako abstrakcyjne ideały odnoszące się do określonych przedmiotów, sytuacji, stanów rzeczy, o których sądzi się, że są godne urzeczywistnienia.

Należy jednak zauważyć że wartości – jak cała rzeczywistość – „mają charakter historycznie zmienny i kulturowo relatywny. (...). W szybko zmieniających się warunkach społecznych wartości mogą ulegać nawet daleko idącym przekształceniom i modyfikacjom, zwłaszcza wartości rozumiane jako cele i dążenia jednostek i grup społecznych, osiągając niekiedy stan anomii społecznej”. (Marianowski, 2006, 334). W każdych warunkach wartości pełnią jednak następujące funkcje.

- Służą jako punkt odniesienia dla działań, stanowiąc szczególnego rodzaju drogowskazy, wyznaczające właściwe czy też słuszne z etycznego punktu widzenia kierunki działań, dążeń czy pragnień.
- Stanowią źródło motywacji indywidualnych i zbiorowych. Działania indywidualne i zbiorowe motywowane są określonymi, zinternalizowanymi wartościami.
- Dostarczają podstaw do formułowania ocen moralnych. Działania jednostek a także grup i organizacji podlegają ocenie przez odniesienie ich do wartości i chroniących je norm moralnych.
- Służą budowaniu więzi społecznych, przyczyniając się do trwałości grup i wspólnot. Tworzą podstawę identyfikacji i solidarności zbiorowej.

Rozważając złożone zależności łączące ludzką aktywność i wartości, warto przywołać rozróżnienie zaproponowane przez Stanisława Ossowskiego. Autor ten wskazuje na przydatność rozróżnienia między wartościami uznawanymi a wartościami odczuwanymi. Te pierwsze są wartościami z tej racji, że środowisko społeczne stara się jednostce narzucić przekonanie o ich obiektywnym i obowiązującym charakterze. Nie musi być równoznaczne z pełną i głęboką akceptacją tych zaleceń przez jednostkę. Natomiast wartości odczuwane są nie tylko polecane przez zbiorowość, ale także istotnie ważne i w pełni „przeżywane” przez jednostkę, która kieruje się nimi w swoich rzeczywistych działaniach, a nie deklaruje ich ważności wyłącznie werbalnie. (Ossowski, 1967, t. III, 73).

Dodajmy jeszcze, że wartości moralne tym się różnią od innych wartości np. estetycznych, że mają charakter obligatoryjny, kategoryczny, obwarowane są określonymi sankcjami, a ich przestrzeganie jest wymagane. Natomiast wartości estetyczne mają jedynie charakter preferencyjny, ich respektowanie nie jest wymagane, a proponowane.

Istotnym zagadnieniem w odniesieniu do wartości jest kwestia ich statusu ontologicznego. Inaczej mówiąc, rzecz dotyczy odpowiedzi na pytanie, czy wartości

mogą istnieć poza świadomością zbiorową i doświadczeniami jednostkowymi. W odniesieniu do tej kwestii istnieją dwa stanowiska.

- W jednym ujęciu wartości są bytami niezależnymi, absolutami, istniejącymi jako niezmiennie, odwieczne, ponadczasowe idee, niezależnie od świadomości ludzi. Są ideami obiektywnie ważnymi, które stają się wartościami, dla danej zbiorowości, czy wspólnoty. „Według koncepcji obiektywistycznych, a o takich tu mowa, wartości istnieją niezależnie od aprobaty jednostkowej, a nasze wyobrażenia i doznania emocjonalne nie mają dla nich mocy konstytutywnej”. (Mariański, 2006, 334).
- Natomiast w ujęciu drugim, subiektywistycznym, wartości, nie istnieją poza świadomością podmiotu, są zawsze wartościami dla kogoś. ”Nie ma wartości samych w sobie, lecz pojawiają się one w efekcie naszych subiektywnych doznań czy interakcji międzyludzkich. Są subiektywnymi zjawiskami świadomości ludzkiej. Świadomość wartości jest identyczna ze światem wartości gdyż wartości zależą całkowicie od ludzkich aktów wartościujących”. (tamże, 334).

Należy wspomnieć, że obszar wartości mieści różne ich kategorie. Proponuje się różne podstawy kategoryzacji wartości. A oto najczęściej spotykane sposoby ich klasyfikacji.

- Przyjmując za podstawę kryterium treściowe wyróżnia się wartości poznawcze, estetyczne i moralne.
- Z punktu widzenia intencji działających ludzi wyróżnia się wartości instrumentalne, czyli inaczej wartości-środki oraz wartości autoteliczne, rozumiane jako wartości-cele. Wartości etyczne zalicza się do wartości-celów.
- Biorąc z kolei pod uwagę siłę przymusu, nakazu czy motywacji, wiodących do osiągnięcia czy realizacji danej wartości, wyróżnia się wartości kategoryczne, które mają charakter imperatywów działania, wartości hipotetyczne oraz preferencyjne. Wartościami kategorycznymi są wartości etyczne. Wartości hipotetyczne, to takie, których realizacja jest „wysoko ceniona i nagradzana, ale nie jest oczekiwana powszechnie. Jako przykład tej kategorii wartości można wymienić heroizm. Natomiast wartościami preferencyjnymi są, wspomniane już wcześniej wartości estetyczne. (Ziółkowski, 2002, 291).

W ocenach, z etycznego punktu widzenia, działań różnorodnych aktorów społecznych przydatne są także inne jeszcze rozróżnienia. Dość często w analizach pojawia się podział na wartości-cele i wartości-normy.

- Wartości-cele odnosimy do szczególnie pożądanego stanów rzeczy, takich jak sprawiedliwość, równość, bezpieczeństwo czy zaufanie. Wartości-cele mogą być definiowane jako ideały i z tej racji wykorzystywane jako projekcje przyszłych stanów rzeczy, które uznawane są za słuszne. Wartości-cele nie odnoszą się do rzeczywistych stanów rzeczy, a określają pożądany kształt tego, co powinno być.

- Wartości-normy odnoszą się do pożądaných bądź nawet wymaganych reguł, którym mają być podporządkowane działania. Traktowane są jako istotne operacyjne regulatory działań, bezpośrednio wyprowadzane z wartości-celów.

W takiej perspektywie każde, dostatecznie istotne działanie stanowi wyraz przyjmowanej przez jednostkę orientacji aksjologicznej. Podmiot nakierowuje działania na wartości pojmowane jako subiektywnie wybrane cele. Realizacja tych wartości traktowana jest jako uzasadniony, słuszny, godziwy bądź wymagany cel. Problem polega jednak na tym, że działanie może być zorientowane zarówno na wartości użyteczne, czyli doraźny bądź długofalowy interes własny jednostki czy grupy lub być nakierowane na wartości-normy takie jak odpowiedzialność czy lojalność. W związku z tym, możliwe są następujące sytuacje odnoszące się do ukierunkowania działań podmiotu.

- Sytuacja pierwsza, w której orientacja normatywna i użyteczna występują równolegle, wzajemnie się równoważą. Oznacza to, że realizacja interesu podmiotu nie wiąże się z odstępowaniem od norm. Partykularny interes nie wchodzi w konflikt z interesem ogółu; np. pokonanie konkurencji odbywa się na powszechnie akceptowanych zasadach.
- Sytuacja druga, polegająca na tym, że orientacja użyteczna zyskuje wyraźne pierwszeństwo przed orientacją normatywną. Interes grupowy czy indywidualny jest realizowany kosztem odstąpienia od zasad, norm. Tę orientację nazwiemy skrajnie profitową, egoistyczną. Oznacza to, że realizacja partykularnego interesu określonego podmiotu (np. pokonanie konkurencji, w przypadku organizacji biznesowej) dokonuje się przez stosowanie niedozwolonych, nieetycznych praktyk.
- Z sytuacją trzecią mamy do czynienia wtedy, kiedy orientacja normatywna ma pierwszeństwo przed użyteczną. Jest to orientacja nastawiona nie na realizację własnego interesu, korzyści własnej, ale jest działaniem na rzecz innych; tak dzieje się np. w przypadku działalności charytatywnej.

Prezentowane powyżej kwestie prowadzą do pytania, czy w dłuższym horyzoncie czasowym, możliwe jest kierowanie się wyłącznie orientacją użyteczną. Pytanie to zyskuje na znaczeniu w odniesieniu do działalności biznesowej, w której, co zostało już podkreślone, kryteria użyteczno-pragmatyczne odgrywają tak poważną rolę.

Normy moralne

Jak wspominaliśmy wyżej, na system etyczny składają się, wartości-cele oraz wartości-środki czyli normy. Wartości-środki (normy) określają właściwe czy słuszne, z etycznego punktu widzenia, sposoby działania ukierunkowane na osiągnięcie wartości-celów.

Normy, jak wiadomo, mogą przyjmować dwie postacie, a mianowicie postać nakazu i zakazu. Jak przekonuje Ossowska to, jaką postać przyjmie dana norma

nie ma znaczenia z logicznego punktu widzenia. Natomiast ma znaczenie dla społecznego klimatu, ze względu na to, że różny jest społeczny odbiór zakazów i nakazów. „Nakazy brzmią na ogół łagodniej, mniej apodyktycznie”. (Ossowska, 2000, 30, 31-32).

Norma moralna, podobnie jak innego rodzaju normy, charakteryzuje się tym, że jest jednostce narzucona z „zewnątrz”, przez społeczeństwo czy grupę. Stanowi względnie stały punkt odniesienia, do którego jednostka może się odwołać w sytuacji konieczności wyboru sposobu działania. Ważna rola norm polega na tym, że stanowią one szczególną formę ochrony jednostki w relacjach z innymi. W sytuacji konfliktu jednostka może powołać się na obowiązywanie określonej normy np. normy dotrzymania obietnic, odpowiedzialności, sprawiedliwości czy poszanowania godności.

Podkreślmy, normy mają charakter bezosobowy. Powinnością jednostki jest podporządkowanie się normie, a nie określonemu podmiotowi. To nie ktoś zakazuje jednostce, bądź nakazuje jej zrobienie czegoś. Tym „kimś” jest sama norma. Nie grupa poucza jednostkę jak realizować wartości-cele, ale norma. Społeczeństwo domaga się jedynie tego, aby jednostka działała zgodnie z normą.

Respektowanie norm, o czym wspominaliśmy wcześniej, stanowi konieczny warunek zapewnienia stabilności i trwania ładu społecznego. Z tej właśnie racji w społeczeństwie istnieją określone mechanizmy wymuszania posłuszeństwa wobec istniejących norm.

Istnieją dwa zasadnicze mechanizmy wymuszające przestrzeganie norm moralnych.

- Pierwszy to presja zewnętrzna, w postaci sankcji, kar i nagród. Wymagane przez normę działanie spotyka się z uznaniem, natomiast odstępstwo od normy pociąga za sobą różne rodzaje sankcji negatywnych.
- Drugi mechanizm to presja wewnętrzna, określana też mianem sumienia. Działanie presji wewnętrznej polega na tym, że od czynienia czegoś, co zakazuje norma powstrzymuje jednostkę nie względnie na negatywny osąd otoczenia i antycypacja kary. Czynnikiem powstrzymującym staje się wewnętrzne przekonanie o tym, że dane działanie jest niesłuszne czy niegodziwe. Działanie zgodne z normą w tym przypadku jest odczuwane jako bezwarunkowa powinność. Podstawy owej presji wewnętrznej są kształtowane w procesie socjalizacji, podczas którego jednostka zinternalizuje, czyli „uwewnętrznia” normy grupowe, by następnie kierować się nimi w swoich działaniach i dokonywanych wyborach.

A więc normy moralne stanowią szczególnego rodzaju dyrektywy, wskazujące jednostkom, jakie metody osiągnięcia celów są w danej grupie akceptowane, a jakie odrzucane. Znaczenie norm moralnych w systemie społecznym polega głównie na tym, że poprzez swój charakter powinnościowy

- zapewniają ochronę wartości,
- regulują znakomitą część życia jednostkowego i zbiorowego.

Etyka opisowa – moralność

Etyka opisowa, czyli nauka o moralności zajmuje się, jak wskazuje jej nazwa, opisem i analizą moralności. Inaczej mówiąc, przedmiotem jej zainteresowań jest ten obszar rzeczywistości społecznej, który obejmowany jest pojęciem moralności. Zapytajmy zatem czym jest moralność? Jak do jednostki i jej moralności mają się wartości-cele i wartości-środki. Przypomnijmy najpierw, że termin moralność wywodzi się od łacińskiego źródłosłowu „mores” – obyczaje. Współcześnie odznacza się wielością odniesień.

Obszerną listę znaczeń związanych z terminem moralność podaje Wincent Grant. Według tego autora moralność może być pojmowana jako:

- zbiór obyczajów, stanowiących podstawę formułowania ocen pozytywnych bądź negatywnych a właściwych jakiejś zbiorowości lub jednostce; w tym ujęciu można mówić np. o moralności narodu polskiego, ale także moralności Kowalskiego,
- zasady głoszone przez jakiś system etyczny np. moralność hedonistyczna, chrześcijańska czy buddyjska,
- zbiór obyczajów lub zasad etycznych praktykowanych w pewnych sferach aktywności ludzi np. moralność lekarska, seksualna czy kupiecka,
- właściwość czynów ludzkich,
- dobro idealne, które pozytywnie wpływa na osobę ludzką. (Granat, 1985, za: Mariański, 2006, 237).

Ponadto w niektórych ujęciach moralność może być pojmowana jako uporządkowany zbiór, czy system norm wyznaczających ludzkie działanie, natomiast w innych jako samo postępowanie. W takim rozumieniu zaciera się różnica między etyką a moralnością. Zauważmy, że w tym przypadku o moralności jest mowa zarówno w odniesieniu do pojedynczej osoby jak i w odniesieniu do zbiorowości; mówimy np. o moralności polityków.

Moralność bywa również definiowana jako „zbiór norm i wartości, których naruszenie jest mocno piętnowane przez zbiorowość, ponieważ dotyczą zasadniczych i uniwersalnych problemów pojawiających się w stosunkach międzyludzkich, których rozwiązanie nie jest obojętne dla dobra partnerów”. (Sztompka, 2002, 286).

Do prezentowanego przeglądu sposobów rozumienia pojęcia moralności dodajmy jeszcze jedną propozycję, przyjmującą, że moralność to „pewien ideał postępowania ludzkich, który nie redukuje się do celów biologicznego zachowania bytu indywidualnego lub zbiorowego, ale cele te w jakiś sposób przekracza, czyli jest względem nich transcendentny. (...). Moralność należy więc do wartości kulturalnych, duchowych”. (Gregorczyk, 1981, za: Mariański, 2006, 252).

Przedstawione wyżej uwagi wskazują, że pojęciem moralności posługujemy się w dwóch zasadniczych znaczeniach:

- opisowym czyli aksjologicznie neutralnym oraz
- wartościującym (oceniającym, ewaluatywnym).

W znaczeniu pierwszym debata o moralności ograniczona jest do stwierdzeń sprawozdawczych, odnoszących się do istniejących stanów rzeczy czy zachowań. W tym ujęciu za moralne zostaną uznane zarówno te czyny i wybory, które są zgodne z normami jak i te, które będą z nimi niezgodne.

Natomiast w znaczeniu drugim mówimy o moralności wtedy, kiedy rozpatrujemy działanie podmiotu (jednostki, organizacji) w określonych okolicznościach przez odniesienie go do obowiązujących i mających zastosowanie do danych okoliczności nakazów i zakazów. Za czyn moralny zostanie uznany jedynie taki akt zachowania, który będzie zgodny z nakazami moralnymi. W takim ujęciu „moralność odnosi się do tego, co dozwolone i zabronione w sferze zachowań człowieka.” Nakazem moralnym będzie więc np. imperatyw nakłaniający do udzielenia pomocy innemu człowiekowi w sytuacji, gdy widzi się jego potrzeby a także zakaz „wyrządzenia krzywdy wszelkim odczuwającym istotom (...)”. (Gryling, 1999, 20, 22).

Jan Pawlica stoi na stanowisku, że moralność to „szczególny rodzaj zachowania człowieka w konflikcie, w którym doszło do uchybienia lub zadośćuczynienia elementarnym wartościom etycznym”. (Pawlica, 1973, 29).

Na ważny aspekt moralności wskazuje twórca klasycznej ekonomii, Adam Smith, dla którego sednem moralności jest zdolność wczuwania w sytuację innego. Indywidualne zachowanie z perspektywy moralnej człowiek może ocenić, stawiając się w roli „bezstronnego obserwatora”, a w sytuacji wątpliwości, co do słuszności postępowania winien zadać sobie pytanie jak zostałyby ono ocenione przez kogoś z zewnątrz.

Filozof, Bogusław Wolniewicz podkreśla natomiast, że moralność jest zawsze sprawą indywidualną: „głosem sumienia, które albo się ma, albo się go nie ma. Sumienie zna jedynie obowiązki, że trzeba dotrzymywać słowa, oddawać długi, troszczyć się o swoje potomstwo. Nie zna natomiast uprawnień, te są mu obce”. (Wolniewicz, 2002, 14-15.09, A7). Więcej na temat sposobów definiowania moralności w: Kiciński, 1998; Lazari-Pawłowska, 1966; Ossowska, 1963; Kopka, 2000, Mariański, 2006).

Dyskutując o moralności, szczególnie wtedy, kiedy jest mowa o moralności zawodowej, warto zwrócić uwagę na istotne rozróżnienie, zaproponowane przez filozofa prawa Leona Fullera. Autor ten dostrzega potrzebę oddzielenia „moralności dążeń” od „moralności obowiązku”. Najkrócej rzecz ujmując, moralność dążeń oznacza silnie motywowane dążenie do „doskonałości i możliwie pełnej realizacji ideału życia godnego i szczęśliwego.” Natomiast moralność obowiązku jest zorientowana na „realizację moralnych zobowiązań i roszczeń obwarowanych różnymi sankcjami i rygorami.” (Pawlik, 1994, 171).

Odpowiedź na pytanie, jak etyka ma się do moralności znajdujemy w „Elementarzu etycznym” Karola Wojtyły, który stwierdza, że „czyny ludzkie mają zawsze charakter konkretny, ściśle indywidualny, a zasady formułowane i uzasadnione w etyce mają charakter ogólny i abstrakcyjny. Powstaje problem

powiązania tych ogólnych zasad z konkretnymi czynami, jeżeli zasady mają je kształtować, albo też, jeśli ze stanowiska tych ogólnych zasad mamy o poszczególnych czynach ludzkich wydawać osąd. (...). Fakty moralne mówią o ludziach, o społeczeństwie, a nie mówią bezpośrednio o zasadach, czyli o samej etyce". (Wojtyła, 1991, 11, 12-13).

Zgodnie z powszechnymi interpretacjami moralności, oczekujemy od ludzi takich działań, które nie byłyby kierowane wyłącznie korzyścią własną, lecz także uwzględniały dobro innych. Tylko takie zachowania są powszechnie uznawane za godne polecenia, a często wyraźnie wymagane. Wiadomo jednak, że działania i wybory ludzi mogą być kierowane dwoma skrajnymi postawami: altruizmem bądź egoizmem. W przypadku wystąpienia działań nacechowanych zbliżaniem się do którejś z tych orientacji mamy do czynienia z określonym rodzajem moralności.

Tak więc moralność nie oznacza okazywania respektu wobec norm pod groźbą sankcji. O moralności mówimy jako o spontanicznym akcie woli, pojawiającym się jako wybór sposobu postępowania wolny od nacisku okoliczności, przeciwności, czy presji zewnętrznej. Moralność, stanowiąc akt woli, odnosi się do dyspozycji psychicznej, rozumianej jako świadome kierowanie swoim postępowaniem. Jako gotowość przyjmowania ściśle określonych postaw bądź podejmowania określonych działań i powstrzymywanie się od innych. Istota aktu moralnego polega na tym, że jest on nie tylko spontaniczny, ale przede wszystkim stanowi wynik wolnego wyboru.

Warto zwrócić uwagę na to, jak komentuje istotę moralności Bauman, który pisze: „jeśli postanawiasz, że będziesz uczynny dla innych, ponieważ oczekujesz nagrody za swoją uczynność, jeśli twoje dobre uczynki motywowane są nadzieją na otrzymanie nagrody, jeśli „okazywanie serdeczności innym” wynika z obrachunku możliwych zysków i strat, to czy twoje postępowanie jest rzeczywiście manifestacją postawy moralnej, czy raczej kolejnym przykładem wyrachowania i egoizmu”. (Bauman, 2009, 168).

Autor ten, formułuje w związku z tym także inne, ważne pytania, a mianowicie: „czy dobro może być wynikiem dowodzenia, perswadowania, uzasadniania, przekonywania, apelowania „do rozsądku”? I czy świadczenie dobroci może być skutkiem racjonalnej decyzji i czy można do niego nakłonić rozumną argumentacją? I odpowiada na nie „(...), potrzeby czy sensu moralności nie można i nie należy uzasadniać ani dowodzić (...) wszystko bowiem co służy zaspokojeniu „potrzeby” jest czymś innym niż moralność. (...) Czyn moralny nie „służy” żadnemu „celowi” i z pewnością nie przyświeca mu myśl o korzyści, wygodzie, rozgłosie, poprawie samopoczucia, publicznym podziwieniu czy innej formie autopromocji. (...). Za aktem moralnym „nie stoi ukryty motyw”. Aby spełnić wymóg moralny, trzeba zapomnieć o (...) dyscyplinującej mocy [norm] i mieć wzgląd jedynie na dobro Innego”. (tamże, 168, 184-185-186).

Przedstawiona kwestia zyskuje na znaczeniu w kontekście formułowanej niekiedy, w dyskusjach nad etyką biznesu, opinii, głoszącej, że: „etyczny biznes się opłaca”. Elain Sternberg, jest zdania, że: „Przedsiębiorstwo, które nie przywiązuje wagi do żądań etyki biznesu bądź niewłaściwie je pojmuje, ma niewielkie szanse na maksymalizowanie długoterminowej wartości dla właściciela”. (Sternberg, 1998, 37). To i wiele innych podobnych stwierdzeń jednoznacznie sugeruje pojmowanie działań zgodnych z zasadami etycznymi w kategoriach utylitarnych, spodziewanych korzyści i unikania ewentualnych strat.

Z tej racji, że ludzkie działania są zależne od aktów woli, życie w społeczeństwie nacechowane jest niepewnością. Wynika to z założenia, że nie ma pewności, co do tego, jakiego wyboru dokona Inny, czy wybierze czynienie dobra czy też zła. Czy, wybierając zło, będzie argumentował: „Wiem, że oszustwo jest złem, i wiem, że oszukuję, ale to zwykła kolej rzeczy, bo tak już jest na świecie. Wiadomo, że życie i wszystkie życiowe wybory opierają się na przekrętach i szwindlach, ale skoro wszyscy zdążyli się z tym pogodzić, nie ma innego wyboru. Każdy oszukuje, bo wie, że wszyscy wokół oszukują, więc gdybym sam nie oszukiwał, cierpiałbym z powodu swej uczciwości”. Taką postawę Lawrence Grossberg określa mianem „ironicznego nihilizmu”. (Grossberg, 2007, za: Bauman, 2009, 167).

W prezentowanych powyżej uwagach przewijał się wątek ocen postępowania jednostki, dokonywanych przez odniesienie go do obowiązujących norm. W związku z tym celowe jest przyjrzenie się i tej relacji.

Oceny moralne

W relacje interpersonalne nieuchronnie angażowane są oceny moralne. Oceny moralne, przenikają całość życia. Żadna sfera działań ludzi nie jest z tego wyłączona. Nie popełniając nadużycia, można powiedzieć, że postawa oceniająca jest postawą powszechną. Każdy rodzaj działań człowieka, każdy dokonywany wybór, a także powstrzymanie się od działania, stanowi przedmiot oceny, podlegając – przynajmniej potencjalnie – osądowi moralnemu. Powszechność postawy oceniającej wynika z akcentowanego przez filozofów, atrybutu człowieczeństwa zmuszającego do konieczności dokonywania wyborów. Do istoty bycia człowiekiem należy bowiem decyzja i wybór. To, że dokonywane przez człowieka wybory nie zawsze są słuszne, nie unieważnia tezy, wskazującej na konieczność ich dokonywania.

„Człowiek – jak pisze Ortega y Gasset – jest jedynym bytem, jaki nie polega jedynie na istnieniu, ale musi swoje istnienie wybierać.” (Ortega y Gasset, 1982, XXXVL). Zdolność dokonywania wyborów znaczy ponadto jeszcze coś więcej. Wskazuje mianowicie na to, że bycie człowiekiem nieodłącznie wiąże się z koniecznością ponoszenia odpowiedzialności za dokonane wybory. A to z kolei wiąże owe wybory z wartościowaniem i hierarchizowaniem. Wybierając coś,

a coś odrzucając, opowiadamy się za czymś, bądź przeciwko czemuś. Ktoś, kto opowiada się za prawdą, tym samym opowiada się przeciw kłamstwu. Wybierając coś, daje jednocześnie świadectwo temu, że to coś ceni wyżej od czegoś innego. Powszechność ocen moralnych implikuje istnienie kryteriów, stanowiących podstawę ocen i formułowania sądów moralnych. W kwestii kryteriów ocen moralnych badacze moralności nie są zgodni. Nie zagłębiając się w toczone spory, przyjmijmy za Mariańskim, że właściwości ocen moralnych charakteryzują się następującymi cechami.

- Narzucającą się własnością ocen moralnych jest to, że powiązane są one z wartościami, z „pojęciami dobra i zła, wolności, odpowiedzialności, obowiązku, zasługi, winy, a także innymi pojęciami pokrewnymi”. W ten sposób normy określają wzajemne powinności ludzi.
- Oceny moralne formułowane są w postaci pochwały lub nagany. Coś jest pochwalane, (chwalebne) spotyka się ze społeczną aprobatą (np. prawdomówność), a coś jest nagane (np. kłamstwo) i przez to spotyka się z sankcją negatywną – karą.
- Dobro i zło stanowią podstawowe kategorie w ocenach moralnych. Coś jest złem moralnym a coś innego jest moralnym dobrem.
- Oceny moralne odnoszą się do całego człowieka jako podmiotu. Przyjmuje się jako powszechnie obowiązującą zasadę, że „żaden człowiek, o ile działa jako osoba w sposób wolny i świadomy, nie może być od nich zwolniony”.
- Oceny moralne „rozciągają się na całą biografię istoty ludzkiej oraz na wszystkie dziedziny, w których ona działa, a także na wszystko to, „co ma związek z człowiekiem jako istotą działającą świadomie i bez przymusu”. Ocenie moralnej podlegają w równym stopniu czyny świadome, dyspozycje i przekonania moralne. Można powiedzieć, że oceny moralne odnoszą się do sylwetki moralnej człowieka. Sylwetkę moralną określają tym sposobem oceny moralne.
- Oceny moralne są „odnoszone zarówno do człowieka, jak i do jego działań”.
- Oceny moralne wyróżnia to, że przysługuje im nadrzędność nad innymi ocenami. Waga ocen moralnych jest większa, aniżeli innych ocen, z tej racji, że mają one odniesienia do godności osoby ludzkiej. „Są one punktem węzłowym wszystkich innych ocen ludzkich”. (Mariański, 2006, 296-297, 299).
- Podstawą do orzekania o prawomocności oceny moralnej jest stwierdzenie zgodności lub niezgodności działań z „określonym ideałem etycznym czy raczej przyporządkowanie do ideału”. (tamże, 296-297, 299, 300).

W kontekście powyższych uwag nie bez uzasadnienia będzie przywołanie pojęcia cnoty. Leszek Kołakowski wyraża w związku z tym przekonanie, iż „Nie mamy jednak chyba innego słowa na łączne oznaczenie wszystkich sprawności, które są moralnie wartościowe i które lepszymi czynią zarówno człowieka pojedynczego, jak i wszystkie związki między ludźmi”. (Kołakowski, 1999, 46). A następnie podkreśla, że nabywanie cnot przez jednostkę dokonuje się przez

obcowanie z ludźmi, którzy cnoty praktykują, jednocześnie zastrzegając, że trudno jest oczekiwać by wszystkie cnoty były „naraż obecne”. Pojęcie cnoty i jej ogólniejszych uwarunkowań kieruje naszą uwagę na inne jeszcze pojęcie, a mianowicie na koncepcję etosu.

Etos

Historia pojęcia „etos” sięga starożytnej filozofii, stanowiąc jedno z podstawowych pojęć antycznej etyki. Słowo etos, wywodzące się z greki ma dwa znaczenia:

- pisane przez epsilon oznacza przyzwyczajenie nabyte przez ćwiczenie, obyczaj lub zwyczaj,
- pisane przez eta, oznacza: usposobienie, charakter, zachowanie się, sposób bycia. (Mariański, 2006, 244).

Koncepcja etosu wykorzystywana jest współcześnie na gruncie nauk o kulturze oraz w socjologii. Mowa jest o etosie rycerskim, etosie pracy, etosie narodowym lub o etosach różnych zawodów np. lekarza czy nauczyciela. Wzorem Maxa Webera można także mówić o etosie kapitalizmu. (Weber, 1994).

Dla starożytnych filozofów w tym Arystotelesa i Platona, etos oznaczał przyjęty sposób działania, myślenia i mówienia. Arystoteles podkreślał przy tym społeczne pochodzenie etosu, a więc to, że stanowi on zawsze wytwór społeczny.

Etos, według Słownika Języka Polskiego to: „normy, wartości, wzory postępowania składające się na styl życia i charakter danej grupy ludzi określające ich odrębność.” (Słownik Języka Polskiego, 1982, 83). W XX wieku do spopularyzowania tego pojęcia przyczyniły się studia Maxa Webera nad protestantyzmem. W przekonaniu tego badacza protestantyzm sprzyjał wykształceniu się swoistego etosu gospodarczego, dającego podstawy kapitalizmowi jako nowej formie życia gospodarczego i społecznego.

Analizując pojęcie etosu, Ossowska wskazuje, że jest to podstawowy termin wykorzystywany do badań nad stylem życia danej grupy społecznej. Pojęcie etosu okazało się przydatne do opisu ogólnego zespołu cech czy właściwości, wyznaczających tożsamość zbiorowości. Znajdują one wyraz w postaci wzorów kulturowych, które są oczekiwane od członków grup etosowych. Oczekiwania te skłaniać mają jednostki do realizacji owych wzorów w praktycznym działaniu. Zasadnie można twierdzić, że etos wyznacza wartości, kierunki i formy działania, które uznawane są w danej wspólnocie, grupie za szczególnie pożądane. „Ethos – pisze Ossowska – to ogólna orientacja jakiejś kultury (...), przyjęta przez nią hierarchia wartości bądź formułowana explicite, bądź dająca się wyczytać z ludzkich zachowań”. (Ossowska, 1986, 5). Autorka zwraca przy tym uwagę nie tylko na to, że etos ma zawsze charakter grupowy, lecz także podkreśla, że etos zawiera jakąś naczelną, dominującą wartość, z której dają się wywieść inne wartości.

Podstawowy sens pojęcia etosu nie wyczerpuje wielości jego zastosowań w różnorodnych kontekstach. Warto przytoczyć niektóre z tych zastosowań, w świetle których etos może być ujmowany jako:

- zespół zachowań charakteryzujący daną społeczność,
- styl życia danej społeczności lub ogólna orientacja jakiejś kultury i przyjęta przez nią hierarchia wartości, formułowana *explicite*, bądź dająca się wyczytać z ludzkich zachowań; etos bywa też utożsamiany z pojęciem kultury,
- rodzaj programu życiowego, przyjęty przez jakąś zbiorowość, który jest przez nią szczególnie ceniony i w związku z tym kultywowany. W tym przypadku sam etos jest wartością autoteliczną, określając tym samym tożsamość grupy jako zespół cech charakterystycznych, dzięki którym grupa zyskuje indywidualność i wyodrębniana jest od innych. (Romaniszyn, 2007, 13, 14).

Najkrócej rzecz ujmując, etos to: ceniony przez daną społeczność styl życia a wraz z nim przyjęta w danej społeczności hierarchia wartości i ogólna orientacja kultury. Etos znajduje wyraz w przyjmowanym i upowszechnianym wzorze osobowym. Niezależnie od tego, czy jest on fikcyjny czy rzeczywisty zakłada się, że winien stanowić dla członków danej grupy przedmiot aspiracji.

Elementami konstytuującymi etos są natomiast:

- wartości, które znajdują potwierdzenie w codziennych praktykach, działaniach jednostek,
- oraz normy służące ochronie i uszczegółowieniu wartości.

Respektowanie ich dowodzi żywotności danego etosu. Natomiast kumulujące się odstępstwa od nich świadczą o tym, że dany etos ulega erozji. Konsekwencją pogłębiania się tego stanu jest najczęściej rozpad więzi w ramach grupy etosowej i tożsamości grupowej. Należy zauważyć, że zanikanie norm etosowych może być związane z pojawianiem się nowego etosu z innym systemem i hierarchią wartości, a także norm i wzorów zachowań. Ta nowa jakość przez dłuższy lub krótszy czas może nosić miano „anty-etosu”, wskazując na obecność formułowanych wobec niej negatywnych ocen.

Pojęcie etosu jest wykorzystywane w badaniach nad przemianami zachodzącymi w polskim społeczeństwie, a związanymi z procesami transformacji ustroju gospodarczego. Badania takie najczęściej koncentrują się na kształtujących się wzorach życia, modelach przedsiębiorczości oraz wzorach osobowych w obrębie etosu powstającej klasy średniej. (Kurczewski, Jakubowska-Branicka, 1994). Wiele uwagi poświęca się także przekształceniom etosu pracy. Na podstawie tego rodzaju danych można podejmować próby rekonstrukcji etosu polskiego kapitalizmu. Możliwe jest także zrekonstruowanie modelu jednostki odpowiadającego temu etosowi.

Przedstawione w rozdziale uwagi zostały zamierzone jako wprowadzenie do analiz etycznych problemów związanych z działalnością biznesową, które podjęte zostaną w dalszych częściach pracy.

Część II

Aksjonormatywny wymiar działalności biznesowej

Rozdział I

Etyka biznesu jako etyka stosowana

*„Interes wprawia w ruch wszystkie cnoty i przywary.”
„Cnoty gubią się w interesie, jak rzeki w morzu”.*

F. La Rochefoucault

Pojęcie etyki stosowanej odnosimy do analiz tych kwestii etycznych, które mają wymiar praktyczny. „Zadaniem etyki stosowanej – pisze Kudrycka – jest rozwiązywanie etycznych dylematów, które pojawiają się w różnych dziedzinach i aspektach naszego życia. Etyka stosowana zapożycza idee i teorie z metaetyki oraz normatywnych teorii etycznych. Koncentruje się na praktycznej pomocy w znalezieniu pożądanego (z etycznego punktu widzenia) rozwiązania, gdy potrzebne jest sprawne działanie a nie ma czasu na refleksję filozoficzną”. Etyka stosowana wykorzystuje ogólną teorię wartości. Nie ogranicza się do wartości moralnych. W polu jej zainteresowań znajdują się także inne wartości kulturowe, w tym techniczno-ekonomiczne oraz organizacyjne. Etyka stosowana zajmuje się ponadto etyką poszczególnych zawodów, etyką obywatelską, polityki, stosunków międzynarodowych, a także etycznymi aspektami nowych technologii, takich jak technologie informatyczne (Internet) czy biotechnologia (Kudrycka, 1998, 25-26).

Etyka stosowana określana jest też mianem etyki kodeksowej, gdyż z reguły ma postać kodeksową, czyli występuje w formie spisanej i uporządkowanego systemu norm mających wyznaczać postępowanie.

Znaczącym przedmiotem zainteresowania etyki stosowanej jest etyczny wymiar działalności biznesowej. Termin „etyka biznesu” (niekiedy używany zamiennie jako „etyka życia gospodarczego”) w coraz większym stopniu staje się obecny zarówno w dyskursie naukowym jak i publicystycznym. Przedmiotem analiz w tym obszarze są zarówno standardy etyczne, jak i kondycja moralna świata biznesu. Zdaniem niektórych autorów można nawet mówić o modzie na etykę biznesu. (Minus, 1995, 27). Potwierdzenie tej opinii można dostrzec we wzrastającej liczbie publikacji na świecie, i w Polsce, oraz we włączeniu etyki biznesu do programu studiów w szkołach wyższych o profilu ekonomicznym i menedżerskim. Wydaje się jednak, że wyjaśnianie zainteresowania etyką biznesu powinno odwoływać się do istotniejszych czynników niż moda. Ważniejsze jest to, czego dowodzą liczne publikacje, że współcześnie mamy do czynienia z obniżeniem się standardów etycznych w różnych sferach ludzkiej aktywności, nie wyłączając obszaru działalności gospodarczej. Dokumentację zjawiska obniżania się standardów etycznych w świecie biznesu znaleźć można m.in. w pracy Klausa Wenera i Hansa Weissa zatytułowanej Czarna lista firm. Intrygi światowych koncernów (2009) oraz w zbiorowej pracy pod red. Janusza Mariańskiego „Kondycja moralna społeczeństwa polskiego”, (2002), a także w pracach Bakana (2006), czy Senneta (2006).

Należy także wspomnieć o tym, że etycznym wymiarem funkcjonowania ustroju gospodarczego, czyli regułami odnoszącymi się do aksjologicznego fundamentu gospodarki kapitalistycznej zajmowało się od dawna wielu wybitnych autorów. Adam Smith, który był profesorem filozofii moralnej w Uniwersytecie Oxfordzkim i autorem klasycznego dzieła „Teoria uczuć moralnych”, Kenneth E. Boulding w pracach: „Ekonomia jako nauka moralna”, „Religijne podstawy postępu ekonomicznego”, (1985), Max Weber w swoim znanym dziele „Etyka protestancka a duch kapitalizmu”, (1994), także autorzy, których prace zostały opublikowane w zbiorowym tomie pod redakcją Petera Bergera, zatytułowanym „Etyka kapitalizmu”. (1994). Etyczny wymiar działalności gospodarczej jest również obecny w historii społecznej doktryny kościoła katolickiego. (Jarocki, 1964, Skrzyszewski, 1994, Kloze, 1995). Wszyscy wymienieni autorzy koncentrowali się w swoich pracach na analizach systemów wartości i norm, które kierują wyborami i działaniami w świecie biznesu. Podejmowali też problem ogólnych reguł, i etosów, na których wspierają się różne typy gospodarek.

Czym jest etyka biznesu? Odpowiadając na to pytanie wskażmy, iż pojmuje się ją dwojako.

- Po pierwsze, jako subdyscyplinę filozofii (antropologii filozoficznej), której przedmiotem refleksji jest system wartości i norm wyznaczających działania

ludzi tworzących świat biznesu. Inaczej mówiąc, zajmuje się ona aksjologicznymi podstawami działalności biznesowej.

Według Lewickiej-Strzałeckiej etyka biznesu to „dyscyplina naukowa zajmująca się formułowaniem i analizą reguł etycznych w świecie biznesu”. (...) Punktem wyjścia analiz etyki biznesu są reguły rządzące wolnym rynkiem. Analizy te zmierzają do określenia ich wpływu na etyczny wymiar funkcjonowania na nim podmiotów gospodarczych”. (Lewicka-Strzałecka, w: Dietl, Gasparski, (red.), 1997, 56).

- Po drugie jako odniesienie do zespołu norm uznawanych w świecie biznesu, czyli jako etos tego świata. (Gasparski, 1997, 16-17).

Jak podkreśla Grzegorz Hansen etyka biznesu „nie jest ogólną etyką pracy czy też etyką wykonywania zawodu w ogóle”. Ogranicza się do rozpatrywania pracy i działalności zawodowej, która bezpośrednio łączy się z aktywnością w systemie gospodarki kapitalistycznej. Etyką biznesu, w rozumieniu cytowanego autora są „reguły, standardy postępowania i kodeksy i takie zasady, które dostarczają wskazówek dla moralnie słusznego i uczciwego postępowania w konkretnych sytuacjach działalności gospodarczej”. W tym ujęciu etyka biznesu zmierza do ukonstytuowania się takich działań, które byłyby „uczciwe z punktu widzenia moralności”. (Hansen, 1993, 89, 91). Jednym z zasadniczych pytań, które formułuje się na tym gruncie, jest pytanie o to, czy kierowanie się w działalności biznesowej, interesem własnym należy traktować w każdym przypadku jako moralnie naganne. Inaczej mówiąc, czy podporządkowanie działalności biznesowej wyłącznie imperatywom pragmatyczno-uitylitarnym jest równoznaczne z odstępianiem od norm moralnych. Lub, czy wartości decydujące o sukcesie w znaczeniu ekonomicznym dają się pogodzić z wartościami etycznymi.

W świetle stanowisk prezentowanych w literaturze można przyjąć, że funkcja etyki biznesu, w ujęciu normatywnym, polega przede wszystkim na:

- ustanawianiu standardów etycznych, które miałyby obowiązywać w biznesie,
- redukowaniu czy minimalizowaniu niepewności co do etycznych ocen sposobów postępowania.

Natomiast celem etyki biznesu, rozumianej jako działalność praktyczna, byłoby formułowanie przesłanek do świadomego podejmowania decyzji poprzez wskazanie:

- jakie wartości są godne kultywowania,
- jakie normy winny być respektowane,
- w jaki sposób zapewnić warunki do tego, by te normy były respektowane.

Skąd wynikają te wskazania i konieczność aplikacji standardów etycznych w działalności biznesowej? Odpowiadając na to pytanie, należałoby odwołać się do następujących właściwości tej działalności:

- podmiotem decyzji i działań w jej obrębie jest człowiek jako podmiot moralny, wyposażony w wolną wolę, a więc mający możliwość dokonywania wolnych wyborów,

- podejmowane decyzje dotyczą bezpośrednio innych ludzi i ich losu; mogą powodować szkody, wyrządzać krzywdę innym, przyczyniając się do utraty zdrowia a nawet życia, na skutek niekontrolowanych warunków pracy czy utraty środków utrzymania w wyniku np. zwolnienia z pracy,
- podejmowane decyzje mogą dotyczyć szerszego kręgu osób w sposób pośredni, a mianowicie poprzez fakt dostarczania im określonych towarów i usług, które mogą stać się źródłem niebezpiecznych sytuacji,
- decyzje w biznesie mogą prowadzić do bardziej lub mniej trwałych niekorzystnych zmian środowiska społecznego jak i naturalnego (masowe migracje, wzrost zatrudnienia kobiet, bezrobocie i jego społeczne skutki, zatrucie wody, wycinanie lasów tropikalnych, nadmierny połów ryb),
- wspomniane decyzje mogą także prowadzić do niekorzystnej zmiany wzorów zachowania, głównie pod wpływem reklamy (zastąpienie karmienia piersią podawaniem gotowych pokarmów, stosowanie jednorazowych pampersów miast tradycyjnych pieluch, odwiedzanie centrów handlowych w dni świąteczne, preferowanie określonych rozrywek).

W ostatnich dekadach także w Polsce, obserwuje się wzrost zainteresowania etyką biznesu. Zjawisko to, jak stwierdziliśmy wcześniej, trudno uznać za rezultat mody. Powodów, dla których zainteresowanie etyką biznesu będzie raczej wrastało, jest wiele. Można dopatrywać się ich w pojawieniu się szeregu nowych zjawisk i procesów społecznych, politycznych i gospodarczych, zwłaszcza zaś:

- w dokonujących się przemianach współczesnej gospodarki kapitalistycznej wraz z procesami globalizacji i wynikającym z tego zapotrzebowaniem na analizy etycznych konsekwencji rozwoju globalnego kapitalizmu korporacyjnego (Dönhoff, 2000, Dylus, 2005, Bakan, 2006, Sennett, 2006, Ryan, Sójka, 1997),
- transformacji ustroju gospodarczego w Polsce, polegającej na przechodzeniu od gospodarki nakazowo-rozdziałowej do wolnorynkowej, co pociąga za sobą głębokie zmiany w systemach wartości i norm rządzących działaniami autonomicznych podmiotów występujących na wolnym rynku, a także pojawieniem się „luki aksjologicznej” wynikającej z tego, że dawne systemy wartości nie przystają do nowej rzeczywistości, a nowe systemy wartości i norm jeszcze się nie ukształtowały, dotyczy to np. etosu pracy,
- wzrastającej roli korporacji, jako organizacji typowych dla współczesnej gospodarki, zorientowanych przede wszystkim na wartości pragmatyczno-utilitytarne,
- powstawaniu nowych grup społecznych i zawodowych, typowych dla ponowoczesnej gospodarki kapitalistycznej; mowa tu m.in. o kształtującej się w Polsce klasie średniej,
- konstytuowaniu się nowego ustroju gospodarczego, któremu towarzyszy szereg zjawisk, polegających na naruszaniu norm etycznych (korupcja, oszustwa podatkowe, czarny rynek pracy, nierzetelna reklama).

Natomiast zainteresowanie etyką biznesu w ujęciu normatywnym, znajduje wyraz w:

- próbach ustanowienia standardów etycznych, o których sądzi się, że powinny obowiązywać w świecie biznesu, również w skali międzynarodowej, poprzez tworzenie kodeksów firm bądź korporacji,
- ustanawianiu kodeksów określonych zawodów (menedżera, maklera, biegłego rewidenta).

Podsumowując przedstawione uwagi można przyjąć, że etyka biznesu to opis życia gospodarczego rozpatrywanego w świetle wartości i norm wyznaczających „właściwe” cele i sposoby działań ludzi uwikłanych w świat biznesu oraz moralność świata biznesu. Etyka biznesu, w najbardziej znaczącym ujęciu stanowi próbę przezwyciężenia dylematu między dwoma orientacjami, z których jedna jest nakierowana na wartości instrumentalne, druga natomiast nakłania do respektowania wartości etycznych.

Świat biznesu

Etykę biznesu odnosimy do działań osób zaangażowanych w określony – „biznesowy” – typ przedsięwzięć, wchodzących w związku z tym w stosowne relacje, pełniących różne role zawodowe i zajmujących różne pozycje w strukturach organizacji, których są członkami.

Natomiast pojęcie: świat ludzi biznesu, to nieustrukturuwana całość, tworzona przez ludzi, których łączą:

- po pierwsze, podzielane wspólne perspektywy poznawcze na temat kapitalizmu, wolnego rynku, reguł techniczno-ekonomicznych, takich jak racjonalność, efektywność, konkurencja, czyli akceptacja podstawowych zasad liberalizmu ekonomicznego i politycznego,
- po drugie formułowane wobec państwa oczekiwania, odnoszące się do jego roli w gospodarce, prawnej ochrony własności, a także wolności dysponowania własnością, ograniczeń swobody gospodarowania, różnego rodzaju obciążeń fiskalnych,
- symbole i znaki, czyli język oraz określone kody zachowań.

Dodajmy, że przynależność do „świata biznesu” ma istotne znaczenie dla tożsamości, (czyli różnych postaci definiowania i postrzegania siebie) ludzi znajdujących się w obszarze wpływów tego świata. (Boksański, 1989, Dylus, 2002, 271).

Aniela Dylus przyjmuje, że świat biznesu tworzą ludzie, „których aktywność zawodowa jest związana ze sferą gospodarki. Są to przedsiębiorcy, menedżerowie różnych szczebli, rzemieślnicy, ale także pracownicy firm produkcyjnych, usługowych, handlowych. Ich status własnościowy jest bardzo zróżnicowany”. (Dylus, 2002, 271).

Wydaje się, że takie rozszerzające rozumienie świata ludzi biznesu jest nieuprawnione z tego głównie względu, że nie pozwala dostrzec różnic między poszczególnymi kategoriami osób zaangażowanych w działania biznesowe. Światu ludzi biznesu można bowiem przeciwstawić „świat ludzi pracy”. W związku z tym, wydaje się, że świat biznesu należy ograniczyć do tych tylko osób, których status własnościowy jest jednolity są to właściciele, współwłaściciele i zarządzający w imieniu właścicieli.

Kapitalizm korporacyjny

Dominującą formą zorganizowanej przedsiębiorczości współczesnego kapitalizmu, jest korporacja. To stadium rozwoju gospodarki określa się mianem kapitalizmu korporacyjnego. „W ciągu swej krótkiej historii korporacja zdążyła zdominować naszą planetę”. (Patel, 2010, 54). Korporacje są „zaplanowanymi i świadomie stworzonymi strukturami dla osiągnięcia określonych celów”. (Ladd, 1997, 16). W rozumieniu Joela Bakana, korporacja to „wielka, notowana na giełdzie spółka typu anglo-amerykańskiego”. (Bakan, 2006, 11). Korporacje są organizacjami biurokratycznymi z rozbudowaną hierarchią, standardowymi procedurami pracy i zarządzania, kierującymi się, w przyjmowanych strategiach działania, zasadą instrumentalnej efektywności i racjonalności formalnej, oznaczającej efektywność, przewidywalność oraz kalkulacyjność.

Porządek techniczno-ekonomiczny przenikający korporacje jest zbudowany na zasadzie racjonalności formalnej, tzn. ściśle określonych przepisach, regułach i zasadach. Dostarczać one mają jednostkom jednoznacznych wskazówek odnoszących się do wyboru optymalnych środków dla osiągnięcia założonych celów. Organizacje biznesowe działają w oparciu o hierarchię statusów i zadań. Ładem organizacyjnym zawiaduje wyodrębnione centrum, kierujące się w swoich decyzjach przesłankami racjonalnej użyteczności, wyznaczonej przez ujednolicone procedury, emocjonalną neutralność oraz funkcjonalne zróżnicowanie zadań. Regulaminy, procedury oraz harmonogramy pełnią funkcję niezbędnych mechanizmów służących koordynacji działań. Tworzą one środowisko wysoce zrjonalizowane, w którym, zarówno do celów jak i metod działania, są stosowane kryteria pragmatyczno-uitylitarne.

W korporacji, jako organizacji formalnej, typowe jest oddzielenie osoby od roli. Wymagane jest ponadto, aby tożsamość jednostki była w pełni zogniskowana na roli pełnionej w organizacji. (Mullins, 1996, 46-47, Hatch, 2002, 174, 176, 178). Funkcjonariusze organizacji „postrzegani są jako mniej lub bardziej neutralni moralnie (...), [a] wartości, które są brane pod uwagę nie są tymi, zgodnie z którymi postąpiliby oni jako osoby prywatne (...). (Ladd, 1997, 20). Sam Gabora, były prezes Goodyear Tire twierdzi: „Gdyby człowiek naprawdę robił to, co chce i co odpowiada jego własnym przekonaniom oraz osobistym priorytetom,

to postępowałyby inaczej. Ale, będąc prezesem (funkcjonariuszem korporacji – G.B.), nie można tak postępować”. (Bakan, 2006, 66).

Zarządzanie ludźmi, na czym w znacznym stopniu koncentrują się współczesne korporacje, polega na stawianiu im określonych zadań i wymagań. Oczekuje się od jednostek akceptacji określonych zobowiązań, poddania się narzuconym rygorom, oraz działań zgodnych z ustanowionymi standardami i procedurami, które stanowią zabezpieczenie przed ewentualnymi autonomicznymi decyzjami i wyborami. Zapobiegać one mają pojawieniu się działań irracjonalnych, tolerowanych wyłącznie w obszarze życia prywatnego, które może być zorganizowane wokół „zasady przyjemności”. (Marcuse, 1998).

Rozbudowany system reguł i zasad postępowania wraz z systemem sprawowania kontroli nad ich przestrzeganiem służy zapewnieniu wysokiego poziomu produktywności i przewidywalności działań, wyznaczając równocześnie granice działań. Wykroczenia poza te granice są zagrożone sankcjami, a obowiązujące reguły podlegają kodyfikacji. Przyjmują postać regulaminów, kodeksów etycznych, niekiedy także swoistych „kodeksów ubraniowych”. Stanowią reakcję na potencjalne próby przenoszenia reguł z obszaru rządzącego się „zasadą przyjemności” na obszar rządzący się „zasadą rzeczywistości”. „Będąc w pracy – pisze MacIntyre – członek zarządu musi traktować cele korporacji jako niezmiennik (...). Musi skalkulować najwydajniejszy, najbardziej opłacalny sposób mobilizacji istniejących zasobów, aby wytworzyć korzyści (...) jak najmniejszym kosztem. Porównywanie kosztów z korzyściami, to nie tylko jego interes – na tym polegają interesy w ogóle”. (MacIntyre, 1977, za: Bakan, 2006, 81). Przestrzeganie ustalonych reguł dotyczy wszystkich członków organizacji, a nie tylko kadry zarządzającej. Od wszystkich członków organizacji oczekuje się pełnej identyfikacji z jej celami.

Coraz częściej praktykowane formułowanie i przyjmowanie kodeksów etycznych przez organizacje biznesowe można interpretować jako przejaw funkcjonalizacji czy merkantylnej instrumentalizacji zasad etycznych, znajdujący uzasadnienie w założeniu, że wyartykułowanie określonych standardów etycznych „się opłaca”. Za takim działaniem kryje się oczekiwanie spodziewanych korzyści, jakie mogą wynikać z publicznie deklarowanego, a nie zawsze rzeczywistego, dążenia do poszanowania zasad, które w społecznym odbiorze nie utraciły znaczenia. Opowiedzenie się po stronie określonych zasad i ich kodyfikacja sprzyjać ma także wytworzeniu solidarności wewnątrzgrupowej. Fakt upublicznienia zasad, według których działa organizacja, zyskuje dodatkowo na znaczeniu, poprzez to, że organizacja ma być postrzegana, zarówno przez własnych członków, jak i podmioty zewnętrzne, nie tylko jako przewidywalna i stabilna, ale także godna powszechnego szacunku. Istota problemu kryje się w dążeniu do wykreowania społecznie akceptowanego wizerunku organizacji. (Mullins, 1996, 321). „Gdyby Co-operative Bank (brytyjski bank z ponad stuletnią tradycją), jak pisze jeden z autorów, nie zaczął tracić rynku w połowie lat dziewięćdziesiątych,

to z pewnością nie zaczęłyby wprowadzać szczegółowych zasad etycznych, które przyniosły mu uznanie wśród klientów”. (Rok, 2000, 7-8).

Kodyfikacja zasad etycznych sprzyja ukształtowaniu się dychotomicznego obrazu świata, w którym uwyrażnia się podział na „my”, czyli członków organizacji, których obowiązują określone standardy działań oraz „oni” (konkurenci, klienci) funkcjonujący w świecie rządzącym się według własnych standardów. Potwierdzenie tego znajdujemy w opisach funkcjonowania międzynarodowych korporacji, które w wyniku postępującego procesu deregulacji, wyzwala się spod kontrolnej presji suwerennej władzy państwowej, tworząc własne standardy, wyznaczające ich relacje z otoczeniem zewnętrznym. (Szerzej na temat standardów etycznych firm i ich kodyfikacji na świecie i w Polsce w: m.in. Walczak-Duraj, 2002, 261-300).

Niezależnie od motywacji skłaniających korporacje do ustanawiania standardów etycznych warto zwrócić uwagę na jeszcze jedną, ważną kwestię, a mianowicie na to, że w tym przypadku mamy do czynienia z dążeniem „zaprojektowania” moralności. Wspomina o tym Bauman, wskazując, że funkcjonariusze organizacji winni „być moralni na sposób sprecyzowany przez etyczne przepisy”. (Bauman, 1996, 15). Tak więc kodyfikacja zasad etycznych stanowi przejaw wiary w możliwość skonstruowania jednoznacznego, zbioru zasad, umożliwiających jednostce odróżnienie tego, co jest dobre, od tego, co złe, co właściwe, od tego, co niewłaściwe i w ten sposób znieść, nieodłącznie związaną z możliwością wyboru, ambiwalencję. Miejsce opcjonalności i towarzyszącej jej niepewności odnoszącej się do słuszności dokonywanych wyborów zająć ma przekonanie, iż istnieje jedynie jeden właściwy wybór, który znajduje uzasadnienie w oparciu o racjonalne kryteria. (tamże, 18-19). Poddanie moralności „człowieka organizacji”, naciskowi instytucjonalnemu i kontroli ma dodatkowy jeszcze istotny aspekt. Prowadzi do „zastąpienia autonomicznej odpowiedzialności jaźni moralnej przez heteronomiczne, z zewnątrz narzucone normy etyczne – a w końcu i w obeszładnienie, a być może i uśmiercenie, jaźni moralnej jako takiej. Ostatecznym rezultatem zamierzeń i wynikających z nich posunięć praktycznych jest (...) wyciszenie moralnych impulsów i kierowanie kwalifikacji moralnych na odgórnie zaprojektowane działania, również takie, które mogą mieć cele niemoralne. (...). Dla każdego układu społecznego wymagającego jednolitego, zdyscyplinowanego i skoordynowanego działania uparta i oporna autonomia jaźni moralnej jest skandalem. Z wyżyn pulpitu sterowniczego wydaje się ona zarodkiem chaosu i elementem anarchii w łonie porządku”. (Bauman, 1996, 21).

Kodyfikacja zasad etycznych na użytek organizacji biznesowej stanowi istotny element socjalizacji, zmierzającej do ukonstytuowania pożądanego układu tożsamościowego, tj. tożsamości „człowieka organizacji”. W ten sposób „socjalizacja zastępuje odpowiedzialność moralną obowiązkiem posłuszeństwa wobec norm i wykreśla odpowiedzialność z listy zmartwień decydenta”. (Bauman, 1996, 178).

W sumie zatem, zbiurokratyzowane organizacje biznesowe, są środowiskiem wysoce zrationalizowanym, w którym jednostka jako „człowiek organizacji” czuje się zwolniona z refleksji moralnej. Zobowiązana jest bowiem do działania nie jak autonomiczny podmiot moralny, lecz funkcjonariusz organizacji. W tej perspektywie podmioty moralne zostają wtłoczone w zdehumanizowane, „techniczne” kategorie, takie jak: „segmenty rynku”, „zasoby ludzkie”. „Dla ślepej moralnie korporacji [owe „zasoby ludzkie”] są narzędziami, które służą do generowania jak największego zysku”. A owo narzędzie można traktować właśnie tak, jak traktuje się kawałek metalu – używa się go o tyle, na ile ma się ochotę i wyrzuca się je, jak się go nie chce. Zarządzający „muszą jednak spełniać dehumanizujące zadania, jakie narzuca korporacja”. W pełni uprawniona jest teza, że kodyfikacja zasad etycznych w organizacjach biznesowych stanowi przejaw ich instrumentalizacji, „i usuwa psychiczne bariery rozwoju chciwości”. (Bakan, 2006, 86-87). W relacjach z otoczeniem organizacje biznesowe obowiązują moralność proceduralną. Poddane są one ograniczeniom narzuconym przez obowiązujące normy prawne. Wyznaczenie granic obowiązywania zasad etycznych stanowi suwerenną decyzję danej organizacji biznesowej.

W praktyce organizacji biznesowych, działających w ramach globalnej gospodarki, widoczna jest pokusa do ograniczania zakresu obowiązywania norm do określonych kategorii społecznych, co często prowadzi do dyskryminacji. W wyniku tego rodzaju praktyk „Inny” postrzegany jest jedynie jako osoba współobecna, pozbawiona jednak, najczęściej z racji oddalenia czasowo-przestrzennego, konkretnego oblicza. Staje się owym „Innym”, wobec którego pojawienie się impulsu moralnego jest wysoce problematyczne głównie na skutek tego, że zostaje wtłoczony do ogólnej kategorii „obcy”; „obcy kulturowo”, „obcy cywilizacyjnie” oraz uprzedmiotowiony jako „zasób ludzki”. W stosunku do „obcego” i „zasobu ludzkiego” obowiązuje podejście pragmatyczno-utyłitarne, w najlepszym przypadku, „uprzejma obojętność”. Ów „Inny” traktowany jest jednak głównie jako narzędzie. Pozbawienie „Innego” cech ludzkich znosi wszelkie opory przed traktowaniem go jako środka do osiągania zamierzonych celów. Przyjmowaniu takiej perspektywy sprzyja wiele czynników. Istotną rolę odgrywają wspomniane procesy globalizacji, powodujące znaczne porozszerzanie przestrzeni społecznej, powodując tym samym zwiększanie anonimowości, bezimienności, rozmycie się twarzy „Innego” w anonimowym tłumie, a przez to jej „odrealnienie”. Nieuobecna, tu i teraz, twarz „Innego”, utrudnia wyzwolenie wobec niego impulsu moralnego, niezbędnego do przyjęcia określonych powinności wobec niego, i w konsekwencji postawy moralnej. W perspektywie kosmopolitycznej gospodarki korporacyjnej, podobnie jak w perspektywie pojedynczej organizacji biznesowej, autonomiczny impuls moralny ma zostać zastąpiony przez posłuszeństwo wobec skodyfikowanych zasad i standardów. Ład aksjonormatywny, tworzony za pomocą skodyfikowanych zasad, stanowi podstawę wydawania sądów moralnych, a ustawodawstwo etycz-

ne może być interpretowane jako wyraz tendencji totalizujących. Prowadzi do monopolizowania prawa do narzucania, przez często trudne do zidentyfikowania gremia specjalistów, nie tylko w zakresie reżimów techniczno-ekonomicznych, lecz co ważniejsze, także zasad etycznych, mających stanowić podstawę do wypowiedziania prawomocnych sądów moralnych. „Człowiek organizacji” w ten sposób poddany jest licznym presjom i ograniczeniom wynikającym z istniejących regulaminów, rozporządzeń, zarządzeń oraz sztywnych procedur. Aby jego działania, były akceptowane, muszą przyjmować ściśle określone formy.

Istotnym problemem etycznym współczesnego kapitalizmu korporacyjnego jest więc kwestia redefinicji podmiotu moralnego. Rzecz dotyczy tego, czy organizacja może występować w roli takiego podmiotu. Jest to spór o wartości i cele, realizowane przez organizacje biznesowe. Istotą problemu jest to, czy „filozofia” działania organizacji biznesowych oparta na pragmatyczno-utylnych standardach daje się uzgodnić ze standardami etycznymi.

Procesy globalizacji, relatywizm kulturowy, międzynarodowe standardy etyczne

Kapitalizm korporacyjny trudno wyobrazić sobie bez usytuowania go w perspektywie procesów globalizacji, zachodzących we współczesnym świecie.

Globalizacja to termin obecnie używany powszechnie na określenie szeregu procesów, w wyniku których społeczeństwa świata zostają włączone w jedno społeczeństwo, tworząc społeczeństwo światowe.

Termin „globalizacja” poza tego rodzaju ogólnymi sformułowaniami ma jednak, co najmniej, trzy znaczenia.

- Wykorzystywany jest do opisu „umiędzynarodowienia stosunków społecznych”. Procesy te były obecne na przestrzeni całych dziejów ludzkości, lecz w ostatnich dziesięcioleciach uległy wyraźnemu przyspieszeniu.
- Oznacza wejście światowego systemu gospodarczego w nową jakościowo fazę, wyróżniającą się tym, że gospodarki poszczególnych państw zostały ze sobą tak silnie zintegrowane, że w konsekwencji tego, tworzą gospodarke światową.
- Oznacza także zmiany systemowe „związane z rozwojem globalnej ekonomii”, prowadząc do tego, że zostają jej podporządkowane państwa narodowe, instytucje oraz wzory kulturowe”. (Hirszowicz, 2007, 68).

Najogólniej, globalizacja to nie jeden proces, a cały ich zespół, prowadzący do powstania jednego wspólnego świata czy powstania „globalnej wioski” jak to się często określa.

Brytyjski socjolog, Anthony Giddens pojmując globalizację jako „intensyfikację stosunków społecznych o światowym zasięgu, która łączy różne lokalności w taki sposób, że lokalne wydarzenia kształtowane są przez zdarzenia zachodzą-

ce w odległości wielu tysięcy mil i same zwrotnie na nie oddziałują”. (Kępný, 1998, 243). Z kolei w przekonaniu Robertsona „globalizacja oznacza obiektywny proces kurczenia się świata i jednocześnie wzrost świadomości, że świat stanowi jedność”. (Ziółkowski, 2000, 42).

Proces globalizacji jest jednak nie tylko różnie definiowany, lecz także odmiennie komentowany przez badaczy zajmujących się analizą zmian zachodzących we współczesnym świecie. W przekonaniu Hansa-Petera Martina i Haralda Schumana globalizacja niesie ze sobą cały szereg zagrożeń, stanowiących atak na demokrację i dobrobyt. (Martin, Schuman, 1999). Globalizacja identyfikowana jest z takimi procesami i zjawiskami jak: umiędzynarodowienie rynków towarów, usług oraz swobodny przepływ, a ściślej wędrówkę kapitału w poszukiwaniu warunków dla wyższej efektywności podejmowanych przedsięwzięć. Oznacza także masową migrację siły roboczej, utratę kontroli państwa nad gospodarką, bezrobocie strukturalne, pogłębianie się nierówności społecznych w granicach państw i w skali światowej, generowanie ubóstwa w jednych rejonach świata, zaś w innych koncentrację bogactwa.

Jednocześnie globalizacja nie oznacza uniwersalizacji, a jedynie wzmocnienie „całości systemu stosunków pomiędzy społeczeństwami, państwami, grupami i jednostkami; oznacza ona systemowość i współzależność świata, a nie jego jedność”. (tamże, 42).

Procesy globalizacji zachodzą równocześnie na wielu różnych płaszczyznach: politycznej, ekonomicznej, militarnej i kulturowej. Traktując problem bardziej systematycznie można powiedzieć, że w pojęciu globalizacja zawierają się trzy, współokreślające ją procesy, a mianowicie: prywatyzacja, deregulacja i liberalizacja.

- Prywatyzacja nie wymaga szerszego komentarza, bowiem wiadomo, że we współczesnej gospodarce kapitalistycznej inne formy własności niż własność prywatna odgrywają marginalną rolę.
- Deregulacja oznacza minimalizację roli państwa w gospodarce, czemu sprzyja ugruntowywanie się ortodoksyjnego liberalizmu, w wyniku czego, idea państwa opiekuńczego czy państwa socjalnego została niemal całkowicie zarzucona. Współcześnie rola państwa ogranicza się do zapewnienia bezpieczeństwa przed zagrożeniami zewnętrznymi, utrzymania ładu wewnętrznego oraz stwarzania dogodnych warunków do inwestowania poprzez stosowne ustawodawstwo. Globalizacja ujawnia jedną z najbardziej dla niej charakterystycznych tendencji „zmierzającej do tego, by resztki inicjatywy politycznej pozostałe w słabnących rękach państwa narodowego ograniczyć do zachowania porządku i prawa. Według prezesa Niemieckiego Banku Federalnego Hansa Tietmeyera „zadaniem na dziś (mowa o roli państwa – G.B.) jest stworzenie warunków podnoszących zaufanie inwestorów”. Aby podnieść zaufanie inwestorów, dać impuls do inwestowania – twierdzi dalej Tietmeyer – konieczne jest zaostrenie kontroli wydatków z funduszy pu-

blicznych, obniżenie podatków, zreformowanie systemu społecznej ochrony obywateli, należy także „znieść sztywne ograniczenia kępujące rynek pracy”. „Globalny wymiar wyborów dokonywanych przez inwestorów, w zestawieniu ze ściśle lokalnymi ograniczeniami wyborów powoduje asymetrię, która leży u podstaw dominacji tych pierwszych nad drugimi”. (Bauman, 2000, 122, 125).

- Liberalizacja oznacza znoszenie wszelkiego rodzaju utrudnień i barier w handlu międzynarodowym, umożliwiając swobodny przepływ kapitału, towarów i ludzi, niekiedy rujnując przy tym gospodarkę krajów biednych.

Wszystkie te procesy wywierają istotny, często negatywny, wpływ nie tylko na sposób funkcjonowania gospodarek narodowych, lecz także na losy ludzi, ich życiowe szanse oraz jakość życia. Sytuacja, w której światem „rządzi wszechwładny rynek, napędzany dążeniem do zysków i nieubłaganymi prawami konkurencji”, generuje szereg problemów natury społecznej, politycznej a także etycznej. Wystarczy tu wymienić zjawiska wpływające na losy ludzi w wyniku deficytu pracy, różnych odmian neokolonializmu, czy neoimperializmu. Współczesny imperializm polega na ekonomicznym uzależnieniu państw słabo rozwiniętych, biednych od zagranicznego kapitału. „Problemem jest nie globalizacja sama w sobie, ale to, że reguły gry ustalane są przez tę stronę, która na tym wygrywa i która, wymuszając je gdzie indziej, wcale nie stosuje ich do własnych zachowań”. (Hirszowicz, 2007, 80, 81).

Globalizacja, jako rezultat zaostrzającej się konkurencji, czyli walki o ekonomiczne korzyści w skali światowej, generuje szereg procesów i zjawisk, które nie mogą być pomijane w analizach etycznych aspektów funkcjonowania gospodarki. Wśród tych zjawisk i procesów wymienimy:

- zmiany w obszarze rynku pracy, polegające na jego destabilizacji. Przejawia się to w postaci likwidacji miejsc pracy, pracy na czas określony i w niepełnym wymiarze, i pojawienie się bezrobocia o charakterze strukturalnym, nadmiernej eksploatacji zatrudnionych (sweatshopy), zatrudniania nieletnich i nie zapewniania bezpiecznych warunków pracy.
- Pogłębianie się nierówności społecznych nie tylko w ramach jednego kraju, lecz także w skali międzynarodowej. Przejawia się w ubożeniu krajów biednych i bogaceniu się krajów bogatych; w marginalizacji i wykluczeniu społecznym, które dotyczą coraz liczniejsze rzesze ludzi. Globalny „podział zadań jest” – jak trafnie to określają Werner i Weiss – „także podziałem między nędzą a bogactwem”. (Werner, Weiss, 2009, 35).
- Zaostrzanie się konfliktów społecznych, narastanie napięć, radykalizacja nastrojów społecznych, wyłanianie się ekstremistycznych ruchów społecznych.
- Nadmierną eksploatację bogactw naturalnych i surowców oraz zanieczyszczeniem, a często także dewastacją, środowiska naturalnego.

Globalizacja nie sprzyja ponadto respektowaniu podstawowych praw człowieka, praw ekonomicznych, socjalnych, społecznych i kulturalnych, gwarantowanych

w dokumentach przyjętych przez międzynarodowe organizacje, takie jak Organizacja Narodów Zjednoczonych, Międzynarodowa Organizacja Pracy oraz ustawodawstwa poszczególnych krajów. Zasadniczy problem polega na trudności w wypracowaniu takich standardów etycznych, oraz przyjęciu takich mechanizmów, które by zapewniały rzeczywiste, a nie deklaratywne, respektowanie nie tylko norm prawnych, lecz także etycznych.

Promowanie określonych standardów etycznych przez wspomniane organizacje utrudnia fakt, że nie dysponują one skutecznymi narzędziami, które mogłyby skłonić międzynarodowe korporacje do stosowania się do tych standardów. Dotyczy to głównie tych krajów, w których ustawodawstwo nie reguluje kluczowych dla biznesu kwestii. Zakłada się więc, że międzynarodowe standardy etyczne wkraczać mają w obszar odpowiedzialności moralnej za czynione zło, tam gdzie prawa człowieka nie mają dostatecznej ochrony w regulacjach krajowych. Dotyczy to w szczególności krajów biednych, ekonomicznie zacofanych, często o autorytarnych reżimach politycznych, a jednocześnie atrakcyjnych dla międzynarodowego biznesu z uwagi na niskie koszty pracy i innego rodzaju udogodnienia w postaci korzystnych warunków do inwestowania (np. niskich podatków).

Ustanawianie standardów etycznych w skali międzynarodowej napotyka jednak na szereg trudności. Polegają one na konieczności uwzględnienia zróżnicowania kulturowego, oraz wypracowania wspólnego stanowiska w kwestii uniwersalizacji norm kulturowych i etycznych. Normy i wzory zachowań są, jak wiadomo, ugruntowane kulturowo. Oznacza to, że w poszczególnych kulturach mogą istnieć odmienne systemy wartości i ich hierarchie. Dodatkowo, kwestię komplikuje konieczność uwzględnienia obowiązującej w społeczeństwach demokratycznych zasady, nakazującej okazywanie szacunku wszystkim ludziom, niezależnie od tego, z jakim systemem kulturowym się identyfikują. Wobec istniejących, niekiedy bardzo istotnych różnic, w praktyce może dochodzić do konfliktu między kulturą „tubylczą” a kulturą „narzucaną z zewnątrz”. W sytuacji, w której normy, poszczególnych kultur, znajdują się w konflikcie, powstaje pytanie, które zasady należy traktować jako obowiązujące.

Praktyka wykazuje, że ustanawianie norm etycznych w skali międzynarodowej, napotyka na trudności przede wszystkim ze względu na to, że „Koncepcję relatywizmu kulturowego bardzo łatwo podchwycić, gdyż jest ona, niestety, bardzo kusząca, kiedy w grę wchodzi ekonomiczne szanse przedsiębiorstwa”. (Minus, 1995, 74).

Dzieje się tak, gdyż relatywizm kulturowy nakazuje rozpatrywanie każdego systemu socjo-kulturowego jako złożonej całości znaczeń, który należy rozumieć w określonym kontekście i w miarę możliwości, zgodnie z intencjami jego uczestników”. (Edgerton, 2003, 215). Zgodnie z takim przekonaniem tylko członkowie danej wspólnoty są uprawnieni do wydawania sądów na temat własnej kultury. Podejście to uniemożliwia dokonywanie oceny postępowania

członków innych społeczeństw i właściwej im kultury, w oparciu o system wartości innej kultury. Eksponuje się przy tym założenie, że istniejące już systemy wartości i norm muszą odgrywać jakąś pozytywną rolę, gdyż w przeciwnym wypadku szybko uległyby likwidacji. W świetle tej tezy należałoby uznać za dopuszczalne niehumanitarne praktyki i rozwiązania tylko na tej podstawie, że nie zostały zarzucone przez członków danej społeczności. Dyrektywa relatywizmu kulturowego jakkolwiek ma swoją historię, nie była akceptowana przez tak wybitnych antropologów kultury jak Alfred Kroeber, Ralf Linton, Clyde Kluckhohn czy Robert Redfield. „Relatywizm moralny, jak pisze David Wong, jest często spotykaną reakcją na najgłębsze konflikty, z jakimi mamy do czynienia”. Relatywizm moralny „wyraża się poprzez odrzucenie poglądu, że jakiś kodeks moralny ma uniwersalną ważność (...), głosi też, że o ile można mówić o prawdziwości sądów moralnych i możliwości ich uzasadnienia, to zależy to od kulturowych i historycznych uwarunkowań”. (Wong, 2002, 490). W tym znaczeniu mowa jest o relatywizmie metaetycznym. Natomiast relatywizm normatywny, stanowiący reakcję na konflikty moralne jest „doktryną mówiącą, jak powinniśmy traktować tych, którzy uznają wartości odmienne od naszych. Zgodnie z tak pojmowanym relatywizmem normatywnym niesłusznie jest źle osądzać ludzi, którzy uznają inne wartości, lub próbować podporządkować ich naszym wartościom, a to dlatego, że ich wartości są równie prawomocne jak nasze”. (tamże, 490).

Wypracowanie, standardów etycznych w biznesie, które miałyby powszechne zastosowanie napotyka na trudności z jeszcze innego powodu. Jest bowiem tak, że w jednych społeczeństwach systemy wartości stawiają dobro jednostki i jej prawa (tak jak ma to miejsce w społeczeństwach cywilizacji zachodniej) przed dobrem wspólnym. W innych natomiast pierwszeństwo mają różne postaci dobra wspólnego. Przykładów tego rodzaju orientacji normatywnych dostarczają społeczeństwa Azji i Afryki. W społeczeństwach tych „obowiązki moralne (...) kształtują się wokół wspólnego dobra, na które składa się idealne życie wspólnoty i układ stosunków międzyludzkich”, które w znacznej mierze są wyznaczone przez role społeczne. „Wzór członka wspólnoty tworzą różne przymioty, które umożliwiają mu, z uwagi na jego miejsce w układzie wzajemnych powiązań, zachowanie i pomnażanie wspólnego dobra”. W społeczeństwach zachodnich natomiast prawa „przyznawane są ludziom nie z uwagi na ich przyczynianie się do wspólnego dobra, lecz z uwagi na wartość moralną przysługującą jednostce. W przeciwieństwie do tego, w etyce wspólnego dobra odnajdujemy często myśl, że jednostki realizują się w swym człowieczeństwie, pomnażając i zachowując wspólne dobro”. (Wong, 2002, 493, 494).

We współczesnych społeczeństwach Zachodu uwyraźnia się antagonizm między dobrem wspólnym i dobrem jednostki, w związku z tym oczekiwanie działań na rzecz dobra wspólnego jest postrzegane jako zamach na dobro jednostki i obniżanie jej statusu jako podmiotu moralnego.

Dość istotną kwestią, która wiąże się także ze sporami wokół reguł relatywizmu można sprowadzić do pytania: czy brak tolerancji dla takich kultur etycznych, które przyczyniają się do nasilenia konfliktów, jest usprawiedliwiony. Przyjęcie takiej tezy oznaczałoby budowanie międzynarodowych standardów etycznych w biznesie, w przekonaniu, że „właściwa moralność musi przyczyniać się do kształtowania w ludziach zdolności do uwzględniania cudzych interesów”. (tamże, 494).

Wobec postępującego procesu globalizacji i pojawiającego się w tym kontekście „poglądu relatywistycznego”, a więc takiego, że wszystkie moralności ekonomiczne są równoważne, formułowana jest propozycja, aby odwołać się do „hipernorm” lub norm na tyle fundamentalnych dla kondycji ludzkiej, że miałyby one znaczenie i wagę „transkulturową”. Wspomniane hipernormy, miałyby odnosić się do tak ważnych spraw jak:

- podstawowe prawa człowieka, włącznie z prawem do osobistej wolności, fizycznego bezpieczeństwa, uczestnictwa w życiu publicznym oraz do własności,
- zobowiązanie do przyznania równej godności każdej osobie ludzkiej. (Minus, 1995, 80-81).

Za podstawę do ustalania minimalnych standardów etycznych można przyjąć Powszechną Deklarację Praw Człowieka uchwaloną na posiedzeniu Zgromadzenia Ogólnego ONZ, w Paryżu, 10 grudnia 1948 roku. We wstępie do tego dokumentu czytamy: „ponieważ brak poszanowania i pogarda dla praw człowieka doprowadziły do czynów barbarzyńskich, które wstrząsnęły sumieniem ludzkości, a nadejście świata, w którym istoty ludzkie będą korzystać z wolności słowa i przekonań oraz z wolności od strachu i niedostatku, zostało ogłoszone jako najwyższy cel człowieka. Zgromadzenie Ogólne ogłasza niniejszą Powszechną Deklarację Praw Człowieka jako wspólny standard do osiągnięcia przez wszystkie ludy i narody”.

Natomiast dokumentem, stanowiącym punkt wyjścia do formułowania ogólnie obowiązujących standardów w działalności gospodarczej i biznesowej jest Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Socjalnych i Kulturalnych, uchwalony przez Zgromadzenie Ogólne ONZ, 16 grudnia 1966 roku.

Proponowany Pakt Organizacji Narodów Zjednoczonych zawiera pkt. 14, mówiący o tym, że: „Koncerny ponadnarodowe powinny przestrzegać praw człowieka oraz podstawowych swobód w krajach, w których działają. W stosunkach społecznych lub przemysłowych koncerny ponadnarodowe nie powinny stosować posunięć dyskryminacyjnych ze względu na rasę, kolor skóry, płeć, religię”. (Minus, 1995, 81). Ustanawianie standardów etycznych ma na celu nie tylko gwarantowanie poszanowania praw bezpośrednio, lecz także obowiązek chronienia ludzi przed łamaniem tych praw.

Poleganie na międzynarodowych standardach etycznych nie jest jednak pozbawione pewnego ryzyka. W przekonaniu Minusa, wynika ono przede wszystkim

z faktu, iż „kodeksy są narzędziami nieprecyzyjnymi, nie znajdującymi zastosowania w szczególnych sytuacjach”. Istniejące już kodeksy etyczne firm zawierają tak ogólnikowe sformułowania, że nie mogą pełnić roli jednoznacznych wskazówek przydatnych do rozstrzygnięcia o tym, jak należy postąpić w konkretnych sytuacjach, w których pojawiają się kwestie etyczne. Poza tym równie ryzykowne jest założenie, że kodeksy uczynią ludzi działających w biznesie bardziej moralnymi.

Dodatkowo pojawia się jeszcze inna komplikacja. Należy mianowicie pamiętać i o tym, że kodeksy łatwo stać się mogą „listkami figowymi” służącymi maskowaniu rzeczywistych, nieetycznych działań, czego dowodzą liczne doniesienia np. ze Stanów Zjednoczonych. Traktowane łącznie wskazują one paradoksalnie na (wprawdzie nieznaczną), ale jednak ujemną korelację między posiadaniem kodeksu etycznego a nieuczciwym zachowaniem się firmy”. (...). Tłumaczyć to można tym, że „firmy, które mają skłonności do zachowań przestępczych, przyjmują kodeksy w celu rozwiązania tego problemu lub poprawienia swojego wizerunku w oczach opinii publicznej”. (Minus, 1995, 76).

W świetle przedstawionych uwag przy opracowywaniu minimalnych standardów etycznych w skali globalnej celowe wydaje się odwołanie do przewodnich idei. Ich rolą jest wskazywanie na to, do czego ludzie powinni dążyć, jakie normy winny zyskać status powszechnie obowiązujących, niezależnie od dzielących społeczeństwa różnic kulturowych.

Normy, którym winna przysługiwać uniwersalna i bezwarunkowa moc obowiązywania uznaje się:

- poszanowanie życia,
- poszanowanie godności ludzkiej,
- kierowanie się powszechną życzliwością, czyli nakaz „postępowania w stosunku do siebie wzajemnie w duchu braterstwa” jak o tym stanowi Powszechna Deklaracja Praw Człowieka,
- minimalizacja cierpień,
- liczenie się z potrzebami innych,
- podmiotowe traktowanie innych,
- nie szkodenie innym, a pomaganie im na tyle, na ile jest to możliwe. (Lazari-Pawłowska, 1992, 48-56).

Warto jednak podkreślić, że zdaniem Lazari-Pawłowskiej ogólnikowość wymienionych norm, czy inaczej wiodących idei etycznych, nie stanowi o ich wadliwości. Przeciwnie, ich ogólnikowość – jak argumentuje autorka – „pozwala na elastyczne ich stosowanie, na ich wciąż nową adaptację do konkretnych sytuacji, dzięki czemu właśnie mogą one zachować swoje bezwarunkowe obowiązywanie”. (tamże, 49). Istotą wymienionych norm jest to, że „wyznaczają one ogólny kierunek wyborów”, jednocześnie nie przesądzając o nich w szczegółach.

Rozbudowany katalog powinności moralnych, które „wychodzą poza granice relatywności kulturowej i stosują się do wszystkich istot ludzkich bez względu

na to, jaka jest ich kondycja społeczna” przedstawia filozof Paul Kurtz. (Kurtz, 71). Zasady te w przekonaniu autora są tak fundamentalne dla współżycia społecznego, że można im przypisać status powszechnych powinności moralnych, które mimo toczących się sporów na temat tego, co jest, a co nie jest przyzwoite, a co naganne mają wymiar ponadkulturowy i traktowane są jako wiążące. Do powszechnych powinności moralnych włącza takie m.in. powinności, jak:

- prawość rozumiana jako: prawdomówność, wiarygodność, dokładność w przedstawianiu rzeczywistości dotrzymywanie obietnic, szczerowość, uczciwość,
- zasługiwanie na zaufanie – pojmowana jako: bycie lojalnym, okazywanie przywiązania, stanowiące przeciwieństwo zdrady wiarołomności oraz solidność i odpowiedzialność,
- życzliwość – dobra wola, kierowanie się w relacjach z innymi dobrymi intencjami, nie szkodenie innym, służenie im pomocą,
- przyzwoitość – okazywanie wdzięczności, tolerancja, gotowość ponoszenia odpowiedzialności za własne działania, sprawiedliwość polegająca na bezstronności. (Kurtz, 71-88).

Przedstawione powinności moralne zaproponowane przez Kurtza jak i powszechne idee etyczne mogą stanowić dogodny punkt wyjścia do dyskusji nad ustalaniem międzynarodowych standardów etycznych obowiązujących w biznesie.

Odwołanie się do nich jest uzasadnione z uwagi na to, że w działalności biznesowej mamy do czynienia z dwiema płaszczyznami konfliktu zasad.

- Po pierwsze, ze względu na konfliktowy charakter norm etycznych. W rzeczywistych sytuacjach życiowych ludzie bywają zmuszeni dać pierwszeństwo jakiejś normie przed inną, jakkolwiek obie normy są uznawane i odczuwane. Jest to sytuacja, w której konieczne jest dokonanie wyboru między dwiema wartościami-normami, z uwagi na niemożność równoczesnego dochowania im wierności.
- Po drugie, ze względu na to, że działania biznesowe, o czym była już mowa, są podporządkowane zarówno wartościom-normom techniczno-ekonomicznym, jak i wartościom-normom etycznym, które stosunkowo często pozostają ze sobą w konflikcie.

Dostrzeganie tej podwójnej konfliktowości wydaje się mieć istotne znaczenie w działalności normotwórczej, zważywszy na to, że w działalności biznesowej kryteriom użyteczno-pragmatycznym ustępują miejsca kryteria etyczne. Co istotniejsze, w wielu próbach ustanawiania standardów etycznych widoczne jest podejście czysto pragmatyczne, co znajduje wyraz w otwarcie wyrażonym przekonaniu, że „uczciwość popłaca”. (Sternberg, 1998, 25, 27, 41-42). Dowodzi to, że etyka biznesu postrzegana jest w kategoriach użytecznościowych. Mamy tu do czynienia ze zjawiskiem instrumentalizacji zasad. W takim ujęciu standardom etycznym zostaje przypisany status skutecznych i użytecznych narzędzi zwiększających korzyści. Ten kierunek myślenia wiedzie oczywiście ku dewizie

uzasadniającej ignorowanie zasad etycznych, gdyby ich łamanie nie przynosiło dających się wymierzyć strat. Lub jeszcze zwięźlej: z uwagi na to, że „nieetyczność kosztuje”, etyczne działanie ma racjonalne uzasadnienie.

Stwierdźmy więc na koniec, że etyka biznesu to sytuowanie życia gospodarczego w kontekście wartości i norm wyznaczających „właściwe” cele i sposoby działań ludzi uwikłanych w świat biznesu oraz moralność świata biznesu. Etyka biznesu, w ujęciu normatywnym, stanowi próbę przewyciężenia dylematu utilitarystyczno-pragmatycznego i aksjonormatywnego. Skłonni jesteśmy w związku z tym sądzić, że międzynarodowe standardy etyczne winny się koncentrować na zapewnieniu warunków sprzyjających eliminowaniu następujących praktyk:

- nowych form niewolnictwa i pracy przymusowej (łącznie liczbę niewolników i pracowników przymusowych na świecie szacuje się na około 27 milionów, a za nową formę niewolnictwa uznaje się niewolnictwo „za długi” związane z odpracowywaniem rzeczywistego, bądź domniemanego długu,
- pracy nieletnich,
- ochronie ludzi przed traktowaniem ich jak „surowca”, co przejawia się w nadmiernej eksploatacji pracowników i zastępowaniu ich nie „zużyтыми” robotnikami; mowa tu m.in. o słynnych sweatshopach, istniejących nie tylko w Azji ale i w USA (Bakan, 2006, Werner, Weiss, 2009),
- wyrządzania ludziom możliwych szkód na skutek wprowadzania na rynek produktów niebezpiecznych, takich jak leki, zabawki oraz żywność,
- dewastacji środowiska naturalnego przed nadmierną eksploatacją bogactw oraz jego skażeniem w wyniku m.in. sposobów składowania toksycznych czy promieniotwórczych odpadów; („niemal każda firma interesująca się krajami zachodniego wybrzeża Afryki od Maroka po Kongo szukała w rzeczywistości tanich składowisk odpadów. W lutym 1988 roku władze Gwinei Bissau, jednego z najuboższych krajów świata, wydały zgodę na zakopanie na jej terenie 15 mln ton odpadów toksycznych z europejskiego przemysłu garbarskiego i farmaceutycznego. Koncerny przyrzekły zapłacić około 120 mln dol., co stanowiło sumę nieznacznie niższą od rocznego produktu brutto tego kraju”). New York Times z 17 lipca 1988 roku donosił o tym, że robotnicy ubrani w zwykłą odzież, za 2 i pół dolara dziennie, wyładowywali beczki zawierające trujące substancje (polichlorowane bifenyle PCB) na składowiska położone nieopodal miasta Kik”. (Minus, 1995, 73).

W sytuacji, w której dochodzi do konfliktu reguł różnych kultur, uzasadnione byłoby kierowanie się następującymi zasadami.

- Normy obowiązujące w danym społeczeństwie winny być stosowane, pod warunkiem, że nie naruszają w sposób znaczący dobra całych zbiorowości i pojedynczych osób.
- Priorytet winny mieć te normy, które są podzielane wśród szerszych zbiorowości, a nie mają charakteru jedynie lokalnego.

- W sytuacji występowania sprzeczności norm, priorytet powinien wynikać ze spójności norm alternatywnych.
- Pierwszeństwo powinno przysługiwać normom, które w sposób bardziej precyzyjny określają sposoby działania. (Minus, 1995, 81).

Prezentowane uwagi na temat etycznych aspektów globalizacji i relatywizmu kulturowego można zakończyć konkluzją, że jakkolwiek „rzeczywistość moralna nie jest uporządkowana” nie jest też „niepodatna na korzystne dla wszystkich rozwiązania”. Wynika z niej teza, iż imperatywem działań, zmierzających do ustanowienia międzynarodowych etycznych standardów nie tylko w biznesie, jest doprowadzenie do powszechnej akceptacji zasady nakazującej ochronę dobra „Innego”, zarówno tego żyjącego współcześnie, jak i tego jeszcze nienarodzonego.

Rozdział II

Moralność świata biznesu

Złożony układ instytucji, norm i działań, który nazywamy światem biznesu nie jest enklawą zamkniętą wobec zasadniczych zmian społecznych i dynamiki przemian kulturowych dokonujących się we współczesności. Przeciwnie, wydaje się, że stanowi obszar, na którym krzyżują się liczne wpływy ze strony wspomnianych procesów. Warto zatem zwrócić uwagę szczególnie na te zjawiska, które mogą kształtować funkcjonowanie norm etycznych w dziedzinie działań biznesowych.

Sytuację człowieka współczesnego, jako podmiotu moralnego przenikliwie komentuje Bauman, wyrażając przekonanie, że „Ludzie wrzuceni w społeczeństwo ponowoczesne nie mają poniekąd ucieczki: muszą oni spojrzeć w oczy własnej niezawisłości moralnej, a zarazem własnej, niewyłączanej i niezbywalnej, moralnej odpowiedzialności. Ta nowa konieczność jest często przyczyną moralnego zagubienia i rozpacz. Ale też daje jaźni moralnej szansę, jakiej nigdy przedtem nie miała”. (Bauman, 1994, 84).

Człowiek zdobywając autonomię moralną, równocześnie ponosi odpowiedzialność za dokonane wybory. Odrzucając zewnętrzne ograniczenia, zdając się na samego siebie, pozbawia się punktów orientacyjnych, wyznaczających właściwą drogę postępowania.

Analizy różnych aspektów kondycji moralnej współczesnych społeczeństw wskazują, że moralność uległa, jakkolwiek w różnych społeczeństwach w niejednakowym stopniu, istotnym zmianom, polegającym na jej „sprywatyzowaniu”. Coraz częściej w związku z tym ujawniają się postawy relatywistyczne. Z przeprowadzonych badań w ramach Światowego Sondażu Wartości wynika,

że średnio jedynie około 20-25% respondentów jest przekonanych o istnieniu absolutnych kryteriów w dziedzinie ocen moralnych”. (Boksański, 2007, 134-135).

Teza ta uprawnia do postawienia pytania czy mamy do czynienia z kryzysem moralności. Moralisci, teolodzy, etycy, publicyści, a niekiedy także „zwykli” ludzie starają się dociec, czy w społeczeństwach dokonuje się postęp moralny, czy też niezmiennie mamy do czynienia z niedostatkami moralności a nawet jej kryzysem. Pytanie to staje się coraz bardziej aktualne w odniesieniu do współczesnych społeczeństw, w tym również do społeczeństwa polskiego, znajdującego się w stadium transformacji, dokonującej się również w świecie wartości i norm.

Określenie „kryzys” na ogół używane jest w sensie metaforycznym. Służy podkreśleniu „nienormalnego”, „patologicznego” stanu, który ma często charakter przejściowy. Metaforyczny użytek pojęcia „kryzys” odzwierciedla dramatyzującą wydarzenia społeczną percepcję rzeczywistości w kategoriach destrukcji, dezorganizacji istniejącego porządku. W tym znaczeniu występuje w kontekście opisów procesów zmian, które dokonują się w społeczeństwie, a które wymagają podjęcia środków zaradczych, zmierzających do rozwiązania „skumulowanych” problemów.

Definiowanie rzeczywistości społecznej jako dotkniętej kryzysem jest równoznaczne ze sformułowaniem diagnozy, wskazującej na to, że istniejąca rzeczywistość wymaga podjęcia radykalnych niekiedy kroków, zmierzających do projektowania środków naprawczych i alternatywnych form organizacji społeczeństwa.

„Słowo kryzys – pisze Kołakowski – należy od kilkudziesięciu lat do najmłodszych rzeczowników (...), mówiąc o kryzysie chcemy powiedzieć, że jakaś forma życia społecznego słabnie albo utraciła żywotność”. (Kołakowski, 1990, 120). Ogólnie można przyjąć, że kryzys jest utożsamiany ze zjawiskami dezorganizacji, destabilizacji, rozkładu istniejących struktur i instytucji. Sytuację kryzysową sygnalizuje pojawienie się zjawisk, które występują w natężeniu większym aniżeli dotychczas, lub też pojawienie się całkowicie nowych zjawisk.

Kryzys normatywności może być rozumiany jako sytuacja, w której obowiązujące dotąd normy nie są respektowane. Oznacza to, że skala odstępstw od norm ma znaczący, w skali społecznej, wymiar. Dowodzi istnienia sytuacji, w której działania i wybory ludzi przestają być formowane przez uznawane dotąd normy. Społeczna tolerancja dla odstępstw od norm wzrasta, co sprawia, że jednostki nie odczuwają dostatecznie silnej presji zmuszającej do ich respektowania. Brytyjski filozof Roger Scruton utrzymuje, że „Żyjemy w warunkach „totalitarnego liberalizmu”, w którym prawo zabrania zabraniać. (...) Potrzebne nam jest widzenie świata i zachodzących w nim zmian jako efektów wolnego wyboru, i potrzebna nam jest świadomość, że i my, i inni ludzie, jesteśmy wszyscy odpowiedzialni za to, co czynimy”. (Scruton, 1996, 4).

Ów „liberalizm” przejawia się między innymi w tym, że działania ludzi, które z etycznego punktu widzenia, były dotychczas uznawane za naganne, są obecnie, w mniejszym bądź większym stopniu, akceptowane, tolerowane. Co więcej, każda próba nałożenia ograniczeń jest postrzegana jako nieuzasadniona usurpacja. We współczesnym społeczeństwie – jak pisze amerykański filozof, Bloom – „istnieje nadwrażliwość, która każe każde ograniczenie traktować jako arbitralne i despotyczne”. (Bloom, 1997, 31). Dodajmy za Stanisławem Filipowiczem, że we współczesnych społeczeństwach „wolność przybliżyła się więc niebezpiecznie do granic dowolności. Jest chętnie rozumiana jako nieskrępowana możliwość manifestowania własnych, choćby najbardziej ekstrawaganckich upodobań”. (Filipowicz, 1998, 5, 6).

Kondycja moralna społeczeństw ponowoczesnych (współczesnych) budzi coraz większe zainteresowanie badaczy, co znajduje wyraz w licznych analizach i badaniach, które zdają się potwierdzać tezę, mówiącą o głębokich przemianach w sferze moralności. W przekonaniu niektórych badaczy mamy do czynienia z kryzysem moralności. Jeżeli nawet taka diagnoza nie jest w pełni uzasadniona to, jak twierdzi Bauman „istnieją poważne powody po temu, by wątpić w realność postępu moralnego, a już szczególnie postępu tego rodzaju, jaki rzekomo kulturyje cywilizacja nowoczesna”. (Bauman, 1996, 311).

Powtórzmy, zmiany zachodzące w sferze moralności mogą być definiowane jako znamionujące kryzys wtedy, kiedy akceptowany dotąd system normatywny zaczyna być kontestowany. Normy moralne tracą na znaczeniu jako regulatory działań, następuje osłabienie, a w skrajnych przypadkach, zanik postaw powinnościowych na rzecz upowszechniania się orientacji roszczeniowej. Znajduje ona wyraz w domaganiu się zwiększenia przysługujących jednostce uprawnień. Zwiększająca się presja na uprawnienia daje się wyjaśnić niechęcią do internalizacji norm (normy moralne nie są przez jednostki głęboko uwewnętrznione). Wykorzystywane dotąd kryteria pozwalające na odróżnianie dobra od zła przestają być traktowane jako jednoznaczne i, co ważniejsze, obowiązujące. Prowadzi to do ich subiektywizacji, oznaczającej odrzucenie kryteriów ocen moralnych, pochodzących „z zewnątrz”, tj. tworzonych społecznie. W sytuacji, w której system akjonormatywny ulega rozchwianiu jednostki tracą busolę pozwalającą orientować zachowania według jednoznacznych i jednolitych wskazań, a miejsce imperatywów zajmuje opcjonalność (wybór). Wybory dokonywane są w oparciu o subiektywnie określone kryteria. Prowadzi to do upowszechniania się permissywizmu.

Przyjmuje się, że kryzys moralności jest związany z postępującą sekularyzacją współczesnych społeczeństw, co znajduje wyraz w tym, że normy moralne sankcjonowane przez dominującą w społeczeństwie religię tracą moc regulowania ludzkich działań. Traktowane są w sposób wybiórczy i opcjonalny, a niekiedy nawet odrzucane, co zdają się potwierdzać Światowe Badania Wartości (World Values Survey) (Noris, Inglehart, 2006, 334-335, 247).

Znaczenia wyników cytowanych badań nadaje fakt, że były prowadzone w społeczeństwach, w których dominującymi kulturami religijnymi są: rzymskokatolicka i protestancka (w społeczeństwach o kulturze protestanckiej: dopuszcza aborcję 69% badanych, 42% samobójstwo, 68% eutanazję i odpowiednio w społeczeństwach o dominującej kulturze religijnej rzymskokatolickiej: aborcję dopuszcza 55%, samobójstwo 35%, eutanazję 57% badanych). Przedstawione wyniki badań dowodzą, że norma nakazująca, w obu religiach, bezwarunkową ochronę życia, nie jest uznawana za bezwzględnie obowiązującą, co może być interpretowane jako przejaw sekularyzacji współczesnych społeczeństw wysoko rozwiniętych. (Szerzej na ten temat w: Noris, Inglehart, 2006, część I).

Cytowane badania zawierają interesujące dane na temat zmian w odniesieniu do etyki pracy, które warto przytoczyć. Respondentom zadano pytanie: „Oto niektóre cechy pracy, które ludzie uważają za istotne. Proszę na nie spojrzeć i powiedzieć, które z nich osobiście uważa Pan/i za ważne. Korzyści wewnętrzne: „możliwość wykazania się inicjatywą; praca, w której czuję, że można coś osiągnąć; praca odpowiedzialna; praca odpowiadająca uzdolnieniom; praca ciesząca się ogólnym szacunkiem; praca interesująca”. Korzyści materialnie: „dogodne godziny pracy, długi urlop, duże wynagrodzenie, niewielka pensja, gwarancja zatrudnienia”. Zgoda lub zdecydowana niezgoda: „Ludzie, którzy nie pracują stają się leniwi; Praca jest obowiązkiem wobec społeczeństwa; Otrzymywanie pieniędzy bez pracy jest poniżające; Praca powinna być zawsze na pierwszym miejscu”. Zaskakujące jest to, że badania te dostarczają danych nakazujących dokonanie rewizji weberowskiej tezy o centralnej pozycji pracy w protestanckim etosie kapitalizmu. Okazało się bowiem, że „członkowie społeczeństw protestanckich przejawiają dziś najsłabszą etykę pracy”. Wydaje się jednak, że osłabienie etyki pracy wiąże się z osiągnięciem przez te społeczeństwa stadium postindustrialne. W społeczeństwach tych dzięki wykorzystaniu techniki, miejsce pracy zajęła konsumpcja „państwa bogate przywiązują największą wagę do takich wartości, jak: czas wolny, relaks i samorealizacja poza sferą zawodową”. Warto dodać, że w społeczeństwach muzułmańskich „etyka pracy jest zdecydowanie najsilniejsza”. (źródło: Ogólnoświatowe Badanie Wartości/Europejskie Badanie Wartości, seria III, IV (1995-2001). (Noris, Inglehart, 2006, 233, 235).

Poszukując właściwości wyróżniających moralność świata biznesu, można spierać się o to czy charakteryzuje go relatywizm czy też permissywny moralny. Relatywizm moralny w tym przypadku znajduje wyraz w tym, że obowiązywanie lub nieobowiązywanie norm uzależnia się od tego czy: sprzyja zwiększeniu efektywności, służy budowaniu pozytywnego obrazu firmy i środowiska zawodowego, czy jest „neutralny”. Nie ma to większego znaczenia. Potwierdzenie tego, że mamy do czynienia z relatywizmem znajdujemy w niektórych pracach poświęconych etyce biznesu. Formułowana jest tam teza o opłacalności lub nieopłacalności etyki w działalności biznesowej. „Przedsiębiorstwo, które nie

przywiązuje wagi do żądań etyki biznesu bądź niewłaściwie je pojmuje – pisze Elaine Strenberg, autorka pracy zatytułowanej „Czysty biznes” – ma niewielkie szanse na maksymalizowanie długoterminowej wartości dla właściciela”. (Strenberg, 1998, 37). Moralność opartą na takim założeniu można określić mianem „moralności wykalkulowanej”. Oznacza to, że sfera moralności zostaje podporządkowana tym samym regułom, co działalność gospodarcza, czyli opłacalności, efektywności, a wartości zostają zinstrumentalizowane.

Wybór określonego działania (powstrzymanie od działania) uzależniony zostaje od tego czy przysporzy korzyści czy też nie. W takim ujęciu za kryterium słuszności dokonanego wyboru sposobu działania przyjmuje się użyteczność. Dane działanie jest definiowane jako użyteczne, bądź nie, z punktu widzenia założonych celów jedynie wtedy, kiedy pozwala na ich realizację w możliwie największym stopniu.

Aktor społeczny (indywidualny, zbiorowy) przystępując do działania, podejmując decyzje, kieruje się określonym systemem wartości. Oznacza to, że punktami odniesienia dla owych działań są określone standardy, dotyczące tego, co słuszne, a co niesłuszne, co wybrać, a co odrzucić. Zatem można mówić o predeterminacji wyborów. Wybór zawsze jest dyktowany uprzednio przyjętymi założeniami, dokonywany jest w oparciu o to, co jest słuszne, w świetle przyjmowanych przez podmiot standardów.

Przedstawione podejście do etyki w biznesie zdaje się uprawomocnić stanowisko przeciwników kodyfikacji etyk zawodowych. Zwolennicy tego stanowiska wskazują na to, że kodyfikacja etyki ma charakter koniunkturalny. Zasadność tej tezy dodatkowo potwierdza to, że rosnącej liczbie firm przyjmujących własne kodeksy etyczne towarzyszy wzrost ujawnionych przypadków nieetycznych praktyk, stosowanych w wielu renomowanych firmach. Narzucającym się przykładem jest Enron, którego upadek jest porównywany do zabójstwa Johna Kennedy’ego i afery Wetergate. Warto podkreślić to, że liczący 64 strony kodeks etyczny nie zapobiegł nadużyciom na wielką skalę. Na podkreślenie zasługuje także to, że na początku lat dziewięćdziesiątych w Stanach Zjednoczonych AP aż 85%, zaś we Francji i Wielkiej Brytanii 30-35%, firm miało własne kodeksy etyczne. (Gasparski, 2000, 131). Instrumentalne traktowanie przez świat biznesu skodyfikowanych norm potwierdza przypadek Enronu. William Pfaff, publicysta The New York Times stwierdza: „Enron jest kolejnym przykładem ilustrującym, jaką rolę w amerykańskim systemie odgrywają pieniądze wielkiego biznesu. A jest to system, który gnije. (...). Zaskakujące jest też to, że rada nadzorcza koncernu była skłonna zawiesić oficjalny kodeks etyczny firmy, by umożliwić machinacje i nie wykazywać zadłużenia w publikowanych sprawozdaniach, ukrywając przed inwestorami prawdziwą kondycję firmy”. (podkreślenie – G.B.). Warto dodać, że skład rady nadzorczej Enronu stanowili: były urzędnik nadzoru, dziekan wydziału biznesu Uniwersytetu Stanforda, dziekan wydziału prawa Uniwersytetu Teksasńskiego, były dyrektor dotowanego przez Enron

ośrodka walki z rakiem na tym samym uniwersytecie. „Sytuacja, w której grupa szacownych osób zamierzała ignorować kodeks etyczny firmy, kiedy stał się on przeszkodą w omijaniu podatków, mówi bardzo wiele o tym, ile znaczą takie kodeksy”. (Forum, 4.02-10.02.2002, 21). W końcu 2008 roku na Wall Street ujawniono defraudację na astronomiczną kwotę 50 mld dolarów, zyskując miano „oszustwa wszechczasów”, której miał się dopuścić były przewodniczący giełdy Nasdaq. (Dziennik, 15, 16 grudzień 2008). Podczas tylko jednej dekady, jak obliczył Etzioni, w około jednej trzeciej z 500 największych korporacji amerykańskich doszło do różnego rodzaju nadużyć. (Chryssides, Kaler, 1999, 74). Także badania prowadzone przez Baumgarta, Breunera i Molandera wykazały, że w amerykańskich firmach stosowane są nieetyczne praktyki. (Ciurla, Hopej, 1994, 18).

Przekonania o tym, że w świecie biznesu, mimo deklarowanej w kodeksach, dbałości o zachowanie wysokich standardów etycznych, często dochodzi do ich naruszeń, podziela nie tylko cytowany wyżej publicysta. Także Alan Geenspan, o czym już wcześniej wspomniano, twierdzi, że w świadomości społecznej etyka biznesu postrzegana jest jako oksymoron. (Geenspan, 2008, 473).

Nadużycia (korupcja), których dopuścili się niemieccy biznesmeni, urzędnicy i menedżerowie komentuje Marion Dönhoff następująco: „Zupełny brak zasad etycznych i barier moralnych prowadzi do zaniku wrażliwości prawnej – wycucia tego, co wypada robić, a czego nie – w takim stopniu, że trzeba zadać pytanie: czy w ogóle możliwe jest życie społeczeństwa w takich warunkach?”. (Dönhoff, 2000, 25).

Do szczególnie częstych nadużyć, nie tylko z etycznego, ale i prawnego punktu widzenia należy korupcja, której w poszczególnych państwach próbuje się, z różnym skutkiem, zapobiegać przy użyciu instrumentów prawnych. Konwencję ODCE w sprawie korupcji podpisało do 2002 roku 35 państw. Znamienne jest, jak donosi The Economist Newspaper Ltd. z 28.02.2002 roku, że dla przykładu „instrukcja Shella w sprawach korupcji i łapówkarstwa liczy 56 stron, ale nie ma w niej telefonów i adresów poczty elektronicznej ludzi, z którymi mógłby się skontaktować zagraniczny menedżer, który nagle został postawiony wobec takiego dylematu”. (Forum, 13.05-19.05.2002, 26). Znaczyć to może, że w rzeczywistości firma nie jest zainteresowana zwalczaniem tego procederu.

Monitorowaniem korupcji zajmuje się, jak wiadomo, Transparency International z siedzibą w Berlinie, która corocznie publikuje Indeks Łapownictwa (Bribe Index).

Należy podkreślić, że naganne z etycznego punktu widzenia praktyki, tłumaczone są niedoskonałością prawa, czyniąc je odpowiedzialnym za istniejący stan rzeczy, nie zaś „niedoskonałości moralnej menedżerów”. (Rzeczpospolita, Magazyn, 11.11.1994). Podobne ustalenia przyniosły badania prowadzone wśród menedżerów (województwa łódzkiego), z których wynika, że ponad 45% badanych „odpowiedzialnością za brak uczciwej konkurencji na polskim rynku (...)

obarcza (...) przede wszystkim państwo, którego agendy (...) tworzą nierówne warunki wchodzenia i funkcjonowania firm na rynku”. (Walczak-Duraj, 2000, 93).

Wobec dość powszechnie podzielanego, nie tylko w świecie biznesu, przekonania, że w tej sferze działalności „łatwo pobrudzić sobie ręce i często jest to uzasadnione” ważnymi względami, a więc pragmatycznymi, warto postawić pytanie o zasadność tworzenia kodeksów etycznych, których nawet kategorycznie formułowane postanowienia zostaną poświęcone na rzecz efektywności, konkurencyjności.

W formie konkluzji można postawić tezę, że wśród badaczy społeczeństw współczesnych panuje zgoda w odniesieniu do tego, że mamy do czynienia, jeżeli nie z kryzysem moralnym, to poważnymi zmianami w obszarze moralności. Zmiany te, najkrócej rzecz ujmując, polegają na coraz śmiej, dobitniej wyrażanej (artykułowanej) niechęci do arbitrażu etycznego. Wiąże się to m.in. z procesami indywidualizacji. (Bauman, 2008, Bokszański, 2007). Konstatacji obniżenia standardów etycznych we wszystkich sferach życia społecznego towarzyszy próba refleksji nad tego przyczynami. Gdzie zatem należy się dopatrywać czynników, „na które filozofia moralności nie ma wpływu, albo w takich, które potrafią się skutecznie wybronić pod naciskiem nakazów etycznych, a jeszcze lepiej – nie dopuścić ich do głosu”. (Bauman, 2008, 225). W przekonaniu cytowanego autora zasadnicza rola przypada następującym czynnikom:

- coraz mniej regulowanym siłom rynkowym, które są „wyjęte dziś niemal całkowicie spod politycznej kontroli i poddane jedynie wymogom konkurencyjności”,
- mobilności kapitału, która umożliwia i wspomaga postęp techniczny,
- wycofywaniu się, pod naciskiem kapitału, szczególnie kapitału finansowego, państwa z pełnionych dotąd funkcji, które zdolne było podjąć się realizacji idei „dobrego społeczeństwa” głównie przez nadzorowanie, a w koniecznych przypadkach, egzekwowanie respektu dla określonych reguł (tamże, 226),
- całkowitemu podporządkowaniu działalności biznesowej kryteriom efektywnościowym.

Wzrost władzy kapitału wraz ze wzrostem jego zdolnością do mobilności nie może być uznany za dobry prognostyk pozytywnych zmian odnoszących się do standardów etycznych w świecie biznesu.

Zasadniczy problem, przed jakim staje współcześnie świat biznesu zdaje się polegać na wypracowaniu takich standardów etycznych, które byłyby możliwie szeroko akceptowane z tej racji, że pozwalałyby na utrzymanie wysokiej efektywności i jednocześnie nie naruszały pewnych podstawowych norm etycznych. Wymagałoby to przyjęcia określonych kryteriów ograniczających ściśle pragmatyczno-utilitytarne podejście do działalności biznesowej.

Postulat kierowany pod adresem świata biznesu mógłby brzmieć następująco: „Jeśli życie ściśle zgodne z zasadami moralnymi jest – zwłaszcza w skali spo-

łecznej – zbyt trudne lub wręcz niemożliwe, możemy przynajmniej próbować pozostać cywilizowanymi”. (Krasnodębski, 204).

Apel o ucywilizowanie współczesnego kapitalizmu, formułowany m.in. przez Marion Dönhoff, stanowi reakcję na występujące w gospodarce zjawiska, które stanowią zaprzeczenie wartości i norm cenionych właśnie w cywilizowanym świecie. Zasadą współczesnych społeczeństw – jak pisze wspomniana autorka – „jest współzawodnictwo, zaś siłą napędową stał się egoizm. (...) Z pola widzenia zniknęło wszystko to, co metafizyczne i transcendentne, a zainteresowanie skupia się na gospodarce. (...)”. (Dönhoff, 2000, 24, 25).

W praktyce biznesowej osiągnięty sukces w postaci większego zysku, kariery, zdaje się legitymizować uchylanie zasad etycznych. Przykładów potwierdzających, iż taka „filozofia” działania nie jest obca światu biznesu, jest dostatecznie dużo. Nie jest jednak uprawnione przekonanie, że permisywizm charakteryzuje jedynie świat biznesu. Problem polega jednak na tym, że w obszarze działalności biznesowej przyjmuje szczególnie spektakularne formy, ale także dlatego, że odnotowane afery w ostatnich dwóch dekadach naruszyły fundamenty systemu gospodarczego, jakim jest społeczne zaufanie do świata biznesu.

Brytyjski filozof Roger Scruton jest zdania, że w społeczeństwie skrajnej tolerancji „czynienie rzeczy słusznych jest dużo trudniejsze od zachowań wygodnych” dodajmy, z racji przynoszących korzyści, „ale niesłusznych”. (Scruton, 1996, 4).

Opinię o kondycji moralnej świata biznesu można formułować nie tylko w oparciu o nagłówki prasowe, doniesienia telewizyjne, ale również na podstawie publikacji naukowych, prezentujących wyniki prowadzonych analiz i badań. (Bakan, 2006, Sennet, 2006, Chrystides, Kaler, 1999, 73, Greenspan, 2008, 134, 473, 474-475, Norris, Inglehart, 2006, 244-245).

Rynek, pisze Richard John Neuhaus, dyrektor Institute on Religion and Public Life, „sam w sobie pozbawiony jest wszelkiej moralności; odbija jedynie moralność i niemoralność tych, którzy się na nim znajdują”. (Neuhaus, 1993, 78).

Podejmując próbę scharakteryzowania moralnej kondycji współczesnych społeczeństw, których częścią jest świat biznesu, warto zwrócić uwagę na pewne jej ogólniejsze właściwości, dające się ustalić w oparciu o prowadzone badania.

- W świecie biznesu, tak jak w całej populacji badanych społeczeństw, istnieje, przynajmniej w warstwie deklaratywnej, gotowość do respektowania standardów etycznych, które winny obowiązywać w życiu publicznym, takie m.in. jak: dobrowolne wywiązywanie się z płacenia podatków, brak tolerancji dla korupcji, uczciwość podczas zawierania transakcji. (Ogólnoswiatowe badania wartości (World Value Survey, przeprowadzone w latach 1981-2001, Norris, Inglehart, 2006, 31, 243).
- W świecie biznesu mamy do czynienia z postawami charakterystycznymi dla relatywizmu etycznego, znajdującymi wyraz w opiniach m.in. na temat ist-

nienia/nie istnienia absolutnych kryteriów dobra i zła, co dowodzi istnienia orientacji indywidualistycznych.

- W świecie biznesu daje się obserwować zjawisko, które można określić mianem szczególnego rodzaju schizofrenii, a polegającego na tym, że w praktyce biznesowej i w życiu prywatnym ludzie kierują się odmiennymi, a często sprzecznymi, standardami moralnymi. Inaczej mówiąc, jednostka znajduje się pod presją rozbieżnych reguł działania, jak w przypadku urzędniczki banku udzielającego kredytów, która twierdzi: „Doskonale wiem, że zachęcam do zadłużania się ludzi, którzy już i tak znajdują się w marnej sytuacji” czy wyznanie prawniczki z paryskiej kancelarii, dla której dyskomfortowa moralnie jest sytuacja, polegająca na tym, że zmuszona jest „gorliwie bronić szefa przedsiębiorstwa, który zamienia w piekło życie swoich pracowników”, czy wreszcie sytuacja specjalisty od marketingu w Altadis, który wyzwoliwszy się z nałogu tytoniowego, „nadal reklamuje papierosy, nastawiając się na młodzieżową klientelę”. (L'Express z dnia 28.03.2002).
- Przechodząc na grunt polski znajdujemy podstawy, by twierdzić, że kultura moralna polskich biznesmenów oceniana jest wyjątkowo krytycznie. Za szczególnie przydatną w biznesie uznaje się umiejętność obchodzenia, różnymi metodami, prawa („dobry menedżer umie lepiej czytać prawo aniżeli jego autorzy”). Brak szacunku dla prawa, próby jego omijania należy interpretować jako kwestionowanie owego minimum, które pozwala na to, aby wszystkim uczestnikom rynku zapewnić poczucie bezpieczeństwa.
- W świecie biznesu nierzadko mamy do czynienia z zachowaniami polegającymi na bezwzględnym, często podstępny, dążeniu do realizacji własnego interesu, uciekaniu się do jawnego oszustwa, kłamstwa, wyłudzenia, jak i bardziej wyrafinowanych praktyk polegających na świadomym wprowadzaniu w błąd, dezinformowaniu, zniekształcaniu informacji ważnych dla kontrahenta. Działania te obejmują korupcję, traktowaną niekiedy jako mniejsze zło, jako konieczność, coś, co w sumie przynosi korzyść i co ważniejsze, traktowane jest jako powszechna, a więc nie podlegająca napiętnowaniu praktyka. Taki sposób myślenia przenika do świadomości ludzi działających w biznesie, w przekonaniu których wręczenie łapówki traktowane jest jako mniejsze zło, w przypadku, gdy dzieje się to dla dobra przedsiębiorstwa. „Miękkie” łapówki, protekcja czy nepotyzm są niemal powszechnie aprobowane.
- Moralność świata biznesu została poddana „pragmatyzacji”. „Idea pragmatyczno-instrumentalnej skuteczności oznacza bezwzględne dążenie do indywidualnej korzyści, zgodnie z makiaweliczną zasadą cel uświęca środki. Postawa ta wydaje się być dość powszechna nie tylko w Polsce. Charakteryzują ją dominacja wartości instrumentalnych, a mianowicie bogactwa, kariery, sukcesu. Postawa ta wiąże się z merkantylną orientacją charakterologiczną. Składają się na nią takie cechy jak: „konformizm, elastyczność, mobilność,

odrębność przez indywidualizację, oziębłość spowodowaną utratą uczciwości i egoizm przez komercjalizację”. (Dylus, 2002, 277). Wymienione cechy są pożądane na „rynku osobowości” i często postrzegane są jako zaleta. Postawa taka sprzyja erozji poczucia solidarności i wzmacnia indywidualne nieumiarkowanie. Merkantylnej instrumentalizacji relacji interpersonalnych, zwłaszcza w relacjach polegających na zależności, doświadczają głównie pracownicy najemni i współpracownicy, kooperanci. W stosunku do pracowników ta postawa przyjmuje postać mobingu, tj. psychicznego znęcania się, zastraszania, nieustannie wywieranej presji na zwiększanie wyników (efektywności), a w skrajnych przypadkach molestowania seksualnego. Problem ten nie omija także menedżerów wszystkich szczebli, którzy toczą ze sobą bezpardonową walkę o wpływy, premie, kariery. Film „W sieci” z M. Douglasem stanowi trafną ilustrację tego zjawiska. Upowszechnienie się opisanej orientacji niszczy więź międzyludzką, sprzyjając wzajemnej podejrzliwości. Menedżerowie nie ufają pracownikom, a pracownicy menedżerom, przekonani o tym, że są traktowani instrumentalnie, wykorzystywani. Merkantylnej instrumentalizacji jako zgeneralizowanej orientacji dodatkowo zdaje się sprzyjać kurczenie się rynku pracy zarówno w odniesieniu do stanowisk menedżerskich jak i szeregowych pracowników najemnych. Między menedżerami toczy się zażarta walka o kariery, a pracownicy poddawani są coraz większej presji dla utrzymania miejsc pracy, co skutkuje coraz częstszym popadaniem w depresję, a w skrajnych przypadkach prowadzi do samobójstw, jak miało to miejsce we francuskiej firmie Francecom, a także w niektórych firmach japońskich, a w ostatnim czasie w chińskich firmach należących do Foxconn, największemu na świecie producentowi elektroniki. (Linares, 2003, 250-51, Rzeczpospolita, 29-30.05.2010, B4). Na moralną kondycję świata biznesu wpływ wywierają demoralizujące rozwiązania systemowe, a kształtujące się w oparciu o system prawa. Rzecz polega na tym, że prawo niejednokrotnie jest nie tylko wadliwe pod względem precyzji, umożliwiając różną jego interpretację. Umożliwia to jego obchodzenie i wykorzystywanie luk prawnych. Z badań, dotyczących m.in. stosunku do prawa wynika, że mniej niż 50% badanych (43,1%) jest zdania, iż zawsze należy przestrzegać prawa, nawet wtedy, kiedy naszym zdaniem jest ono niesłuszne; 30% badanych uważa, że nie należy się stosować do przepisów prawa, które są niesłuszne. (Kurczewski, Jakubowska-Branicka, (red.), 1994, 174, 254-255).

- Kondycję moralną świata biznesu można opisać, wykorzystując koncepcję moralności krańcowej. Zjawisko określane mianem moralności krańcowej interpretowane jest jako praktyki, polegające na testowaniu granic społecznej tolerancji działań stanowiących odstępstwo od obowiązujących norm. Brak społecznej reakcji, w postaci napiętnowania, za moralnie naganne działanie, stanowi zachętę do ponownego zignorowania zasad, nie tylko przez tego, kto się tego już dopuścił, lecz także przez innych. Inaczej mówiąc, brak

reakcji na odstępstwa od norm, prowadzi do upowszechnienia się moralności krańcowej, czyli do stopniowego obniżania się standardów moralnych. Brak społecznych sankcji za korupcję, nierzetelność, oszustwo, niedotrzymywanie umów sprawia, że za normę zaczyna uchodzić to, co dotychczas uznawane było za odstępstwo od normy. Powstanie takiej sytuacji ma działanie demoralizujące, bowiem sprzyja upowszechnianiu się przekonania, że postępowanie zgodne z zasadami nie tylko nie jest wymagane, ale może przynosić straty. Moralność krańcową można rozumieć jako szczególnego rodzaju grę ze społeczeństwem, polegającą na „sprawdzeniu” na ile możliwe jest realizowanie egoistycznie pojmowanych interesów kosztem interesów innych, nie spotykając się z reakcją społeczną, która zdolna by była przeciwstawić się czy zapobiec takim działaniom w przyszłości. Opisywane zjawisko należy interpretować jako zbliżanie się do jakiegoś krańca, granicy, ściany, dna; „jest to zachowanie, którego motywacja orientuje się na najniższą granicę tego, co dozwolone”. (Dylus, 2002, 288). Oznacza to, że jednostki zmierzają do tego, by w swoim działaniu kierować się minimum uczciwości, solidności, lojalności, przy czym to minimum stopniowo ulega obniżeniu, zawężeniu. Punkt graniczny jest nieustannie testowany, w takim znaczeniu, że podejmowane są próby przesuwania go w dół. Stopniowe obniżanie poprzeczki, to stawianie sobie coraz to niższych wymagań etycznych, w nadziei, że to minimum można kolejny raz przekroczyć. Do procesu sukcesywnego obniżania standardów moralnych można odnieść prawo Greshama, mówiące o wypieraniu lepszego pieniądza przez pieniądz gorszy. (tamże, 288). Przed nieograniczoną eskalacją działań nieetycznych powstrzymuje jednostki i instytucje groźba popadnięcia w konflikt z prawem, i to jedynie w przypadku, kiedy tego prawa nie da się nagiąć, wykorzystać braku jego precyzji, czy w inny jeszcze sposób prawa obejść. Każde przekraczanie kolejnej granicy jest poprzedzone kalkulacją na ile się to „opłaci”, co oznacza, że najmniejszy „nakład moralności” powinien zaowocować największymi korzyściami. Wiara w to, że każda następna próba będzie udana skłania do jej podjęcia. Jeżeli się to nie powiedzie poszukiwane są inne „słabe” punkty (prawa) i kolejne próby są ponawiane. Moralność krańcowa jest grą o sumie zerowej, tj. muszą być wygrani i przegrani, oszukujący zyskuje tyle, ile traci oszukany. Ofiarami praktykujących tę grę są ludzie uczciwi, grający fair, czyli ci, którzy respektują odmienne standardy działań. Praktykowanie tej gry prowadzi z czasem do demoralizacji tych, którzy dotąd nie byli skłonni godzić się na praktyki właściwe dla moralności krańcowej. W sytuacji, w której uczciwość, lojalność, zaufanie nie będą przynosiły korzyści, wzrasta prawdopodobieństwo rozszerzania się moralności krańcowej. Ryzyko takie jest tym większe wtedy, kiedy moralność krańcowa staje się charakterystyczna dla grup i jednostek, które z racji zajmowanej pozycji czy dysponujący władzą posiadają wpływy w społeczeństwie. W takiej sytuacji

inni mogą czuć się usprawiedliwieni z tej racji, że „tak robią ci na górze”, lub powołując się na to, że „tak robią wszyscy”. Zasadnicze pytanie, jakie się wiąże z przedstawionymi uwagami odnosi się do granic obniżania standardów etycznych, w których tolerowane są działania oscylujące na krawędzi patologii. Rzecz dotyczy pytania o „punkt graniczny”, którego przekroczenie staje się niebezpieczne z uwagi na ogarniający społeczeństwo rzeczywisty kryzys moralny, oraz możliwość jego pogłębiania się. „Jego symptomem jest zanik szacunku dla wyższych wartości moralnych i spadek wrażliwości opinii publicznej wobec ich naruszania”. (tamże, 291). W sytuacji, w której moralność krańcowa przekroczy „masę krytyczną” pojawia się groźba załamania się porządku społecznego. Porządek społeczny, jak wiadomo, utrzymuje się dzięki temu, że określone, reguły, zasady, standardy są respektowane zarówno dzięki istniejącemu systemowi kontroli społecznej, jak i istniejącej w społeczeństwie gotowości do samoograniczenia. Osłabienie obu tych mechanizmów kontroli, charakteryzujące współczesne społeczeństwa permissive, sprzyja upowszechnianiu się moralności krańcowej, równocześnie sprzyjając wzmocnieniu orientacji pragmatyczno-instrumentalnej skuteczności. Przeprowadzone przez Kopiczyńską badania wykazały, że w opinii polskich biznesmenów „celem firmy jest osiągnięcie zysku, to ten cel „uświęca środki” a szczególnie wówczas, gdy firma dopiero powstaje i musi się rozwijać”. (Dylus, 2002, 297). Badania nad postawami moralnymi przyszłych menedżerów, przeprowadzone wśród studentów kierunku ekonomicznego Uniwersytetu Szczecińskiego w roku 1994 wykazały, że omijanie niektórych przepisów prawa i norm społecznych akceptowało 80% pracowników firm państwowych i prywatnych oraz 60% niepracujących studentów. Ze stwierdzeniem, że firma jako jednostka ekonomiczna nie może kierować się innymi celami niż ekonomiczne” zgodziło się około 50%. (Kopycińska, 1997, 206, 208, Kopycińska, 1994, 155-157).

- Obniżanie standardów etycznych stanowi konsekwencję zjawiska, które Sztompka określa mianem patologii więzi moralnej. „Więź moralna – pisze autor – to szczególna relacja do innych objętych kategorią „my”. Parametry kategorii „my” wyznaczają trzy powinności moralne. My to ci, których obdarzamy zaufaniem, wobec których postępujemy lojalnie, których sprawy nas solidarnie obchodzą”. (Sztompka, 1999, 16). Cytowany autor wysuwa tezę, mówiącą o tym, że współcześnie nastąpiła wyraźna atrofia więzi moralnej, przyjmując patologiczną postać. Manifestuje się to w:
 - powszechnie panującej podejrzliwości, nieufności, „przypisywaniu innym najniższych motywów” działania,
 - obserwowanym kryzysie zaufania; przyzwoleniem na nielojalność, „nadużywaniem zaufania innych, odwoływaniem się do oszustwa i kłamstwa,
 - akceptacji skrajnego egoizmu, indyferentyzmu wobec krzywd i szkód wyrządzanych innym. (tamże, 17).

Atrofię więzi moralnej, w przekonaniu cytowanego autora, należy wiązać z procesami globalizacji oraz procesami transformacji ustrojowej dokonującymi się w krajach dawnego bloku wschodniego. Ogólnie, z procesami szybkich zmian cywilizacyjnych zachodzących we współczesnym świecie. Zasadnicze pytanie, które się nasuwa dotyczy tego, czy wymienione negatywne zjawiska (kryzys zaufania, skrajny egoizm, niełojalność, odwoływanie się do manipulacji) będą się nasilały, czy też istnieją szanse na odbudowę więzi moralnej. Na to pytanie nie ma jednoznacznej odpowiedzi z uwagi na to, że procesy zachodzące we współczesnych społeczeństwach działają zarówno na korzyść odrodzenia więzi moralnej, jak i go utrudniają. (Sztompka, 1999, 20-21).

W kontekście przedstawionych uwag można postawić pytanie o to, czy obecnie doświadczany światowy kryzys będzie stanowił skuteczną lekcję na przyszłość. Formułowane opinie o konieczności odbudowy zaufania do świata biznesu, a nie tylko do systemu finansowego, nakazują sądzić, że w społeczeństwach narasta społeczna presja na świat biznesu oraz rządy, zmuszająca do poszukiwania sposobów rewitalizacji takiego etosu świata biznesu, który nie krępowałby inicjatywy gospodarczej, umożliwiał dalszy jej rozwój i równocześnie przywracał właściwą rangę fundamentalnym wartościom etycznym.

Przyjmuje się, że najistotniejszym rysem etyki ponowoczesnej, a więc także etyki biznesu może stać się „etyka samoograniczenia”. Przyjęcie orientacji „samoograniczenia” oznaczać może zmierzanie do przyjęcia takich standardów etycznych w świecie biznesu, które byłyby zdolne do regulowania wzajemnych relacji wewnątrz świata biznesu (konkurencja), świata biznesu z państwem (podatki, nielegalny lobbng, szara strefa) z konsumentami (marketing, reklama) z pracownikami (godziwe warunki pracy, sprawiedliwe płace) oraz ze społeczeństwem (ochrona środowiska i zasobów naturalnych) na innych aniżeli dotychczas praktykowanych zasadach. Problem jednak polega na tym, czy świat biznesu gotowy jest na zmianę reguł postępowania, oraz czy społeczeństwo jest zdolne do wyegzekwowania od świata biznesu tej zmiany. Rozważając ten problem, warto mieć na uwadze to, że ponowoczesność charakteryzuje zmierzch „prawodawstwa etycznego”, co manifestuje się w niechętniej postawie wobec wszelkiego rodzaju zasad, norm, reguł postępowania. Taka właśnie postawa nie musi oznaczać, jak twierdzi Bauman, końca moralności. Groźba zapanowania chaosu, może stanowić silny bodziec pobudzający zmiany, stwarzające nadzieję na odrodzenie moralności. W sytuacji „gdy słabnie uchwyt odgórnych przymusów i tracą autorytet konwencje, czyny jawią się ludziom jako kwestie odpowiedzialnego wyboru – i w ostatecznym rachunku – sprawy sumienia i moralnej odpowiedzialności”. (Bauman, 1994, 84).

Działalność biznesowa, podobnie jak uprawianie polityki, rodzi silną pokusę odstępstwa od zasad etycznych. Pokusa taka jest tym silniejsza, im większe są spodziewane korzyści z ignorowania zasad (pieniądze, pozycja na rynku, w sytuacji coraz to bardziej zaostrej się konkurencji). Ponieważ działalność

biznesowa łączy się, o czym była mowa, z silną presją na skuteczność, efektywność, i co ważne jest ze swej natury interesowna, można postawić pytanie czy działanie skuteczne nie oznacza niekiedy „oddawanie się temu, co występuje. (...). Im częściej trafiają się pokusy, by je (moralne ograniczenia – G.B.) przekraczać, tym większa staje się (...) potrzeba przywiązywania wagi do standardów moralnych i cnót”. (Candy, 1998, 422, 423). Postępowanie etyczne, jak wiadomo, jest nacechowane bezinteresownością.

Główny problem, odnoszący się do etycznego wymiaru działalności biznesowej zdaje się polegać na tym, że nie jest możliwe by była ona ufundowana ani na heroicznym dążeniu do doskonałości ani tym bardziej na pogwałceniu zasad etycznych. W takiej sytuacji konieczne się staje wypracowanie jakiegoś kompromisu w kwestii minimalnych standardów etycznych, czyli takich, które służyć będą ochronie tych wartości, które w cywilizowanych społeczeństwach uznawane są za bezdyskusyjne i traktowane są jako wiodące idee etyczne. (Lazari-Pawłowska, 1992, 57). Dla ucywilizowania działalności biznesowej pewne możliwości stwarza przyjęcie, wspomnianej wcześniej postawy samoo- graniczenia. Szansę taką stanowi także odejście od mentalności traktującej niemal wszystkiego w kategorii łupu, czyli czegoś, co zostało innym odebrane w bezwzględnej, nie liczącej się z dobrem innych, walce. Łupić znaczy „czerpać z czegoś nadmierne zyski”: z eksploatacji pracowników, niełojalności wobec klientów, kontrahentów, grabieży natury.

Sytuację, w której występują opisane wyżej zjawiska można traktować w kategoriach kryzysu moralności. Następująca instrumentalizacja norm i pragmatyzacja świadomości dowodzi, że nie tylko słabnie respekt dla norm, ale słabną też odruchy moralne (w innej terminologii rozumiane jako pozbywanie się wyrzutów sumienia), nakazujące działanie, które nie narusza dobra innych.

Pytanie o granice swobody działań biznesowych, które byłyby wyznaczone przez normy etyczne stanowi istotny problem, wymagający dalszych badań sytuujących się w obszarze zainteresowań etyki biznesu.

Część III

Wartości i normy uwikłane w działalność biznesową i menedżerską

Rozdział I

Przedsiębiorczość, dobrobyt, zaufanie

„Ufać ufny i ufać nieufny – oto najwyższa ufność”.

Lao-cy

Trudno zaprzeczyć temu, że etyczne nawyki i wzajemne moralne zobowiązania rządzą działaniami ludzi pozostających ze sobą w różnego typu relacjach i zależnościach. Są jednak takie obszary działań, w których pewnego rodzaju zobowiązaniom, powinnościom przypisuje się większe znaczenie, aniżeli w innych. Takim obszarem ludzkiej aktywności jest działalność biznesowa. Prawdą, jest to, że godność, zaufanie, odpowiedzialność, czy wreszcie sprawiedliwość to wartości, które mają znaczenie w każdej sferze życia społecznego. Ale istotność tych wartości i powiązaniem z nimi normom w biznesie stanowi warunek jego trwania. Wynika to z dwóch powodów.

- Pierwszy z nich to przekonanie partnerów biznesowych, że pewne powinności moralne nie tylko winny być, ale że będą respektowane.
- Powód drugi, to swoistość tej sfery działań, przejawiająca się w występowaniu licznych okoliczności i powodów skłaniających do łamania powyższych norm.

Biznes, podobnie jak polityka, skłania do postawienia, budzącego niepokój, pytania o zakres i ważność powszechnego, zwykłego rozumienia moralności. Istotność moralnych standardów w biznesie zyskuje na znaczeniu z uwagi na dość rozpowszechnione w tym świecie przekonanie, że postawa realizmu w tej sferze działalności wymaga, jeżeli nie całkowitego wyeliminowania względów moralnych, to z pewnością przyznania im drugorzędного znaczenia, bądź też przyjęcia zasady opcjonalności. Opiera się ona na kalkulacji, jeżeli opłaca się respektowanie zasad moralnych to należy to czynić, jeżeli się nie opłaca to można je zlekceważyć.

Zwolennicy takiego podejścia powołują się na to, że biznes, jest przecież grą, w której stawką jest osiągnięcie jak największych korzyści. W grze tej wartości utilitarne wyraźnie konkurują z wartościami i normami etycznymi. W związku z tym nie są odosobnione sytuacje, w których te ostatnie zdominują wartości etyczne. Paradoks działalności gospodarczej polega na tym, że jej powodzenie nie jest wyłącznie uzależnione od właściwego wyboru wartości-celów, a więc wartości ściśle ekonomicznych. Przesądza o tym struktura relacji społecznych wiążących partnerów, którą trudno wyobrazić sobie bez obecności, także normatywnie określanych i możliwie szeroko akceptowalnych wartości-środków, wiodących do tych celów. Najkrócej to formułując, działalność biznesowa wymaga oparcia jej na trwałych fundamentach etycznych. (Boulding, 1985, 42, 59, 70).

W związku z tym przedstawmy i skomentujmy te wartości i normy, których respektowanie ma podstawowe znaczenie dla prawidłowego przebiegu relacji biznesowych. Wskażmy także na ich funkcje oraz wzajemne powiązania.

Przedsiębiorczość

Na wstępie zajmiemy się przedsiębiorczością, w której na ogół nie dostrzega się wymiaru etycznego. Staje się on bardziej widoczny, wtedy, kiedy zostanie powiązany z właściwościami demokratycznego kapitalizmu.

Znaczenie instytucji demokratycznego kapitalizmu polega na tym, że zachęcają one każdą jednostkę do samodzielnego, indywidualnie przez nią planowanego „poszukiwania szczęścia”. (...). Funkcją przedsiębiorczości jest „zrywanie z tradycyjnymi sposobami produkowania i rozdzielania dóbr i usług”. Z tego punktu widzenia stanowi ona szczególną cnotę kapitalizmu, dającą szansę nie tylko na postęp gospodarczy, ale i moralny. Moralny aspekt przedsiębiorczości „polega na podejmowaniu wysiłku, na pomysłowości i wytrwałości, niezbędnych dla przetworzenia wizji w rzeczywistość. Pochodną przedsiębiorczości jest bardziej ogólna cnota twórczości, współcześnie nazywana kreatywnością. Cnota twórczości ma podstawowe znaczenie dla społeczeństwa kapitalistycznego. Kapitalizm to taki system ekonomiczny, którego instytucje mają za zadanie wspieranie kreatywności.” (Novak, 1991, 9).

Z powyższych uwag wynika, że przedsiębiorczość, jako forma aktywności, posiada wiele odniesień funkcjonalnych. Z tej racji warto przyjrzeć się im bliżej. Przedsiębiorczość jako wartość, pojawia się przede wszystkim w zestawie czynników decydujących o powodzeniu jednostkowych przedsięwzięć biznesowych, a także w wymiarze zbiorowym, decydując o poziomie rozwoju gospodarczego danego społeczeństwa, mierzonego poziomem dobrobytu.

Przedsiębiorczość jest więc wartością instrumentalną. Stanowi narzędzie, pozwalające osiągnąć inne wartości takie jak dobra materialne oraz niematerialne, takie jak np. uznanie.

Przedsiębiorczość może być pojmowana przede wszystkim jako aktywizm w weberowskim znaczeniu tego pojęcia, jako jedna z cnot kardynalnych etosu protestanckiego. Jako rodzaj zadania, programu działania, polegającego na manifestacji gotowości wzięcia odpowiedzialności za własną i innych przyszłość. Aktywizm to także przeciwieństwo pasywności czy poddanie się machiavelowemu losowi. Człowiek przedsiębiorczy stanowi przeciwieństwo człowieka słabego, skłonnego do lenistwa, pozbawionego inicjatywy, biernie poddającego się różnym przeciwnościom. Przedsiębiorczość oznacza wyzwolenie się z myślenia w kategoriach deterministycznych, wykazanie się wiarą, że działanie człowieka nie jest „z góry” określone przez anonimowe siły zewnętrzne. Człowiek przedsiębiorczy wykazuje się wiarą, w to, że poprzez swoje działanie, zdolny jest do nadawania rzeczywistości pożądanej przez siebie postaci, kształtów, urzeczywistniając w ten sposób określone zamierzenia. Aktywizm to nie tylko próba zmierzania się z wpływem czynników zewnętrznych, to także wykazanie się odwagą przy podejmowaniu decyzji, co ważniejsze, to korzystanie z przysługującej człowiekowi wolności. Przedsiębiorczość może być ponadto traktowana, podobnie jak pracowitość, jako cnota codzienna, jako trwała dyspozycja, przyczyniająca się do skuteczności działania.

Przedsiębiorczość rozpatrywana na gruncie prakseologii pozbawiona jest elementu oceniającego, wartościującego. Warto więc zwrócić uwagę na to, że przedsiębiorczość może służyć zarówno celom szlachetnym jak i mało chwalebny; być wykorzystana do produkcji chleba jak i do uprawy marihuany. Inaczej mówiąc, wykazanie się cnotą przedsiębiorczości nie zawsze wiąże się z podążaniem ku moralnie słusznym celom.

Rozpatrując przedsiębiorczość z etycznego punktu widzenia, możemy ją traktować jako próbę obrony godności jednostki w odniesieniu do sytuacji, w której pasywność prowadzi do ubóstwa, a w konsekwencji do społecznego wykluczenia. Przeciwdziałanie takiemu zagrożeniu może być postrzegane jako manifestacja obrony godności. Wymaga bowiem wykazania się odwagą, determinacją w dążeniu do zmiany swego położenia społecznego. Akceptacja społecznego upośledzenia, wynikającego z bierności, stanowi świadectwo słabości. Mówiąc inaczej, upośledzenie społeczne w wyniku zaniechania (lenistwa) degradowuje moralnie. (Ossowska, 2000, 60).

Celowe jest rozpatrywanie przedsiębiorczości w aspekcie ciążących na jednostce powinności. Jako powinność wobec innych i siebie samego, niezbędny warunek powodzenia materialnego i szerzej rozwoju gospodarczego. W przekonaniu cytowanego Novaka „rozwój cnoty przedsiębiorczości u wszystkich ludzi, tak by mogli oni urzeczywistniać swe zdolności twórcze” stanowi ważny element życia społecznego, a w szczególności gospodarczego. (Novak, 1994, 104).

Przedsiębiorczość jest wartością instrumentalną. Z uwagi na cele, które są przez jej wykorzystanie osiągane, podlega ocenie moralnej, „dodatniej lub ujemnej w zależności od motywacji działającego i jego postawy”. (Ossowska, 2000, 214).

Dobrobyt – wartość. Ubóstwo – antywartość

Dobrobyt, podobnie jak przedsiębiorczość, ma wiele wymiarów. Stanowi przydatną kategorię pojęciową, wykorzystywaną do analiz prowadzonych na gruncie ekonomii, socjologii, antropologii ekonomicznej oraz etyki, w szczególności zaś etyki biznesu. Przydatna jest także jako kategoria analityczna w komparatystyce międzynarodowej.

Przedmiotem zainteresowania wielu badaczy zajmujących się kwestią dobrobytu jest zależność między poziomem dobrobytu społeczeństwa a właściwą temu społeczeństwu kulturą. Zakłada się bowiem, że wartości danej kultury wywierają znaczący wpływ na rozwój gospodarczy, stymulując go bądź go opóźniając. Profesor Uniwersytetu Harvarda, doradca wielu rządów i największych korporacji, Michael Porter, podobnie jak inni autorzy, wyraża przekonanie, że nie tylko budowanie dobrobytu, ale jego trwałość uzależnione są od dominujących w danym społeczeństwie poglądów na temat istoty dobrobytu i jego kulturowych modeli. (Porter, 2003, 70, Landes, 2003, 42-43).

Dobrobyt rozumiany jako wartość instrumentalna, stanowi potwierdzenie gospodarczej prosperity i z oczywistych powodów wskaźnik osiągniętego poziomu rozwoju cywilizacyjnego.

Dobrobyt, jak wiele innych pojęć, jest pojęciem wieloznacznym. Przyjmijmy, iż przez dobrobyt rozumieć będziemy stan, w którym członkowie danego społeczeństwa, dodajmy, w swojej większości, osiągnęli poziom zamożności, pozwalający im wieść godne, satysfakcjonujące życie, to znaczy takie, które pozbawione jest troski o zaspokojenie istotnych potrzeb egzystencjalnych.

Dobrobyt, rozumiany jako stopa życiowa, danego narodu stanowi pochodną produktywności, z jaką gospodaruje on posiadanymi zasobami kapitałowymi oraz naturalnymi. Produktywność wyznacza poziom realnych dochodów oraz dochodowość kapitału, tym samym, określa główne czynniki determinujące dochód narodowy na jednego mieszkańca. Produktywność działalności gospodarczej jest więc w sposób istotny powiązana z poziomem dobrobytu. (Porter, 2003, 61, 62).

„Dobrobyt – pisze Michael Fairbanks, członek Komitetu ds. Rozwoju Społecznego przy Banku Światowym – to zdolność jednostki, grupy bądź narodu do zapewnienia schronienia, wyżywienia oraz innych materialnych dóbr umożli-

wiających ludziom prowadzenie dobrego życia zgodnie z ich własną definicją tego pojęcia”. Dobrobyt, może być też rozumiany jako: strumień przychodów oraz jako siła nabywcza. (Fairbanks, 2003, 396, 397).

Dobrobyt, o czym wspomniano, jest przede wszystkim traktowany jako wartość instrumentalna, nie jest jednak pozbawiona istotnych odniesień etycznych. Etyczny wymiar dobrobytu ujawnia się w jego przeciwieństwie, a mianowicie w ubóstwie, traktowanym jako antywartość.

Przyjmując, że dobrobyt jest wartością-celem, czyli pożądanym, cenionym stanem rzeczy, ubóstwo należy traktować jako antywartość, stan, który jest niepożądany, postrzegany jako zło, którego ludzie pragną uniknąć. Ubóstwo jest złem moralnym, co więcej, szczególną postacią zła, które rodzi inne postacie zła, zarówno w sensie społecznym jak i w znaczeniu moralnym.

Ubóstwo było w przeszłości i jest nadal poddawane wartościowaniu i postrzegane w jego wymiarze etycznym. Problemem natury etycznej jest nie tylko sytuacja biednego, jej przyczyny, uwarunkowania i stopień odpowiedzialności, ale także miejsce biednego w szerszym społeczeństwie, stosunek nie-biednych do żyjących w ubóstwie, wzajemne relacje między biednymi i resztą społeczeństwa. Kwestia współczucia i solidarności ze strony reszty społeczeństwa to kolejny element wymiaru etycznego, w jakim należy postrzegać ubóstwo”. (Tarkowska, 2002, 305, 307).

Nawiązując do omawianego wątku moralnej oceny biedy, dodajmy, że w okresie rewolucji przemysłowej posługiwano się rozróżnieniem na biedę „zawinioną” i „niezawinioną”. Dowodzi to, że bieda poddana ocenie moralnej łączona była z winą i odpowiedzialnością za nią.

Zapytajmy więc czym jest ubóstwo? W analizach tego zjawiska badacze wprowadzają rozróżnienie na ubóstwo bezwzględne i ubóstwo względne. Ubóstwo bezwzględne rozumiane jest jako minimum życiowe, czyli taka ilość środków (koniecznych do zakupu pożywienia, ubrania i schronienia), które pozwalają na fizyczne przetrwanie i zachowanie zdrowia. Zakłada się przy tym, że minimum życiowe dla wszystkich ludzi mieści się w porównywalnych granicach. Ubóstwo bezwzględne wyznaczone jest najczęściej na podstawie cen produktów koniecznych do przetrwania w danym kraju. Zwróćmy jednak uwagę na to, że posługiwanie się jednym kryterium przy ustalaniu granicy ubóstwa wiąże się z ryzykiem popełnienia błędu z uwagi na to, że ceny produktów niezbędnych do przeżycia mogą być różne nawet w poszczególnych rejonach danego kraju.

Ubóstwo względne „mierzy się przez odniesienie do standardu życia panującego w danym społeczeństwie”. Ponieważ standard życia w różnych społeczeństwach jest różny, zatem w każdym z nich granica ubóstwa przebiega w innym miejscu. Należy także uwzględnić to, że wraz ze wzrostem dobrobytu w danym kraju wspomniana granica będzie się przesuwac w górę. Istotne jest jeszcze i to, że we współczesnych społeczeństwach dystans dzielący najbogatszych od najbiedniejszych wyraźnie się zwiększa. (Giddens, 2004, 332-334). Pro-

blem ten jest analizowany nie tylko w ramach poszczególnych krajów, lecz także w porównaniach międzynarodowych.

I tak w roku 1960 średni dochód na głowę ludności siedmiu najbogatszych państw świata był dwudziestopięciokrotnie wyższy aniżeli dochód siedmiu państw najuboższych zaś w roku 1997 był już trzydziestodziewięciokrotnie wyższy. Szacuje się, że na świecie 1,7 miliarda ludzi utrzymuje się za mniej niż jednego dolara dziennie, a 4 miliardy ludzi za mniej niż dwa dolary dziennie. Dla przykładu w USA 1% (tj. 2,7 ml.) ludności tego kraju dysponuje zasobami równymi stanowi posiadania 38% najgorzej sytuowanych, tj. 100 ml. „Nawet biorąc pod uwagę możliwość manipulacji danymi statystycznymi, – pisze Dylus – trudno zaprzeczyć istnieniu trendu pogłębiania się (...) nierówności: majątkowych, dochodowych, w stanie zdrowia, długości życia, poziomie wykształcenia, statusie społecznym itp.”. (Dylus, 2005, 37). W USA w okresie ostatnich 20 lat dochód ogólny najuboższych 20% rodzin spadł o 21%, podczas gdy dochód najbogatszego kwintyla populacji wzrósł o 22%. (Bauman, 1998, 11).

Odnotowując tego rodzaju dane należy pamiętać o tym, iż ubóstwo jest stanem, który „straszliwie degraduje, niemalże zaprzecza pełnemu człowieczeństwu ludzi. (...). To zrównanie „ubóstwo = głód przesłania wiele innych złożonych aspektów ubóstwa: „straszliwe warunki życiowe i mieszkaniowe, choroby, analfabetyzm, agresja, rozpad rodzin, osłabienie więzi społecznych, brak przyszłości i nieproduktywność”. (Bauman, 2006, 153-154). Dodajmy, że obszary trapiące ubóstwem dotknięte są często także okrucieństwami wojen oraz następstwami różnego rodzaju klęsk żywiołowych.

Prawomocność tezy, mówiącej o tym, że dobrobyt ma również wymiar etyczny może być wykazana przez traktowanie ubóstwa jako antywartości wobec takich wartości jak godność osoby ludzkiej, wolność, solidarność. Trudno zaprzeczyć temu, że ubóstwo pozbawia istotę ludzką przysługującej jej godności, powodując jej poniżenie. Odmawia także prawa do wolności, rozumianej jako swoboda wyboru. Skazuje człowieka na permanentną deprivację. Pozbawia poczucia bezpieczeństwa, zmusza do życia w permanentnym zagrożeniu. Podkreślmy, że poczucie deprivacji paradoksalnie staje się szczególnie dotkliwe we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym, z licznymi i spektakularnymi przejawami nadmiaru i marnotrawstwa. Deprivacja jest tym dotkliwiej odczuwana, że w społeczeństwie konsumpcyjnym poziom indywidualnej konsumpcji stanowi zasadnicze kryterium poważania społecznego.

Etyczny wymiar ubóstwa polega także, a może przede wszystkim, na tym, że zaprzecza społecznie sankcjonowanej prawomocności takich wartości jak sprawiedliwość i solidarność. Warto zdać sobie sprawę z tego, że „20% światowej populacji już teraz zarabia 114 razy więcej niż najuboższa jedna piąta”. (...); permanentnie niedożywionych jest 800 milionów ludzi, lecz w ubóstwie żyje około 4 miliardów, dwie trzecie światowej populacji (...). Ubodzy nie są (...) odrzutami społeczeństwa konsumpcyjnego, ludźmi pokonanymi w wycięzonych,

opartych na rywalizacji bojach; są bezpośrednimi wrogami społeczeństwa. Ludzi na zasiłku od handlarzy narkotyków, włamywaczy, i morderców dzieli tylko subtelna i łatwo przekraczana granica”. (Bauman, 2006, 150, 153, 168). Bieda jako problem etyczny odnosi się do takich zjawisk jak np. praca na „czarno”, w której często dochodzi do wykorzystania człowieka będącego w sytuacji przymusowej. (Tarkowska, 2002, 305, 307). Warto zwrócić uwagę i na to, że we współczesnym społeczeństwie w sposób radykalny ulega zmianie społeczna percepcja ubóstwa. „Często nie idzie o to, by ulżyć doli biednych, lecz o to, by się biednych pozbyć, redukując ile się da liczbę ludzi rejestrowanych jako ubodzy i potrzebujący pomocy. (...). Teraz „dobry ubogi” to ubogi niewidzialny, ubogi, który sam się o siebie troszczy i o nic nie prosi. Krótko mówiąc – ktoś, kto zachowuje się tak jakby go nie było (...)”. (Bauman, 1998, 11).

Tak więc dobrobyt jest stanem, umożliwiającym jednostce relatywnie swobodne dokonywanie licznych życiowych wyborów, w którym nie jest ona zmuszona do działania pod presją konieczności egzystencjalnych. Dobrobyt to stan, w którym jednostka uwolniona jest od wielu deprivacji. Dobrobyt, powtórzmy, rozumiany jako materialny poziom życia jest wartością instrumentalną, pozwala na zaspokojenie możliwie szerokiego spektrum potrzeb indywidualnych i zbiorowych.

Ale dobrobyt jest również wartością moralną, poprzez fakt, że uwalnia jednostkę od zagrażającej jej godności biedy i związanych z nią różnych form upośledzenia społecznego. Stanowi zabezpieczenie przed marginalizacją i wykluczeniem społecznym. Najogólniej można powiedzieć, że dobrobyt umożliwia – jakkolwiek nie jest warunkiem wystarczającym, chociaż koniecznym – godne życie.

Zajmując się etycznym wymiarem dobrobytu warto pamiętać i o jeszcze jednym, ważnym jego aspekcie. Rzecz dotyczy mianowicie tego, że społeczeństwa wysokiej produktywności, a więc materialnie zasobne są na ogół, chociaż nie bezwyjątkowo społeczeństwami, w których respektowane są podstawowe prawa człowieka. W społeczeństwach tych jednostki cieszą się przede wszystkim wolnością. Tym samym mogą swobodnie podejmować różnego rodzaju decyzje i przedsięwzięcia służące zapewnieniu sobie godziwego życia. W społeczeństwach tych mogą też działać różnego rodzaju instytucje i organizacje chroniące te prawa. Nie jest kwestią przypadku, że kapitalizm jest ściśle złączony z demokracją. Względnie wysoki poziom życia, stwarza warunki do samorealizacji, pozwala twórczo pracować, przejawiać różne formy aktywności, wykraczające daleko poza zaprzeczające godności ludzkiej starania, których jedynym rezultatem jest utrzymanie się przy życiu. Dlatego też z etycznego punktu widzenia kapitalizm, jako system gospodarczy, może być oceniany jako bardziej moralny w porównaniu z systemem gospodarczym ograniczającym, niekiedy uniemożliwiającym przedsiębiorczość, nieefektywnym i w konsekwencji rodzącym biedę.

Zaufanie

Tezę, sformułowaną przez Francisa Fukuyamę, a mówiącą o tym, że „dobrobyt danego kraju i jego zdolność do rywalizacji są warunkowane jedną dominującą cechą kulturową: poziomem zaufania w danym społeczeństwie” podziela wielu autorów. (Fukuyama, 1997, 17, Putnam, 1995, Sprenger, 2009, Sztompka, 2007).

Teza ta dowodzi przekonania, że zaufaniu oraz jego przeciwieństwu, a więc nieufności, przypisywana jest ważna funkcja w systemie gospodarczym. Każda transakcja o charakterze komercyjnym oparta jest na określonej, mniejszej bądź większej, dozie zaufania. Dotyczy to przede wszystkim takich działań biznesowych, które planowane są w dłuższej perspektywie. „Ufność nie jest nieograniczona ani nie jest ślepa”. Zaufania do osoby, organizacji czy instytucji „nie pozyskuje się na podstawie, nawet uroczystych zapewnień czy deklaracji. (...). Wierzysz jej dlatego, że znasz jej charakter i zdolności, wiesz, jakie ma możliwości wyboru i do jakich konsekwencji one prowadzą i tak dalej. W tej sytuacji oczekujesz, że wybierze ona zrobienie tego, co obiecała”. (Putnam, 1995, 265). Zaufanie można traktować jako zakład, „podejmowany w odniesieniu do niepewnych, przyszłych działań innych ludzi”. (Sztompka, 2007, 69-70).

Przytoczone wyżej stwierdzenia pozwalają na sformułowanie tezy, zgodnie z którą zaufanie ma charakter eufunkcjonalny zarówno wobec systemu społecznego jak i politycznego oraz ekonomicznego. Istniejący w danym społeczeństwie poziom zaufania daje się wyraźnie powiązać z efektywnością systemu ekonomicznego, mierzoną poziomem dobrobytu. W takim ujęciu zaufanie jest wartością instrumentalną, środkiem do osiągnięcia czegoś innego. Jest więc wartością-środkiem, ponieważ może być wykorzystana do realizacji innych celów, dążeń jednostkowych i zbiorowych. Zaufanie daje się przełożyć na wymierne korzyści, np. na wzrost sprzedaży określonego produktu. Z tego właśnie powodu firmy zabiegają o pozyskanie zaufania klientów, dostawców, kooperantów.

Źródła, czy podstawy tego zaufania mogą być różne. Może to być np. przekonanie, że dana firma realizuje nakaz społecznej odpowiedzialności i produkuje bezpieczne towary czy usługi, bądź popularyzowane są przez nią deklaracje, że w swojej działalności kieruje się normami etycznymi.

O zaufaniu w szerokim ujęciu można mówić jako o:

- rodzaju aktywów, o kapitale indywidualnym bądź zbiorowym, umożliwiającym „podejmowanie zabiegów dążących do podwyższenia bądź utrzymania swojej ogólnej pozycji i prestiżu oraz skuteczniejsze i efektywniejsze funkcjonowanie w codziennej rzeczywistości społecznej, kulturowej, politycznej i ekonomicznej”. (Ziółkowski, 2000, 173),
- normie moralnej, rozumianej jako norma wzajemności (Putnam, 1995, 266 i dalsze),
- kardynalnej zasadzie, na której ufundowane jest życie każdej wspólnoty; a także jako podstawie współpracy i rywalizacji,

- wartości wspierającej inne wartości (dobrobyt, sprawiedliwość, godność osoby ludzkiej),
- cnotcie, właściwości cechującej daną jednostkę, która dzięki temu staje się podmiotem godnym zaufania.

„Kapitał społeczny – pisze Putnam – odnosi się do takich cech organizacji społeczeństwa, jak zaufanie, normy i powiązania, które mogą zwiększyć sprawność społeczeństwa, ułatwiając koordynowanie działania. (...). Tak jak inne postaci kapitału, kapitał społeczny jest produktywny, umożliwia bowiem osiągnięcie pewnych celów, których nie dałoby się osiągnąć, gdyby go zabrakło. (...). Spontaniczna współpraca jest łatwiejsza dzięki kapitałowi społecznemu”. (Putnam, 1995, 258).

Warto w tym miejscu przywołać Arystotelesa, który twierdzi, że „Nie istnieje harmonia w relacjach (philia) bez zaufania (pistis), nie ma zaufania bez czasu”. (Hardin, 2009, 28).

Zaufanie stanowi „kapitał moralny”, który ulega powiększeniu w miarę jak jest używany, kiedy przestaje być używany znika.

Podkreślmy, że zaufanie jako wartość, podobnie jak inne wartości, ma charakter relacyjny. Znaczący to, jak pamiętamy, że odnosi się do międzyjednostkowych i międzygrupowych relacji i zależności, a więc zarówno współpracy jak i rywalizacji.

„Kto buduje na zaufaniu, ten buduje na piasku” twierdzi jeden z bohaterów filmu Francisa Forda Coppola pod tytułem „Ojciec chrzestny”. Temu przewrotnie sformułowanemu twierdzeniu zaprzeczają ustalenia cytowanych wyżej badaczy. Zmierzają oni do wykazania, że zaufanie należy traktować jako rodzaj wspomnianego kapitału społecznego i indywidualnego, który można interpretować podobnie jak inne rodzaje kapitału. „Tak jak w przypadku konwencjonalnego kapitału, ci, którzy mają społeczny kapitał, zaczynają mieć go więcej – ”kto ma, to dostaje”. (Putman, 1995, 258, 262).

Znaczenie zaufania, jako szczególnie cenionych aktywów, tłumaczy się przede wszystkim:

- rosnącą zależnością między jednostkami, grupami społecznymi instytucjami, także podmiotami gospodarczymi,
- rosnącą złożonością poszczególnych sfer działalności,
- zwiększającą się, w wyniku wzrastającej złożoności rzeczywistości, nieprzejrzystością sfery relacji społecznych,
- wzrastającym naciskiem na efektywność procesów komunikowania.

Wymienione zjawiska i procesy a także wyróżniające ponowoczesność właściwości, takie jak: szybkie tempo zmian, niestabilność oraz nasilający się permissywnizm i postępujący proces indywidualizacji można uznać za czynniki przyczyniające się do wzrostu poziomu ryzyka we współczesnych społeczeństwach. Jego istotnym przejawem jest – najogólniej rzecz traktując – obawa związana z wzajemną nieprzewidywalnością zachowań partnerów. Coraz powszechniej

bowiem przyjmowane jest założenie, że działania nie są ściśle regulowane przez wspólnie podzielane normy. W tym zakresie obowiązuje opcjonalność. Fakt ten ma istotne znaczenie z uwagi na to, że działania biznesowe, podejmowane są z myślą o przyszłych korzyściach. Wiadomo, że przewidywane korzyści, wynikające z decyzji podejmowanych w czasie teraźniejszym, muszą się wspierać na zaufaniu redukującym, do racjonalnego poziomu, niepewność.

Poziom zaufania to zmienna, której wartości sytuują się na kontinuum ograniczonym dwoma krańcami, które metaforycznie nazwać można:

- kulturą zaufania,
- i kulturą nieufności.

Obie kształtują się w wyniku historycznych doświadczeń zbiorowości będących ich „wytwórcami”. Pierwsza z nich charakteryzuje się występowaniem silnej presji normatywnej, z widocznym naciskiem na dotrzymywanie obietnic i przestrzeganie reguł. W kulturze nieufności natomiast brak wyraźnie artykułowanych tego rodzaju wymagań, co oznacza, że spodziewane są nawet dość daleko idące i liczne od nich odstępstwa. (Sztompka, 2002, 313-316, 2007, 222, 265).

Przykładem dobrze ilustrującym znaczenie zaufania jest dość szeroko znana w świecie nieformalna instytucja oszczędnościowa, funkcjonująca pod nazwą „Stowarzyszenia rotacyjnych kredytów”. W instytucji tej obowiązują nieskomplikowane zasady. Grupa uczestników składa się najczęściej z 20 osób, z których każda regularnie wnosi uzgodnione wpłaty na tworzący się w ten sposób fundusz. Fundusz ten jest kolejno przekazywany, w całości bądź w części, każdemu z udziałowców, który może je spożytkować na dowolne cele. Instytucja kredytów rotacyjnych oparta jest na wzajemnym zaufaniu. Od osoby, która otrzymała „kredyt” oczekuje się, że będzie dokonywała regularnych wpłat, dopóki kolejno wszyscy członkowie grupy nie będą mogli uzyskać przypadających im w udziale „świadczeń”. Ryzyko nie wywiązania się z płatności jest brane pod uwagę, co sprawia, że organizatorzy dobierają uczestników tej inicjatywy z dużą starannością. W związku z tym reputacja człowieka uczciwego i godnego zaufania jest ważnym atutem ewentualnego uczestnika. Obowiązki surowych norm, jak i złożona sieć wzajemnych zależności, minimalizuje niepewność w odniesieniu do reputacji każdego uczestnika całego przedsięwzięcia i jego wywiązania się z przyjętych zobowiązań. W niektórych przypadkach „Normy przeciwdziałające wyłamaniu się mogą być tak silne, że jak donoszono, członkowie bliscy nie wywiązania się z płatności sprzedawali swoje córki na prostytutki lub popełniali samobójstwa”. (Putnam, 1995, 260).

Także analiza warunków wzrostu małych firm wskazuje, o czym pisze cytowany wyżej autor, że osobiste zaufanie do siebie kierownictwa i pracowników decyduje o wysokiej produktywności małych firm. (tamże, 264). Bez wątpienia zaufanie stymuluje współpracę, a im wyższy poziom zaufania w ramach organizacji, między poszczególnymi podmiotami gospodarczymi działającymi na rynku, tym większe prawdopodobieństwo satysfakcjonującej współpracy. Współpraca z kolei

zwiększa wzajemne zaufanie, które utrwała dodatkowo intensywność wzajemnych relacji, co stwarza okazję do wzajemnego i wielokrotnego sprawdzenia wiarygodności partnera. Konsekwencją niskiego poziomu zaufania jest natomiast wzrost różnych form kontroli, ilości przepisów, regulaminów, i innych postaci formalnych regulacji.

Potwierdzeniem wysokiego poziomu zaufania kadry zarządzającej do pracowników jest praktykowana w Toyota Motor Company zasada upoważniająca każdego z zatrudnionych przy linii montażowej robotników do zatrzymania „niemal przez przyciśnięcie guzika pracy całego zakładu. Dla kontrastu: zakłady Forda, np. w Highland Park lub w River Rouge (...) nigdy nie odważyły się na tak daleko idące zaufanie względem swoich pracowników”. (tamże, 17-18).

Zaufanie, jak definiuje je Fukuyama, to szczególnego rodzaju mechanizm „oparty na założeniu, że innych członków danej społeczności cechuje uczciwe i kooperatywne zachowanie oparte na wspólnie wyznawanych normach”. (Fukuyama, 1997, 38). Przekonanie, że członkowie danej społeczności nie tylko podzielają określone normy, ale co ważniejsze, je respektują, ma decydujący wpływ na gotowość angażowania się w różnego rodzaju przedsięwzięcia wymagające współdziałania. Takie podejście do roli zaufania w animowaniu aktywności jednostek oparte jest na milcząco przyjmowanym założeniu, że jednostki rzeczywiście gotowe są do respektowania wzajemnych zobowiązań, czy to pod presją zewnętrzną, czy też z wewnętrznych pobudek. Mówiąc inaczej, zakłada się sytuację, w której określone normy zostały dostatecznie zinternalizowane i rzeczywiście kierują działaniami ludzi.

Normy służące potrzebie zaufania

Mówiąc o zaufaniu należy poświęcić uwagę normom służącym potrzebie zaufania, czyli takim, które mają szczególne znaczenie w budowaniu zaufania, bądź obronie tej wartości. Są to normy, wyrażające się w imperatywach: „nie kłam”, „bądź odpowiedzialny za słowo”, „nie kradnij”, „nie oszukuj”, „nie donoś”, „bądź lojalny”. (Ossowska, 2000, 108).

Trudno nie zgodzić się z tezą, mówiącą o tym, że „każdy wydaje się uprawniony do tego, by nie być okłamywanym”. Kłamstwo nie jest łatwe do zdefiniowania, jest to pojęcie wieloznaczne. O kłamstwie na ogół mówimy wtedy, kiedy mówienie nieprawdy o jakimś zdarzeniu ma charakter intencjonalny. Istotą kłamstwa jest to, że mówienie nieprawdy dyktowane jest spodziewanymi korzyściami dla tego, kto dopuszcza się kłamstwa. Ale w niektórych kulturach, określanych mianem rygorystycznych (purytańskich), za kłamstwo uchodziło tworzenie iluzji i innych postaci ułudy rzeczywistości. Kłamstwem bywa także zatajenie prawdy. Ten rodzaj kłamstwa polega np. na nie informowaniu kogoś o określonym zdarzeniu, mimo obowiązku przekazania takiej wiedzy.

Wskażmy jeszcze, iż wobec naruszania normy prawdomówności, istnieją dwa stanowiska.

- Pierwsze z nich radykalne, określane mianem rygoryzmu moralnego, całkowicie wyklucza dopuszczenie się kłamstwa. Takie stanowisko reprezentował m.in. niemiecki filozof Immanuel Kant. Bezwzględnie obowiązującą normą jest konsekwentna, bezwyjątkowa prawdomówność. Z tym stanowiskiem polemizuje m.in. Kołakowski w pracy pod wielce mówiącym tytułem „Pochwała niekonsekwencji.” (Kołakowski, 1989).
- Drugie stanowisko, określane mianem umiarkowanego sytuacjonizmu etycznego, dopuszcza kłamstwo, a dokładniej, nie wyklucza kłamstwa. Warunkuje to jednak ściśle określonymi zasadami. Mamy tu np. do czynienia z warunkową zgodą na pewien rodzaj kłamstwa, a mianowicie uważa się, że dopuszczalne jest tzw. „kłamstwo świątobliwe”. Ten rodzaj kłamstwa praktykowany jest z intencją nie wyrządzenia innym krzywdy. Zgodnie z tym stanowiskiem pewne rodzaje kłamstw są moralnie prawomocne bardziej ze względów „natury humanitarnej, aniżeli wartości prawdy jako takiej”. W tym przypadku mamy do czynienia z określoną hierarchią wartości. A więc dobro innego i zapobieżenie jego ewentualnej krzywdzie, stawiane jest wyżej aniżeli prawda. Warto jednak, za Kołakowskim, zwrócić uwagę na to, że jakkolwiek kłamstwo w dobrej sprawie jest uzasadnione, to „cały kłopot polega na tym, jak tę „dobrą sprawę” określić, bo będziemy przecież łatwo skłonni do rozszerzania tej zasady w taki sposób, że wszystko, co jest w naszym prywatnym interesie, jest właśnie „dobrą sprawą”, a trudno wymyślić taką regułę, co by wszystkie możliwe przypadki poszczególnie przesądzała”. (Kołakowski, 1999, 29).

Także Władysław Witwicki na pytanie czy kłamstwo jest zawsze czymś moralnie złym, odpowiada, że nie zawsze. „Będą kłamstwa haniebne, złe, będą dopuszczalne, będą obojętne: ani złe, ani dobre, będą wyraźnie dobre i chwalebne nawet”. Dopuszczalne kłamstwo, według tego autora to takie, które dyktowane jest troską o dobro innego, jak w przytoczonym przez Witwickiego przykładzie, a mianowicie śmiertelnie choremu nie powiemy prawdy, o rzeczywistym stanie jego zdrowia. Takie kłamstwo będzie moralnie usprawiedliwione. (Witwicki w: Nowicki, 1982, 241, 242).

Dopuszczalne są też kłamstwa legitymizowane przez konwencje towarzyskie, określane, w pewnych przypadkach, mianem kłamstwa żartobliwego. Tego rodzaju kłamstwa wydają się być niezbędne, po to „by uczynić życie znośnym” twierdzi Ossowska. (Ossowska, 2000, 111). Warto zauważyć, że w kontaktach międzyludzkich za cnotę uchodzą takie zachowania, które „ocierają się o kłamstwo, ale trudno nie przyznać, że gdyby tych cnot nie było, życie zbiorowe byłoby znacznie gorsze niż jest i nie tyle oddychalibyśmy czystym powietrzem prawdy, ile żylibyśmy pośród chamstwa”. (Kołakowski, 1999, 28-29).

Leszek Kołakowski proponuje kilka godnych przytoczenia zasad, którymi należy się kierować w odniesieniu do kłamstwa:

- po pierwsze, „należy czynić wysiłek, aby nie kłamać samemu sobie, a więc m.in., gdy się kłamie wiedzieć, że się kłamie”,
- po drugie, „powinniśmy, (...) pamiętać, że nasze samousprawiedliwienia i nasze pojęcie o dobrej sprawie, co ma kłamstwo czcigodnym czynić, są zawsze podejrzone, jeśli dobra sprawa jest po prostu naszym prywatnym interesem”,
- po trzecie, winniśmy „pamiętać o tym, że kłamstwo nie jest moralnie dobre również wtedy, kiedy jest dopuszczalne albo wręcz zalecane w imię ważniejszych dóbr”,
- wreszcie po czwarte, „dobrze jest wiedzieć, że kłamstwo często szkodzi innym, ale jeszcze częściej szkodzi kłamcy, bo go wewnętrznie pustoszy”. (Kołakowski, 1999, 32-33).

Skłonności do kłamstwa przeciwstawia się prawdomówność, rozumianą jako trwała dyspozycja. Prawdomówność oznacza mówienie prawdy nawet wtedy, kiedy można na prawdomówności stracić.

Powróćmy jednak do zaufania. Jest ono, jak już wiemy, warunkiem koniecznym budowania poczucia bezpieczeństwa, zarówno w wymiarze indywidualnym jak i zbiorowym. „Wierzyć ludziom to ponadto wierzyć w ludzi”. (Ossowska, 2000, 115).

Budowaniu zaufania nie sprzyja hipokryzja, polegająca na obłudzie, nieszczerości, motywowanej spodziewanymi korzyściami bądź chęcią uniknięcia strat. „Hipokrytą jest ktoś, kto maskuje żądę zysku udając wzniosłą troskę o bliźnich albo ktoś, kto pisze entuzjastyczną recenzję o książce szefa, którego w gruncie rzeczy ma za nic”. (tamże, 116). Powtórzmy, oszustwo, hipokryzja, podobnie jak kłamstwo, jest zawsze intencjonalne, dyktowane korzyścią tego, kto oszukiwane, a ze stratą tego, kto jest oszukiwany.

Dla budowania zaufania istotne znaczenie ma także odpowiedzialność za słowo, rozumiane jako dotrzymywanie obietnic i wywiązanie się ze składanych przyrzeczeń, a odpowiedzialność za słowo jest ściśle związana z prawdomównością. Działaniem, które w oczywisty sposób podważa zaufanie jest kradzież. Pojęcie kradzieży obejmuje nie tylko przedmioty materialne, lecz także szeroko rozumiane dobra niematerialne. Ochrona dóbr intelektualnych przed bezprawnym ich zawłaszczaniem nabiera istotnego znaczenia współcześnie, wraz z rozwojem środków technicznych, umożliwiających takie praktyki. Warto zwrócić uwagę na to, że do dóbr, które chronione są przed zawłaszczaniem należy również czas, co znajduje wyraz w znanym powiedzeniu „Czas to pieniądz”, którego autorem jest Benjamin Franklin. Ten, kto zawłaszcza czyjś czas dopuszcza się kradzieży z tej racji, że pozbawia tego kogoś możliwości wykorzystania go z korzyścią dla siebie.

Nienaruszalność własności prywatnej stanowi fundament gospodarki wolnorynkowej i oczywiście działalności biznesowej i z tej racji posiada gwarancje praw-

ne najwyższej rangi. Swoboda dysponowania własnością ma jednak pewne ograniczenia. Kontrowersje wywołują przypadki niszczenia niektórych posiadanych dóbr, w celu zapobieżenia spadkowi ich cen, jak np. zboża, kawy, pomidorów.

Denuncjacja (donosicielstwo) to także działanie intencjonalne, polegające na przekazywaniu o kimś informacji osobie trzeciej, która dysponuje sankcjami w stosunku do tego kogoś. Działanie takie jest motywowane korzyścią własną ze świadomością szkodenia temu, na kogo się donosi. Natomiast nie można uznać za denuncjację dzielenie się informacją z kimś, kto może zapobiec krzywdzie, szkodzie innemu. (Ossowska, 2000, 124).

Warto pamiętać o tym, że rzeczywistość, jest złożona, co nakazuje zwrócić uwagę na to, że ludzie często mają do czynienia z sytuacjami, w których normy moralne wchodzą w konflikt. Dzieje się tak np. wtedy, kiedy ktoś jest w posiadaniu informacji o nagannym moralnie postępku określonej osoby czy grupy osób i powinien o tym poinformować innych (np. zwierzchników). Jednakże czyniąc to narusza inną zasadę, a mianowicie zasadę solidarności grupowej. Przykłady tego rodzaju konfliktu norm pojawiają się w zespołach pracowniczych czy środowiskach zawodowych. W takim przypadku postępowanie zgodne z tym, co nakazuje jedna norma wiąże się z koniecznością pogwałcenia innej normy.

Budowaniu zaufania w szczególny sposób służy nakaz lojalności. Być lojalnym to znaczy nie zawieść zaufania tego, kto nas zaufaniem obdarzył. Inaczej mówiąc, lojalność polega na byciu rzetelnym, prawym, prawdomównym, dotrzymywaniu zobowiązań.

Przedstawione uwagi warto zakończyć konstatacją, że we współczesnych społeczeństwach mamy do czynienia z malejącym – chociaż w różnym stopniu – poziomem zaufania. Zjawisko to dokumentują badania prowadzone zarówno w Europie jak i w USA, Ameryce Południowej a także w Azji Południowo-Wschodniej. Jakkolwiek zdają się one wskazywać, że mimo dającego się obserwować spadku poziomu zaufania, to w jednych obniżenie poziomu zaufania jest większe, w innych zaś mniejsze. W odniesieniu do tych pierwszych uzasadnione jest odwoływanie się do pojęcia kultury zaufania. Do takich krajów, zalicza się: Norwegię, Szwecję, Holandię, Japonię, USA i Niemcy. Krajami niskiego poziomu zaufania, a więc charakteryzując je kultury nieufności są m.in. Brazylia, Nigeria, Włochy, Francja, Rosja i Polska.

Zbieżność wspomnianego spadku poziomu zaufania z postępującymi procesami globalizacji, upoważnia do sformułowania przypuszczenia, iż być może procesy globalizacji sprzyjają poszerzaniu się obszaru nieufności w społeczeństwach. Można przyjąć, że proces globalizacji podważa lub osłabia działanie czynników sprzyjających wytwarzaniu się wysokiego poziomu zaufania społecznego dlatego, że utrudnia ocenę wiarygodności osób, ról społecznych, organizacji i instytucji, nie sprzyja tworzeniu się „klimatu zaufania” i w konsekwencji kultury

zaufania” (Sztompka, 2007, 382). Dodatkowo tendencję tę wzmacniają właściwości kształtującej się ponowoczesności. Wśród nich należy wskazać na:

- zmienność, nietrwałość i przelotność relacji, w których pozostają ze sobą ludzie; budowanie więzi zaufania, jak wiadomo, wymaga czasu i szans na powtarzalność kontaktów (Bauman, 2006, 2008),
- wielokulturowość współczesnych społeczeństw; odmiennosc, inność, wzbudza nieufność z tej racji, że podmioty postrzegają się jako „obce”, a więc takie, których działania i postawy oraz wybory są trudne do przewidzenia,
- heterogeniczność, pluralizm, wysoki poziom zróżnicowania środowisk, warstw i subkultur społecznych, sprawia, że nie dostarcza ono jednoznacznych wskazań dla indywidualnych działań; niejednorodność i niespójność systemu aksjonormatywnego warunkowana pluralizmem aksjologicznym, także utrudnia przewidywanie zachowań, a tym samym nie sprzyja zaufaniu.

W tych warunkach zwiększa się ryzyko błędnej oceny partnera i nietrafnego oszacowania zaufania, którym możemy go darzyć. Nie dziwi w związku z tym fakt, iż w podejmowaniu działań i dokonywaniu wyborów jednostki zdają się kierować maksymą: „dobrze jest ufać, lepiej jest nie ufać”. Należy jednak pamiętać, że „Bez zaufania możliwe są tylko proste formy współpracy między ludźmi, takie, które da się przeprowadzić twarzą w twarz. (...) Zaufanie jest niezbędne, aby zwiększyć społeczny potencjał do działania ponad tymi elementarnymi formami”. (Sztompka, 2007, 321).

Powtórzmy, sytuacja, w której partnerzy społeczni wzajemnie sobie ufają sprzyja powstaniu kultury zaufania. Dzieje się tak dlatego, że wzajemna ufność prowadzi do tego, że zaczyna być ona traktowana, przez obie strony, jako obligująca norma: „ufaj i bądź godny zaufania”. W sytuacji, w której relacje między partnerami nacechowane są, bardziej bądź mniej uzasadnioną, nieufnością, podejrzliwością, powstają warunki do ukształtowania się kultury nieufności. Brak zaufania wykazuje tendencję do wzmacniania się w kolejnych relacjach, bowiem „przypadki oszustwa mogą i będą narastać, wywołując nieufność i w konsekwencji kolejne oszustwa; utratę zasad po stronie kłamców – a więc jeszcze więcej oszustw; naśladownictwo ze strony tych, którzy dostrzegają zyski, jakie można czerpać z oszustwa, a co za tym idzie – znów więcej oszustw”. (Bok, 1979, 110, za: Sztompka, 2007, 322). Zdobycie zaufania wymaga wysiłku, polegającego m.in. na samoograniczeniu, nie uleganiu pokusie osiągnięcia doraźnych korzyści z oszustwa. Wymaga także czasu, niezbędnego do potwierdzenia tego, że jest się partnerem godnym zaufania. Odbudowanie raz utraconego zaufania nie jest zadaniem łatwym, przeciwnie wymaga wysiłku i czasu.

Powstaniu kultury nieufności sprzyja sytuacja, w której brak jest społecznych sankcji za nadużywanie zaufania, sytuacja, w której niewiarygodność nie podlega piętnowaniu, nie cierpi na tym reputacja. Sprzyja to ugruntowaniu przekonania, że brak wiarygodności staje się społecznie akceptowaną normą.

Kultura nieufności jest dysfunkcyjna z jeszcze jednego powodu. Czyniąc współpracę problematyczną i ograniczając ją, niekiedy drastycznie, do wąskiego kręgu partnerów prowadzi do pojawienia się, opisanego przez Edwarda C. Banfielda, zjawiska „amoralnego familizmu”, polegającego na niezdolności „do wspólnego działania z kimkolwiek poza najbliższą rodziną”. (Sztompka, 2007, 324).

Na zakończenie warto nawiązać do wspomnianego już problemu kryzysu zaufania we współczesnych społeczeństwach. Ujawniane, niemal każdego dnia, przez media przypadki różnego rodzaju nadużyć, szczególnie w działalności biznesowej, prowadzą do tego, że w społecznej świadomości ugruntowuje się przekonanie, że nikomu nie można ufać. „Sytuacja zaufania – pisze Bauman – staje się ciężka w chwili, gdy wiemy, że zło może kryć się wszędzie; że nie wyróżnia się z tłumu, że nie ma cech charakterystycznych i nie posiada dowodu osobistego; i że każdy może obecnie być u niego na służbie (...)”. (Bauman, 2008, 119, 120). Niski poziom zaufania, w niemałym stopniu ma swoje źródło w tym, że we współczesnych społeczeństwach została zachwiana wiara w odporność ludzi na czynienie zła. A owa niewiara zdaje się pogłębiać się z każdym doniesieniem o wyrządzonym złu. Rozważania nad zaufaniem można zakończyć konstatacją Jamesa Hardina mówiącą o tym, że „Pokłady zaufania we współczesnych społeczeństwach topnieją w ogromnym tempie (...)”. (Hardin, 2010, 110).

Rozdział II

Godność, wolność

„Moim celem jest wolność (...). Co to wolność? – zapytasz. Nie być niewolnikiem żadnej rzeczy, żadnej konieczności, żadnego przypadku, i Los wzywać do walki”.

„Pytasz, co znaczy ta wolność? Znaczy oto nie lękać się ni ludzi, ni bogów, nie chcieć niczego, co haniebne albo nadmierne, mieć nad sobą samym władzę najwyższą. Nieocenione to dobro stać się swoim własnym panem”.

Seneka

W potocznym dyskursie godność na ogół jest rozumiana jednostronnie, a mianowicie jako rodzaj uprawnienia, jako prawo do „godności”, „godnego życia”, „godnych zarobków” itp. O godności warto jednak mówić nie tylko w kontekście uprawnień, ale i powinności, a mianowicie o powinności poszanowania godności własnej i cudzej. Rzecz dotyczy konieczności wykazania się troską o własną godność, cześć, dobre imię, honor. Takie ujęcie godności wiąże godność z okre-

ślonymi powinnościami, czyli takimi normami, a w dalszej kolejności działaniami, które chronią jednostkę przed utratą twarzy, hańbą, utratą czci, moralną degradacją. Warto przy tym pamiętać, że jednostka postępując w określony sposób może działać pod presją zewnętrzną, czyli presją społeczną. Do zrobienia czegoś lub powstrzymania się od zrobienia czegoś może ją skłaniać również presja wewnętrzna. W tym przypadku decydującą rolę odgrywa świadomość, że wybierając jakąś drogę postępowania zaprzeczyłaby swojej wartości we własnych oczach, poniżyłaby samą siebie, co znajduje wyraz w twierdzeniach „coś zaprzecza mojej godności” „moja godność mi tego zabrania”. Ważne jest i to, że poniżyć siebie to nie tylko nie reagować na określone działania innych, wymierzone przeciwko naszej osobie, lecz także skierowane przeciwko innym osobom. Poniżające dla jednostki jest to, że zaparła się samej siebie przez fakt, zakwestionowania dotąd odczuwanej, a nie tylko uznawanej wartości.

W literaturze przedmiotu przyjmuje się, że każdemu człowiekowi przysługuje godność w oparciu o ontologiczną zasadę człowieczeństwa. Znaczy to, że człowiekowi z tytułu, że jest istotą ludzką przysługuje godność. Na tej podstawie twierdzi się, że każda istota ludzka ma prawo do godności oraz, co równie ważne, że wszyscy ludzie są sobie równi w godności.

Wartą rozważenia jest natomiast kwestia czy godność jest dana człowiekowi raz na zawsze, co może oznaczać, że dopuszcza się w szczególnych okolicznościach, możliwość utraty godności. W związku z tym jedni zachowują godność, cześć, natomiast inni, w wyniku własnych bądź cudzych działań ją utracili, jakkolwiek zachowują samo prawo do godności w oparciu o ontologiczną równość w człowieczeństwie.

Przytoczmy kilka sposobów ujmowania godności. Tak więc filozof, Magdalena Środa proponuje następujące sposoby pojmowania godności:

- w sensie metafizycznym – w tym ujęciu godność rozumiana jest jako coś, co przypisane jest człowiekowi z tej racji, że jest człowiekiem,
- w sensie psychologicznym – godność jest rozumiana jako poczucie własnej wartości, „mam swoją godność”,
- godność osobista – rozumiana jako atrybucja określonych zalet, cech czy cnót, „zachował się z godnością”, „zachował się godnie wobec kogoś”, „z godnością przyjął wyrok” (nie kajał się, nie prosił o litość). (Środa, 1993).

Według Tadeusza Kotarbińskiego „Ma godność ten, kto z innych względów zasługuje na szacunek, sam jest tego świadom i dokłada wszelkich starań by być takim oraz by być traktowanym wedle należnej mu miary szacunku”. (Kotarbiński, 1956, w: Ossowska, 2000, 57).

Pojęcie godności, odwołujące się do ontologicznej zasady człowieczeństwa (w sensie metafizycznym) zakłada, o czym wspomniano, równość w człowieczeństwie. Tak właśnie rozumie godność Leszek Kołakowski: „Mówiąc, że ludzie są równi mamy na myśli, że są równi w ludzkiej godności, która każdemu przysługuje i której nikt nie ma prawa gwałcić. Czymże jest jednak godność, która jak

powiadali niektórzy filozofowie, jest nieodłączna od naszej zdolności posługiwania się rozumem oraz czynienia swobodnych wyborów, w szczególności wyboru między dobrem i złem.” Zakładając, że istota ludzka „potrafi własną mocą, nie przymuszona bezwzględnie zewnętrznymi okolicznościami, wybierać między dobrem i złem”, możemy także przyjąć, że „ludzie są zdolni do wyboru, że są odpowiedzialni za to, co czynią – dobro czy zło – i że sama zdolność, nie sposób, w jaki jej używają, czyni ich równymi w godności, i że człowieczeństwo tak właśnie określone jest czymś godnym szacunku, a tym samym, że każdemu człowiekowi z osobna należy jest szacunek.” Znaczący to, że nawet z człowiekiem, który gwałci normy moralne, „nie wolno się obchodzić w sposób urągający ludzkiej godności”. (Kołodziej, 1999, 22-23).

W przekonaniu Marii Ossowskiej: „ma godność ten, kto umie bronić pewnych uznanych przez siebie wartości, z których obroną związane jest jego poczucie własnej wartości i kto oczekuje z tego tytułu szacunku ze strony innych. Brak godności z kolei ujawnia ten, kto rezygnując z takiej wartości sam siebie poniża lub daje się poniżać dla osiągnięcia jakichś korzyści. Dodajmy: dla osiągnięcia jakichś osobistych korzyści”. (Ossowska, 2000, 56-57). Tak więc możemy zasadnie powiedzieć, że człowiek nie rezygnując z obrony wyznawanych wartości naraża się na utratę swojej godności, poniża siebie, czy to z pobudek oportunistycznych czy każdego innych.

Dla Kołodzieja, podobnie jak dla wielu innych filozofów, godność nierozdzielnie związana jest z wolnością, możliwością dokonywania w pełni autonomicznych wyborów.

Ważne, dla poruszanych kwestii, sformułowania znajdujemy u Baumana. „Godność – pisze autor – rodzi się z protestu przeciwko szpetnym i bolesnym sferom doświadczenia, jako postulat: zanegowania tego, co negatywne. (...). Wolność i godność są nierozdzielne; razem się rodzą i razem umierają. (...) W świecie powszechnej swobody wyboru pozbawienie prawienia prawa wyboru jest odbierane jako poniżenie”. (Bauman, 2003, 136, 138). Zmuszanie człowieka do robienia czegoś, czego by nie uczynił z własnej woli, zmuszanie go do działania pod presją (fizyczną, psychiczną), wbrew wyznawanym przez niego wartościom, stanowi pogwałcenie jego godności, na równi z odmową przyznania mu autonomii.

Jeżeli godność jest tak silnie związana z wolnością to zadajmy pytanie, co znaczy być wolnym. Odpowiadając na to pytanie można, za cytowanym autorem przyjąć, że bycie wolnym oznacza:

- „nieobecność sił zakazujących wyboru bądź sił, które używają przemocy, by nasze wybory ograniczyć do tych, które gotowe są tolerować”,
- „może znaczyć (...) stan, w którym wolnym istotom pozwala kształtować samodzielnie swoje wybory i skutecznie z tych wyborów korzystać”. (Bauman, 2003, 137).

Przywołany wyżej Kołakowski wyraża przekonanie, że ludzie są wolni, mogą i umieją wybierać między złem a dobrem. Zdolność dokonywania wyborów czyni ludzi odpowiedzialnymi za własne czyny, a zarazem daje im prawo do godności. (Kołakowski, 1999, 136).

Podstawową normą służącą obronie godności jest zasada sformułowana przez wielkiego filozofa Immanuela Kanta nakazująca: "Nie traktuj nigdy człowieka jako środek, ale zawsze także i jako cel". (Ossowska, 2000, 69). Zasada ta w słabszej interpretacji, nie pozwala „posługiwać się człowiekiem bez jego wiedzy dla realizacji własnych celów”. Stąd manipulacja, wszechobecna w polityce, a także w działalności biznesowej np. w reklamie, może być interpretowana jako działanie wymierzone w godność.

Należy zgodzić się z Baumanem, że „Życie godne człowieka i szacunek należny istocie ludzkiej z tytułu jej człowieczeństwa składają się na najwyższą wartość, której nie mogą przeważać czy braku wynagrodzić jakiegokolwiek inne wartości, choćby najobfitsze i najbardziej różnorakie; ale także, i głównie, dlatego, że wszelkie inne wartości są wartościami o tyle, o ile służą ludzkiej godności, jej obronie i jej kultywowaniu. Wszystko, co w życiu człowieczym ma wartość, jest tylko zbiorem narzędzi na służbie owej wartości naczelnej, która czyni życie ludzkie wartym życia. Odmowa godności dyskredytuje każdą „sprawę”, której rzecznicy twierdzą, że jej wymaga dla własnego spełnienia”. (Bauman, 2007, 338-339).

Mieć godność, o czym wspomniano, znaczy postępować tak, aby ocalić szacunek do samego siebie, nie poniżać siebie samego. Idzie tu o indywidualne postępowanie, świadomie dokonywane wybory. Znaczą to także stanąć w obronie godności własnej, wtedy, kiedy działanie innego zagraża naszej czci. Ważne jest, aby mieć świadomość tego, że źródłem poniżenia, upokorzenia mogą być zarówno nasze własne działania, jak i działania innych ludzi, którym należy się przeciwstawić, broniąc naszej godności. Mowa tu o gotowości do obrony godności własnej. Powtórzmy, mieć godność znaczy tyle, co nie godzić się na to, abyśmy sami siebie poniżali i aby ktoś nas poniżał.

Z inną sytuacją mamy do czynienia wtedy, kiedy nasze działania mogą być poniżające dla innych, uwłaczające ich godności. Mogą one przyjmować postać wspomnianej już manipulacji, nadmiernej i nieuzasadnionej kontroli, przedmiotowego traktowania, pozbawienia uprawnień. Brak poszanowania godności Innego, jak wiadomo, może się wiązać ze zmuszaniem go do robienia czegoś, czego by nie uczynił z własnej woli. Można zasadnie twierdzić, że człowiek, działając przeciwko godności innych, poniża sam siebie.

Warto dodać, że są takie sytuacje, w których jednostka, zgodnie z arystotelesowską ideą, traktując godność jako dobro najwyższe, gotowa jest w jej obronie poświęcić inne dobro, jakim jest życie. Sytuacja ta stanowi przykład konfliktu wartości, polegającego na tym, że jedna wartość etyczna stawiana jest wyżej aniżeli druga, w tym przypadku godność jest ceniona wyżej aniżeli życie.

Wolność

Wcześniej była już mowa o tym, że godność nierozdzielnie związana jest z wolnością jednostki. Wolność to jedna z Wielkich Wartości, które silnie nacechowane są emocjonalnie i z tej właśnie racji pisane są z dużej litery.

Zasadniczy spór, jaki toczy się wokół pojęcia wolności, to spór pomiędzy determinizmem i indeterminizmem, czyli spór o to, na ile to, co się wydarza w rzeczywistości stanowi konsekwencję działania „sił” niezależnych od jednostki, a na ile jest to wolne działanie, stanowiące wyraz wolnej woli jednostki; nie jest ono wymuszane przez siły działające poza człowiekiem, poza jego świadomością. Czy zatem człowiek ze swej istoty, z natury samego człowieczeństwa jest wolny; czy jest jedynie narzędziem w rękach określonych sił istniejących poza nim samym? Kwestia ta stanowi istotę Machiavelowskiej opozycji: fatum – virtus (fatum – los, virtus – dzielność, cnota).

Poruszona kwestia odnosi się do pytania, czy człowiek jest rzeczywistym sprawcą swoich czynów, jakkolwiek nie jest całkowicie wolny od sił natury. Czy wybór należy do istoty bycia człowiekiem. Czy nie jest tak, że jakkolwiek warunki zewnętrzne, inni ludzie mogą udaremnić wybór, jednak nie odbiera to człowiekowi zdolności wybierania.

To zaledwie jeden wymiar (aspekt) wolności. Drugi aspekt jest związany z kulturą, organizacją życia zbiorowego, prawem. „Wolność w tym znaczeniu jest to obszar tych czynności, w których organizacja społeczna nie zakazuje ani nie nakazuje, w których więc ludzie mogą wybierać, co chcą, czynić lub nie czynić bez narażania się na represje”. (Kołakowski, 1999, 80). W tym ujęciu wolność sytuuje się na kontinuum między dwoma biegunami: całkowitym zniewoleniem a anarchią. Wolności może być mniej lub więcej tylko tam, gdzie coś jest zakazane, a coś jest dozwolone.

Tak więc można powiedzieć, że:

- człowiek (jego działania, wybory) nie jest całkowicie determinowany przez siły (czynniki) zewnętrzne, ale nie jest też całkowicie wolny, suwerenny, autonomiczny,
- człowiek będąc wolnym podmiotem korzysta, w różnym stopniu, z dobrodziejstwa wolności; nie tracąc tego atrybutu, nawet w najbardziej opresyjnych sytuacjach może czuć się wolnym.

Warto pamiętać o istnieniu dwóch zasadniczych czynników ograniczających (takich, na które jednostka nie ma wpływu) wolność człowieka:

- biologii rozumianej jako wyposażenie biologiczne; nie jest możliwe zanegowanie ograniczeń wynikających z wyposażenia biologicznego, unieważnienie jej wpływu na możliwość dokonywania wyborów,
- społeczeństwa (jego historii, struktury, poziomu organizacji i instytucji oraz kultury), którego członkiem się staje z chwilą narodzin.

Wymienione czynniki wyznaczają obszar, w którym jednostka może działać. Może te granice kontestować, a nawet podejmować próby ich przekraczania, nie może jednak ich unieważnić, całkowicie zignorować.

Zajęcie stanowiska skrajnie deterministycznego w kwestii wolności jest równoznaczne z pozbawieniem jednostki atrybutu bycia wolnym podmiotem, próbą zaprzeczenia jej człowieczeństwa, czyniąc jednostkę wyłącznie przedmiotem, który bez reszty kierowany jest przez różne siły zewnętrzne. Zgoda na to ma daleko idące konsekwencje natury etycznej, a mianowicie takie, że zdejmując z jednostki odpowiedzialność. „Skoro nie ma wolności, człowiek nie może odpowiadać za swoje czyny. Miotany przez różne siły, działa pod ich naciskiem i nie ma możliwości im się przeciwstawić. Wobec tego zasady moralne, a także prawne nie mają znaczenia. Przy założeniu braku wolności nasze ludzkie bycie przestaje podlegać moralnej ocenie. Automat nie grzeszy, nie czyni ani dobra, ani zła. Determinizm tak daleko idący jest tezą ze społecznego i moralnego punktu widzenia wręcz niebezpieczny, narusza i tak słabą tkankę społeczną, jest więc nie do przyjęcia”. (Skarga, 2007, 166).

Ambiwalencja charakteryzująca działania ludzi wyraża się w skłonności zarówno do poszerzania, przekraczania granic wolności jak i unikania wolności, zawężania jej granic.

Mimo istotnych, niekiedy znacznych ograniczeń, człowiek jest zdolny do podjęcia, bardziej lub mniej śmiałej próby, wyzwolenia, zmanifestowania swojej autonomii, zaprotestowania przeciwko próbom jego instrumentalizacji. Obrona własnej wolności jest zawsze aktem odwagi, wyzwaniem rzuconym owym siłom zewnętrznym, niekiedy jest aktem heroizmu. Bierne poddanie się zniewoleniu stanowi wyraz słabości, tchórzostwa, jest ucieczką od odpowiedzialności. Zgołą inną rzeczą jest oczekiwanie od innych aktów heroizmu; na heroizm stać jedynie nielicznych. Akty heroizmu potwierdzają jedynie regułę, mówiącą o tym, że może się na niego zdobyć jedynie niewielu ludzi. W szczególnych okolicznościach możemy wymagać heroizmu jedynie od siebie, natomiast nie od innych.

Warto pamiętać również i o tym, że są takie sytuacje, w których człowiek dobrowolnie oddaje się w niewolę, wyrzeka się wolności, aby jej kosztem coś zyskać. Czyni tak, ponieważ niżej ceni wolność aniżeli to, czego brak dotkliwie odczuwa. Z taką sytuacją mamy do czynienia, wtedy, kiedy jednostka jest gotowa zrezygnować z wolności by w zamian zyskać poczucie bezpieczeństwa, zwłaszcza poczucie bezpieczeństwa egzystencjalnego. Oznacza to radykalną zmianę wyznawanej dotąd hierarchii wartości. „Wolność – jak twierdzi Bauman – jako pierwsza pada ofiarą braku bezpieczeństwa”. (Bauman, 2003, 70).

Bycie człowiekiem nacechowane jest inną, aniżeli wspomniana wyżej, sprzecznością. Polega ona na tym, że człowiek jest jednocześnie wolny i zarazem niewolny. Znaczy to, że nie może być mowy o pełnej, nieorganicznej wolności. Antynomiczność wolności polega również na tym, że wolność jest przeznaczeniem człowieka i zarazem przekleństwem, niekiedy staje się trudnym do udźwignięcia ciężarem.

„Byty wolne z racji bycia wolnymi mogą to przeznaczenie zaakceptować bądź starać się go uniknąć: uczynić zeń swoje powołanie bądź mu się przeciwstawić: tę możliwość wyboru również zawdzięczają swej wolności. Uznając wolność za wartość, trzeba zarazem przyznać, iż jest to wolność na wskroś ambiwalentna. Pociągająca i odpychająca równocześnie. (...). Bycie wolnym wymaga chłodnej rozważli i stalowych nerwów”. (Bauman, 2003, 68, 69).

Znany psycholog społeczny, Erich From uznał ucieczkę od wolności za jeden z istotnych i częstych motywów ludzkich działań. „Wielu z nas – pisze z kolei Bauman – nie raz i nie dwa odetchnęłoby z ulgą, gdyby odmówiono im wolności, zakwestionowano ją, lub wręcz jej pozbawiono. (...)”. (Bauman, 2003, 69). Warto w tym miejscu przywołać myśl Dostojewskiego, wyrażoną przez bohatera jednej z jego powieści: „najbardziej męczącą troską człowieka jest znaleźć kogoś, komu można by oddać dar wolności”. (Bauman, 2007, 356).

Przypomnijmy, że istotnym wątkiem dyskusji nad relacją między wolnością i odpowiedzialnością jest spór dotyczący tego, na ile człowiek jest rzeczywiście wolny, a na ile ograniczany przez działanie jakichś sił zewnętrznych.

„Być podległym – pisze Skarga – bez odpowiedzialności, co za wygoda. Skoro jednak nie ma winy, nie ma i zasługi. Wszystkie pojęcia etyki, jak wina, zasługa, odpowiedzialność, a także godność, zostają pozbawione sensu. Nie ma autora zbrodni i nie ma autora najwspanialszych ludzkich dzieł. Nie można nikogo sądzić, ukarać, potępić, ale nie można też nikogo obdarzyć szacunkiem. Jeżeli zredukujemy ludzkie istnienia do jakichś anonimowych sił mających nad nim władzę, znika człowiek z tym wszystkim, co dla jego życia istotne, znika człowiek jako byt jednostkowy i niepowtarzalny”. (Skarga, 2007, 34).

Być wolnym znaczy nie podlegać przymusom, presjom zewnętrznym, nakazom, które zmuszają do określonych wyborów, podpowiadają, co dobre a co złe, lub też czegoś zakazują. Być wolnym to znaczy dokonywać swobodnych wyborów, nawet wtedy, kiedy wybór dotyczy zła. Wolny wybór czyni człowieka odpowiedzialnym za to, co wybrał.

Zaprzeczeniem wolności, jest jak wiadomo, niewola, zniewolenie. Tak więc wolność jest ściśle wiązane z godnością. Człowiek tracąc wolność traci godność, bowiem nie tylko nie może swobodnie działać, ale często jest zmuszany do robienia to, czego by nie zrobił będąc wolnym. Stąd niewola odbierana jest jako poniżenie. „W świecie „praw człowieka” i rosnącej tolerancji wobec indywidualnych stylów życia pozbawienie prawa do dawania wyrazu indywidualnym preferencjom jest poniżeniem”. (Bauman, 2003, 138).

Wolność, na co człowiek jest zmuszony się godzić, nigdy nie jest absolutna, zawsze podlega pewnym ograniczeniom. Jednakże ograniczeniem wolności jednostki nie jest, jak można by sądzić, wolność drugiego człowieka. Wkraczanie w sferę wolności Innego prowadzi do jego zniewolenia. „Nikt nie może być w pełni wolnym”, wtedy, gdy „inni wokół niego są niewolnikami. Właściwym

ograniczeniem wolności człowieka nie jest, jak się niekiedy twierdzi, wolność innego człowieka, lecz jego niewola”. (Bauman, 2007, 356).

Przedstawiona konstatacja skłania do postawienia dwóch pytań:

- po pierwsze, od czego człowiek jest wolny,
- po drugie, do czego jest wolny, ku czemu jest wolny.

Pytanie pierwsze odnosi się do kwestii uchylenia ograniczeń, presji zewnętrznych, po to, aby człowieka uczynić wolnym. „Tę wolność już dawno określono jako negatywną, a więc sprzeciwiającą się możliwej podległości. Ona owe podległości uznaje, ale jest świadoma, że przynajmniej w pewnych granicach może się im przeciwstawić. Przeciwstawia się zaś przede wszystkim dwóm najpotężniejszym siłom, przyrodzie i historii.” (Skarga, 2007, 166). Dążenie do wolności *od*, to zakwestionowanie ograniczeń nakładanych przez tradycję, normy moralne i obyczajowe, kanony estetyczne. Wolność *od* to przede wszystkim uwolnienie od tych presji, które naruszają ludzką godność. Wolność negatywna rozumiana jest jako uwolnienie istoty ludzkiej od: uwłaczającego godności niedostatku, głodu, ubóstwa, nędzy, wszelkich form despotyzmu, w tym najbardziej dotkliwie odczuwanego despotyzmu władzy; od wszystkich postaci poddaństwa, zniewolenia, od lęku wynikającego z braku poczucia szeroko rozumianego bezpieczeństwa. Tak rozumiana wolność chronić ma istotę ludzką przed arbitralnością wszelkiej władzy. Ogólnie rzecz ujmując, wolność *od*, to uwolnienie od lęku przed nieuprawnionym przymusem. Tak interpretowana wolność znajduje zabezpieczenie w określonych zasadach, normach (poszanowania godności, uwzględniania dobra i potrzeb Innego, poszanowania życia, solidarności z Innym). Warto dodać, że wolność *od* znajduje ochronę w prawach gwarantowanych zarówno przez prawo poszczególnych krajów jak i międzynarodowe.

Wolność *od* nie może jednak być rozumiana jako uchylenie, unieważnienie powinności moralnych. Można powiedzieć, że wraz z poszerzaniem granic wolności, powinności nabierają większego znaczenia. „Jeśli znam tylko swą wolę – jak pisze Filek – to tylko swawolę. Jak długo istnieje dla mnie tylko sama moja wola, jest ona samowolą. Swa-wolny, samo-wolny do-wolny nie jest wolny (...). Wolność kulminuje w dobro-wolnym oddaniu się”. (Filek, 2001, 70-71). Przytoczona myśl nad wyraz dobitnie wskazuje, że o wolności decyduje dobrowolne uznanie wiążących jednostkę powinności, wyznaczających granice jej wolności i odpowiedzialności. Podmiot jest rzeczywiście wolny jedynie wtedy, kiedy jego wybory i decyzje podlegają ograniczeniom wynikającym z uznawanych wartości i norm, które traktuje jako wiążące.

Pytanie drugie odnosi się do kwestii na ile jednostka może być rzeczywiście wolna. Czy wolność ma jakieś granice, w jakich obszarach się ona sytuuje, oraz kto jest uprawniony do wyznaczania owych granic, w których jednostka może swobodnie działać.

Przyjrzyjmy się czym jest wolność określana mianem pozytywnej. Wolność pozytywna, czyli wolność *do*, rozumiana jest jako możliwość realizowania wła-

snej koncepcji szczęścia, swobodnego dokonywania wyboru życiowych celów, swobodnego przemieszczania się w poszukiwaniu najlepszych, wedle własnego uznania, warunków życia. Tak pojmowana wolność oznacza możliwość eksperymentowania, swobodę podejmowania słuszných czy niesłuszných decyzji, to równocześnie zaistnienie warunków do „odnoszenia sukcesów i ponoszenia porażek, (...) podejmowania ryzyka popełnienie błędu”. (Bauman, 2007, 129). Wolność pozytywną można porównać do Arystotelewskiego działania wolnego, czyli działania, którego początek tkwi w samej jednostce. (Ossowska, 2000, 91). Wolność *do* „mówi, że jesteśmy wolni do czegoś, by coś zrobić, coś osiągnąć, z czegoś korzystać.” (Skarga, 2007, 168). Jest to ten rodzaj wolności, który polega na nadawaniu „samemu sobie praw myślenia i postępowania, wolność do gwałcenia łańcucha przyczynowości, do ingerencji w świat otaczający i nadawania zjawiskom pożądanego biegu”. (tamże, 170).

Wolność – pisze Hallowell – „nie polega na pogoni za przyjemnościami, ale na zdyscyplinowanym, uporządkowanym życiu mającym na celu doskonalenie tego, co swoiście ludzkie”. Myśl Hallowella wydaje się warta przytoczenia z tej racji, że w społeczeństwie współczesnym, w którym wiele wysiłków poświęca się poszerzaniu granic wolności, mniejsze znaczenie nadaje się odpowiedzialności, jaką ta wolność bezwarunkowo narzuca. (Hallowell, 1993, 122).

Człowiek wolny – w przekonaniu wybitnego XX wiecznego poety, laureata literackiej nagrody Nobla (1987), Josipa Brodskiego – to taki, który „nie użala się, gdy poniesie porażkę”, to innymi słowy taki, który „przyjmuje odpowiedzialność za swoje czyny i ich konsekwencje. Który od swej odpowiedzialności nie ucieka i nie próbuje się przed nią chronić za szerszymi od swoich plecami, a od zarzutu dezercji i tchórzostwa nie wykręca się magicznym zaklęciem: „mnie kazano”, „musiałem”, czy „nie mogłem inaczej.” (Bauman, 2007, 356).

Rozważając kwestie związane z wolnością, warto podkreślić, że człowiek zyskując pełnię autonomii, staje się bytem swobodnie dokonującym wyborów. Pełna wolność nieodłącznie wiąże się jednakże z koniecznością ponoszenia odpowiedzialności za dokonywane wybory. Każdy bowiem czyn lub zaniechanie, pociąga za sobą określone konsekwencje, o różnym ciężarze gatunkowym, które w mniejszym bądź większym stopniu dotyczą innych. Co więcej, konsekwencje te mogą mieć różny, niekiedy bardzo znaczny, zasięg i mogą się ujawnić w różnym, nawet odległym czasie. Świadomość mocy, w jaką wyposaża współcześnie człowieka technika, nakazuje szczególną rozważę w korzystaniu z daru wolności. Przyjęcie tezy, że człowiek jest suwerennym podmiotem działań, wyborów skłania do postawienia pytania, co powstrzymuje człowieka przed nadmiernym korzystaniem z wolności. Odpowiedzi na to pytanie można poszukiwać w:

- działającej na jednostkę presji zewnętrznej, czyli sankcjach społecznych grożących za przekraczanie granic wolności,
- odczuwanej przez jednostkę presji wewnętrznej, polegającej na zdolności do samoograniczenia, samodyscypliny,

- w upowszechnieniu się w społeczeństwie świadomości, że nadużywanie wolności grozi podważeniem fundamentów ładu społecznego, co w konsekwencji zwraca się przeciwko samej wolności. Anarchia, chaos rodzi konieczność przywrócenia ładu, niezbędnego składnika życia zbiorowego, wspólnotowego. Przywracanie ładu wiąże się zawsze z ryzykiem pojawienia się jakiejś formy autorytaryzmu, a nawet totalitaryzmu, co oznaczało, jak dowidzi tego nieodległa historia, drastyczne ograniczenie wolności.

Podkreślmy, bycie człowieka w świecie, jest równoznaczne ze skazaniem go na wolność. Jednakże owo bycie w świecie „domaga się kompromisu między wolnością moją i innych, a zatem wzajemnego ograniczenia”. (Skarga, 2007, 172). Trudno nie zgodzić się przekonaniem Hallowella, że „Prawdziwa wolność wymaga zarówno wiedzy, czym jest dobro, jak i woli kierowania się nim, kiedy zostało poznane. Zaprzeczenie temu równa się zaprzeczeniu wolności, a zaprzeczenie wolności oznacza odrzucenie decydującego o człowieczeństwie czynnika moralnego w człowieku. (...). Wolność rozumiana jako przyzwolenie prowadzi do anarchii (...)”. Można powiedzieć, że jednostka ma wolność w pierwszym znaczeniu, ale jej nie ma w znaczeniu drugim, bowiem istniejąca organizacja społeczna i prawo wyznacza zakres wyboru, jakim ona dysponuje. (Hallowell, 1993, 106).

Wolność nie tylko nie jest człowiekowi dana, lecz nie jest dana raz na zawsze. Wolność jednostki jest nieustannie zagrożona, zatem zachowanie wolności wymaga nieustannej czujności.

Narzucającą się konstatacją jest to, że wolność jako wartość nie może być separowana od innych wartości takich jak: godność osoby ludzkiej i odpowiedzialność. Stanowią one triadę konstatającą człowieczeństwo, bycie człowiekiem, decydują o jego podmiotowości.

Wolność jako wartość sytuowana w kontekście etycznych problemów życia gospodarczego i działalności biznesowej nabiera szczególnej wagi w odniesieniu do takich kwestii, jak: wolność gospodarcza, brak ograniczeń w podejmowaniu takiej działalności, wolność dysponowania własnością oraz odpowiedzialność wynikająca z posiadania własności i podejmowanych decyzji związanych z prowadzeniem takiej działalności. Na szczególną uwagę zasługuje problem wolności, zarówno w znaczeniu pozytywnym jak i negatywnym, w odniesieniu do relacji kapitał – praca (bezrobocie, marginalizacja społeczna i społeczne wykluczenie). Problem ten ściśle się wiąże z posiadaniem władzy ekonomicznej, której wnikliwą analizę znajdziemy u wybitnego polskiego socjologa, Stanisława Ossowskiego. (Ossowski, 1968, 51).

Rozdział III

Odpowiedzialność. Społeczna odpowiedzialność biznesu. Sprawiedliwość. Zasada równości a nierówności społeczne i sprawiedliwość. Etyczny wymiar bezpieczeństwa

„Miłość sprawiedliwości jest u większości ludzi jedynie obawą doznania niesprawiedliwości”.

„Potępiamy niesprawiedliwość nie dla wstrętu dla niej, ale dla szkody, jaką nam wyrządza”.

F. La Rochefoucault

„Wszyscy ludzie byliby sobie równi, gdyby nie mieli potrzeb”.

Wolter

Wśród czynników kształtujących charakter i trwałość relacji biznesowych szczególną pozycję zajmuje odpowiedzialność, która może być rozumiana jako:

- wartość,
- norma, nakazująca bycie odpowiedzialnym, określająca rodzaj związanych z tym powinności,
- i wreszcie jako cnota, czyli trwała dyspozycja charakteryzująca jednostkę.

Kenneth E. Goodpaster i John B. Matthews Jr. wskazują na trzy możliwe sposoby pojmowania odpowiedzialności podmiotu.

- Pierwszy polega na przypisaniu podmiotowi odpowiedzialności za czyny i decyzje na tej podstawie, że wywołują określone skutki, które są traktowane jako następstwo działania lub powstrzymania się od niego.
- Drugi polega na wykazaniu zgodności/niezgodności działania z obowiązującymi regułami, zasadami, podmiot odstąpił od istniejących standardów. Odnosi się to do „sytuacji, w których osoby są poddane zewnętrznie narzuconym normom, związanym z pełnioną rolą społeczną. (...). Chodzi tutaj o to, czego oczekuje społeczeństwo i o to, jak zainteresowana strona ma się zachować”.
- Trzeci odnosi się do określonego sposobu działania i podejmowania decyzji, polegającego na tym, że podmiot okazał się odpowiedzialny z tej racji, że nie uchylił się od przyjęcia moralnego punktu widzenia. W tym znaczeniu odpowiedzialność rozumiana jest jako określona właściwość przysługująca podmiotowi”. (Goodpaster, Matthews, 1997, 95-96).

Podkreślmy, że odpowiedzialność jest wartością-celem, w tym znaczeniu, że określa ceniony społecznie stan rzeczy, do którego warto dążyć. Stanowi wartość, także z tego powodu, że jej zaprzeczenie, a więc nieodpowiedzialność sprawdza na ludzi zło, staje się źródłem doświadczanych krzywd. Odpowiedzialność, o czym warto pamiętać, jest ściśle powiązana także z takimi wartościami jak godność i wolność.

„Człowiek – twierdzi Seneka – ponosi niemal absolutną odpowiedzialność za swoje postępowanie.” (Seneka, Myśli).

Myśl starożytnego mędrca została tu przywołana dla podkreślenia, że odpowiedzialność wpisana jest w istotę człowieczeństwa. Istota ludzka, z racji swego człowieczeństwa, jest odpowiedzialna nie tylko za wszystko to, co zrobi, lecz również za to, czego zaniecha. Nie oznacza to jednak, co oczywiste, że człowiek zawsze postępuje odpowiedzialnie, i że takie też są jego wybory. Znaczy to jedynie, że działania człowieka mają zawsze określone konsekwencje, a przez to w różny sposób i w różnej skali ingerują negatywnie lub pozytywnie w życie innych ludzi, ich powodzenie, plany życiowe, zdrowie, a niekiedy nawet życie. Inaczej mówiąc, działania jednych nie są obojętne dla innych z tej racji, że mogą naruszać ich dobro. Wynika stąd, że każde działanie jednostki w sposób nieunikniony wiąże ją z tym, co wobec niej zewnętrzne. To, czy człowiek godzi się z tym, że jest odpowiedzialny, czy się na to nie godzi, a także czy jest, czy też nie jest świadomy swojej odpowiedzialności, nie zmienia faktu, że jest odpowiedzialny. Dzieje się tak z tej racji, że człowiek jest zawsze częścią określonej sytuacji właśnie jako istota ludzka. Co równie ważne, człowiek jest istotą obdarzoną wolnością, a nawet więcej, jest skazany na wolność, która powtórzmy, czyni go odpowiedzialnym za wszystko co uczyni, bądź czego nie uczyni, a winien uczynić.

Z odpowiedzialnością jako wartością powiązana jest norma, nakazująca postępowanie odpowiedzialne, nakładająca na jednostkę powinność bycia odpowiedzialnym, i ponoszenia za to odpowiedzialności. Z kolei norma, jako reguła wyznaczająca działanie, implikuje ocenę. Norma stanowi podstawę do formułowania oceny działania.

Odpowiedzialność, podobnie jak inne wartości, ma charakter relacyjny. Oznacza to, że ludzie uwikłani są w sieć różnorodnych relacji z innymi. Stąd działania jednych nie są obojętne dla dobra innych. Nadawanie odpowiedzialności tak dużego znaczenia, ma uzasadnienie w tym, że, „cokolwiek robimy (i przed robieniem czego się wzdramy), zmienia okoliczności, w jakich wypada działać innym ludziom wokół nas”. Bycie z innymi ludźmi „czyni odpowiedzialność za innych losem nieodwracalnym człowieka” nakazuje „przyjęcie tej odpowiedzialności za zasadę życia, wynosi owo zrządzenie losu do rangi powołania”. (...). Przyjmując odpowiedzialność za swoją odpowiedzialność, za to, co się innym przydarzy, otwieramy wrota wolności”. (Bauman, 2007, 357, 358). Podkreślmy raz jeszcze, że człowiek jest odpowiedzialny nie tylko za to, co się już

wydarzyło, ale także za to, co się wydarzyć mogło, a z powodu zaniechania, się nie wydarzyło.

Z przedstawionych uwag wynika, że o odpowiedzialności w sensie moralnym mówimy w kontekście normy – nakazu bycia odpowiedzialnym, tj. nakazu wyboru takiego postępowania, aby w jego rezultacie inni nie doświadczyli zła.

Konieczność przewidywania następstw podejmowanych przez jednostkę działań, dla dobra innych, równoznaczny jest z nakazem przyjęcia moralnego punktu widzenia.

Warto przy tym zauważyć, że nieodpowiedzialność, podobnie jak niewola, jest znacznie bardziej realna, dana w doświadczeniu, aniżeli odpowiedzialność. Skutki nieodpowiedzialności są rzeczywiste. Stąd sprzeniewierzenie się tej normie spotyka się ze społeczną reakcją, jest wyraźnie sankcjonowane.

Człowiek jest odpowiedzialny za to, co czyni, bądź czego zaniecha, pod warunkiem, że:

- jego działanie jest w pełni autonomiczne, oraz że mógł on przewidzieć następstwa swoich działań, posiadał dostateczną wiedzę, dołożył starań, aby mieć podstawy do oceny działania, pod kątem ewentualnych jego konsekwencji,
- inne osoby, działające w porównywalnych okolicznościach, byłyby zdolne do przewidzenia konsekwencji takich działań. (Pratley, 1998, 104).

Norma, nakazująca odpowiedzialne działanie, wiąże się z odrzuceniem zarówno skrajnego determinizmu jak i indeterminizmu. Skrajny determinizm, całkowicie wyklucza wybór, uniemożliwia autonomiczne działanie, w wyniku istnienia różnie rozumianych, zewnętrznych wobec podmiotu sił, całkowicie go ograniczających. Natomiast skrajny indeterminizm czyni jednostkę wolną od jakichkolwiek ograniczeń zewnętrznych, oznacza wiarę w nieograniczone możliwości kreowania dowolnych stanów rzeczywistości.

Analizując odpowiedzialność jako normę, warto zastanowić się nad kwestią, wobec kogo człowiek jest odpowiedzialny. Najogólniej rzecz ujmując można stwierdzić, że jego odpowiedzialność dotyczy:

- Jego samego;
 - jest on odpowiedzialny przede wszystkim za to, aby nie sprzeniewierzyć się wyznawanym wartościom, ideom, normom i przekonaniom moralnym, a tym samym nie naruszyć własnej godności,
 - jest także odpowiedzialny za to kim jest, i za to kim mógłby być, a nie jest, na skutek świadomego zaniechania,
 - jest również odpowiedzialny, za to, czym się kieruje w dokonywanych wyborach, jakie stawia sobie w życiu cele, uznając je za godne tego, aby do nich dążyć, oraz jakimi metodami te cele realizuje.
- Człowiek jest również odpowiedzialny za wszystko, co składa się na zewnętrzny wobec niego świat, tak więc:
 - za innych ludzi, za to co przydarzy się innym w wyniku jego działań lub ich zaniechania,

- za środowisko naturalne, w którym żyje; czy szanując je (lub dewastując) wybiega myślą w przyszłość po to, aby działać w taki sposób aby zostawić je następnym pokoleniom przynajmniej w takim stanie, w którym sam żył.

Ważną kwestią jest to, że człowiek może pojmować swoją odpowiedzialność na dwa sposoby:

- ograniczając ją – to znaczy zawężając swoją odpowiedzialność do określonej kategorii ludzi, wyodrębnianych według jakiegoś kryterium np. pokrewieństwa, rasy, przynależności do wspólnoty religijnej, ideologicznej lub wąskiej grupy (najbliższych współpracowników, przełożonych)
- rozszerzając ją – odnosząc swoją odpowiedzialność do szerokiego zakresu zjawisk i wobec wszystkich ludzi bez wprowadzania w tej mierze podziałów i ograniczeń, nie wyłączając np. przyszłych pokoleń.

Zwróćmy uwagę na inny jeszcze, ważny problem, a mianowicie dotyczący różnicy między:

- poczuwaniem się do odpowiedzialności,
- a poczuciem odpowiedzialności.

Wskazana różnica polega na tym, że jednostka może poczuwać się do odpowiedzialności za konkretne działanie czy dokonany wybór, w następstwie, którego ktoś doznał krzywdy. Jednostkę może też charakteryzować poczucie odpowiedzialności, co oznacza że mamy do czynienia z trwałą dyspozycją, polegającą na świadomości moralnej odpowiedzialności i godzenia się na nią. Dostrzegamy w tym przypadku, że podmiotowi właściwa jest trwała gotowość do przyjmowania moralnego punktu widzenia.

Dotąd była mowa o odpowiedzialności w odniesieniu do jednostki, jako podmiotu moralnego. Pojawia się jednak pytanie, czy uprawnione jest, aby organizację traktować jako podmiot moralny, i na tej podstawie czynić ją odpowiedzialną za określone działania? (Pratley, 1998, 109, 112). Kwestia ta zdaje się zyskiwać na znaczeniu z uwagi na to, że skutki działań firm, a w szczególności współczesnych korporacji, mających charakter transnarodowy, są coraz poważniejsze. Mogą one poprzez swoją działalność powodować poważne perturbacje, nie tylko w jakimś jednym kraju, ale także w skali globalnej. Wskazują na to interpretacje przyczyn trwającego obecnie kryzysu, w którego wyniku wielu ludzi poniosło straty nie tylko materialne. Powtarzające się nadużycia, będące wyrazem świadomych działań organizacji biznesowych, czynią aktualną kwestię ich odpowiedzialności moralnej, a nie tylko prawnej.

W literaturze poświęconej etyce biznesu prezentowane są różne stanowiska dotyczące tego, czy uprawnione jest mówienie o odpowiedzialności moralnej firmy i traktowanie jej jako podmiotu moralnego, na równi z jednostką. (French, 1997, 71, Stone, 1997, 61, DenUyl, 1997, 207, Goodpaser, Matthews, 1997, 93 Pratley 1998, 110).

Argumentację, przemawiającą za zasadnością traktowania spółki jako podmiotu moralnego przedstawia Peter A. French. Autor ten głównym punktem swojej

argumentacji czyni założenie, zgodnie z którym zamierzenia i działania spółek, dają się w każdym przypadku sprowadzić do indywidualnych zamierzeń i działań konkretnych podmiotów jednostkowych. Dodaje następnie, że kluczowe znaczenie dla podejmowania decyzji w korporacji mają dwa elementy.

- Po pierwsze, przyjęta strategia, charakteryzująca się tym, że określa wartości-cele i jest względnie trwała, to czyni ją niezależną od celów i moralnych przekonań osób, powołanych do bieżącego zarządzania firmą. Zarządzający mogą się zmieniać, natomiast wartości-cele pozostają niezmiennie, a celem tym jest pomnażanie szeroko rozumianych korzyści własnych. Strategia, co wydaje się ważne, wyznacza nie tylko cele, lecz także określa, w jakim czasie, mają być one osiągnięte. Trwanie spółki wykracza poza kadencję zarządzających. Stąd ich działania zostają podporządkowane realizacji strategii spółki, nawet wtedy, kiedy cele spółki nie byłyby przez nich akceptowane, z uwagi na przyjmowany przez zarządzających system wartości.
- Drugim kluczowym elementem, procesu decyzyjnego są przyjęte procedury, które muszą być zachowane. Owe procedury wyznaczane są z kolei przez istniejącą strukturę, która ustala relacje, w jakich pozostają poszczególne pozycje oraz przypisany do nich zakres prerogatyw, czyli uprawnień władczych, tj. uprawnień do podejmowania decyzji wiążących dla innych. Zakres uprawnień wyznacza też zakres odpowiedzialności. Ważne jest także to, że procedury przewidują reguły, według których następuje zatwierdzanie decyzji. Do zatwierdzania decyzji może być uprawniony węższy bądź szerszy krąg osób.

Tak więc można powiedzieć, że przyjęta w firmie strategia wyznacza dopuszczalne granice, w których muszą się zawierać decyzje. Stanowi to podstawę do tego, aby uznać, że dana decyzja została podjęta w interesie spółki i jest jej decyzją, a w związku z tym można przypisać spółce odpowiedzialność za jej konsekwencje. Przy spełnieniu wyżej wymienionych warunków uprawnione jest przypisanie spółce odpowiedzialności moralnej. (French, 1997, 87, 89).

Przedstawioną argumentację warto uzupełnić podkreśleniem, że niezależnie od tego, na jakich podstawach oparte będzie zobowiązanie zarządzających wobec właścicieli, czy będzie to dana obietnica, przedstawicielstwo, czy wreszcie pełniona rola, (Stone, 1997, 61), nie jest to równoznaczne z udzieleniem przyzwolenia na realizowanie interesów firmy całkowicie dowolnymi metodami. Wiadomo, że te same wartości-cele mogą być realizowane przy wykorzystaniu różnych wartości-środków. Tak więc przyjmując, że zamierzenia spółki są redukowalne do indywidualnych zamierzeń jednostek, „funkcjonująca struktura czyni działania poszczególnych osób fizycznych działaniami spółki”. (French, 1997, 85-86).

Z tej racji, że strategia spółki, jak twierdzi Peter Drucker, nakierowana jest na przetrwanie i rozwój, musi ona „posiadać zestaw zasad i reguł postępowania, które organizują i ukierunkowują indywidualne zachowania”. (Drucker, za:

French, 1997, 88). Istotne jednak jest to, że reguły owe mogą dotyczyć bardziej szczegółowych kwestii związanych z bieżącym zarządzaniem. Wiadomo, że dobór środków zależy w znacznym stopniu od warunków zewnętrznych, które ulegają, zwłaszcza współcześnie, szybkim zmianom. Przypisywanie odpowiedzialności spółce, może być wykorzystane przez menedżerów jako próba przeniesienia własnej odpowiedzialności na organizację. Możliwa jest przy tym argumentacja wskazująca, że to właśnie niepomyślna sytuacja uniemożliwia menedżerom postępowanie zgodne z przekonaniami moralnymi. Potwierdzają to wypowiedzi niektórych przedstawicieli znaczących korporacji. Tak na przykład były prezes Goodyear Tire, S. Gabora twierdzi, że „Gdyby człowiek naprawdę robił to, co chce i co odpowiada jego własnym przekonaniom oraz osobistym priorytetom, to postępowałby inaczej, Ale będąc prezesem, nie można tak postępować”. Opinię tę komentuje Bakan, wskazując, że ludzie biznesu otwarcie przyznają, że współczesny biznes jest amoralny, że panuje w nim „religia maksymalizacji zysków”, zmuszając ludzi w nim pracujących do robienia rzeczy niegodziwych. (Bakan, 2006, 66, 71).

Wątpliwość czy uprawnione jest przypisywanie odpowiedzialności spółkom, a nie zarządzającym nimi ludziom wyraża Manuel Velasquez. Przypomina on, że warunkiem ponoszenia odpowiedzialności moralnej za określone działania podejmowane przez podmiot jest to, że ów podmiot jest motywowany określoną intencją osiągnięcia czegoś oraz zdolnością odróżniania dobra od zła, a także świadomości obowiązujących norm. Autor ten twierdzi, że w związku z tym spółki „nie są za nic odpowiedzialne”. Co więcej sądzi, że „niebezpieczne jest przyjmowanie mylnego poglądu, iż spółka jest podmiotem moralnym, to jest podmiotem (...) moralnie odpowiedzialnym za swoje czyny”. Zdaniem Velasqueza istnieją dwa powody, dla których przyjęcie takiego stanowiska jest uzasadnione.

- Po pierwsze, przyjęcie założenia, że spółka jest moralnie odpowiedzialna byłoby równoznaczne ze zdjęciem odpowiedzialności moralnej z konkretnych osób, które rzeczywiście dopuściły się czynów niegodnych. „Zamiast wskazywania winnych i wymierzania kary ludziom, którzy dopuścili się złych uczynków, będziemy tylko wykonywać bezskuteczne gesty przed fasadą firmy”. Z tej racji, że działania firmy są w istocie czynami ludzi, to ludzi należy obciążać odpowiedzialnością i wobec nich stosować sankcje.
- Drugi powód wiąże się z tym, że przypisanie spółce odpowiedzialności moralnej wiąże się z niebezpieczeństwem, polegającym na stworzeniu pokusy „postrzegania jej jako istoty przerastającej człowieka, której cele i dobro są ważniejsze niż cele i dobro jej pracowników”. (Velasquez, 1997, 150-151).

Z przedstawionej argumentacji wynika więc, że pojęcie odpowiedzialności moralnej może być sensownie używane w odniesieniu do osoby ludzkiej dlatego, że „termin ten jest powiązany z systemem pojęć psychologicznych, fizjologicznych i moralnych, które odróżniają jednostkę i jej sposoby działania od spółek i spo-

sobów działania im właściwych. (...)” (tamże, 150). Ale warto być może przy tej okazji przywołać opinię filozofa moralności, który twierdzi, że dla menedżerów względy moralne mają znaczenie marginalne”. (McIntyre, za: Bakan, 2004, 66).

Spółeczna odpowiedzialność biznesu

Problem społecznej odpowiedzialności biznesu zyskuje na znaczeniu wobec coraz dobitniej formułowanych opinii głoszących, że biznes jest nieodpowiedzialny, bowiem kierując się dążeniem do korzyści własnych, naraża na niebezpieczeństwo innych. (Czajkowska-Majewska, 2009, 134-140). Wiele decyzji podejmowanych przez korporacje nakazuje sądzić, że nie obchodzi ich los ofiar ich działań. Co więcej, korporacje odmawiają wzięcia odpowiedzialności za własne czyny i są niezdolne do odczuwania skruchy. (Bakan, 2007, 73).

Warto podkreślić, że idea społecznej odpowiedzialności biznesu ma swoją historię. Już w latach trzydziestych XX wieku, głównie w Stanach Zjednoczonych, niektóre firmy poddano ostrej krytyce ze strony opinii publicznej, i zostały nazwane potworami zdolnymi do czynienia zła. (Bakan, 2007, 28). Współcześnie kwestia ta zajmuje uwagę również uczestników Światowego Forum Ekonomicznego w Davos. Powstają międzynarodowe i krajowe organizacje, których zadaniem jest promowanie idei odpowiedzialności biznesu. Przyjmowane są także kodeksy, w których zawarte są etyczne standardy działalności firm. (Walczak-Duraj, 2002, 310).

Znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu wynika z kilku przyczyn. Na wstępie wskażmy, że we współczesnej gospodarce światowej wzrasta niepomniernie rola korporacji, zwiększa się też presja na konkurencyjność, wymuszając koncentrowanie się na obniżaniu kosztów, wprowadzaniu innowacji technologicznych oraz organizacyjnych. Konsekwencje działań podejmowanych w tych obszarach są rozległe, i co ważniejsze, ujawniają się z rosnącą intensywnością w wielu dziedzinach życia społecznego, wpływając na losy coraz to większej liczby ludzi w różnych częściach świata. Wymienionym działaniom nie towarzyszy, w dostatecznym stopniu, gotowość ponoszenia odpowiedzialności moralnej za wyrządzane ludziom krzywdy, a środowisku naturalnemu szkody.

Brak zainteresowania odpowiedzialnością można wiązać ze zrozumiałą niechęcią do ponoszenia dodatkowych, nieuzasadnionych – jak sądzi wielu – obciążeń. Biznes przede wszystkim jest zainteresowany eksternalizacją kosztów własnej działalności na inne podmioty. Jeżeli przyjąć, że imperatywem działania biznesu jest opłacalność i efektywność, to wspomniana eksternalizacja kosztów wydaje się być działaniem w pełni racjonalnym. Twierdzi się nawet, że korporacje, to „maszyny do przerzucania kosztów na zewnątrz”, i co według wpływowego amerykańskiego biznesmena Roberta Monksa stanowi, definiującą je cechę. (Bakan, 2006, 87). Raj Patel, były doradca ONZ, przedstawia mechanizm eksternalizacji kosztów przez biznes, odwołując się do przykładu MacDonald’s

Corporation. (Patel, 2010, 56-65). Skutków realizowanych przez biznes celów doświadczają wszyscy ci, których łączą różnego rodzaju, bardziej lub mniej trwałe, powiązania i zależności biznesowe. Określani są oni mianem interesariuszy (stakeholders). Są to osoby, które doświadczają skutków działalności biznesu, bowiem może ona naruszać ich dobro. Interesariuszami są podmioty wyróżniane z punktu widzenia typu i siły powiązań z biznesem i stopnia uzależnienia wobec niego. Tak więc podmiotami zainteresowanymi tym, by biznes uczynić odpowiedzialnym za skutki jego działalności są zarówno pracownicy, dostawcy, kooperanci jak i klienci, społeczności lokalne, na których terenie działa firma, a także społeczeństwo jako całość. (Walczak-Duraj, 2002, 308). Kwestia ta jest złożona przede wszystkim z uwagi na fakt, że interesy wymienionych podmiotów nie są zbieżne, a przeciwnie, często są ze sobą sprzeczne. Tak np. klienci są zainteresowani jak najniższymi cenami i w tym ich interesy będą zbieżne z interesami firmy, która przez obniżanie cen dąży do zyskania przewagi nad konkurentami. Jednakże obniżka cen może nastąpić przez obniżanie kosztów, a to z kolei może wiązać się ze zwolnieniami pracowników.

Reakcje biznesu na żądanie, aby przyjął na siebie moralną, a nie tylko prawną, odpowiedzialność są dwojakiego rodzaju.

- Po pierwsze, mogą to być działania, polegające na stanowczym odrzuceniu takiego żądania. Co wspierałaby np. argumentacja M. Friedmana twierdzącego, że odpowiedzialność spółek ogranicza się wyłącznie do odpowiedzialności przed akcjonariuszami, którzy są właścicielami, wobec których zarządzający mają ściśle określone zobowiązania. Menedżerowie są wyłącznie zarządzającymi i w związku z tym mają obowiązek zabiegania o zabezpieczenie interesów tej właśnie grupy i jedynie przed nią są odpowiedzialni. Powinnością ich jest maksymalizowanie korzyści dla udziałowców. Oczekiwanie, że menedżerowie będą kierowali się odpowiedzialnością wobec innych podmiotów jest oczekiwaniem znamionującym myślenie właściwe dla socjalizmu nie zaś rozwiniętego kapitalizmu”, (...) doktryna „społecznej odpowiedzialności” zakłada akceptację socjalistycznego przekonania, że to właśnie mechanizmy polityczne, a nie rynkowe, są najwłaściwsze dla przenoszenia ograniczonych zasobów dla realizacji wybranych celów”. (Friedman, 1997, 53). Cytowany autor reprezentuje – jak widzimy – typową orientację profitową, wyrażającą się w formule: celem biznesu jest pomnażanie zysku, co oznacza, że do oceny działalności korporacji winny mieć zastosowanie wyłącznie kryteria efektywnościowe. Należy podkreślić, że przyjęcie tej tezy nie jest równoznaczne z tolerowaniem działań nieetycznych. Jest jedynie wyrazem przekonania, że mechanizmy rynkowe stanowią wystarczające zabezpieczenie przed nieetycznymi działaniami, bowiem są w nie wbudowane reguły gry, które muszą być w dostatecznym stopniu podzielane w społeczeństwie, by w ogóle mógł funkcjonować wolny rynek. Generalnie opory przeciwko rozszerzaniu kręgu podmiotów, wobec których organizacja

biznesowa jest moralnie odpowiedzialna, wynikają z przekonania, że uprawnienia menedżerów musiałyby ulec nadmiernemu rozszerzeniu, co w konsekwencji spowodowałoby „osłabienie powinności menedżerów wobec właścicieli, rozmycie zasad odpowiedzialności i kontroli, w rezultacie czego, zarząd firmy dla każdej swojej decyzji będzie mógł znaleźć uzasadnienie”. (Friedman, 1997, 49). Elain Strenberg, autorka pracy poświęconej etyce biznesu, komentując stanowisko Friedmana twierdzi, że działanie spółki w myśl zasady „społecznej odpowiedzialności” jest „złodziejstwem” i nieuprawnionym zawłaszczaniem cudzych pieniędzy. (Strenberg, 1998, 59). Zasada społecznej odpowiedzialności biznesu stanowiłaby z tego punktu widzenia przeszkodę w wypełnianiu podstawowego mandatu korporacji.

- Drugi rodzaj reakcji, który można nazwać pragmatycznym, polega na tym, że odpowiedzialność firm ogranicza się głównie do deklaracji, znajdujących wyraz w przyjmowaniu kodeksów, zawierających zobowiązania do kierowania się zasadą społecznej odpowiedzialności oraz udziału w różnego typu spektakularnych akcjach. Pragmatyzm tego podejścia polega na tym, że opowiedzenie się za tą zasadą wykorzystywane jest do budowania pozytywnego wizerunku firmy. W tym sensie ma ekonomiczne uzasadnienie, bowiem służy szeroko pojmowanemu interesowi firmy.

Społeczną presję na odpowiedzialność biznesu osłabia postępujący współcześnie proces deregulacji, przebiegający na wielu płaszczyznach, także w sferze roli państwa w gospodarce. Wycofanie się państwa z regulacyjnych funkcji w odniesieniu do gospodarki, dokonało się głównie pod naciskiem zwolenników kapitalizmu, opartego na koncepcji ortodoksyjnego liberalizmu. Utrzymują oni, tak jak cytowany Friedman, że jakiegokolwiek ograniczenia nakładane na biznes są szkodliwe nie tylko dla niego samego, ale dla społeczeństwa.

Biorąc pod uwagę obecny stan świadomości społecznej, otwarte kwestionowanie przez biznes jego odpowiedzialności moralnej nie wydaje się możliwe. Wzrastający nacisk opinii publicznej, różnego rodzaju organizacji pozarządowych i obywatelskich inicjatyw, będzie wymuszał na biznesie respektowanie zasady odpowiedzialności. Z drugiej jednak strony, mogą to utrudniać wyraźne tendencje do odrzucania filozofii samoograniczenia, które pozostają w sprzeczności z duchem ponowoczesności, niechętniej, jak wiemy, jakimkolwiek ograniczeniom. Sprawdzianem, na ile firmy przyjmą omawianą tu zasadę będą jednak nie zapisy w kodeksach, ale praktyka.

Sprawiedliwość

Sprawiedliwość należy do tych wartości, które, w czasach wielkich przełomów rewolucyjnych, „dla podkreślenia szczególnego dla nich respektu”, pisane są z dużej litery. (Bazzkiewicz, 1999, 211). Żądanie sprawiedliwości wydaje się być powszechnie i niezmiennie wysuwanym postulatem.

Najogólniej rzecz ujmując, sprawiedliwość może być rozumiana:

- jako wartość – czyli pożądaný stan rzeczy; cel, do którego warto dążyć, i o jego zaistnienie zabiegać, cel o znaczeniu autotelicznym czyli ważnym dla niego samego oraz
- jako reguła, zasada, która:
 - rządzi dostępem poszczególnych grup i jednostek do różnego rodzaju korzyści; głównie idzie tu o dostęp do dóbr, które z tej racji, że występują w ograniczonej ilości, bądź dlatego, że nikt nie jest skłonny do „szczodrego ich rozdawania”, muszą być dzielone; sprawiedliwość w odniesieniu do podziału dóbr określana jest mianem sprawiedliwości dystrybutywnej; sprawiedliwość jest normą moralną, która ma kierować ludzkimi działaniami i jest traktowana jako ogólny nakaz; ma być także zasadą budowania ładu społecznego, a tym samym i ładu gospodarczego;
 - wyznacza rozdział ciężarów z tytułu wyrządzonych krzywd, czy poniesionych przez kogoś strat; w odniesieniu do rozdziału kar mówimy o sprawiedliwości wyrównawczej, służącej „wyrównaniu stosunków między krzywdzącym i krzywdzonym” (Ossowska, 2000, 134);
 - cnota, cecha przysługująca jednostce („człowiek sprawiedliwy”), rozumiana jako trwała dyspozycja do takiego postępowania, które nie narusza reguły sprawiedliwości; gotowość kierowania się normą sprawiedliwości; w katolickiej nauce społecznej sprawiedliwość jest uznawana za cnotę kardynalną.

U podstaw sprawiedliwości jako normy moralnej leży idea poszanowania godności ludzkiej. Godność osoby oznacza niezbywalność praw osobowych, wyrażających się w osobowej suwerenności jednostki wobec innych jednostek; zatem wszelkie naruszenie tej suwerenności stanowi pogwałcenie godności. W odniesieniu do godności obowiązuje, jak pamiętamy, zasada równości, inaczej mówiąc przyjmuje się, że ludzie są sobie równi, w godności. Każdej istocie ludzkiej przysługuje równość w godności. Jednakże równość w godności nie eliminuje nierówności w podziale.

Należy się zgodzić z tezą Baumana, że sprawiedliwość „sama w sobie nic nie znaczy, „nabiera sensu” dopiero jako protest przeciw niesprawiedliwości. To niesprawiedliwość jest konkretna, uchwytana i oczywista, chociaż nie jest bezsporna”. (Bauman, 2003, 84). Sprawiedliwość, w rozumieniu tego autora, to odpowiedzialność rozpatrywana w kontekście społeczeństwa. Niesprawiedliwości doświadczają zawsze konkretni ludzie pozostający ze sobą w określonych relacjach: przede wszystkim podległości i zwierzchnictwa, rywalizacji i kooperacji. Zasada sprawiedliwości szczególnie wystawiona jest na próbę w sytuacjach, w których jedna ze stron relacji dysponuje przewagą, którą może wykorzystać, zarówno w odniesieniu do podziału czy naprawienia doznanych przez drugą stronę krzywd. Mowa tu o wyraźnej asymetrii w relacji między partnerami. Przewaga taka może przyjmować różne formy w postaci np. dysponowania

środkami przymusu bezpośredniego lub wykorzystywania sytuacji przymusowej, w której znalazła się druga strona.

Maria Ossowska wyróżnia następujące sposoby ujmowania sprawiedliwości.

- W pierwszym z nich sprawiedliwość polega na przyznaniu każdemu tego, co mu się słusznie należy. „Zarówno uznane uprawnienia, jak i uzasadnione roszczenia są nimi ze względu na pewną normę”. Inaczej mówiąc spełnienie tego warunku wymaga odwołania się do jakiejś zasady, która by legitymizowała zarówno uprawnienia jak i roszczenia; określone uprawnienie i roszczenie ma swoje umocowanie w określonej normie, regule. „Nie tylko jednak – pisze autorka – reguły prawne czy moralne mogą stanowić podstawę do uzasadnionych, czyli uznawanych w danym społeczeństwie roszczeń. Stanowi ją także zaciągnięte przez kogoś zobowiązanie, zawarta określona umowa czy dana obietnica”. (Ossowska, 2000, 131-132).
- W ujęciu drugim sprawiedliwość łączona jest z podziałem dóbr i określana mianem, jak wspomniano wcześniej, sprawiedliwości rozdzielczej (dystrybucyjnej) w odróżnieniu od sprawiedliwości wyrównawczej, łączonej z rozdziałem kar, której funkcja polega na „wyrównaniu stosunku między krzywdzącym i krzywdzonym”. (Ossowska, 131-132, 134).

Wydaje się, że Adam Smith odwoływał się do zasady sprawiedliwości wyrównawczej, wyjaśniając ideę „niewidzialnej ręki”, zakładając, że działanie tego mechanizmu polega na sprawiedliwej dystrybucji dobra i zła. W dłuższej perspektywie czynione zło (oszustwo, niedotrzymanie umów) spotyka się z zasłużoną karą (bankructwo) zaś dobro (rzetelność, słowność, lojalność) zostaje nagrodzone w postaci powodzenia w biznesie.

Natomiast św. Tomasz z Akwinu wyróżniał aż trzy rodzaje sprawiedliwości.

- Sprawiedliwość zamienną, która odnosi się do relacji jednostka – jednostka, polega ona na tym, że w wymianie między jednostkami obowiązuje zasada ścisłej równości; reguła ta ma swoje uzasadnienie w zasadzie ontologicznej równości wszystkich ludzi wobec siebie; „żaden człowiek nie może uzurpować sobie większych uprawnień w stosunku do innych”; zgodnie z tą zasadą nikt nie może rościć sobie prawa do większych korzyści (uprawnień) aniżeli inni, nie może też żądać więcej, dając mniej.
- Sprawiedliwość rozdzielczą, odnoszącą się do stosunku jednostka – społeczeństwo; tym stosunkiem z kolei nie rządzi zasada równości, lecz proporcjonalność.

Zgodnie z tą zasadą jednostka ma prawo domagać się od społeczeństwa tego, co jej się słusznie należy według kryteriów:

- możliwości zaspokojenia elementarnych potrzeb, niezbędnych do przeżycia (podział jest dokonywany według kryterium zaspokojenia potrzeb społecznie uznanych za słuszne),
- wniesionych zasług, tzn. jednostka powinna otrzymać od społeczeństwa o tyle więcej o ile jej zasługi są większe od innych; w tym przypadku nierów-

ności między jednostkami mające źródło w nierównych zasługach czy społecznie uznanych potrzebach (np. większe przydziały mięsa w systemie reglamentacji dla osób wykonujących ciężką fizycznie pracę) są moralnie uzasadnione.

- I wreszcie sprawiedliwość prawną, odnoszącą się do powinności i zobowiązań jednostki wobec społeczeństwa; zgodnie z tą zasadą obowiązkiem obywatela jest nie uchylanie się od świadczeń na rzecz wspólnoty np. w formie płacenia nałożonych podatków. (Strzeszewski, 1994, 396-397).

Zgodnie z prezentowaną wyżej koncepcją sprawiedliwości Ossowskiej zasady sprawiedliwości rozdzielczej (dystrybucyjnej) sytuują się na dwóch poziomach:

- na jednym poziomie mieszczą się zasady rządzące podziałem, wg formuł: „każdemu według jego potrzeb” i „każdemu według jego osiągnięć”,
- na poziomie drugim sytuują się regulacje odnoszące się do tego, w jaki sposób owe zasady winny być stosowane. (Ossowska, 2000, 135).

Zasada „każdemu według jego potrzeb” znajduje zastosowanie np. przy ustalaniu wysokości minimum socjalnego. Zakłada się w tym przypadku, że każdy człowiek żyjący w społeczeństwie, stwarzającym określone warunki egzystencji jest uprawniony do zaspokojenia stosownych potrzeb. Ta sama zasada rządzi świadczeniami na rzecz pewnych kategorii społecznych (osób niepełnosprawnych, dzieci czy inwalidów). W tych przypadkach nie są brane pod uwagę osiągnięcia czy zasługi, lecz potrzeby, społecznie uznane za słuszne.

Natomiast zasada „każdemu według jego zasług” ma szczególne zastosowanie w systemach wynagradzania, lecz i w tym przypadku dopuszcza się odstępstwa np. uzależniające wysokość wynagrodzenia od stażu pracy.

W katolickiej etyce społecznej przyjmuje się, że wynagrodzeniami za pracę rządzi zasada sprawiedliwości zamiennej. W związku z tym słuszna, czyli sprawiedliwa płaca, jaką powinien otrzymywać pracownik winna uwzględniać cztery elementy: „wydajność pracownika, potrzeby gospodarcze pracownika i jego rodziny, produktywność przedsiębiorstwa oraz wymagania dobra społecznego”. Zatem słuszna płaca „powinna zaspakajać jego słuszne potrzeby, tj. zgodnie z potrzebami jego stanu”.

Z tej racji, że człowiek jest istotą społeczną, płaca winna służyć zaspokojeniu potrzeb nie tylko jego samego, lecz także i jego rodziny. „Słuszna płaca – jak pisze Strzeszewski – powinna się składać z następujących elementów: 1. Płaca życiowa; 2. Płaca rodzinna; 3. Nadwyżka umożliwiająca oszczędność; 4. Płaca dodatkowa; 5. Płaca społeczna. (Strzeszewski, 1994, 609, 612, oraz: Jarocki, 1964, 472).

Płaca dodatkowa, dodaje cytowany autor, stanowi wynagrodzenie za szczególnie zasługi czy wydajność pracy oraz płacę „z tytułu zwiększonej produkcji czy zysków przedsiębiorstwa”. (tamże, 612). Z kolei płaca społeczna, stanowi udział pracowników w dochodzie przedsiębiorstwa i obejmuje różnego rodzaju świadczenia na rzecz pracowników, w formie wydatków na bezpieczeństwo pracy, świadczenia socjalne czy zdrowotne. Zgodnie z katolicką nauką społeczną zasa-

da sprawiedliwości nakazuje uwzględnianie stażu pracy zatrudnionego oraz dopuszczenie pracowników do udziału w osiągniętych przez przedsiębiorstwo zyskach.

Warto przypomnieć, że Arystoteles stał na stanowisku, że przy podziale dóbr konieczne jest trzymanie się pewnej proporcji polegającej na tym, że w przypadku, „gdy ludzie są jednakowi nie powinni otrzymywać niejednakowych rzeczy; w przypadku, gdy nie są jednakowi nie powinni być obdarzani jednakowo”. (Ossowska, 2000, 136). Echo tego stanowiska znajdujemy w poglądach Pratleya. Według tego autora ogólna koncepcja sprawiedliwości jest następująca: „podobne przypadki powinny być traktowane w ten sam sposób, jednak jeżeli występują istotne różnice, dopuszczalne są odstępstwa w ich traktowaniu, proporcjonalnie do występujących różnic. Ta ogólna koncepcja stanowi odbicie zasad bezstronności i równości”. (Pratley, 1998, 241).

Zasada równego rozłożenia korzyści i poniesionych „nakładów”, kosztów i ich bezstronnego rozdzielania odnosi się przede wszystkim do sprawiedliwego wynagradzania. Ma to znaczenie z uwagi na ujawniającą się w każdym społeczeństwie, stygmatyzującą funkcję dochodów. Zarówno bogactwo jak i nędza stygmatyzują, naznaczają pozytywnie bądź negatywnie. Dochód, determinując zakres możliwej konsumpcji, decyduje o pozycji społecznej, co nabiera szczególnego znaczenia w społeczeństwach współczesnych, określanych mianem konsumpcyjnych.

Definiowanie kapitalistycznej sprawiedliwości (w odróżnieniu np. od egalitarystycznej koncepcji sprawiedliwości) jako porządku, w którym korzyści, „powinny być rozdzielane zgodnie z wkładem każdej jednostki w osiągnięcie celów jej grupy (zespołu, firmy, społeczeństwa, ludzkości itd.)” (Pratley, 1998, 243), wydaje się zbyt ogólne, aby miało jakąkolwiek wartość praktyczną. Zasadnicza trudność wiąże się bowiem z „wyceną” wkładu jednostki we wspólne przedsięwzięcie, zadanie grupy, firmy. Wiadomo, iż nie każdy rodzaj wnoszonego przez poszczególną jednostkę, czy zespół, wkładu poddaje się kwantyfikacji. Problem polega więc na znalezieniu stosownych „mierników” indywidualnego wkładu w zbiorowe osiągnięcia, w taki sposób, aby na tej podstawie można było racjonalnie uzasadnić rozpiętość dochodów np. pomiędzy menedżerami najwyższego szczebla a szeregowymi pracownikami. Kwestia dotyczy wspomnianej wyżej miary, którą należałoby w tym przypadku zastosować. Odwołanie się do podzielanego w danym społeczeństwie tzw. poczucia sprawiedliwości nie wydaje się wystarczające. Wiadomo jednak, że w każdym społeczeństwie w określonym czasie w powszechnym przekonaniu pewien stan uchodzi za sprawiedliwy, a coś innego zaprzecza takiemu poczuciu, jakkolwiek taka „miara” wydaje się wysoce precyzyjna. Jak widzimy, trudność polega na tym, że pewne rodzaje pracy, i związany z nimi wysiłek można stosunkowo łatwo określić, wyrazić ilościowo, inne natomiast nie poddają się łatwo takim zabiegom.

Poszukując rozwiązania tych problemów, powróćmy do cytowanego Pratleya. W jego przekonaniu „Indywidualny wkład można oceniać różnymi metodami, plasującymi się gdzieś pomiędzy następującymi dwoma ekstremami.

- Wynagrodzenie za efekty, tzn. wynagrodzenie za wydajność, z zastosowaniem stawek akordowych, prowizji i innych systemów premiowania powiązanych z rzeczywistymi efektami pracy.
- Wynagrodzenie za wkład, tzn. wynagradzanie wysiłku włożonego w pracę, co często jest równoznaczne z liczbą godzin spędzonych przy pracy”. (Pratley, 1998, 243).

Z etycznego punktu widzenia zasada bezstronności i równości stanowi główną regułę regulującą sprawiedliwy rozdział korzyści i obciążeń. Zasada równości, czyli zasada równego traktowania oznacza wyeliminowanie wszelkiego rodzaju przywilejów, ma też zapobiegać ewentualnym upośledzeniom. „Żądanie równości – jak twierdzi Frankena – jest wbudowane w samo pojęcie sprawiedliwości”. (Frankana, za: Ossowska, 2000, 139).

Równość, o której tu mowa, jest rozumiana jako nakaz równego traktowania każdej jednostki bez względu na jej społeczną i kulturową charakterystykę (płeć, rasę, wyznanie czy wyznawane poglądy). W rzeczywistości, mimo uroczystych deklaracji o równości np. płci, składanych w różnego rodzaju dokumentach (w tym międzynarodowych), dość powszechnie stosowana jest praktyka, prowadząca w efekcie do tego, że kobiety wykonujące ten sam rodzaj pracy i posiadające takie samo wykształcenie i staż pracy otrzymują w krajach Unii Europejskiej wynagrodzenie niższe przeciętnie o 17% w porównaniu z wynagrodzeniami mężczyzn.

Podkreślmy, że równość w przedstawionym wyżej rozumieniu nie wyklucza nierówności. Mówiąc o równości mamy jedynie na uwadze równość wynikającą z ontologicznej zasady człowieczeństwa. O równości może być mowa i w znaczeniu stosowania jednakowych wobec wszystkich kryteriów oceny wkładu pracy. Takie rozumienie równości zawiera się w pojęciu obiektywizmu.

Wypada jednak zwrócić uwagę na to, że niektórzy autorzy zajmujący się etyką biznesu, a także praktycy reprezentują wysoce rygorystyczne podejście w odniesieniu do zasady „każdemu według jego zasług”. Znajduje to wyraz w przyjmowanej tezie, iż nadrzędnym celem biznesu jest maksymalizowanie długofalowych korzyści dla właściciela, „a nie wynagradzanie upodobań moralnych”. Stąd wynika, że za racjonalne i zarazem moralnie słuszne, a więc sprawiedliwe, uznaje się tylko takie wynagradzanie, które jest równoważne korzyściom przysparzonym przedsiębiorstwu. „Wynagradzanie za cokolwiek innego niż nakłady w długoterminową wartość dla właściciela nie tylko narusza wymogi sprawiedliwości dystrybucyjnej, ale zwykle jest również teleopatyczne”. (Strenberg, 1998, 166).

Zasada sprawiedliwości dystrybucyjnej, odnosząc się do całości wkładu pracownika w powodzenie przedsiębiorstwa, obejmuje różnego rodzaju gratyfikacje

w postaci premii, dodatków specjalnych, awansów, oraz udziału w szkoleniach opłacanych przez firmę. Zgodne z tak rozumianą zasadą sprawiedliwości dystrybucyjnej nie przewiduje się uzależnienia wynagrodzenia od stażu pracy. Szczególnie kontrowersyjnym problemem jest kwestia relacji między wynagrodzeniem a miejscem zajmowanym w hierarchii organizacyjnej. „Wynagrodzenie prezesa – pisze Greenspan – jest zazwyczaj ściśle związane z wartością rynkową jego firmy. (...). Średnia wartość rynkowa dziesięciu największych firm z indeksu S&P 500 w roku 2006 wyniosła 260 miliardów dolarów. Odprawy prezesów w dużych amerykańskich korporacjach w okresie 1993-2006 rosły ponoć w tempie 10 procent rocznie, czyli trzykrotnie szybciej niż wynoszący 3,1 procent wzrost zarobków pracowników na stanowiskach produkcyjnych lub niemenedżerskich w sektorze prywatnym. (...). Podejrzewam, że większość w oczywisty sposób „niezasłużonych” płac prezesów wynika z potrzeby ustalenia ich pensji, zanim zaczną oni osiągać „wyniki”. (Greenspan, 2008, 475, 439-440). W 1980 roku, jak pisze Cavanaugh, „przeciętna płaca dyrektora naczelnego była 42 razy wyższa od przeciętnej płacy pracownika. Do 1999 roku stosunek ten wzrósł do 475:1 i rośnie nadal”. (Cavanaugh, 2010, 44-45). W ustalaniu wynagrodzenia w powiązaniu z miejscem w hierarchii przyjmowane jest założenie, że z pozycją w hierarchii wiąże się określony wkład w realizowane cele firmy, wg zasady: im wyższa pozycja tym większy wkład. Niekiedy jednak pojawiają się odstępstwa od tej zasady. I tak np. na londyńskiej giełdzie w 1986 roku młodzi maklerzy zarabiali więcej aniżeli dyrektorzy firm maklerskich. „Nie wystarczy, żeby przedsiębiorstwo wiedziało, ile kosztują rzeczy i ludzie; trzeba też rozważyć, ile są warci”. (tamże, 171). W tym kontekście narzucającym się pytaniem jest sposób oszacowania „wartości” długoletniego prezesa General Electric, Jacka Welcha, który w roku 1997 osiągnął roczny dochód w wysokości 30 mln dolarów, podczas gdy, robotnik zatrudniony w zarządzanej przez niego firmie, aby osiągnąć taki dochód musiałby pracować 1000 lat. (rozmowa z Welcem, Forum, 17, 08, 1997, 9).

Zasada równości a nierówności społeczne i sprawiedliwość

Debaty o sprawiedliwości zmuszają do zwrócenia uwagi na kwestię nierówności społecznych. Szczególnie często pojawiają się dwa zwłaszcza pytania. W jakim znaczeniu można mówić o nierówności? A także, czy istniejące między ludźmi nierówności można traktować jako przejaw pogwałcenia normy sprawiedliwości? W potocznej świadomości nierówności społeczne są niechętnie tolerowane, zwłaszcza wtedy, kiedy przyjmują znaczące rozmiary i wtedy, kiedy są uznawane za nieuzasadnione, czyli niezasłużone.

Problem nierówności pojawia się w różnych kontekstach. Współcześnie kwestia ta jest podnoszona w związku ze zmianami zachodzącymi na rynku pracy

oraz postępującą globalizacją, która sprzyja pogłębianiu się istniejących nierówności społecznych.

Rozpocznijmy od wskazania, że pojęcie „równości” może mieć wiele znaczeń. Przyjmując, że „wartość egzystencjalna każdego człowieka jest taka sama”, jednocześnie stwierdzamy, niekiedy bardzo znaczne, nierówności między jednostkami i grupami społecznymi. (Grzegorzczak, 2000, 329).

Ludzie, jak wiadomo, nie są równi przede wszystkim pod względem:

- posiadania społecznie cenionych, pożądaných dóbr; są to nie tylko dobra (zasoby) materialne lecz także dobra niematerialne, takie jak władza, prestiż (dobra społeczne), których posiadanie nie pozostaje bez wpływu na dostęp do dóbr materialnych,
- indywidualnego wyposażenia w zdolności, umiejętności, talenty, kompetencje, czy wiedzę.

Łatwo jednak zauważyć, że mówimy tutaj zarówno o nierównościach społecznych jak i indywidualnych. Nierówności społeczne dotyczą „sytuacji, gdy ludzie są nierówni sobie nie z racji jakichkolwiek cech cielesnych czy psychicznych, lecz z powodu ich przynależności do różnych grup albo zajmowania różnych pozycji społecznych”. (Sztompka, 2002, 332).

Istotne jest to, że mówiąc z kolei o równości możemy mieć na uwadze:

- po pierwsze równość charakterystyk, tj. w odniesieniu do tego, co ludzie posiadają lub jacy są;
- po drugie równość „traktowania” a więc „tego, w jaki sposób są uwzględniani w działaniach podejmowanych przez innych, w funkcjonowaniu instytucji oraz w planowaniu i realizacji polityk społecznych”. (Mach, 2000, 329-330).

Równość charakterystyk odnosi się do rozkładu zasobów w ujęciu statycznym, to znaczy do tego, jak dobra czy zasoby, społecznie cenione zostały rozdzielone. Mamy tu do czynienia z alokacyjnym, aspektem rzeczywistości, z sytuacją, w której jedni otrzymali więcej, zaś inni mniej.

Natomiast równość „traktowania” odnosi się do procesu, w wyniku, którego pewien określony sposób podziału zaistniał. Mamy tu do czynienia z procesualnym aspektem rzeczywistości, czyli z przebiegiem podziału, co skutkuje tym, że w jego wyniku jedni mają pewnych dóbr więcej, a inni mniej.

Równość „traktowania”, jako zasada, według której dokonuje się podział może być pojmowana na cztery sposoby.

- Jako równość obiektywna, rozumiana jako zasada przyznająca każdemu to samo.
- Jako równość subiektywna, rozumiana jako możliwość zaspokojenia subiektywnie określanych potrzeb i aspiracji jednostek. W tym przypadku każdy może dowolnie określać swoje indywidualne potrzeby, co oznacza, że mogą być one różne i jednocześnie nierówne.
- Jako równość proporcjonalna. O poziomie partycypacji w dobrach społecznie pożądaných rozstrzyga wkład wnoszony w funkcjonowanie szerszego

kontekstu społecznego, społeczeństwa czy organizacji; kryterium partycypacji w określonego rodzaju dobrach jest w tym przypadku ważność pełniona przez jednostkę czy grupę funkcji.

- Jako równość szans w odniesieniu do posiadania dóbr cenionych społecznie. Zakłada się zatem, że wszystkie jednostki i grupy społeczne mają takie same szanse na osiągnięcie społecznie cenionych zasobów.

Przy czym równość możliwości musi być analizowana ze względu na trzy aspekty: na cele i wartości, które mają być osiągnięte. Na formalne prawa i wolności do podejmowania działań na rzecz realizacji tych celów i wartości. Oraz materialne i niematerialne środki, będące w posiadaniu jednostek czy grup, ułatwiające bądź utrudniające podejmowanie takich działań”.

Koncepcje „równości charakterystyk” i „równego traktowania” traktowane są jako, rodzaj ideałów wskazujących na takie stany społeczne, które z etycznego punktu widzenia są uznawane za sprawiedliwe, tym samym moralnie słuszne. Koncepcje te ze swej natury mają charakter postulatywny, wskazują, jakie stany rzeczy są społecznie pożądane.

Przypomnijmy, że mówiąc o „równości charakterystyk” i „równości traktowania” odnosi się je do dóbr społecznie cenionych, czyli takich dóbr, do których posiadania ludzie dążą, z tej racji, że są to dobra rzadkie w podwójnym znaczeniu.

- Po pierwsze, dlatego, że występują w ograniczonej ilości w dosłownym tego słowa znaczeniu.
- Po drugie w sensie relatywnym, to znaczy, że nie jest możliwe trwałe określenie poziomu zaspokojenia potrzeb, który zostałby uznany przez ludzi za w pełni ich satysfakcjonujący. Bowiern osiągnięty już poziom zaspokojenia potrzeb stwarza pokusę wzniesienia się na jeszcze wyższy poziom. Ma to szczególne znaczenie w społeczeństwie, w którym istnieją wyraźne mechanizmy uruchamiające zewnętrzną presję na posiadanie. Mowa tu przede wszystkim o rywalizacji statusowej.

Dobrami cennymi są nie tylko takie dobra, które służą zaspokojeniu podstawowych potrzeb egzystencjalnych. Najprościej mówiąc, to środki materialne zapewniające dostęp do pożywienia, schronienia, ubrania, czyli dobra mające wartość naturalną. Dobrami cenionymi są także takie dobra, których posiadanie wymagane jest przez daną kulturę (kosztowny i modny ubiór, zegarek, samochód, meble, dom). (Sztompka, 2002, 333).

Do dóbr rzadkich, zalicza się oczywiście pieniądze (bogactwo), władzę i prestiż. Urok bogactwa polega na tym, że daje poczucie niezależności, wolności i pozytywnie wyróżnia. Bogactwo – twierdzi George Soros – „jest czymś w rodzaju choroby, która sprawia, że czujesz się kimś na kształt Boga, kimś kto jest twórcą wszystkiego”. (Conniff, 2003, 47).

Urok władzy z kolei polega na możliwości wywierania wpływu, decydowania o losach innych, kreowania nowych stanów rzeczywistości. Władza, jak twierdzi Soros, to poczucie mocy i sprawstwa. Posiadanie władzy jest atrakcyjne także,

a może głównie z tego względu, że ułatwia dostęp do dóbr materialnych w postaci wyższych dochodów i różnego rodzaju apanaży, a także umożliwia dostęp do informacji i kontaktów osobistych, które mogą być, choć w różny sposób, zamienione na dobra materialne. Z tym najczęściej związany jest prestiż. „Prestiż – pisze Domański – jest rozległą sferą ocen, nierzadko nieuchwytnych, czasami nie uświadamianych do końca – często takich, o których się nie mówi. Przypisuje się je innym ludziom za inteligencję, wiedzę, dobrą aparycję, za odgrywane role społeczne, zajmowane stanowiska i za sukcesy życiowe. (...), prestiż jest wynikiem percepcji i ocen”. (Domański, 1999, 9, 14).

Natomiast Stanisław Ossowski pojmuje prestiż jako przywilej odbierania zewnętrznych oznak szacunku. (Ossowski, za: Domański, 1999, 16). Ogólnie można powiedzieć, że prestiż to szacunek (poważanie) przypisywany jednostkom przez ich społeczne otoczenie. Źródła tego poważania mogą być, jak wspomniano wyżej, zróżnicowane.

Legitymizacja nierówności charakterystyk dokonuje się w oparciu o pewne podstawy. Inaczej mówiąc, musi istnieć jakieś uzasadnienie istniejących nierówności charakterystyk.

Najczęściej przywoływane są trzy ideologiczne uzasadnienia nierówności społecznych.

- Elitarna koncepcja zakłada, że pewnym grupom przysługuje cecha wyższości w stosunku do innych grup na mocy urodzenia (arystokracja, obywatel cesarstwa rzymskiego, europejska arystokracja, wyższe kasty w systemie kastowym w Indiach itp.). Mamy tu do czynienia z predeterminacją pozycji społecznej, polegającą na tym, że jednostka zyskuje określoną pozycję w społeczeństwie bez względu na osobiste, indywidualne zasługi i dokonania. Pozycja jednostki jest „z góry” określona przez samo urodzenie.
- Egalitarne koncepcje nierówności społecznych, występują w dwóch zasadniczych wersjach.
 - w wersji radykalnej, rzec można utopijnej, mowa jest o całkowitym zniesieniu nierówności,
 - w wersji drugiej, mniej radykalnej, postuluje się równość szans, przez co rozumie się zapewnienie wszystkim równego startu, poprzez równe możliwości dostępu do środków (systemu edukacji, system osłon socjalnych) umożliwiających z kolei dostęp do dóbr społecznie pożądaných, takich m.in. jak wiedza czy ochrona zdrowia.
- Merytokratyczna koncepcja nierówności zakłada, że podziałem dóbr winna rządzić zasada indywidualnego wkładu. Inaczej mówiąc usprawiedliwieniem dla nierówności społecznych winny być nierówne wkłady wnoszone przez jednostki i grupy na rzecz społeczeństwa, czyli zasługi. Owe zasługi mierzone są włożonym wysiłkiem, nakładem pracy, wyjątkowymi zdolnościami, poniesionymi kosztami czy wreszcie unikalnymi predyspozycjami. (szerzej

na temat nierówności i współczesnych podziałów społecznych: Sztompka, 2000, 331-368, Hirszowicz, 2007, 95).

Socjologiczne wyjaśnienia nierówności społecznych odwołują się do funkcjonalnego zróżnicowania zawodów i stanowisk lub do konfliktowej wizji życia społecznego.

W funkcjonalnej wizji zróżnicowania zawodów przyjmuje się, że:

- poszczególne zawody i stanowiska występujące w danym społeczeństwie odznaczają się zróżnicowanym stopniem ważności, zatem jedne są ważniejsze od innych, biorąc pod uwagę funkcjonowanie społeczeństwa jako całości;
- poszczególne zawody różnią się także tym, że do ich wykonywania niezbędna jest określona wiedza, posiadanie koniecznych, niekiedy unikalnych umiejętności, co wiąże się z koniecznością ponoszenia odpowiednich kosztów na trwające odpowiednio długo kształcenie, a wykonywanie innych poprzedza przejście przez różne stopnie „wtajemniczenia”, z kolei jeszcze inne, związane są z różnego rodzaju wyrzeczeniami oraz wykazaniem się konsekwencją i determinacją;
- zawodom i stanowiskom, które mają szczególnie istotne znaczenie dla powodzenia szerszych całości (społeczeństwa, organizacji) przypisane są określone prerogatywy, w postaci odpowiednio wysokich dochodów, władzy i prestiżu; stanowią one swoistego rodzaju zachęty do wysiłku i ponoszenia koniecznych kosztów, umożliwiających dostęp do zajmowanych stanowisk i mogą więc być traktowane jako rodzaj nagrody.

Prezentowane wyżej ujęcie nierówności wpisuje się we wspomnianą perspektywę funkcjonalną, zakładającą, że pewne pozycje są funkcjonalnie ważniejsze, a także, że nagrodami motywującymi jednostki do zajmowania pozycji są zasoby związane z pozycjami (...). Według tej teorii panuje zgoda w odniesieniu do „ważności” pozycji i tego, ile się różnym pozycjom „należy”. Nierówność „warunków” jest więc społecznie akceptowana. Ma to źródło we wspólnym systemie wartości i obiektywnych cechach pozycji pozwalających definiować je jako mniej lub bardziej ważne – w szczególności łatwiej lub trudniej dostępne”. (Mach, 2000, 331).

Warto zwrócić uwagę na to, że przedstawiona argumentacja pomija istotną kwestię, a mianowicie to, że zróżnicowanie społeczne jest ściśle powiązane z „nierównością warunków” już w punkcie startu życiowego jednostki. Przesądzają one w znacznym stopniu o kapitale kulturowym, niezbędnym do pełnienia określonych ról zawodowych i społecznych. (Sztompka, 2002, 358-364).

W konfliktowej wizji życia społecznego nierówność traktowana jest jako „konsekwencja stosunków dominacji i władzy”. Praprzyczyna nierówności tkwi w nierówności statusów. W sytuacji ograniczonej puli dóbr społecznie pożądanych poszczególne jednostki i grupy społeczne, zajmujące nierówne pozycje, pozostają w nieustającym konflikcie o udział w tych dobrach. Zatem można przyjąć, że ze względu na istniejące w społeczeństwach zróżnicowanie, równość

może być rozumiana jako „równość formalnych praw i wolności osiągnięcia”. (Wrong, 1975, 551).

Reasumując: o równości i w konsekwencji o nierówności można mówić w odniesieniu do:

- sposobu traktowania, czyli o tym w jaki sposób jednostki są traktowane przez innych w podejmowanych przez nie decyzjach i działaniach; równe/nierówne traktowanie ze względu na płeć, kolor skóry, więzi pokrewieństwa; to ujęcie równości/nierówności odsyła do istniejącego rozkładu zasobów, informuje o wynikach dokonanego podziału,
- a także w odniesieniu do charakterystyk jednostek i grup z punktu widzenia tego, co ludzie/grupy mają oraz w jakie właściwości jednostki są wyposażone.

Tak więc w oparciu o ontologiczną zasadę człowieczeństwa wszyscy ludzie są sobie równi z tego tytułu, że są ludźmi. Z tego też względu przysługują im zarówno te same prawa ludzkie, prawa człowieka jak i ciężar na nich te same powinności. Nikt nie może być tych praw pozbawiony z tej racji, że jest człowiekiem, tak jak nikt nie może się czuć zwolniony z określonych powinności wobec innych ludzi.

We wszystkich społeczeństwach, jakkolwiek w różnej skali, mamy do czynienia z nierównościami społecznymi. Skoro tak się dzieje to, nierówności te muszą być uprawomocniane w oparciu o jakieś zasady. Kiedy charakteryzujemy nierówności, odnosimy je do pewnego typu relacji między ludźmi. Głównie do relacji wertykalnych (pionowych), pozwalających na hierarchizowanie ludzi ze względu na określoną cechę np. dochód czy prestiż. W oparciu o te cechy możemy ludzi różnicować jako zajmujących pozycje wyższe lub niższe na drabinie społecznej. W społeczeństwach stanowych czy arystokratycznych właściwe im nierówności tym różnią się od nierówności w społeczeństwach demokratycznych, że w tych pierwszych jednostka przypisana bywa na trwale do swojej pozycji społecznej; pozycje społeczne są dziedziczone. W społeczeństwach demokratycznych jednostka może względnie swobodnie przesuwać się po szczeblach drabiny społecznej. Ruch na drabinie społecznej jest możliwy zarówno w górę jak i w dół, oznaczając odpowiednio awans lub deklasację.

Nierówności społeczne mogą być legitymizowane w różny sposób.

- W oparciu o normę sprawiedliwości społecznej. Problem polega jednak na tym, że nie ma jednej uniwersalnej, powszechnie akceptowanej normy mówiącej o tym, co jest, a co nie jest sprawiedliwe. „Męski szowinista” zapewne uzna za sprawiedliwe to, że kobiety zarabiają mniej od mężczyzn, a rasista będzie utrzymywał, że biali powinni być lepiej opłacani niż czarni czy afroamerykanie.
- W oparciu o zasadę merytokratyczną. W świetle tej zasady „drabina nierówności społecznych jest sprawiedliwa, niesprawiedliwe mogą być jedynie zasady, według których ludzie lokują się na jej szczeblach.” (Wnuk-Lipiński, 2004, 241-242). Pozycja jednostki na drabinie społecznej musi być związana

z wkładem jednostki, czyli z określonymi jej zasługami, a więc musi być powiązana z włożonym przez nią wysiłkiem. Przy czym pozycja, jaką zajmuje jednostka jest efektem jej rywalizacji z innymi jednostkami.

- Powołanie się na ustalone procedury i „reguły gry”. W demokratycznych społeczeństwach uznaje się za uzasadnione, istnienie hierarchii władzy (jedni mają jej więcej, a inni mniej). W sferze gospodarczej uznanie nierówności dokonuje się w oparciu o akceptację reguł gry rynkowej, co znaczy, że dopuszcza się istnienie nierówności korzyści wynikających z prowadzenia działalności biznesowej. Należy dodać: o ile ich osiągnięcie nie wiązało się z naruszeniem owych reguł (np. uczciwej konkurencji) natomiast było konsekwencją wysiłku, innowacyjności, przedsiębiorczości czy kreatywności.
- Powołanie się na tradycję. Wskażmy, iż w tradycji kultury europejskiej mężczyzna był głową rodziny i na nim spoczywał obowiązek utrzymania rodziny. W ślad za emancypacją kobiet nie szła równoległa zmiana w sferze norm obyczajowych, co sprawia, że nadal utrzymują się nierówności w sposobie traktowania mężczyzn i kobiet m.in. w zakresie dochodów.
- Wsparty powoływaniem się na ustanowiony i nienaruszalny porządek społeczny, w którym każdy zajmuje należne mu miejsce. Natomiast ten porządek społeczny oparty był na hierarchii, „w ramach której każdy człowiek dawał i otrzymywał, to czego wymagało od niego funkcjonalne miejsce w społeczeństwie” jak dowodził tego. św. Tomasz z Akwinu. (Naisbitt, w: Szacki, 2006, 44).

Rozważając kwestię nierówności społecznych, nie możemy pominąć problemu równości moralnej. Równość moralną można rozumieć jako równość podmiotów moralnych we wzajemnych relacjach społecznych. Ludzie, jako podmioty moralne, są sobie równi przede wszystkim w zakresie swoich powinności, co znajduje uzasadnienie w ponadindywidualnym charakterze norm. Są równi także w godności, wspierającej się na ontologicznej zasadzie człowieczeństwa, co czyni ich równymi w prawach do rozwijania swoich zdolności i talentów, odpowiednio do możliwości.

Etyczny wymiar bezpieczeństwa

Bezpieczeństwu wymiar etyczny nadaje fakt, iż jest ono silnie powiązane z poszanowaniem dobra innych, i normami nakazującymi poszanowanie życia i zdrowia, nie czynienia innym krzywdy, kierowanie się dobrem innego człowieka. Bezpieczeństwo pozostaje przy tym w wyraźnej relacji z innymi wartościami i normami m.in. z zaufaniem, odpowiedzialnością, sprawiedliwością. Zaufanie do innych daje ludziom poczucie bezpieczeństwa. Znaczenie etycznego wymiaru bezpieczeństwa wynika dodatkowo z tego, że we współczesnych społeczeństwach mamy do czynienia z wyraźnym wzrostem poziomu ryzyka, wzmagającego poczucie zagrożenia, którego źródła są trudne do umiejscowienia.

nia, przez co poczucie bezpieczeństwa ulega dodatkowo jeszcze znacznemu obniżeniu.

Bezpieczeństwo, jako kategorię etyczną, można rozpatrywać na trzech poziomach:

- bezpieczeństwa osobistego, odnoszącego się do zachowania życia i zdrowia,
- bezpieczeństwa egzystencjalnego, które wiąże się z posiadaniem środków umożliwiających życie na poziomie nie uwłaczającym godności ludzkiej, co w tym przypadku odnosi się do różnych systemów ubezpieczeń społecznych, zapewniających środki do życia w przypadkach nie zawinionej utraty zdolności do ich samodzielnego zdobywania (choroba, kalectwo, starość),
- i wreszcie bezpieczeństwa aksjonormatywnego, opartego na przeświadczeniu, podzielania z innymi określonych wartości i norm i ich respektowania we wzajemnych relacjach.

We współczesnych społeczeństwach obserwujemy obniżające się poczucie bezpieczeństwa, związane z wieloma zachodzącymi w nich procesami, które zostały szerzej przedstawione już wcześniej przy omawianiu innych problemów. Przypomnijmy w tym miejscu główne z nich; będą to: terroryzm, globalizacja i związane z tym zmiany na rynku pracy, stosowanie na zwiększającą się skalę nowych technologii, konflikty zbrojne, nasilające się ekstremalne zjawiska atmosferyczne, powodujące katastrofy na dużą skalę, wzrastająca przestępczość i wandalizm. Przedstawione wyliczenie byłoby niepełne gdyby nie uwzględniło, słabnącego, społecznego nacisku na respektowanie istotnych dla trwałości życia społecznego norm.

Ograniczając rozpatrywanie kwestii bezpieczeństwa do płaszczyzny biznesowej (menedżerskiej), konieczne jest sytuowanie ich w kontekście właściwych dla tej dziedziny działań, a mianowicie, procesach wytwarzania oraz wprowadzania na rynek różnego rodzaju dóbr i usług.

W odniesieniu do procesów wytwarzania rzecz dotyczy bezpieczeństwa ludzi zaangażowanych bezpośrednio w procesy produkcji. Jest to więc bezpieczeństwo stosowanych technologii oraz organizacji pracy (bezpieczne warunki pracy – takie, które nie zagrażają życiu i zdrowiu zatrudnionych).

Inny charakter ma bezpieczeństwo produktów, których odbiorcami są konsumenci, czyli dóbr konsumenckich.

Terminem produkty są określane zarówno dobra materialne jak i usługi, które można podzielić się na:

- dobra przeznaczone do użytkowania osobistego i świadczone usługi na rzecz osób fizycznych; dobrami prywatnymi są więc takie dobra, jak ubranie, samochód, mieszkanie, żywność, leki, kosmetyki, sprzęty gospodarstwa domowego itp., oraz usługi, jak np. finansowe, ochrona zdrowia, edukacja,
- usługi świadczone na rzecz podmiotów prawnych firm, organizacji,
- dobra i usługi publiczne, czyli takie, które są ogólnodostępne, jak np. powiaty, charakteryzujące się odpowiednimi parametrami czy drogi publiczne.

Bezpieczeństwo można rozpatrywać również w odniesieniu do stosowanych procedur i dokonywać ich oceny z punktu widzenia tego czy nie stwarzają one zagrożeń dla życia i zdrowia. Mówiąc o bezpieczeństwie procedur należy odróżnić ocenę poprawności samych procedur, od procesów ich wdrażania czy stosowania. Na tych dwóch poziomach można bowiem poszukiwać odstępstw i uchybień, stwarzających poważne zagrożenia. Poprawność samych procedur nie stanowi gwarancji ich bezpieczeństwa. Zagrożenia mogą wynikać z niedostatecznej staranności w trakcie ich stosowania.

Odnosi się to nie tylko do np. procedur medycznych, lecz w coraz większym stopniu również do działań w innych obszarach, takich jak: produkcja leków i innych środków medycznych, żywności, transport lotniczy, procedury wczesnego ostrzeżenia przed groźnymi zjawiskami naturalnymi (powodziami, huraganami, trzęsieniami ziemi). Wadliwość tych procedur, lecz także ich niewłaściwe, niefrasobliwe stosowanie, polegające na odejściu od przewidzianych standardów, może stwarzać poważne zagrożenia.

Bezpieczeństwo może być rozpatrywane z jeszcze innego punktu widzenia, a mianowicie w odniesieniu do relacji producent – klient, mającej poważne znaczenie w społeczeństwie przenikniętym duchem konsumeryzmu. Z tego punktu widzenia odpowiedzialność, w trzech omówionych znaczeniach (jako wartość, norma, cnota) przekłada się bezpośrednio na problem bezpieczeństwa. Zbędne jest więc obszerniejsze uzasadnianie znaczenia bezpieczeństwa w odniesieniu do farmaceutyków, środków medycznych, żywności (w tym genetycznie modyfikowanej), następstw wynikających ze stosowania antybiotyków w żywieniu zwierząt, środków chemicznych stosowanych w produkcji rolnej, skażenia bakteriologicznego żywności, zabawek, zawierających toksyczne substancje, nie wyłączając wadliwej konstrukcji sprzętu gospodarstwa domowego i samochodów.

Bezpieczeństwo pojawia się także jako istotny aspekt w jeszcze innego typu relacjach.

- W relacjach między pracodawcą a pracownikami. Dotyczy to bezpieczeństwa wyrażającego się w godziwym wynagrodzeniu, bezpiecznych warunkach pracy oraz pewności zatrudnienia. Bezpieczeństwo występuje tu w kontekście takich wartości jak: odpowiedzialność, sprawiedliwość, poszanowanie godności. Problemy te sytuują się w szerszym kontekście stosunków między kapitałem a pracą.
- Inny z kolei wymiar mają relacje łączące firmy (dostawcy towarów i usług, kooperanci itp.). Bezpieczeństwo związane jest w tym przypadku z dotrzymywaniem umów w zakresie np.: terminowości dostaw, standardów jakościowych, terminów płatności zobowiązań i innych ogólnie przyjętych wzajemnych zobowiązań, takich jak uczciwość czy rzetelność.
- O bezpieczeństwie w relacji między firmami można mówić także w szerszym planie, a mianowicie w sferze zależności wynikających z funkcjono-

wania na rynku. Dotyczy to respektowania obowiązujących reguł gry, czyli np. powstrzymania się od nieuczciwych metod konkurowania. Bezpieczeństwo we wszystkich wskazanych wyżej wymiarach zyskuje na znaczeniu ze względu na wzrastający nacisk na produktywność i efekty finansowe w działalności gospodarczej, co może być osiągnięte kosztem bezpieczeństwa. To z kolei nadaje bezpieczeństwu istotną pozycję wśród zagadnień znajdujących się w polu zainteresowań etyki biznesu. Jednakże ustanawianie standardów etycznych, odnoszących się do bezpieczeństwa będzie miało realne znaczenie dopiero wtedy, kiedy podmioty prowadzące działalność biznesową wykażą się gotowością do przyjęcia na siebie odpowiedzialności za skutki swoich działań. Warto jednak pamiętać o tym, że najszerszy kontekst, w którym wypada umieścić bezpieczeństwo, stanowi kondycja moralna społeczeństwa i poszczególnych grup społecznych. Wiadomo bowiem, że niestabilność ładu moralnego, jego rozchwianie w wyniku kontestowania moralnych powinności wzmacnia poczucie zagrożenia i osłabia poczucie bezpieczeństwa.

Rozdział IV

Etyczny wymiar pracy

„Praca oddala od nas trzy wielkie niedole: nudę, występki i ubóstwo”.
Wolter

Tytułem wstępu rozpoczniemy od formułowania kilku uwag ogólnej natury, odnoszących się do pracy. Praca, podobnie jak inne dziedziny życia społecznego, podlega, ciągłym zmianom. Stwierdzić wypada, że obecnie zmiany te postępują szybciej, aniżeli kiedykolwiek dotąd, a powodowane są głównie postępem technologicznym. Wymusza on zmiany w charakterze pracy i sposobach jej organizowania. Kwestią o podstawowym znaczeniu, wynikającym z tego procesu, jest zmniejszanie się liczby miejsc pracy.

Miejsce, jakie zajmuje praca w życiu jednostki i społeczeństwa sprawia, że staje się przedmiotem zainteresowania wielu dyscyplin, takich jak prakseologia, ekonomia, socjologia czy psychologia. Jest także przedmiotem refleksji filozoficznej i etycznej. Wątki odnoszące się do pracy znajdujemy w głównych orientacjach politycznych (socjaldemokracji, myśli socjalistycznej czy liberalnej), a także w doktrynach religijnych np. w protestantyzmie i społecznej nauce kościoła katolickiego.

Prakseologiczne rozumienie pracy prezentuje Kotarbiński, według którego „praca to wszelki splot czynów – pasmo czynów – mający charakter pokonywania trudności dla uczynienia zadość którymś potrzebom istotnym”. (Kotarbiński, 1982, 82). W znaczeniu socjologicznym „pracą jest każda celowa czynność prowadząca do zaspokojenia dowolnych potrzeb ludzkich, posiadająca społeczną doniosłość, zapewniająca jednostkom i grupom określoną pozycję w społeczeństwie”. (Szczepański, za: Jacher, Swadźba, 2002, 145).

Natomiast na gruncie społecznej nauki Kościoła katolickiego praca pojmowana jest jako „wolna, choć naturalnie konieczna, działalność człowieka wpływająca z poczucia obowiązku, połączona z trudem i radością, a mająca na celu tworzenie społecznie użytecznych wartości duchowych i materialnych.” (Jarocki, 1964, 446; Skrzyszewski, 1979, 19).

Jan Paweł II rozumie pracę jako „każdą działalność, jaką człowiek spełnia, bez względu na jej charakter i okoliczności, to znaczy każdą działalność człowieka, którą za pracę uznać można i należy pośród całego bogactwa czynności, do jakich jest zdolny i dysponowany poprzez swoją naturę, poprzez swoje człowieczeństwo”. (Jan Paweł II, w: Jacher, Swadźba, 2002, 145).

Szczególne miejsce zajmuje praca w etyce protestanckiej. Traktowana jest bowiem jako istotna wartość, a pracowitość jako kardynalna cnota. W etyce protestanckiej powinnościowy aspekt pracy znajduje się na pierwszym miejscu. „Powinno się dobrze wykonywać swą pracę zawodową nie tylko dlatego, że się musi, ale dlatego, że to oznaka cnoty i źródło osobistej satysfakcji. Stanowi to obowiązek i właściwą postawę jednostki wobec pracy bez względu na charakter pracy”. (Bendig, w: Jacher, Swadźba, 2002, 143). W związku z tym praca silnie związana jest z tożsamością człowieka, z obrazem człowieka w jego własnych oczach, i w opiniach i sądach innych osób.

Zainteresowanie pracą nie tylko różnych dyscyplin nauki, lecz także teologów wynika, jak się wydaje, z kilku powodów.

- Po pierwsze, podmiotem pracy jest człowiek, co jednocześnie wskazuje, że z pracą, której jest on wykonawcą wiążą się określone powinności i uprawnień.
- Po drugie, w pracy ogniskują się podstawowe wartości i normy etyczne społeczeństwa.
- Po trzecie, wartościowanie pracy stanowi istotny element fundamentu aksjologicznego każdego ustroju gospodarczego.

Natomiast doniosłość pracy, jako wartości wynika z faktu, że jest ona:

- podstawą egzystencji jednostek i zbiorowości,
- stanowi jeden z najistotniejszych czynników organizacji społecznej.

Warto zwrócić uwagę i na to, że w pracy ujawnia się dialektyczna sprzeczność. Polega ona na tym, że z jednej strony praca stanowi obszar wolności, rozumianej jako brak instytucjonalnego, formalnego przymusu pracy. Oznacza to swobodny wybór rodzaju pracy-zawodu, miejsca pracy, miejsca zatrudnienia. Z drugiej

strony, praca wiąże się z przymusem, dyktowanym koniecznością zdobywania środków, niezbędnych do egzystencji.

Pracę charakteryzują następujące właściwości:

- ciągłość, w tym znaczeniu, że wypełnia ona całe niemal życie; Amerykanie mówią: „Live is very long job and then you die”,
- złożoność, wyrażająca się w tym, iż składa się ona z sekwencji różnorodnych czynności,
- racjonalność, wynikająca z podporządkowania jej założonemu uprzednio celowi.

Przedstawione właściwości upoważniają do stwierdzenia, że celowe jest rozpatrywanie pracy w dwóch podstawowych wymiarach:

- indywidualnym, w którym dostrzegamy:
 - aspekt egzystencjalny, jako zasadnicze źródło zapewniające środki konieczne do przeżycia,
 - oraz aspekt psychologiczny, przekładający się na poczucie własnej wartości, stanowiący kryterium decydujące o prestiżu i wyznaczające społeczną pozycję jednostki,
- społecznym czy zbiorowym; z tego powodu, że praca określa kształt struktury społecznej, stanowi zasadniczą oś organizacji społecznej, jest obszarem tworzenia się więzi społecznych. Jest także miejscem socjalizacji, polegającej na nabywaniu przez jednostkę takich umiejętności społecznych jak współdziałanie, rywalizacja, uzgadnianie interesów jednostkowych ze zbiorowymi i zdolności do kompromisów oraz sprawności w komunikowaniu społecznym.

Praca z racji wielorakości funkcji, które pełni, może być rozpatrywana zarówno w kategoriach pragmatyczno-utilitytarnych jak i etycznych. Etyczny wymiar pracy staje się w pełni widoczny wtedy, kiedy sytuujemy ją we właściwych, typowych dla niej kontekstach.

- W kontekście współpracy i rywalizacji. We współpracę jak i w rywalizację wpisane są, jak wiadomo, określone reguły gry, według których mają się one toczyć.
- W kontekście powstawania i rozwiązywania konfliktów, a wśród nich najważniejszego z nich, a mianowicie konfliktu kapitał-praca. Konflikt ten ma źródła w sprzeczności interesów tego, kto jest nabywcą pracy oraz tego, kto oferuje pracę. Kwestia dotyczy norm określających moralnie słuszne relacje wynikające z władzy kapitału nad pracą i wiąże się głównie ze sposobami rozwiązywania tego konfliktu.
- W związku z istnieniem hierarchii, wynikającej z podziału ról i przypisanych do nich prerogatyw. Każda hierarchia jest związana ze zwierzchnictwem i podporządkowaniem, a więc z nierównościami społecznymi znajdującymi odzwierciedlenie m.in. w nierównościach dochodowych.

- Na płaszczyźnie budowania solidarności i poczucia wspólnoty. „Praca ma to do siebie, że przede wszystkim łączy ludzi – na tym polega jej społeczna siła, siła budowania wspólnoty (...)”. (Kuczyński, 1998, 212).

Relacje, w jakich pozostają ludzie we wszystkich wymienionych kontekstach są regulowane określonymi normami. Zatem etyczny wymiar pracy zawiera się w tym, że jest ona rozległym obszarem ludzkiej aktywności, w którym jednostkę wiążą powinności wobec innych, a także wobec niej samej. Powinności te dają się wyprowadzić z przyjmowanego w danym społeczeństwie systemu wartości i norm; w tym takich wartości jak godność osoby ludzkiej, sprawiedliwość, wolność, odpowiedzialność, oraz z chroniących te wartości norm moralnych.

Praca, jest także miejscem nabywania przez jednostkę określonych uprawnień. Podstawowym wśród nich jest prawo do godności pracy, rozumiane jako wymóg zapewnienia pracy, które nie będzie źródłem poniżenia godności osoby. Można przyjąć, że godna praca to taka, która zapewnia podstawowe uprawnienia.

- Podstawowym uprawnieniem człowieka jest dostęp do pracy. Uprawnienie to ma oparcie w dwóch innych prawach, a mianowicie w prawie do życia oraz w prawie do wolności. To uprawnienie służyć ma zapewnieniu niezależności, przede wszystkim niezależności materialnej. Stąd nikt nie może być pozbawiony dostępu do pracy (wykonywania zawodu) ze względu na płeć, rasę, wyznanie, wyznawane poglądy. Prawo do pracy rozumiane jest też jako prawo do inicjatywy gospodarczej.
- Kolejnym uprawnieniem jest możliwość korzystania z owoców pracy, czyli zapewnienie wynagrodzenia za pracę, oraz uprawnienie do własności, stanowiącej rezultat pracy.
- Wskazać należy następnie na uprawnienie do ochrony pracy, odnoszące się do reglamentowanego tygodniowego czasu pracy, emerytury, bezpiecznych warunków pracy, ograniczeń pracy nieletnich, niepełnosprawnych i uprawnienie do odpoczynku.
- Jednostce przysługują inne jeszcze uprawnienia z tytułu pracy, a są to m.in. uprawnienia do ochrony tożsamości kulturowej i intelektualnej, rozumianej jako możliwość rozwoju intelektualnego; a także ochrony psychicznej przed nieuzasadnioną presją na efekty pracy, powodującą nadmierny stres. Wymienić także należy ochronę przed mobingiem, czy wykorzystywaniem seksualnym, a także ochronę moralną polegającą na zabezpieczeniu przed zmuszaniem do czynów moralnie nagannych np. do udziału w oszustwach (fałszowaniu dokumentów) czy przekupstwie.

Z czasowym wymiarem pracy wiąże się uprawnienie do posiadania czasu wolnego rozumiane nie jako bezczynne próżnowanie, lecz czas, którym jednostka może swobodnie dysponować, wypełniając go zajęciami zgodnie ze swoimi upodobaniami i zainteresowaniami. Istota czasu wolnego, swoistego „lenistwa” polega na zagospodarowaniu go w dowolnie wybrany sposób. Warto jednak

pamiętać o tym, że współcześnie coraz częściej mamy do czynienia z wymuszoną, niechcianą bezczynnością, aniżeli z „lenistwem” w dotychczasowym sensie. O znaczeniu wymienionych uprawnień świadczy to, że zostają zabezpieczone poprzez odpowiednie normy prawne; także o zasięgu międzynarodowym. Wystarczy wymienić tak znaczące międzynarodowe dokumenty jak Powszechna Deklaracja Praw Człowieka, Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Socjalnych i Kulturalnych.

Przypisane ludziom powinności jak i przysługujące im uprawnienia, służyć mają uwolnieniu osoby ludzkiej od:

- zagrażającego życiu i godności niedostatku (uprawnienia związane z dostępem do pracy),
- przedmiotowego traktowania człowieka, jako elementu tzw. „zasobów ludzkich”,
- oraz dehumanizujących warunków pracy.

Dodajmy, że kryteria moralne stosują się nie tylko do formułowania ocen w odniesieniu do ludzi zaangażowanych w samą pracę, ale także do ludzi w powiązaniu z wynikami ich pracy, czy to w formie dóbr i świadczonych usług, czy w postaci skutków i następstw pracy, takich m.in. jak: szkody i krzywdy wyrządzone innym.

Ogólnie można powiedzieć, że praca podlega trójakiego rodzaju regulacjom, a mianowicie: regulacjom techniczno-ekonomicznym, prawnym oraz etycznym. Zgodnie z zaproponowanym przez Ossowskiego podziałem wartości na wartości cele i wartości środki, można zasadnie twierdzić, że praca jest zarówno celem jak i środkiem. Stanowi środek, pozwalający na zdobywanie dóbr, służących zaspokojeniu różnorodnych potrzeb materialnych i duchowych. Może być ona traktowana jako wartość-cel, wartość nadająca życiu sens.

Praca jest wartością codzienną, cechującą się powtarzalnością, stanowi zespół czynności w różnym stopniu, zrutynizowanych. Określają ją szczególnego rodzaju właściwości, takie jak: odroczone gratyfikacja, wyrzeczenie, obowiązek, dyscyplina, oraz konieczna doza przymusu. Z tym rodzajem aktywności wiąże się także określony model człowieka. Wartość człowieka, jak i wartość tego, co określa się jako „dobre życie”, definiowana jest przede wszystkim przez odniesienie do pracy.

W wymiarze indywidualnym, jak pisze Bauman, „praca decydowała tak w przeszłości jak i współcześnie o dostatku lub ubóstwie, o autonomii lub zależności, o wysokim lub niskim statusie społecznym, o istnieniu lub braku poczucia własnej wartości”. Tak więc jest w istocie jedynym, społecznie akceptowanym sposobem, za pośrednictwem którego człowiek może uzyskać wpływ na jakość swojego życia. Trudno nie wspomnieć, iż praca stanowi punkt odniesienia dla planowania i kształtowania życia. A także i o tym, że „zarówno zasługi i wartość czyjegoś życia oceniane są w oparciu o kryteria związane z pracą i rozmaite przejawy pozytywnego stosunku do pracy, takie jak: pilność, pracowitość,

przedsiębiorczość, odpowiedzialność, wytrwałość. Uchylenie się od pracy sprowadza na jednostkę niesławę”. Społecznemu napiętnowaniu podlega z reguły „lenistwo, wygodnictwo, gnuśność i próżniactwo”. (Bauman, 1995, 87). Warto mieć na uwadze i to, że ludzie definiują siebie najczęściej poprzez wskazanie na umiejętności zawodowe.

W wymiarze społecznym praca stanowi podstawową, osiową zasadę organizacji społecznej, oraz centralne miejsce nabywania przez jednostkę umiejętności społecznych, takich jak: cnota posłuszeństwa, szacunek dla autorytetów, nawyk dyscypliny, umiejętność samo-ograniczenia. Ponadto praca umiejscawia grupy społeczne i jednostki w hierarchii. Stąd, jest obszarem wspomnianej, rywalizacji o wpływy; władzę i prestiż.

Etyczny wymiar pracy jest wyraźnie powiązany ze zmianami, zachodzącymi zarówno w charakterze pracy jak i tymi, które odnoszą się do rynku pracy. Rozpocznijmy od przypomnienia, że zmiany te stanowią pochodną dwóch czynników. Po pierwsze, dążenia do maksymalizowania korzyści, w możliwie najkrótszym czasie. Po drugie, dostępu do innowacji technicznych i technologicznych i ich wykorzystywania na coraz szerszą skalę. Rzecz jednak w tym, że innowacje technologiczne umożliwiają obniżanie kosztów wytwarzania dóbr i usług, to zaś zwiększa ich konkurencyjność, co z kolei stanowi silny bodziec do poszukiwania kolejnych źródeł zwiększania produktywności i rentowności przedsięwzięć biznesowych. Utrzymanie się na coraz to bardziej wymagającym, pod względem konkurencyjności rynku, wymusza nieustanne wprowadzanie zmian, zapewniających spełnienie powyższych warunków. Zmiany te zmierzają głównie do obniżania kosztów przez ograniczanie do niezbędnego minimum zatrudnienia, co oznacza istotne zmiany w samym charakterze pracy. Polegają one przede wszystkim, na zastępowaniu pracy człowieka, pracą maszyn i urządzeń, które są mniej kosztowne, bardziej wydajne i niezawodne.

Przyjrzyjmy się jak wspomniane wyżej tendencje zmian, charakterystyczne dla współczesnej gospodarki, kształtują rynek pracy. Na wstępie zauważmy, że ich początki stawały się coraz bardziej widoczne już na przełomie lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XX wieku, o czym pisał profesor filozofii Adam Schaff, współautor raportu Klubu Rzymskiego zatytułowanego *Mikroelektronika i społeczeństwo*, opublikowanego w roku 1982 (wyd. polskie 1987). Autor wskazuje w nim na przewidywane zmniejszanie się liczby stanowisk pracy wraz z upowszechnieniem się mikroelektroniki, co – jego zdaniem – spowoduje, że społeczeństwa staną przed problemem uporania się nie tylko z groźbą wojny atomowej, lecz także głodu w wyniku przyrostu naturalnego i ekologicznego zanieczyszczenia Ziemi. Zmuszone zostaną do stawienia czoła zagrożeniu bezrobociem strukturalnym. Od czasu ukazania się wspomnianego raportu, powstało wiele prac potwierdzających nie tylko utrzymywanie się tendencji do zmniejszania się liczby miejsc pracy, ale nawet jej ciągłego narastania. Według

szacunków Międzynarodowego Biura Pracy w Genewie pod koniec XX wieku na świecie, ponad miliard ludzi pozostawało bez pracy.

Bezrobocie staje się obecnie coraz poważniejszym problemem. Zwiększające się współcześnie bezrobocie określane mianem bezrobocia technologicznego. Powodowane jest ono, jak wiadomo, stosowaniem nowoczesnych technologii, w szczególności technologii informatycznych. Dodatkowo ważne jest to, że będzie ono miało charakter trwały, a nie jedynie przejściowy, tak jak w przypadku fluktuującego bezrobocia we wcześniejszych okresach procesu industrializacji. Co ważniejsze, okazuje się, że wzrost gospodarczy jest możliwy przy spadku zatrudnienia. Jeremy Rifkin, podobnie jak Peter Drucker, i wielu innych autorów, zwraca uwagę na to, że współczesne społeczeństwa kapitalistyczne wkraczą w nowy trudny etap rozwoju, którego wyróżniającą cechą jest to, że „Maszyny w zastraszającym tempie zastępują ludzi w procesie tworzenia dóbr i świadczenia usług”. W związku z tym, niepewność zatrudnienia staje się cechą definiującą współczesne społeczeństwa.

Wzrastające ryzyko utraty pracy wiąże się po pierwsze, z wędrówką kapitału w poszukiwaniu bardziej dogodnych warunków jego akumulacji, co oznacza zmniejszanie się liczby miejsc pracy w krajach, w których koszty zatrudnienia pracowników (płace) są wyższe, a ochrona pracy bardziej rozbudowana i przenoszenie ich do krajów uboższych, w których siła robocza jest tańsza a ochrona pracy niedostateczna. Po drugie, o czym już wspomniano, z wykorzystywaniem na szeroką skalę techniki komputerowej, powodującej zastępowanie pracy człowieka przez urządzenia. Krótko mówiąc, źródłem wzrastającego bezrobocia jest rozwój tzw. „high-tech”, stanowiącego istotny element procesów globalizacji. Technologia ta umożliwia bowiem prowadzenie interesów na odległość i w zróżnicowanym, pod względem kulturowym środowisku społecznym.

Autorzy zajmujący się omawianym problemem nie ograniczają się do wskazania, jakim procesom zmian podlega praca obecnie, lecz prezentują także prognozy, dotyczące tego, jaki obraz pracy zarysowuje się w bliższej i dalszej przyszłości.

Rozwój techniki komputerowej, który znajduje się obecnie w punkcie przecięcia krzywej w kształcie kija hokejowego będzie postępował nadal i w znacznie szybszym tempie. Technika komputerowa rozwija się obecnie w tempie szybszym aniżeli 5% rocznie. Zgodnie z prawem Moore'a (nazwa tego prawa sformułowanego w 1975 roku pochodzi od nazwiska prezesa firmy Intel) mówiącego, że liczba komponentów w mikroprocesorze komputerowym będzie się podwajać co dwa lata, ich roczna stopa wzrostu wynosi zatem 40%. Wielki matematyk XX wieku, pionier nauk komputerowych, już przed pół wiekiem, ostrzegał przed zagrożeniami, jakie dla zatrudnienia mogą stanowić komputery. W jego przekonaniu zasadniczy problem wynikający z zastosowania techniki komputerowej polega nie tylko na zmniejszaniu się liczby miejsc pracy, ale na tym, że korzyści płynące z zastosowania komputerów mogą być monopolizowane przez wąską grupę ludzi dysponujących takim rodzajem umiejętności, któ-

rych komputery nie mogą skopiować. A więc tych, których praca nie może być zastąpiona pracą komputerów, a także tych, „którzy byli pierwsi, uprzedzili innych w danej dziedzinie, a także do tych, którzy mają stosowne powiązania biznesowe”. (Shiller, Rzeczpospolita, 10-12.04, 2004, B8). Konsekwencje wykorzystania techniki komputerowej, na szeroką skalę, są tym bardziej istotne z punktu widzenia wiążących się z nimi zagrożeń, że podejmowane próby zaradzenia im poprzez praktykowane dotąd – tradycyjne – metody nabywania nowych kwalifikacji, takie jak szkolenia, okazują się nieskuteczne. Dzieje się tak m.in. dlatego, że praca człowieka nie będzie bardziej wydajna od pracy komputera-maszyny. Manuel Castells w pracy *Spółczesność sieci*, stwierdza, „technologia informatyczna *per se* nie powoduje bezrobocia, nawet jeśli wyraźnie redukuje czas pracy na jednostkę produkcji. Jednakże w warunkach informacyjnego paradygmatu zmieniają się rodzaje zajęć, ilość, jakość, natura wykonywanej pracy oraz płeć pracujących ludzi (...); nowy system pracy wymaga nowej siły roboczej; jednostkom i grupom niezdolnym do zdobywania nowych informacyjnych kwalifikacji grozi wykluczenie z pracy lub degradacja jako pracowników”. (Castells, 2007, 257).

W społeczeństwie XXI wieku, jak twierdzi z kolei Jacques Attali, praca nie będzie podstawową formą zatrudnienia, a staną się nim inne formy działalności. „Nie ograniczanie czasu pracy, ani rozwój zatrudnienia w usługach, ani organizacja wielkich robót publicznych – przy absolutnej niezbędności takich rozwiązań – nie wystarczą do zapewnienia pracy wszystkim pracownikom najemnym”. (Attali, 2002, 247). Powtórzmy zatem, paradoks współczesnej gospodarki rynkowej polega na tym, że rozwój gospodarczy może mieć miejsce przy spadku zatrudnienia, ale jednocześnie, jak wiemy, warunkiem wzrostu gospodarczego jest to, aby ludzie dysponowali dostatecznie dużymi środkami i przeznaczali je na konsumpcję.

Zmiany na rynku pracy wiążą się z praktykowanym, w coraz szerszej skali, outsourcingiem, który w opinii znawców przedmiotu, będzie się rozszerzał nie tylko na sektor usług, i stanie się przedmiotem międzynarodowej konkurencji, przyczyniając się do zwiększenia lęku o utrzymanie miejsc pracy. (Greenspan, 2008, 448).

Prezentowane zmiany przekładają się na sposoby funkcjonowania firm, ich status i formy działalności. Przewiduje się, że w społeczeństwie informacyjnym przyszłość mają firmy, które będą się charakteryzowały: niewielkimi rozmiarami (deinwestycje, podwykonawcy, kooperanci) mobilnością i ponadnarodowym charakterem. Firmy takie będą dysponowały możliwościami wykorzystania nieskończonych wersji symulacji przed powstaniem prototypu, możliwościami komunikowania zarówno wewnątrz swoich zespołów pracowniczych jak i z otoczeniem, partnerami (podwykonawcami). „Przedsiębiorstwo zostanie zorganizowane w sieci, z niewielką liczbą stopni hierarchicznych, w małe struktury, z dużą ilością pracy zespołowej, przy decentralizacji inicjatywy, z dużym udziałem

łem firm zewnętrznych. Podstawowe aktywa firmy to nie kapitał rzeczowy, ale patenty, znaki towarowe, kompetencje personelu i partnerów”. (Attali, 2002, 67). Zakłada się, że będzie następować dalszy wzrost rodzajów pracy dorywczej, oraz w niepełnym wymiarze godzin. Attali przyjmuje, że w niezbyt odległej przyszłości przeszło połowa pracowników nie będzie miała stałej pracy, a połowa zatrudnionych w przedsiębiorstwach będzie zmuszona zadowolić się pracą na niepełnym etacie lub umową na określony czas. Połowa ludzi żyć będzie z pracy na odległość. Specjaliści od zarabiania na znakach towarowych firm, adwokaci, fachowcy od reklamy coraz częściej będą pracować w domu, korzystając z sieci telekomunikacyjnych. Ludzie ci będą się zajmować wieloma rodzajami działalności – to nowe określenie pracy – prowadzonej w sposób zbliżony do zarządzania pakietami akcji. Ten rodzaj pracy zyska nazwę „pakietu działalności”.

Pojawi się nowa forma zatrudnienia – zatrudnienie partnerów. W rozumieniu Attaliego partner to pozycja, która jest formą pośrednią między zatrudnieniem na etacie a występowaniem w roli konsultanta. To rodzaj samodzielnego przedsiębiorcy, który w firmie (bądź w kilku) wykonuje zadania, których pracodawca nie zleca żadnemu z zatrudnionych pracowników.

Charakteryzowane zmiany nie pozostaną bez wpływu na strukturę zawodów i powstanie zupełnie nowych ich rodzajów. W społeczeństwie informacyjnym szczególna rola przypadnie takim zawodom jak: radca prawny, nanochirurg, specjalista od naprawy komputerów, specjalista od prawa patentowego, inżynier łączności cyfrowej, inspektor od prawa autorskiego obejmującego programy gier komputerowych, specjalista od reklamy w Internecie, twórca technologii internetowych, projektant wzornictwa przemysłowego, grafik komputerowy, agent ubezpieczeniowy specjalizujący się w zagadnieniach ryzyka innowacji, menedżer wykorzystujący najbardziej zaawansowaną technologię. Nieznacznemu wzrostowi ulegnie także – jak się przewiduje – ilość miejsc pracy najniższej opłacanej, nie wymagającej żadnych kwalifikacji.

Do prezentowanej charakterystyki rynku pracy w społeczeństwie opartym na informacji i wiedzy, dodajmy i to, że staje się on mało elastyczny. Wynika to z faktu, że zawody, na które jest zapotrzebowanie są zawodami wymagającymi wysokich kwalifikacji, co wyraźnie eliminuje z rynku pracy tych, którzy są wspomnianych kwalifikacji pozbawieni. W związku z tym wysokie bezrobocie może istnieć nawet w sytuacji istnienia wolnych miejsc pracy. Bez pracy pozostawać będą ludzie o poziomie wykształcenia, niedostosowanym do wymagań gospodarki społeczeństwa informacyjnego. Grozi to pogłębieniem się podziałów społecznych na tych, którzy zachowają miejsca pracy i tych, którzy zostaną jej pozbawieni. Możliwe jest powstanie społeczeństwa dwupoziomowego, to znaczy społeczeństwa cechującego się „podziałem na dwie podstawowe grupy; ludzi utrzymujących się z pracy i ludzi, których egzystencja oparta jest w sposób trwały na pomocy społecznej”. (Hirszowicz, 1998, 124, 2007, 135).

Warto także przyjrzeć się bliżej wpływowi zachodzących zmian na strukturę zawodową współczesnych społeczeństw. Według Roberta Reicha, strukturę tę tworzą zawody, polegające na wykonywaniu pracy: 1 – w zrutynizowanej produkcji (tradycyjni robotnicy fizyczni); 2 – związanej ze świadczeniem usług osobistych (sprzedawcy, zatrudnieni w służbie zdrowia, opiece społecznej, edukacji, itd.); 3 – polegającej na formułowaniu idei, czyli na pracy w sferze procesów symboliczno-analitycznych (analitycy, eksperci, programiści, menedżerowie). (Hirszowicz, 1998, 114-115). Liczba miejsc pracy pierwszej kategorii maleje; w drugiej nie ulega istotnym zmianom, w trzeciej natomiast się zwiększa. Zdaniem Reicha żyjemy w czasach, w których zasadniczego znaczenia nabiera selekcja w oparciu o IQ i inne standardowe testy, które nie miały większego znaczenia w minionych wiekach. Ludzie wykonujący zawody należące do trzeciej z wymienionych kategorii, tworzą nową elitę społeczeństwa współczesnego. Pozycja i wpływy tej grupy opierają się na kontroli wiedzy i informacji. Elita ta ma dostęp do procesów podejmowania decyzji (w roli ekspertów, doradców) we wszelkiego rodzaju instytucjach i organizacjach. Członkowie nowej elity znajdują się w rządzie i aparacie rządowym, we władzach lokalnych, w biznesie, przede wszystkim jednak w zespołach ekspertów obsługujących wszystkie dziedziny życia. Rola nowej elity jest znaczna z uwagi na to, że kształtuje ona społeczną świadomość, dostarcza argumentów na rzecz określonych decyzji w takich dziedzinach jak kierunki rozwoju gospodarczego i społecznego, m.in. edukacja czy ochrona zdrowia. Warunkiem znalezienia się w nowej elicie jest posiadanie dobrego wykształcenia potwierdzonego formalnym dyplomem, a także doświadczenie i osobiste zdolności. W opinii cytowanego autora, w społeczeństwie amerykańskim, jedynie 15-20% ludzi jest dostatecznie wykształconych by wejść do elity. W jego przekonaniu „nie ulega wątpliwości, że (...) i w innych społeczeństwach rozwiniętych wyłania się problem istnienia nowych deprivacji, związanych nie tylko z brakiem wykształcenia, ale także z poziomem inteligencji niezbędnej do sprostania zwiększonym wymaganiom szkolnym. Problem ten jest determinowany normalnym w każdej szerszej populacji rozkładem inteligencji: 25% powyżej przeciętnej, 25% poniżej przeciętnej a 50% na poziomie przeciętnej. Zasadnicze pytanie jednak dotyczy tego, jaki będzie los tych, których inteligencja jest poniżej przeciętnej. Kwestia ta zyskuje na znaczeniu z tej racji, że w społeczeństwach industrialnych podstawą zatrudnienia była praca zrutynizowana, nie wymagająca szczególnych umiejętności ani wykształcenia. Praca przy taśmie montażowej miała tę zaletę, że na ogół była pewna, ale jednocześnie degradowała człowieka do roli dodatku do maszyny. Współcześnie, „Zmiana charakteru pracy i rosnące wymagania kwalifikacyjne pozostawiają tych, którzy nie są w stanie im sprostać, poza procesami pracy, stygmatyzując jednocześnie zajęcia, którym mogliby sprostać”. (Hirszowicz, 1998, 114-116).

Oczywiste jest to, że szanse życiowe jednostki determinowane są jej usytuowaniem w określonej strukturze społeczno-zawodowej. Istnieje, nie dający się zakwestionować, związek między szansami życiowymi jednostki a jej dochodami. Zasadnicze znaczenie ma nie tylko dostępność wykształcenia, lecz także jakość szkół, poziom nauczycieli, programy wychowania i kształcenia, które wyraźnie promują dzieci pochodzące z klas wyższych, czy średnich, pozostawiając w tyle dzieci z klas ekonomicznie i społecznie upośledzonych. W szkołach dla dzieci pochodzących z warstw ekonomicznie i kulturowo pozostających w tyle większy nacisk kładzie się na wdrożenie do dyscypliny, przeciwdziałanie demoralizacji ze strony środowiska rówieśniczego czy rodziców aniżeli na przekazywanie wiedzy, czy zdobywanie określonych umiejętności. (tamże, 116). „Zasadniczy bieg historii w ostatnich czasach – pisze Lasch – nie sprzyja już wyrównywaniu społecznych różnic; coraz częściej kieruje się natomiast w stronę społeczeństwa dwuklasowego, w którym uprzywilejowana garstka monopolizuje korzyści płynące z pieniędzy, wykształcenia i władzy”. (Lasch, 1997, 37).

W uzupełnieniu przedstawionych uwag warto wskazać na uwidoczniającą się tendencję do globalizowania się rynku „najwartościowszej siły roboczej. (Castells, 2007, 131, 236). Oznacza to, że grupa ta staje się bardziej, aniżeli inne, mobilna, zapewniając jej uprzywilejowaną sytuację w społeczeństwie. W społeczeństwie informacyjnym, rola wysokiej klasy profesjonalistów będzie stale wzrastała. O ile w połowie XX wieku ta grupa zawodowa stanowiła zaledwie kilka procent ludności zawodowo czynnej, obecnie stanowi już ponad 25%. Zapotrzebowanie na jej usługi, a więc wiedzę i umiejętności, znajdowało w przeszłości i znajduje obecnie wyraz w znacznej wysokości dochodów tej grupy i niekwestionowanej stabilności jej zatrudnienia.

Pamiętać jednak winniśmy, że charakterystyczną cechą społeczeństw zaawansowanych technologicznie w wymiarze gospodarki globalnej jest równoległe do zmniejszającej się elastyczności rynku pracy, w odniesieniu do określonych profesji, wyraźne jego uelastycznienie. Znajduje to wyraz w zwiększaniu się liczby miejsc pracy w niepełnym wymiarze godzin oraz wzroście okazji do zatrudnienia na kontraktach tymczasowych, krótkookresowych, kosztem zmniejszającej się liczby miejsc pracy na stanowiskach gwarantujących stabilność zatrudnienia. (Hirszowicz, 1998, 117). Zjawisko to było widoczne już w pierwszej dekadzie lat dziewięćdziesiątych. W tym czasie np. w Wielkiej Brytanii $\frac{3}{4}$ zatrudnionych w pełnym wymiarze podpisało kontrakty tymczasowe. To, co z punktu widzenia firm prowadzi do zwiększenia elastyczności, z punktu widzenia pracowników staje się źródłem permanentnej niepewności, stanowiącej najbardziej charakterystyczny rys współczesnego rynku pracy.

Dodajmy, że w obecnym stadium rozwoju gospodarki, charakteryzującej się zaostrzającą się konkurencją i poszukiwaniem skutecznych sposobów maksymalizowania dochodów obecne są dwie, powiązane ze sobą, tendencje. Z jednej strony mamy do czynienia z wyraźnym wzrostem liczby ludzi, z wyższym wy-

kształceniem w niektórych specjalnościach, a z drugiej strony z kurczeniem się ilości miejsc pracy wymagających takich kwalifikacji. Dzieje się tak dlatego, że aby sprostać konkurencji, wiele firm oraz banków, towarzystw ubezpieczeniowych łączy się, reorganizując ponadto swoje struktury organizacyjne, co w konsekwencji prowadzi do zwolnień ludzi legitymizujących się takimi kwalifikacjami i doświadczeniem zawodowym, których pozycje wydawały się dotychczas stabilne. Zagrożenia miejsc pracy w strukturach biurokratycznych organizacji biznesowych wynikają ze zmian dróg awansu w nowo powołanych strukturach. R. Moss Kanter zauważa, że w przeszłości, kiedy organizacje biznesowe tworzyły rozbudowane struktury, ograniczona liczba ludzi współzawodniczyła o wyższe stanowiska w hierarchii służbowej. W okresie, w którym organizacje te wykazywały tendencje do „rozrastania się”, następował wzrost pozycji na wyższych szczeblach hierarchii władzy. Zapewniało to nie tylko stałość zatrudnienia, lecz dawało szansę na nagrody, które były dostępne także w późniejszych terminach. (Hirszowicz, 1998, 122). Współcześnie zwiększa się liczba osób kwalifikujących się do awansu, natomiast zmniejsza się liczba stanowisk zapewniających taki awans. Czas, w którym ilość takich stanowisk ulegała zwiększeniu na skutek ekspansji firmy należy do przeszłości. W obecnej sytuacji następuje „coraz większe zróżnicowanie wpływów i dochodów; największe korzyści w nowych warunkach osiągają menedżerowie i administratorzy wysokiego szczebla, których dochody plasują ich na samym szczycie drabiny bogactwa. „Dla szeregowego pracownika w fabryce nie jest przesadnie komfortową sytuacją, w której jego płaca rośnie minimalnie, podczas gdy prezes firmy dostaje premię w wysokości wielu milionów dolarów”. (Geenspan, 2007, 440). Obecnie tworzą oni elity gospodarcze (wierzchołki biznesu) i elity polityczne.

Najwyższe dochody mają ci, których wiedza i umiejętności mają najwyższą wartość rynkową, a więc: wysokiej klasy konsultanci, prezenterzy telewizyjni, wzięci lekarze i adwokaci, eksperci finansowi i ubezpieczeniowi. Prowadzi to do powstawania nowej klasy społecznej, a ściślej nadklasy (over-class). Stanowi ona przeciwieństwo istniejącej już underclass (podklasy). Jak szacuje Charles Murrey w USA over-class stanowi 5-10% amerykańskiego społeczeństwa. Żyją oni w odgrodzonych od świata zewnętrznego osiedlach, mają własne restauracje, szkoły. Cytowany wcześniej Attali stwierdza: „Tam gdzie zwycięża rynek i demokracja, na szczycie drabiny społecznej pojawi się grupa ludzi, niekoniecznie dziedzicząca tę pozycję, którą nazwiemy hiperklasą. Skupi osoby dysponujące kapitałem położenia kulturalnego (patent, wiedza, kompetencja, innowacyjność, kreatywność). Ich przywileje nie będą związane z posiadaniem kapitału, ani z udostępnianiem środków produkcji.” (Attali, 2002, 81-82).

Pojawienie się zarysowanych wyżej tendencji obserwowanych na rynku pracy i przemian charakteru pracy, wiąże się z poważnym problemem dotyczącym konieczności opracowania metod sprawnego zarządzania przez społeczeństwo tym rodzajem ryzyka, które powodowane jest bezrobociem strukturalnym, czyli

technologicznym. Kwestia dotyczy, z jednej strony „podziału” ryzyka na poszczególne grupy społeczne, a z drugiej przeciwdziałania monopolizowaniu korzyści przez wąskie grupy i środowiska, o których była mowa wcześniej. Przewiduje się, że narastanie różnic w korzyściach, powodowanych przez zmiany rynku pracy, dodatkowo pogłębi istniejące już znaczne nierówności społeczne. W grupie uprzywilejowanej znajdują się jednostki dysponujące unikalnymi umiejętnościami, natomiast w grupie upośledzonych, najbardziej zagrożonych marginalizacją, znajdują się ci, których kwalifikacje nie przystają do nowych warunków. W tej sytuacji konieczne się stanie podjęcie działań polegających m.in. na dotowaniu nisko płatnych stanowisk pracy. Zmiany będą zmierzać w kierunku rozszerzania ubezpieczeń prywatnych, które jak się zakłada, winny obejmować różne rodzaje ryzyka, takie jak na przykład utrata rynkowej wartości „kapitału ludzkiego” konkretnej osoby czy posiadanej przez nią nieruchomości. Zmianie będą musiały ulec rozmaite instytucje pożyczkowe, i to w taki sposób, żeby chronić ludzi przed ryzykiem bankructwa osobistego. Nieunikniony będzie też rozwój rynków finansowych, w takim kierunku, by stworzyć możliwości w miarę skutecznego zabezpieczenia się ludzi przed różnego rodzaju ryzykami. Zaniechanie wprowadzenia tych zmian prowadzić będzie do drastycznego pogłębienia się nierówności społecznych, powodującego wzrost poczucia niesprawiedliwości, co w konsekwencji wywoływać może protesty społeczne na znaczną skalę.

Tak więc można stwierdzić, że współczesność charakteryzuje deficyt pracy, jej niestabilność oraz niepewność utrzymania, syndrom tych cech uzasadnia stosowanie określenia job churning (kołująca się, bulgocąca praca). Praca, jak starano się to wykazać, w coraz to większym stopniu traci swój dotychczasowy charakter. Staje się rodzajem tymczasowych, mniej lub bardziej dorywczych zajęć. I co ważniejsze, dotyczy to bardzo wielu kategorii zatrudnionych, bez względu na poziom kwalifikacji i typ zawodu. Wzrasta liczba osób zmuszonych zadowolić się pracą „przejściową”. Stosuje się do nich niekiedy termin „czasownicy”. Coraz więcej osób będzie zatem skazanych na pracę niestandardową, w formie niezależnego doradztwa, pracy na telefon (zastępstwa na czas zwolnień lekarskich, urlopów wypoczynkowych i macierzyńskich) oraz pracą w niepełnym wymiarze godzin. (Rifkin, 2003, Putnam, 2008, 146-155, Castells, 2007, 258-315).

Rewolucja restrukturyzacyjno-komputerowa wraz z nasilającymi się procesami globalizacji niesie ze sobą liczne konsekwencje.

- Po pierwsze, nietrwałość zatrudnienia (1/3 umów na czas określony kończy się zatrudnieniem na stałe). Jedynie 10% prac podejmowanych w trybie elastycznego zatrudnienia daje szansę na dobre wynagrodzenie i dostęp do świadczeń socjalnych. Podejmujący pracę w trybie elastycznego zatrudnienia trzy razy częściej tracą pracę aniżeli zatrudnieni na stałe; w UE w 2001 roku 18% pracowników było zatrudnionych w niepełnym wymiarze czasu

pracy. Jedyłą stałą w odniesieniu do pracy jest więc „niepewność dotycząca: aktualnej wartości rynkowej posiadanych kwalifikacji, ich przydatności, czasu posiadanej pracy, czasu istnienia obejmowanego stanowiska, czasu istnienia firmy, w której się pracuje, wysokości wynagrodzenia etc”. (Romaniszyn, 2007, 56-57, 59).

- Po drugie, zastępowanie pracy, w dotychczasowym rozumieniu, następującym po sobie ciągiem różnych, niekiedy odległych od siebie, zajęć zarobkowych, wykonywanych dorywczo. Niepewność, co do tego, na jaki typ wiedzy i umiejętności będzie zapotrzebowanie w danym czasie, stawia ludzi wobec konieczności utrzymywania ich na możliwie wysokim poziomie oraz zmusza do przyswojenia sobie możliwie szerokiego spektrum umiejętności.
- Po trzecie, utratę poczucia bezpieczeństwa egzystencjalnego, związanego z ryzykiem utraty pracy a tym samym i źródła dochodu. Obawa przed deklasacją, staje się powszechna, ponieważ wszystkie grupy zatrudnionych są zagrożone utratą pracy.
- Po czwarte, groźba społecznej marginalizacji, a często wykluczenia społecznego w wyniku braku pracy. Początkowo brak pracy prowadzi do przejściowej marginalizacji, czyli okresu, w którym jednostka ma nadzieję na znalezienie pracy w wyniku podjęcia dodatkowego wysiłku, polegającego na doksztalcaniu, zdobyciu dodatkowych kwalifikacji, przekwalifikowaniu się. W dalszej perspektywie ulega przekształceniu w trwałą marginalizację wtedy, kiedy człowiek nie znajduje pracy nawet wówczas, kiedy intensywnie jej poszukuje, albo też wkroczył w wiek, w którym niechętnie zatrudnia się pracowników. Społeczna marginalizacja, a tym bardziej społeczne wykluczenie oznacza, utratę poczucia własnej wartości, gwałtowne obniżenie samooceny. Społeczna marginalizacja oznacza także społeczną „izolację” w takim znaczeniu, że ludzie tracący pracę stopniowo „wypadają” z kręgu znajomych, którzy jeszcze są czynni zawodowo. Dzieje się tak z dwóch zasadniczych powodów. Po pierwsze, dlatego, że pracujący sami są skoncentrowani na utrzymaniu pracy, co wymaga poświęcania jej coraz więcej energii i czasu, a co w konsekwencji ogranicza możliwości kontaktów z innymi w czasie wolnym. Po drugie, dlatego, że ludzie zwykle podtrzymują kontakty towarzyskie z podobnymi sobie, pod względem statusu społecznego, poglądów politycznych, a przede wszystkim podobnych pod względem stylu życia. Utrata pracy zmusza niekiedy do bardzo drastycznej zmiany stylu życia. Natomiast o stylu życia, może być mowa tylko wtedy, kiedy jednostka może dokonywać swobodnych wyborów. Materialne środki, którymi dysponuje bezrobotny, a zwłaszcza utrzymujący się z zasiłków czy dobroczynności długotrwale bezrobotny, nie pozwalają na jakikolwiek wybór. Przeznaczane są one w całości na zaspokojenie podstawowych potrzeb, powodując stopniową izolację ludzi.

- Inne jeszcze konsekwencje marginalizacji i społecznego wykluczenia powodowane rewolucją restrukturyzacyjno-informatyczną to przede wszystkim narastająca frustracja, znajdująca wyraz w nasilaniu się aktywności różnych skrajnych ideologii i ruchów społecznych, ruchów populistycznych i antyglobalistycznych, domagających się istotnych zmian zasad funkcjonowania społeczeństwa. Coraz bardziej stanowczo formułowane są opinie, że jeżeli korzyści płynące ze zwiększania produktywności, dzięki postępowi technologicznemu, nie będą podlegały podziałowi a służyć będą wyłącznie powiększaniu firmy, maksymalizacji zysków udziałowców oraz kadry zarządzającej, istniejące obecnie nierówności społeczne ulegną dalszemu pogłębieniu, co może doprowadzić do kryzysu socjalnego i politycznego na niespotykaną dotąd skalę.

Przeгляд głównych zmian, jakim podlega rynek pracy i sama praca zmierzał do zarysowania kontekstu, w którym formują się wzory zachowań, orientacje życiowe, postawy oraz moralność ludzi zaangażowanych w proces pracy, która jest wysoce niestabilna, co lapidarnie ujmuje slogan „nic na długo” (No long term). Ów zasadniczy rys pracy we współczesnym kapitalizmie, zmusza do wypracowywania określonych strategii działania i dokonywania daleko idących przewartościowań. Nowy „duch kapitalizmu” przenikający do praktyki biznesowej sprawia, że poszukuje się pracowników o określonych cechach, to znaczy „nie obciążonych zobowiązaniami, niezależnych, elastycznych, całkowicie dyspozycyjnych i „znających się na wszystkim” (raczej typ „majstra do wszystkiego” niż pracownika wyspecjalizowanego i wyszkolonego w wąskim zakresie)”. (Bauman, 2007, 45, 50). Marginalizacją społeczną zagrożeni są ci, którzy nie mają realnych szans na sprostanie tym oczekiwaniom.

Należy pamiętać i o tym, że wystąpienie zmian na rynku pracy powodowane jest dodatkowo jeszcze jednym charakterystycznym procesem a mianowicie prywatyzacją. Sprawia to, że stanowiska dotąd bezpieczne pod względem stabilności zatrudnienia, przeniesione zostają do sektora prywatnego, gdzie na skutek nieustannego poszukiwania oszczędności, poprzez racjonalizację zatrudnienia i rozliczne reorganizacje, ulegają likwidacji. Ograniczanie wydatków budżetowych, powoduje nie tylko likwidację stanowisk zajmowanych przez ludzi o stosunkowo wysokich kwalifikacjach, lecz także ograniczanie wydatków na cele socjalne. Wymienione procesy nakładają się na procesy urynkowienia niemal wszystkich dziedzin sektora publicznego. Oznacza to „zmianę warunków pracy w wielu sektorach gospodarki i zawodach, które dotąd korzystały ze specjalnych przywilejów. Zmienia się również atmosfera pracy. Punkt ciężkości w metodach kierowania ludźmi przesuwa się z zaufania na nadzór.

Etyczne aspekty pracy we współczesnym społeczeństwie

Oczywiście, zmiany jakim podlega praca nie pozostają bez wpływu na etyczny jej wymiar. Kształtują ludzkie postawy, życiowe orientacje, przede wszystkim

jednak systemy wartości, wzory zachowań oraz moralność. Presja okoliczności zewnętrznych zmusza do wypracowywania określonych strategii działania i dokonywania daleko idących przewartościowań. Zasadniczy wpływ na etyczny wymiar pracy wywiera jej, komentowana wcześniej, niestabilność i dorywczy charakter. Ten dominujący rys pracy, we współczesnym społeczeństwie sprawia, że:

- po pierwsze, praca przestaje być miejscem budowania zaufania i lojalności. „Nic na długo” – pisze Sennet – ta zasada powoduje erozję zaufania i wzajemnych zobowiązań. (...). Nastawienie na krótkotrwałość w nowoczesnych organizacjach nie pozwala dojrzeć (...) nieformalnemu zaufaniu. (...). Tymczasem mocne więzi wymagają ciągłości, a w wymiarze osobistym – gotowości do angażowania się na rzecz innych”. (Sennett, 2006, 24-25). Tymczasowość oznacza powierzchowność, nakazuje, aby nie przywiązywać się do kogokolwiek i czegokolwiek.
- Po drugie, pogłębia zjawisko wzajemnej instrumentalizacji stosunków między pracownikami a szeroko rozumianymi pracodawcami. I tak np. pracodawcy traktują pracowników jako „zasoby ludzkie”, co oznacza ich uprzedmiotowienie. Instrumentalne podejście sprzyja temu, aby „zużyte” zasoby zastępować nie „zużytymi”.
- Po trzecie, postępuje proces dewaluacji elementów składowych istniejącego dotąd etosu pracy. Takich zwłaszcza jak uczciwość, odpowiedzialność, solidarność czy lojalność. Osłabieniu ulega także postawa traktowania pracy zawodowej jako powołania. W nowych warunkach wszystkie elementy tego etosu „stają się anachronizmem i balastem dla obu stron, pracodawcy i pracownika. Ten pierwszy potrzebuje elastycznej, wydajnej, możliwie najtańszej siły roboczej, gotowej do zmian, przekwalifikowań i wykorzystania w miarę potrzeb, bez zobowiązań i wedle zasady: maksimum wymagań, minimum oczekiwań i gwarancji (dla zatrudnionego). Idealnym i pożądanym jest pracownik z portfolio”. (Giddens, 2004, 396). Nie jest on nastawiony na karierę zawodową, którą utrudniają ciągle przekwalifikowania, przyzwyczajony do niepewności zatrudnienia, zwolnień grupowych i pracy na wspólnym etacie (wskutek zatrudnienia w niepełnym wymiarze godzin)”. (Romanişzyn, 2007, 61).
- Po czwarte, pojawia się szczególny rodzaj „niewolnictwa”, polegający na konieczności ciągłego wystawiania „na sprzedaż” posiadanych umiejętności. Zmusza to pracownika do nieustannego potwierdzania swojej przydatności dla pracodawcy. Nowy typ „niewolnictwa” znajduje także wyraz w istnieniu *sweatshopów*, w których „każda pracownica wykonuje stale jedną i tę samą czynność – nasycie szlufki, przyszyte rękawa – powtarzaną może ze dwa tysiące razy dziennie. Pracują na dwunasto-czternastogodzinnych zmianach przy rażącym oświetleniu, w przegrzanych halach, ze zbyt małą liczbą przerw na wyjście do toalety i z ograniczoną możliwością napicia się wody (żeby nie musiały często chodzić do toalety), która często jest obrzydliwa

i w żadnym wypadku niezdatna do spożycia przez człowieka. (...). *Sweatshopy* zostały wymiecione ze Stanów Zjednoczonych w 1938 roku (...), ale powróciły ze zdwojoną siłą. 65 procent wszystkich zakładów odzieżowych w Nowym Yorku to *sweatshopy*. Pięćdziesiąt tysięcy pracowników. Cztery tysiące pięćset z ogólnej liczby siedmiu tysięcy fabryk. Mówimy tu o pracownikach, którzy zarabiają dolara, albo dwa za godzinę (...) na południowym krańcu miasta (Los Angeles) znajduje się największa w Ameryce, a może i na świecie, koncentracja *sweatshopów* odzieżowych, zatrudniających około stu sześćdziesięciu tysięcy pracowników – w dużej części są to nielegalni, a więc bezsilni, imigranci”. (Bakan, 2006, 83-84, 92; szerzej na temat nieetycznych praktyk stosowanych przez międzynarodowe korporacje: Werner, Weiss, 2009). Z kolei „pracownicy drukarni Nord Race w prowincji kantońskiej, gdzie produkuje się m.in. książeczki Disneya dla dzieci, otrzymują 33 centy za godzinę, a muszą pracować od 13 do 15 godzin na dobę przez siedem dni w tygodniu w warunkach urągających godności ludzkiej”. (Cavanaugh, 2010, 74-75). Czajkowska-Majewska pisze o „niewolnictwie przemysłowym” praktykowanym przez korporacje, polegające na tworzeniu gułagów XXI wieku. (Czajkowska-Majewska, 2009, 169-171).

- Po piąte, zaostreniu ulega rywalizacja o dostęp do pracy; dotyczy to szczególnie stanowisk, które odznaczają się większą od innych stabilnością, przede wszystkim stanowisk stosunkowo wysoko usytuowanych w hierarchii. Stwarza to pokusę uciekania się do nieetycznych praktyk. Sytuacje tego rodzaju ukazuje komentowany wcześniej film Barry’ego Levinsona *W sieci*, z Michaeliem Douglasem w roli głównej.

Analiza etycznego wymiaru pracy w kapitalizmie korporacyjnym nie może się jednak ograniczać do kwestii deficytu miejsc pracy. Konieczne jest uwzględnienie także psychologicznych kosztów pracy, bezwzględnie podporządkowanej kryterium efektywności i organizowanej zgodnie z wymogami nowoczesnych technologii, głównie informatycznych. „Przejsie od harmonogramów do programowania produkcji zupełnie zmieniło relacje między robotnikiem a pracą”. Polega to m.in. na zmianie roli robotnika w procesie pracy, która sprowadzona została do całkowicie biernego wykonawstwa czynności uprzednio zaprojektowanych i zaprogramowanych. Wiedzie to do poczucia utraty kontroli nad wykonywaną przez robotnika pracą. Oczywiście to prawda, że re-engineering i nowe technologie informatyczne, pozwalają zrezygnować z pośrednich poziomów zarządzania i dają większe uprawnienia decyzyjne zespołom roboczym w miejscu, gdzie toczy się produkcja. Jednakże celem jest wzrost ostatecznej kontroli dyrekcji nad produkcją”. (Rifkin, 2001, 235).

Praktykowane współcześnie techniki zarządzania produkcją i metody organizacji pracy często polegają na zarządzaniu za pomocą stresu. O takie praktyki oskarżony jest, przez związki zawodowe, zarząd FranceTelecom, a ostatnio (maj 2010) Foxconn, największy na świecie producent elektroniki użytkowej, w której miała miejsce seria samobójstw pracowników. (Rzeczpospolita, 29-30.05.2010. B4).

Zaprogramowane i nieustannie zwiększające się tempo pracy, poprzez permanentnie wywieraną na robotników presję, staje się źródłem narastania, destrukcyjnie działającego na zdrowie, stresu. Nacisk na podnoszenie efektywności skłania zarządzających produkcją do stosowania coraz to nowych rozwiązań pozwalających na zwiększanie prędkości linii produkcyjnych, zwiększanie liczby zadań przydzielanych pracownikom na stanowisku pracy lub też redukcji liczby zatrudnionych. „Parker i Slaughter uważają, że koncepcja pracy zespołowej dla oszczędnej produkcji – coraz częściej praktykowana – jest daleka od wszelkich zasad światłego zarządzania i z punktu widzenia robotnika jest nową, wyrafinowaną formą wyzysku”. (Rifkin, 2001, 238). Zasady naukowego zarządzania stosowane od końca lat czterdziestych w Japonii, szczególnie w przemyśle samochodowym, wraz z towarzyszącymi im praktykami (koła jakości, wspólne wycieczki, podróże), upodabniają je do instytucji totalnych, których istotą jest to, że podporządkowują sobie całość życia jednostki.

W zglobalizowanym kapitalizmie zasada krótkotrwałości i krótkoterminowości nie dotyczy wyłącznie towarów-rzeczy. Odnosi się także do ludzi, ich zatrudnienia i umiejętności, które winny odznaczać się także dużą elastycznością. Dla udowodnienia swojej przydatności ludzie zmuszeni są do ciągłego wykazywania się pożądanymi kwalifikacjami, umiejętnościami i dostatecznie silną motywacją dla sprostania oczekiwaniom zarządzających. Owa konieczność bycia elastycznym może także oznaczać wymuszoną, w większym bądź mniejszym stopniu, zgodę na różnego rodzaju kompromisy, oznaczające gotowość do zawieszenia obowiązywania określonych norm, takich na przykład jak uczciwość.

Wspomniany wyżej wzrost władzy kapitału nad pracą, wynika z niemal powszechnie wprowadzanej reorganizacji i restrukturyzacji jako metody zarządzania. Stwarza to sytuację, w której groźba utraty pracy zmusza do, niekiedy poniżającego, konformizmu: „kiedy zwalniają czterdzieści tysięcy ludzi (rzecz dotyczy ATT), czy ktokolwiek ośmieli się skrytykować przełożonego?”. (Sennett, 2006, 174). Podporządkowanie i dyscyplina pracy wymuszane są mobilnością kapitału. (Cavanaugh, 2010, 45, 107-108).

Znaczącym źródłem wzrostu władzy kapitału nad pracą jest to, że w dobie globalizacji kapitał swobodnie „wędruje” w poszukiwaniu bardziej korzystnych dla siebie warunków, przybierając „koczowniczy” („nomadyczny”) charakter. (Bauman, 2006, 119). Dodajmy, że dominujący przez ostatnie dwie dekady ortodoksyjny liberalizm przyczynił się do znacznego osłabienia regulacyjnej funkcji państwa, wzmacniając przez to władzę kapitału nad pracą. Deficyt pracy staje się także źródłem rewitalizacji różnego rodzaju antagonizmów na tle rasowym, i resentymentów, które niszczą poczucie wspólnotowości i solidarności.

Etyczne konsekwencje zmian w organizacji i charakterze pracy widoczne są przede wszystkim w odniesieniu do:

- poczucia bezpieczeństwa egzystencjalnego,
- etosu pracy (zaufania, lojalności, stanu więzi społecznych).

Rozpatrując etyczny wymiar pracy, nie sposób pominąć wpływu szeregu zmian zachodzących w pracy, (polegających na: ograniczeniu wielkości produkcji i zatrudnienia (downsizing), urealnieniu skali (right sizing), przeprojektowywaniu procesów w firmie (reengineering) na zaufanie, budowanie więzi moralnej, poczucia odpowiedzialności i lojalności. „Niepewność związana z elastycznością, – pisze Sennett – brak głęboko zakorzonego zaufania i zaangażowania, powierzchowność teamworku, a przede wszystkim widmo porażki i lęk, że człowiek nie osiągnie nic wartościowego, że poprzez pracę nie zdoła „wziąć spraw w swoje ręce” – te właśnie okoliczności sprawiają”, że praca przestaje być miejscem budowania więzi, która wspiera się na poczuciu wzajemnej zależności, i co równie ważne poczuciu, że jest się potrzebnym. „Jeśli zaczynasz lubić firmę, dla której pracujesz, i wpisujesz ją we własne plany na przyszłość, to przy następnej rundzie outsourcingu” lub „usprawnieniach”, (rationalisation), lub nawet wcześniej, czeka cię zranienie. Ogólnie rzecz biorąc, takie brzemiennie w skutki transformacje – zbiorczo określane kryptonimem „elastyczność rynku pracy” – kładą się cieniem na przyszłe szanse solidarności i długotrwałego (...) zobowiązania i lojalności wobec „wspólnych spraw”. (Bauman, 2006, 122). Konstatacje cytowanego autora znajdują potwierdzenie w opinii członka zarządu IBM, który przyznaje „Lojalność w korporacji zdechła”. (Sennett, 2008, 174).

Prowadzone przez Petera Cappelli badania wykazały, że „stary system pracy z bezpiecznym, dożywotnim zatrudnieniem, przewidywalną ścieżką awansu i stałym wynagrodzeniem jest już martwy”. (Putnam, 2008, 150). Jakkolwiek uwaga ta dotyczy szczególnie białych kołnierzyków, można ją odnieść również do innych grup pracowników, w tym także niebieskich i różowych kołnierzyków.

Budowanie więzi, opartych na zaufaniu i lojalności, to kreowanie szczególnego rodzaju nieformalnego kapitału społecznego, którego znaczenia dla funkcjonowania społeczeństwa nie można przecenić. Niestabilność, przejściowy charakter pracy, jej niestandardowe formy stanowią istotną przeszkodę w budowaniu zaufania w relacjach interpersonalnych. Ograniczony dostęp do pracy wraz z odstępowaniem od zasady wynagradzania i premiowania uzależnionego od stażu pracy (zastąpienie go wynagradzaniem za wykonywane bieżące zadania) skutkuje zaostrzeniem się, wspomnianej już, rywalizacji między pracownikami. „Atmosfera pracy zespołowej przestaje być tak przyjazna, kiedy stawką współzawodnictwa (choćby słabo zauważalnego) z kolegami stają się środki do życia”. (Putnam, 2008, 153).

Współcześnie środowisko pracy charakteryzuje kruchość, nietrwałość i powierzchowność międzyludzkich relacji. Niestabilność zatrudnienia unieważnia myślenie długookresowe, a „tam, gdzie brakuje takiego myślenia i gdzie nikt nie może być pewien ponownego spotkania, trudno o poczucie wspólnoty interesów, odruch braterstwa (...). Niewielkie są szanse na to, by solidarność zdołała zapuścić korzenie”. (Bauman, 2004, 200). Przekonanie, o tymczasowości, przejściowości pracy sprzyja utrzymywaniu, a w niektórych przypadkach zwiększaniu, dystansu między ludźmi, aniżeli wzajemnemu zbliżaniu.

Sytuacja, w której praca staje się towarem rzadkim, a bezrobocie technologiczne i strukturalne przybiera coraz większe rozmiary, zwiększa się prawdopodobieństwo wystąpienia konfliktów społecznych na tle dostępu do pracy. Brak pracy grozi pograżeniem się całych grup społecznych w ubóstwie, które z kolei zwiększa ryzyko wystąpienia różnych zjawisk patologicznych. Najbardziej znaczącym, z etycznego punktu widzenia zjawiskiem stanowiącym konsekwencje braku pracy jest, to, że jak twierdzi Amartya Sen, „śmiertelność wśród bezrobotnych na całym świecie – od Nowego Yorku po Kalkutę – jest znacznie wyższa niż wśród zatrudnionych”. (Sen, 1994, 1).

Etyczny wymiar pracy nabiera właściwego znaczenia wtedy, kiedy się go odnieś do właściwości społeczeństwa konsumpcyjnego. „Wartość i splendor pracy ocenia się obecnie według standardów doświadczenia konsumenta”. (Bauman, 2002, 174). Elastyczny rynek pracy, z jego naczelną, szeroko stosowaną zasadą restrukturyzacji niesie ze sobą groźbę marginalizacji, wykluczenia społecznego na skutek utraty pracy. Dotkliwoci związane z utratą pracy są tym większe, im możliwości powrotu do pracy maleją, a pozostawanie bez pracy postrzegane jest jako bycie „zbędnym”, „bezużytecznym” i traktowane jest jako zagrożenie dla porządku społecznego. W społeczeństwie konsumpcyjnym bycie „zbędnym”, „bezużytecznym” ma podwójnie deprecjonujące, degradujące znaczenie, raz ze względu na nieadekwatność posiadanych kwalifikacji, wieku, profilu osobowościowego (z punktu widzenia rynku osobowości) wobec istniejącego zapotrzebowania. Po wtóre, ze względu na ograniczone możliwości konsumpcyjne. Znalezienie się w grupie społecznej, określanej mianem underclass, stanowi swoistego rodzaju naznaczenie, negatywną stygmatyzację, z tej racji, że sytuacja, w której się znajduje jednostka jest traktowana jako przez nią zawiniona.

Upraszczając, można powiedzieć, że w społeczeństwie konsumpcyjnym wartość człowieka i jego pozycja społeczna wyznaczana jest nie tyle przez pracę, co przez zakres konsumpcji. Jednakże o zakresie konsumpcji decydują uzyskiwane dochody, a te w większości przypadków pochodzą z pracy. „Zakład pracy, jak pisze Bauman, jest wciąż źródłem środków utrzymania, lecz nie źródłem sensu życia – i z pewnością nie stanowi miejsca rozwoju ludzkich więzów wystarczająco solidnych i na tyle godnych zaufania, by wspierać i podtrzymywać etyczne przekonania i standardy praktyk moralnych”. Autor ten stwierdza ponadto: W „elastycznych” fabrykach, biurach, zakładach i sklepach zalecenia „etyki pracy” brzmią pusto”. (Bauman, 2006, 123). Natomiast Alan Aldridge dodaje: „Świat pracy uległ poważnej transformacji, przez co wymiana lojalności za pewność pracy jest dziś prawdziwą rzadkością, nawet w Japonii. Praca jest dziś środowiskiem niskiego zaufania, w którym niebywale ważne jest pozostawienie sobie otwartych dróg ewakuacji. Jedną z konsekwencji takiej sytuacji jest trudność w znalezieniu przyjaciół w pracy, którym moglibyśmy zaufać. Musimy dbać o to, żeby nie odsonić się przed kolegami, ponieważ moglibyśmy zdradzić coś, co potem użyte by było przeciwko nam. (...). W nowoczesnym miejscu

pracy koleżanki i koledzy nie są niczym więcej, jak przelotnymi znajomymi. Żyjemy w epoce ciągłych podejrzeń”. (Aldridge, 2007, 132). Parafrazując myśl Georga Simmela, sformułowaną na początku XX wieku można powiedzieć, że aby przetrwać w ponowoczesnym środowisku pracy jednostka zmuszona jest „przyjąć nieufną, zblazowaną postawę”. „Zmakdonaldyzowana praca jest niewykwalifikowana, zorganizowana rygorystycznie, co do minuty, całkowicie zaaranżowana, dokładnie monitorowana i coraz bardziej automatyczna. Zawęża ona pole wykorzystywania wcześniej nabytych umiejętności, nie pozwala na zastanowienie i osobisty wkład. Odejście od wytycznych powoduje natychmiastowe zwolnienie pracownika”. (Aldridge, 2007, 138, 140). Natomiast Rifkin dodaje: „Niskie płace, gorączkowe tempo pracy, szybki przyrost rezerwowej armii siły roboczej, coraz większe długoterminowe bezrobocie technologiczne, rosnące nierówności między bogatymi i biednymi” sprawiają, że środowisko pracy charakteryzuje „coraz większy cynizm oraz podejrzliwość wobec władz korporacji, którzy mają w rękach prawie totalną kontrolę nad światowymi rynkami”. (Rifkin, 2006, 249).

Jak twierdzi cytowany wyżej Sen, etyka pracy – „czyli moralny aspekt posiadania pracy i demoralizujący efekt jej utraty – jest głęboko zakorzeniona w naszej spuściznie kulturalnej. Mówi o niej Biblia, mówi Adam Smith (...)”. (Sen, 1994, 1). Praca stanowiła aksjologiczną dominantę etosu protestanckiego, inne wartości były silnie z nią powiązane. Współcześnie, w świecie zachodnim etykę pracy zastąpiła „etyka sukcesu” i „twardy indywidualizm”. Jak piszą autorzy pracy zatytułowanej *Sacrum i profanum* „w społeczeństwach o gospodarce postindustrialnej etyka pracy jest dziś najsłabsza”. W bogatych społeczeństwach przywiązuje się „większą wagę do takich wartości jak: czas wolny, relaks, samorealizacja poza sferą zawodową”. (Norris, Inglehart, 2006, 233). Odnosząc to stwierdzenie do tezy Maxa Webera o centralnej pozycji pracy, jako wartości, w protestanckim etosie kapitalizmu uprawnione jest przekonanie, że zanik etyki pracy jest związany z postępującym „poziomem rozwoju społecznego, a także poziomem wykształcenia i dochodów poszczególnych obywateli”. (op. cit. 236). Należy jednak pamiętać i o tym, że współcześnie mamy do czynienia z dwoma przeciwstawnymi procesami. Z jednej strony trudniejszy dostęp do pracy podnosi jej wartość, z drugiej zaś zmiany charakteru pracy, nie sprzyjają pielęgnowaniu cnót typowych dla protestanckiego etosu pracy.

Przedstawione zmiany odnoszące się do pracy obserwowane są także w Polsce. Stanowią one następstwo dokonującej się transformacji. Zmiana ustroju gospodarczego i przeprowadzona prywatyzacja, wraz z konstytucyjnymi gwarancjami własności, umożliwiły pracę na „swoim” bądź u właściciela, który stawia określone wymagania, od tego bowiem uzależnione jest jego powodzenie materialne, przyszłość firmy, a także los samych pracowników. Konsekwencją poddania pracy zasadom rynkowym są wymuszone zmiany etosu pracy, które bez wątpienia coraz wyraźniej zarysowywać się będą także i w Polsce.

Część IV

Sfery działalności biznesowej istotne z etycznego punktu widzenia

Rozdział I

Rynek jako czynnik organizujący działalność biznesową

Obszary działalności biznesowej posiadające szczególne znaczenie z etycznego punktu widzenia wymagają prezentowania ich w możliwie szerokim kontekście ściśle ze sobą powiązanych procesów i zjawisk. Kontekst ten kształtuje bowiem „ducha czasów”, ogólną atmosferę, w której toczy się życie społeczne. Istotne znaczenie w tym względzie wypada przypisać „filozofii życia gospodarczego”, rozumianej jako zespół idei i wartości, którymi rządzi się gospodarka. Wyznacza ona społecznie akceptowane cele, wokół których koncentrują się działania gospodarcze członków danego społeczeństwa oraz metody, jakimi cele owe są osiąganе.

Kluczowym słowem, przywoływanym w dyskursie na temat funkcjonowania organizacji biznesowych w późnonowoczesnej gospodarce jest termin „winning” a więc zwyciężanie, odnoszenie sukcesu, okazywanie się lepszym od innych, bądź ich wyprzedzanie. Centralnym imperatywem filozofii zarządzania współczesnym biznesem stało się w związku z tym uzyskanie przewagi konkurencyjnej. (Welch, 2005, 197). Rzecz jednak w tym, że w warunkach zaostrej się konkurencji, uzyskanie przewagi nad rywalami, może się dokonywać różnymi metodami, także tymi, które podlegają ocenie przy zastosowaniu kryteriów etycznych. Miejscem, na którym spotykają się rywalizujące ze sobą podmioty gospodarcze jest, jak wiadomo, rynek. Stanowił on, i będzie stanowić w przyszłości, jądro organizacji życia gospodarczego. „Początek stulecia (XXI wieku – G.B.) – pisze

Attali – będzie oznaczał tryumf tego nieomylnego boga”. (Attali, 2002, 197). W przekonaniu wielu autorów nic nie wskazuje na to, by nadal nie tryumfował fundamentalizm rynkowy, oparty na założeniu, że w rynek wbudowane są mechanizmy samoregulacji, co sprawia, że „wspólnemu dobru najlepiej służy sytuacja, gdy człowiek ma wolną rękę w doglądaniu swoich interesów oraz, że próby ochrony interesów wspólnych poprzez podejmowanie decyzji kolektywnych psują mechanizm rynkowy”. (Soros, 1999, 17). W opinii znawców przedmiotu fundamentalizm rynkowy jest niebezpieczny, dlatego, że rynek nie liczy się z potrzebami społecznymi. Rynek generuje szereg zjawisk społecznych, takich m.in. jak rosnące bezrobocie, z którymi nie radzą sobie państwa narodowe, wycofujące się z przypisanych im i dotychczas pełnionych funkcji socjalnych. Mimo tego, fundamentalizm rynkowy ma wielu zwolenników. Podzielany jest m.in. przez laureata Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii, Milтона Friedmana, długoletniego prezesa Rady Rezerwy Federalnej USA, Alana Greenspana, jak i byłego prezesa i dyrektora generalnego General Electric Jacka Welcha. (Greenspan, 2008, Friedman 2008, Welch, 2005)).

Zwolennicy fundamentalizmu rynkowego opowiadają się za pełną, niczym nie skrepowaną konkurencyjnością. Każde ograniczenie, czy to ze strony państwa, czy też podmiotów międzynarodowych, traktowane jest jako osłabiające potencjał tkwiący w mechanizmach rynkowych, „psują rynek”. Liberalizm rynkowy, jak dowodzi tego Friedman, oparty jest na „wolności zawierania transakcji wymiany, główną funkcją gospodarki rynkowej jest zapobieganie naruszaniu wolności jednej osoby wskutek działań podejmowanych przez inną osobę”. (...). Cechą charakterystyczną rynku konkurencyjnego jest jego bezosobowość. Żaden z jego uczestników nie ma możliwości określania zasad, na których inni uczestnicy będą mieli dostęp do poszczególnych dóbr i usług. (...). Żaden z uczestników rynku nie ma istotnego wpływu na poziom cen, choć jest on kształtowany przez ogół działań indywidualnie przez nich podejmowanych”. (Friedman, 1997, 49, 229).

Istota konkurencyjnego rynku polegać ma więc na tym, że występują na nim podmioty rywalizujące ze sobą o znalezienie nabywców na wytwarzane przez każdego z nich produkty (dobra i usługi). Zdobycie przewagi nad konkurentem to tyle, co zdystansowanie go w utrzymaniu dotychczasowych oraz pozyskanie nowych nabywców na określonego rodzaju dobra, co z kolei przekłada się na sukces ekonomiczny, wyrażający się w wysokości obrotów, wysokości zysku i wartość giełdowej spółki. Sukces znajduje potwierdzenie w zajmowanej na rynku pozycji, w porównaniu do pozycji zajmowanych przez konkurentów. Konkurencja zyskuje obecnie na znaczeniu w sytuacji, w której zdolności wytwórcze gospodarki, (efektywność poszczególnych uczestników rynku, a w konsekwencji, całej gospodarki) są nieporównanie większe aniżeli miało to miejsce dotąd. Mówi się o zaostrzającej się konkurencji, co oznacza sięganie po coraz to bardziej skuteczne metody walki. Jednak bardziej skuteczne, może oznaczać

wysoce problematyczne z etycznego punktu widzenia metody osiągnięcia przewagi. Warto zauważyć, że koncepcja wolnego rynku odwołuje się do wolności negatywnej, czyli, wolności *od*, rozumianej jako brak różnego typu ograniczeń. Z zawężaniem wolnego rynku do wolności *od* polemizuje Cavanaugh, twierdząc, że przy takim ograniczeniu przewagę zarówno nad pracownikami jak i konsumentami zyskują ci, którzy występują na rynku jako producenci i pracodawcy. Istotniejsze dla autora jest jednak to, że wolny rynek „nie posiada *telos*, czyli nie istnieje wspólny cel, ku któremu kierują się pragnienia. (...). W ideologii wolnorynkowej nie ma miejsca na stwierdzenie, że pragnienia mogą być uporządkowane właściwie bądź niewłaściwie z obiektywnie pożądanego punktu widzenia. Już samo sformułowanie takiego stwierdzenia byłoby ingerencją”. (Cavanaugh, 2010, 22-23).

Funkcjonowanie wolnego rynku w połączeniu z wykorzystaniem zaawansowanych technologii oraz postępującymi procesami globalizacji umożliwiło uformowanie się szczególnej orientacji, którą charakteryzuje niepoohamowane dążenie do maksymalizowania korzyści. Siłą napędową współczesnego kapitalizmu korporacyjnego stał się „brak umiaru”, „zachłanność”, czy „patologiczna pogoń za władzą i zyskiem”, jak głosi tytuł pracy Bakana. Ideą przewodnią dla podejmowanych działań stało się wspomniane już słowo klucz: „winning”. Istniejący przymus maksymalizacji zysku, czyli „maksymalizacji korzyści dla udziałowców” – jak ujmuje to Friedman, wymaga spełnienia określonych warunków. Warunki zewnętrzne odnoszą się do jak największej swobody działalności biznesowej; a ogólnie rzecz ujmując do długofalowej strategii działania organizacji biznesowej. Można to przedstawić w formie tezy stwierdzającej, że po to, aby realizować strategię maksymalizowania korzyści w działalności biznesowej, konieczne jest uwolnienie jej, w jak najszerszym zakresie, z wszelkiego rodzaju ograniczeń.

Współczesna gospodarka, wykazując się niebywałą efektywnością w sensie zdolności wytwórczych różnego rodzaju dóbr, produktów, jednocześnie utraciła, jak twierdzi Marion Dönhoff, swój aksjologiczny fundament.

Stąd założenia, na których opiera się fundamentalizm rynkowy, poddawane są coraz częściej krytyce, nawet przez takich wytrawnych graczy rynkowych jak George Soros, który twierdzi, że rynki „w zbyt małym stopniu interesują się społeczeństwem. Rynki mogą spełniać potrzeby jednostek, pod tym względem są rzeczywiście bardzo skuteczne. Ale istnieją też potrzeby socjalne, z którymi rynki się nie liczą”. (Hermes, 2001, 9). Nawiązując do własnych doświadczeń, Soros pisze: „Jako anonimowy uczestnik rynków finansowych nigdy nie musiałem rozważać społecznych skutków moich działań. Miałem świadomość, że w pewnych okolicznościach konsekwencje te mogły być bolesne, ignorując jednak ten fakt, czułem się usprawiedliwiony, ponieważ moje postępowanie mieściło się w granicach zasad. Była to gra wielce konkurencyjna i gdybym narzucił sobie dodatkowe ograniczenia, skończyłbym jako bankrut. Co więcej, zrozumiałem, że moje moralne skrupuły ani na jotę nie zmieniłyby rzeczywistego świata,

zważywszy warunki skutecznej lub bliskiej doskonałości konkurencji, jakie obowiązują na rynkach finansowych; gdybym zachował wstrzemięźliwość, moje miejsce zająłby ktoś inny. (...). Faktem jest, że anonimowi uczestnicy rynków są przeważnie wolni od moralnych wyborów, dopóki prowadzą grę zgodnie z zasadami. W tym sensie rynki finansowe nie są niemoralne – one są amoralne”. (Soros, 1999, 246, 247). Przedstawione uwagi Sorosa odnoszą się wprawdzie do rynków finansowych, ale wydaje się, że można je odnieść do rynku jako kategorii ogólnej. Polemikę z friedmanowskim rozumieniem wolnego rynku podejmuje amerykański profesor teologii William T. Cavanaugh w pracy *Pozarci. Gospodarka a powołanie chrześcijańskie*.

Zasadniczy problem zdaje się więc zawierać w tym, że rynek stanowi płaszczyznę, na której ujawnia się trudna do przewyciężenia rozbieżność między wartościami, którymi się kierują w swoich działaniach indywidualni gracze rynkowi a wartościami istotnymi dla funkcjonowania społeczeństwa jako całości, takimi jak: bezpieczeństwo socjalne, bezpieczeństwo publiczne, ochrona zdrowia czy ochrona środowiska naturalnego. W tej sytuacji podstawowe znaczenie ma normatywne uregulowanie zasad, według których toczy się gra rynkowa. Trudno odmówić słuszności przekonaniu, że „Wartości rynkowe odzwierciedlają interesy indywidualnego uczestnika rynku, podczas gdy wartości społeczne muszą się wiązać z interesami społeczeństwa w formie postrzeganej przez jego członków”. (Soros, 1999, 248-249). Uzgodnienie zasad rynkowych, nawet w ograniczonym zakresie, z wartościami społecznymi wydaje się jednak niezbędne, z uwagi na to, że „na rynku transakcyjnym, w odróżnieniu od rynku zbudowanego na powiązaniach, moralność może się stać zawadą. W wysoce konkurencyjnym otoczeniu ludzie obciążeni troską o innych mogą działać mniej sprawnie niż ci, którzy są wolni od jakichkolwiek skrupułów moralnych”. (tamże, 250). W kontekście przytoczonych uwag celowe będzie przyjrzenie się dominującym we współczesnych społeczeństwach procesom, tworzącym wspomnianą atmosferę, która wywiera wpływ na reguły, przenikające rynki.

Z interesującego nas punktu widzenia można wskazać na procesy polegające na:

- Podejmowaniu coraz skuteczniejszych, prób zakwestionowania władzy konieczności społecznych. Znajduje to wyraz w dążeniu do unieważnienia tego, co dawniej traktowane było jako konieczność i stanowiło obowiązującą zasadę. Na przykład dotrzymywanie zobowiązań obecnie jest traktowane jedynie jako możliwość, co oznacza prawdopodobieństwo odstępiania od tej zasady.
- Dopuszczeniu możliwości podważania prawowitości wzorów, zasad i norm wywierających formatywny wpływ na działania jednostek, co w konsekwencji prowadzi do usankcjonowania dowolności.
- Uprawomocnieniu zasady: „dozwolone jest to, co się podoba”, nie zaś to, co podobać się powinno. Formuła ta stała się nadrzędną zasadą motywującą do działań, prowadząc do uprawomocnienia subiektywności w ocenie tego, co dozwolone i tego, co nie jest dozwolone.

- Akceptacji obowiązywania zasady „czego prawo nie zabrania jest dozwolone”. Co z kolei oznacza, że regulatorem działań stają się wyłącznie normy prawne, które z uwagi na brak precyzji mogą być poddawane swobodnej interpretacji.

W społeczeństwach współczesnych, o czym wspominaliśmy, mamy do czynienia z kultem maksymalizacji we wszystkich sferach życia. Tak więc „wszystko musi być większe: „wszystkiego musi być więcej: więcej wolności, większy wzrost gospodarczy, większy zysk, większy produkt narodowy brutto” więcej ma być również zabawy, przyjemności, wrażeń, adrenaliny, a „największy brak umiaru obserwuje się w gospodarce”. Społeczeństwa współczesne stały się społeczeństwami zachłanności. (Dönhoff, 2000, 35, 126). Imperatywem działania stała się maksymalizowana efektywność. W opinii Michela Alberta, autora pracy „Kapitalizm kontra kapitalizm”, nastąpiła „sakralizacja pieniądza”. „Pieniądz był królem, lecz jego władza, (...) była ograniczona. (...) Istnieje ryzyko, że król-pieniądz skończy z wszelką etyką. Słynna dewiza bankierów „Moje słowo jest obligacją” w odniesieniu do herosów finansów jest już pozbawiona znaczenia. Wszelkie środki są dobre, żeby zarobić”. (Albert, 1994, 95-96).

Podążając za tokiem rozumowania cytowanego autora można powiedzieć, że pieniądz, obok prawa, a niekiedy przed prawem, zyskał rangę zasadniczego regulatora działań, kosztem osłabienia znaczenia innych regulatorów, które w przeszłości wywierały formatywny wpływ na ludzkie wybory i decyzje. Powodzenie materialne, często niezależnie od metod, jakimi zostało osiągnięte, stało się zasadniczym kryterium oceny, zarówno jednostki jak i przedsięwzięcia biznesowego.

W zgodnej opinii wielu badaczy, wymienione procesy postępują od kilku dekad. Stały się widoczne w końcu lat sześćdziesiątych ubiegłego wieku. W latach osiemdziesiątych, zwłaszcza dziewięćdziesiątych, uległy znacznemu przyspieszeniu i pogłębieniu, nadając życiu społecznemu i kulturze a także gospodarce nowy jakościowo wymiar. Wywarły wpływ na sposób funkcjonowania i status jednostki w społeczeństwie. Wejście współczesnych społeczeństw w fazę określaną mianem ponowoczesności dokonało się za sprawą kumulowania się procesów i zjawisk, które dotąd występowały jedynie w ograniczonej skali. W przeszłości miały one marginalny charakter, a przez to nie wywierały istotnego wpływu na utrzymanie ładu społecznego, nie zagrażały porządkowi społecznemu. O ile w fazie nowoczesnej jednostka była w znacznej mierze podporządkowana społeczeństwu, o tyle w fazie ponowoczesnej jednostka w coraz większym stopniu uniezależnia się od społeczeństwa, umyka kontroli społecznej, dążąc do coraz większej autonomii. Można powiedzieć, że współcześnie następuje abdykacja władzy społeczeństwa nad jednostką. W zamożnych społeczeństwach narasta indywidualizm znajdujący wyraz w upowszechnieniu się postaw egoistycznych, manifestujących się w koncentracji na „ja” i w kształtowaniu własnego życia według osobistych upodobań i dążeń, nawet kosztem

innych. W przekonaniu niemieckiego socjologa, Ulricha Becka mamy do czynienia z „Tańcem wokół złotego ja”. Orientacja indywidualistyczna, oznaczająca kult własnego „ja” stała się dominującą tendencją współczesności, więcej, stała się w zbiorową obsesję, przenikającą wszystkie sfery życia społecznego.

Zmiany, jakim podlegają współczesne społeczeństwa, stanowią źródło zagrożeń dla etycznych podstaw ich funkcjonowania, w tym także, zwłaszcza w dłuższej perspektywie, biznesu. Szczególnie istotne i zarazem wyraźnie ze sobą powiązane wydają się być:

- narastający permissywizm współczesnych społeczeństw,
- oraz emancypacja, czy tzw. wyzwolenie jednostki.

Permissywizm na poziomie funkcjonowania systemu społecznego oznacza rozluźnienie, osłabienie rygorów egzekwowania posłuszeństwa wobec istniejących i traktowanych jako powszechnie obowiązujące norm, wzorów zachowań i innych regulacji. Dominujący system normatywny, wsparty najczęściej na określonej religii czy ideologii, traci na znaczeniu. Dopuszcza się, o czym mówiliśmy wcześniej, możliwość kontestowania, podważania prawomocności uznawanego dotąd systemu aksjo-normatywnego. Dominujący dotąd system normatywny wypierany jest przez pluralizm aksjologiczny. Akceptowane jest istnienie wielu, często konkurujących ze sobą i traktowanych jako równoprawne, systemów wartości i norm. Konsekwencją tego stanu jest możliwość swobodnego wyboru dowolnego systemu reguł, którymi pragnie kierować się jednostka w swoich działaniach. Stwarza to możliwość zmiany jednego systemu wartości na każdy inny, nawet taki, który w danym momencie wyda się bardziej dogodny, atrakcyjny czy zapewniający większe korzyści. Prowadzi to do usankcjonowania opcjonalności. Wybór, w miejsce powinności podniesiony zostaje do rangi nadrzędnej zasady, według której jednostki orientują swoje działania.

W tej sytuacji zasadniczego znaczenia nabiera kwestia egzekwowania respektu dla norm w takim zakresie, który zapewniłby integrację społeczeństwa i zapobiegł ryzyku pojawienia się na rynku zaburzeń, które mogłyby zakłócić jego funkcjonowanie. Problem polega więc na tym, że realizacja możliwości swobodnego wyboru przez jednostkę wymaga społecznego przyzwolenia, czyli znacznego osłabienia rygorów i osłabienia mechanizmów kontroli społecznej. Konsekwencją osłabienia kontroli społecznej jest brak presji skłaniającej jednostkę do respektowania systemu norm właściwych jakiejś zbiorowości. Przyzwolenie na odstępstwo od norm prowadzi przede wszystkim do tego, że granica między normą, a jej pogwałceniem ulega zatarciu. W związku z tym jednostka nie musi już obawiać się sankcji w postaci napiętnowania, czy utraty dobrego imienia. Ze świadomości zbiorowej stopniowo wypierane zostaje poczucie, że jakieś zachowanie jest moralnie naganne, a przez to niedopuszczalne.

Zatarcie granicy między tym, co dozwolone i tym, co zakazane i płynność tej granicy, sprawia, że moc obowiązywania czy też uchylania norm jest określana subiektywnie i sytuacyjnie, co prowadzi do pragmatyzacji porządku normatyw-

nego. W konsekwencji respekt wobec norm uzależniany jest od tego czy wiąże się lub nie wiąże z określonymi korzyściami. Znajduje to na przykład wyraz w popularyzowanej dewizie: „etyczny biznes się opłaca”.

Dokonujący się proces destrukcji normatywności w przekonaniu Andrzeja Kojdera „przejawia się w rozpadzie norm społecznych – zarówno kulturowych jak i ogólnych reguł postępowania o powszechnej mocy postępowania. Normy przestają pełnić podstawowe funkcje kontrolne, socjalizacyjne i integracyjne. Ulegają rozpadowi kryteria tego, co obowiązuje i co nie obowiązuje (...), ludzkim interakcjom i zachowaniom brakuje regulatorów i drogowskazów. Upowszechnia się poczucie, że wielu sytuacji nie regulują żadne normy, że nie obowiązują żadne reguły. Dokonując wyborów i podejmując decyzje ludzie nie czują się ograniczeni żadnymi restrykcjami ani groźbą kar ani wyrzutami sumienia. (...). W pogoni za dochodem, zyskiem czy uznaniem nie obawiają się (...) zniesławienia lub odrzucenia, bo kryteria odpowiedzialności są rozmyte a pojęcie uczciwości i nieuczciwości coraz bardziej mgliste.” (Kojder, 1999, 21).

Istotne uwagi, odnoszące się do kondycji współczesnych społeczeństw, formułuje także Zbigniew Brzeziński. Autor ten twierdzi, że „współczesne (...) społeczeństwa opanowuje w rosnącym stopniu (...) permissywizm określając treść i cel ludzkiej egzystencji.” Tworząc pojęcie „permissywnej kornukopii”, Brzeziński odnosi je do „społeczeństwa, w którym wszystko jest dozwolone i wszystko osiągalne. (...). Permissywna kornukopia – jak pisze – (...) skupia się na bezpośrednim zaspokojeniu indywidualnych zachcianek, prowadząc do jednostkowego i zbiorowego hedonizmu. Erozja norm moralnych w połączeniu z dowieściowaniem dóbr materialnych wywołuje permissywizm na poziomie działania i chciwość na poziomie motywacji. Za motto służyć może bojowy okrzyk amerykańskich yuppis „Chciwość jest w porządku.” (Brzeziński, 1993, 64). W przekonaniu tego autora permissywizm prowadzi do stanu, w którym „tracą znaczenie wszelkie kryteria ocen moralnych. (...). Osąd moralny staje się zbędny. Zanika potrzeba rozróżnienia „dobra” i „zła”. Miast tego ważniejsze staje się rozróżnienie tego, co „prawnie dozwolone”, i tego, co „prawnie zakazane”. Procedura prawna (...) zastępuje moralność i jej podstawowy wyznacznik – religię. W roli wyznacznika postępowania występuje system prawny. (...). Taki stan rzeczy można określić jako moralność „proceduralną”, opartą na heteronomicznych zasadach postępowania i interakcji społecznych”. (tamże, 65-66).

Dla dopełnienia charakterystyki statusu norm etycznych we współczesnych społeczeństwach dodajmy za Marion Dönhoff, że społeczeństwo permissywne „nie dopuszcza żadnego tabu, nie stawia żadnych moralnych barier, zapomniało o tradycji, obyczajach”, toleruje odstępstwo, bagatelizuje nieprawość, niegodziwość. „Zło tkwi jednak w przede wszystkim w powszechnym zdziczeniu i cynizmie”. (Dönhoff, 2000, 54). Powiedzmy za Postmanem, że ponowoczesność unieważnia, istniejący dotąd sztywny podział na sferę sacrum i profanum, prowadząc do trywializacji wielkich symboli. (Postman, 1995, 198).

Znamienna jest konstatacja, iż w końcu lat sześćdziesiątych studenci buntowali się przeciwko normom, regułom i zasadom, które miały status powszechnie obowiązujących. Natomiast „Dzisiaj trudno (...) znaleźć jakieś powszechnie obowiązujące zasady, wobec których można by się zbuntować”. (Bauman, 2006, 36). Prezentowany wyżej stan rzeczy ilustruje, przypisywana greckiemu armatorowi Onassisowi, zasada: „Regułą jest brak reguł”.

Tak więc postępująca emancypacja jednostki, polega na jej wyzwoleniu spod ograniczającego wpływu norm moralnych i obyczajowych, uwolnieniu się od różnego rodzaju powinności i zobowiązań nakładanych przez społecznie ustanawiane normy. Przede wszystkim oznacza jednak uwolnienie się od osądu moralnego w sytuacji naruszenia norm.

Podczas wspomnianej wyżej rewolty studenckiej, na murach Sorbony wypisano hasło: „Zakazuje się zakazywać”. Hasło to trafnie oddaje istotę wyzwolenia jednostki. Zakaz zakazywania równa się przyzwoleniu na czynienie tego, co we własnym, autonomicznym osądzie uznaje się za właściwe i słuszne. Oznacza to zniesienie ograniczeń i otwarcie drogi do swobodnych wyborów. Umożliwia także ciągłe ponawianie prób poszerzanie granic wolności.

Tak rozumiane wyzwolenie chętnie jest interpretowane jako antyteza zależności, definiowanej w kategoriach opresji, zniewolenia czy przymusu. W społeczeństwie współczesnym jak twierdzi Alan Bloom „istnieje nadwrażliwość, która każe każde ograniczenie postrzegać jako arbitralne i despotyczne”. (Bloom, 1997, 31). Odrzucona zostaje konieczność poddania się kształtującemu wpływowi normy. W tych warunkach wolność przybliżyła się (...) niebezpiecznie do granic dowolności. Jest chętnie rozumiana jako nieskrępowana możliwość manifestowania własnych, choćby najbardziej ekstrawaganckich upodobań”. (Filipowicz, 1998).

Nowoczesność kładła silny nacisk na internalizację społecznie akceptowanych norm i wzorów zachowań, czyli na proces socjalizacji, w trakcie którego jednostka zmuszona była do uwewnętrznienia określonych zasad, reguł postępowania. Socjalizacja polegała na nabywaniu umiejętności samoograniczania oraz godzenia się z koniecznością ograniczeń. W społeczeństwie ponowoczesnym mamy do czynienia z wyraźną przewagą uprawnień nad powinnościami. Wzrastającej presji na zwiększanie uprawnień i przysługujących jednostce praw, towarzyszy swoista amnezja w odniesieniu do powinności.

Poszerzanie granic wolności jednostki grozi destrukcją lub patologizacją więzi społecznej, jak określa to zjawisko Sztompka. Znajduje to wyraz w upowszechnieniu się:

- kultury cynizmu – stanowiącej antytezę zaufania, czyli upowszechnianiu się wzajemnej podejrzliwości, nieufności i skłonności do przypisywania innym najniższych motywów,
- kultury manipulacji – stanowiącej zaprzeczenie lojalności, czyli przyzwolenia społecznego na wykorzystywanie zaufania innych i dopuszczanie się oszustw,

– kultury obojętności – stanowiącej antytezę solidarności i społecznie tolerowaną skrajną interesowności. (Sztompka, 1999, 15).

Dążność do autonomii jednostki wyraża się w stopniowym eliminowaniu wpływu tradycji, opinii społecznej oraz znaczenia religii. Wyzwolenie jednostki spod wpływu religii wiąże się z procesem sekularyzacji współczesnych społeczeństw. Wiadomo, że każda religia oferuje niezmienny system wartości i norm uzupełniony złożonym zbiorem zakazów i nakazów. Wyznawca określonej religii jest zobligowany do bezwzględnego ich respektowania pod groźbą sankcji. Ponowoczesność odrzuca tradycję. To, co zostało „uświęcone” przez tradycję jest traktowane podejrzliwie, jako nieprzystające do aktualnej sytuacji, utrudniające w dodatku zmianę społeczną i rozwój.

Poszerzanie granic wolności ma jednak określoną cenę. Ceną tą jest ponoszenie odpowiedzialności za przywilej bycia wolnym. „Rutyna – jak pisze Sennett – może upokarzać, może także chronić”. (Sennett, w: Bauman, 2006, 34).

Przekleństwo wolności polega także, a może przede wszystkim, na tym, że wiąże się z podwyższonym progiem niepewności. Respektowanie reguł daje poczucie pewności, co do słuszności dokonywanych wyborów. Przekonanie, że zasady i normy są respektowane daje z kolei podstawę do przewidywania zachowań. W sytuacji, w której wszystko jest możliwe, ale nic nie jest pewne, wzrasta poczucie niepewności i zagrożenia, zwiększając ryzyko wystąpienia niespodziewanych zdarzeń. W sytuacji, w której dominuje płynność, niepewność jednostki zostaje pozbawiona podstaw, na których mogłaby oprzeć przewidywanie działań innych i konstruowania własnych planów dotyczących wzajemnych relacji. Można powiedzieć, że ponowoczesność sprzyja kreowaniu modelu człowieka, dążącego do tego, aby własne „ja” uczynić ostatnią instancją, rozstrzygającą o tym, co dobre a co złe.

Tak więc, permissywnizm, stanowiąc wyróżniającą cechę ponowoczesności, wraz z wyzwoleniem jednostki oznacza swoistego rodzaju abdykację władzy społeczeństwa (zbiorowości) nad jednostką. Władza społeczeństwa nad jednostką przejawia się w tym, że jest ono zdolne, pod groźbą sankcji, narzucić jednostce określone normy i skutecznie egzekwować ich respektowanie, a także skłonić jednostkę do samoograniczania się. Służy temu system kontroli społecznej i proces socjalizacji. Wyraźne określenie tego, co uznawane jest za normę, a co jest odstępstwem od niej, pozwala odróżnić zachowania „właściwe” od dewiantycznych. Stanowi to gwarancję utrzymania ładu społecznego, względną jego stabilność i co równie ważne, zapewnia przewidywalność działań poszczególnych jednostek. Z takiego stanu rzeczy jednostka czerpie określone korzyści, przede wszystkim poczucie bezpieczeństwa.

Nieokielznane dążenie do poszerzania granic wolności jednostki budzi niepokój zarówno moralistów jak i badaczy. Liberał, wybitny socjolog niemiecki, Ralf Dönhoff „ostrzega przed wizją świata, w którym wolność stałaby się egzystencjalnym koszmarem – wszystko jest dozwolone i nikomu na niczym nie zależy”.

(Dönhoff, 2000, 125). Dzieje się tak, gdyż ponowoczesność skłania do kierowania się taką oto dewizą życiową: nie wyrzekać się niczego, przede wszystkim przyjemności, miłych doznań i wrażeń; do niczego się nie przywiązywać: do poglądów, partnerów, miejsc i rzeczy. Listę tę można wydłużać. Niepohamowane dążenie do zwiększania autonomii jednostki i poszerzanie jej wolności, grozi anarchią, która łatwo może zmienić się w jej antytezę, czyli totalitaryzm.

W sytuacji, w której hamulce, w postaci norm moralnych i obyczajowych, wyznaczające granice ludzkim działaniom okazują się nieskuteczne, konieczne staje się wzmocnienie regulacji prawnych. W sfery, które dotąd były regulowane przez obyczaj, etos, poczucie przyzwoitości, wkracza prawo, wymuszając konieczność ograniczeń i zachowania umiaru. Odwołując się do, przywołanego wcześniej, określenia Zbigniewa Brzezińskiego powstaje sytuacja, w której mamy do czynienia z „moralnością proceduralną”. (Brzeziński, 1993, 65). Otwarte natomiast pozostaje pytanie o to, na ile satysfakcjonujące może być życie w społeczeństwie, w którym jedyną i powszechnie obowiązującą zasadą jest dewiza: „Co nie jest prawem zakazane jest dozwolone”. Brytyjski filozof, Roger Scruton jest bardziej radykalny w ocenie rzeczywistości: „Żyjemy w warunkach „totalitarnego liberalizmu”, w którym prawo zabrania nam zabraniać”. (Scruton, 1996, 4).

Łatwo zauważyć, że ponowoczesna rzeczywistość nacechowana jest antynomicznością. Na poziomie systemowym, czyli na poziomie makroekonomicznym, postępujące procesy globalizacji wymuszają redukcję uregulowań prawnych, ograniczających swobodę gospodarowania (swobodnego przepływu kapitału, produktów, usług, siły roboczej). Działania takie są traktowane jako niezbędny warunek podnoszenia efektywności. Jednocześnie zachodzi konieczność zwiększania regulacji prawnych w tych obszarach, które dotąd regulowane były przez normy moralne (poczucie przyzwoitości, odpowiedzialności za słowo, uczciwości i rzetelności). Na poziomie organizacji biznesowych podejmowane są próby kodyfikacji minimalnych standardów etycznych (w postaci kodeksów), które w zamierzeniu służyć mają zapobieganiu rażącym przypadkom naruszania norm etycznych.

„Jest wiele prawdy – pisze Bauman – w stwierdzeniu, że im bardziej pewnych rzeczy potrzebujemy, tym mniej są nam one dostępne. Z pewnością dotyczy to zasad etycznych, takich, o których by można powiedzieć nie tylko to, że są powszechnie uznawane, ale i powszechnie przestrzegane. Zasad, które tak mogłyby uregulować nasze wzajemne stosunki – nasze z innymi i innych z nami – abyśmy mogli bezpiecznie czuć się w cudzej obecności, wspierać wzajemnie, spokojnie współpracować, z obcowania ze sobą czerpać przyjemność, nieskazitawą lekkością i podejrzliwością”. (Bauman, 1994, 274).

Naszkiecowany obraz rzeczywistości, w której działa współcześnie biznes stanowi właściwy kontekst, w którym sytuują się problemy związane z funkcjonowaniem rynku. Problemy te koncentrują się wokół żądań zwiększania swobody

jego działania, ograniczenia uregulowań prawnych, oddalenie wszelkiego rodzaju powinności na rzecz społeczeństwa. Rynek, podobnie jak jednostki, skupia się na swoich uprawnieniach, nie poczuwając się do zobowiązań, staje się coraz bardziej egoistyczny, aby sprostać wyzwaniu jego graczy: „Bądź numerem 1 lub numerem 2”.

Konkurencja

Konkurencja, jak wiadomo, stanowi immanentną właściwość gospodarki kapitalistycznej. Rynek jest obszarem, na którym dochodzi do ścierania się interesów, działających na nim podmiotów gospodarczych. Rynek nie jest jednak płaszczyzną, na której dochodzi do całkowicie żywiołowej rywalizacji. Sposoby rywalizacji o realizację partykularnych interesów poddane są normatywnej regulacji. Zostają poddane określonym regulacjom, przede wszystkim prawnym.

Konkurencja stanowi przedmiot zainteresowań etyki biznesu w znaczeniu normatywnym, z uwagi na to, że przedmiotem jej zainteresowania są standardy, które wyznaczać mają etycznie słuszne działania. Ta funkcja etyki biznesu jest ważna z tego względu, że jak wskazuje praktyka, konkurencja jest jednym z tych obszarów działalności biznesowej, który jest w wysokim stopniu narażony na nieetyczne praktyki.

Termin „konkurencja” znajduje zastosowanie w analizie działań podmiotów uczestniczących w rynku, zmierzających do uzyskania jak największych korzyści, w sytuacji, w której suma korzyści możliwych do osiągnięcia jest ograniczona. Oznacza to, że korzyści te muszą być dzielone pomiędzy podmioty, rywalizujące o dostęp do nich, a właściwie o końcowy ich podział.

Konkurencja może odwoływać się do dwóch podstawowych zasad:

- Może to być gra o sumie zerowej, co oznacza, że walka o wygraną prowadzona jest za pomocą wszelkich dostępnych środków, pod warunkiem, że w sposób rażący nie naruszają, zasad prawnych. W takim ujęciu priorytetowym celem jest zdobycie przewagi nad innymi graczami występującymi na rynku, a jedynym ograniczeniem są normy prawa. Zasadniczą rolę odgrywa inwencja oraz odwaga w wyszukiwaniu możliwości maksymalizowania własnych korzyści, kosztem strat innych. Rozstrzygającym i jedynym kryterium oceny działań jest skuteczność. Ten sposób konkurowania wyraźnie nawiązuje do szeroko uprawianego w polityce makiawelizmu, nakazującego skrajnie pragmatyczne podejście do działania. Skuteczność, nie licząca się z jakimikolwiek względami, zwłaszcza natury moralnej, podniesiona zostaje do rangi imperatywu.
- Walka konkurencyjna może się także odwoływać do mechanizmu „niewidzialnej ręki”, który jak wiadomo, „odkrył” Adam Smith. U podstaw działania tego mechanizmu leży założenie, zgodnie z którym każda forma działalności gospodarczej oparta jest na przekonaniu, iż będzie ona kontynuowana

w długim horyzoncie czasowym. Utrzymanie się na rynku wymaga jednak przestrzegania minimum powszechnie akceptowanych zasad i standardów. Gotowość do respektowania określonych reguł podtrzymywana jest przez wiarę w to, że wprawdzie możliwe jest pojawienie się na rynku takich działań, które są moralnie naganne, ale ich praktykowanie nie rokuje sukcesu w dłuższym horyzoncie czasowym. Dzieje się tak dlatego, gdyż światem ludzkim rządzą reguły, zgodnie z którymi właśnie postępowanie moralnie słuszne w dłuższej perspektywie czasowej musi zostać nagrodzone. Przekonanie to oparte jest na wierze w istnienie „wyższej” sprawiedliwości, która skrupulatnie waży dobro i zło, nagradzając dobro, a karząc zło. Owa wiara w sprawiedliwość wyższego rzędu stanowi silną motywację do unikania działań moralnie wątpliwych. Przetrvanie na rynku i rozwój firmy w długim okresie czasu, stanowi potwierdzenie słuszności moralnego postępowania. Czas poddaje surowej weryfikacji moralność podmiotów działających na rynku. „Ci zatem, którzy najdłużej utrzymują się na rynku i najlepiej prosperują, muszą zawdzięczać swoją pozycję nie przebiegłości i oszustwu, lecz właściwemu postępowaniu. Ono właśnie stanowi o „moralności rynku”. „Tym samym działanie rynkowe staje się odmianą postępowania moralnego, a moralność i sukces idą ze sobą w parze”. (Hansen, 1993, 93).

Istotną cechą konkurencji jest to, że jest ona „mechanizmem, dzięki któremu przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą we własnym interesie i motywowani chęcią zysku, działają na rzecz ogólnego dobra. Konkurencja reguluje indywidualną aktywność ekonomiczną ograniczając wzrost cen i eksploatację pracowników oraz racjonalizuje produkcję dóbr i świadczonych usług. (...). Wina i uczciwa konkurencja są uznawane za podstawowe wartości w gospodarce rynkowej”. (tamże, 111).

Zakładając możliwość pojawienia się działań skrajnie naruszających interesy innych, ustawodawcy tworzą różnego rodzaju instrumenty służące zapobieganiu nieuczciwej konkurencji. Służy temu m.in. ustawodawstwo przeciwdziałające praktykom monopolistycznym oraz powołanie stosownych instytucji, których zadaniem jest monitorowanie rynku.

Przyjęcie przedstawionej wyżej interpretacji mechanizmu „niewidzialnej ręki” może stanowić podstawę sformułowania ogólnych zasad właściwej z etycznego punktu widzenia konkurencji.

Zdaniem Grzegorza Hansena, podejmując kwestie związane z konkurencją warto rozważyć propozycję zasad pozytywnej konkurencji, przedstawioną przez Lynn Sharp Paine z Harvardzkiej Szkoły Biznesu, odwołującą się do pięciu zasad.

- Zasady niezależnej inicjatywy – zakładającej, że „konkurujące ze sobą podmioty będą występowały jako niezależne jednostki, wyłącznie we własnym imieniu i na swoją tylko odpowiedzialność”. Zasada to wyraźnie zakazuje

podszycia się pod inne podmioty występujące na rynku, przywłaszczania sobie cudzych znaków firmowych. Wprowadza zakaz nielegalnego zdobywania i wykorzystywania poufnych informacji.

- Zasady działań konstruktywnych – nakazującej aby podmioty działające na rynku koncentrowały się na „osiąganiu własnych celów poprzez podejmowanie wyłącznie działań twórczych, a nie takich, które będą działały destrukcyjnie na inne podmioty”.
- Zasady poszanowania reguł, która zakłada, że podmioty będą respektowały ogólnie przyjęte reguły, przepisy i zwyczaje.
- Zasady formalnej równości, która ma na celu zapobieganie wykorzystywaniu przez podmioty posiadanych przywilejów czy przewag, podważając tym samym formalną równość szans stron; mowa tu m.in. o wykorzystywaniu przewagi finansowej (ceny dumpingowe). Równość podmiotów oznacza, także, że żaden z podmiotów nie może czuć się uprzywilejowanym, nie może żądać dla siebie specjalnych praw. Zatem, równość rozumiana jest jako równość szans, w tym znaczeniu, że wszyscy są uprawnieni do przystąpienia do gry rynkowej oraz wszyscy grają według tych samych reguł.
- Zasady poszanowania podmiotów zewnętrznych, która ma przeciwdziałać korumpowaniu podmiotów zewnętrznych, przez stosowanie nielegalnego lobbingu, korupcji i nierzetelnej, kłamliwej reklamy. (Hansen, 1993, 94). Dodajmy, że liczne kodeksy etyczne zawierają bezpośrednie odniesienia do tej kwestii.

Warto zwrócić uwagę na to, że zasady, według których toczy się gra konkurencyjna są warunkowane nie tylko czynnikami ekonomicznymi, lecz także kulturowymi. Stąd np. odmienne od anglosaskiego podejście do konkurencji prezentują Japończycy, którzy są zwolennikami „konkurencji sterowanej”. Jak twierdzi Michael Porter na japońskim rynku konkurencja jest bardzo silna, co np. znajduje potwierdzenie w istnieniu 112 przedsiębiorstw produkujących obrabiarki, 25 producentów sprzętu odtwarzającego dźwięk, 34 firm wytwarzających półprzewodniki i 15 aparaty fotograficzne. Produkty te odznaczają się wysoką jakością. Istotą japońskiej konkurencji jest to, że w przekonaniu Japończyków konkurencja nie wyklucza współpracy, nie stanowi jej przeciwieństwa. Rywalizacja i współpraca dają łącznie pozytywne efekty. Takie podejście do konkurencji, jak i innych kwestii gospodarczych, ma swoje głębokie uzasadnienie w wartościach i obyczajach kultury tego kraju. „Harmonia „wa” konkurencji i współpracy nie ma nic wspólnego z dwulicowością. Jest to zjawisko obdarzone własnym pięknem i estetyką. W tej kulturze nikogo nie oszukuje się celowo i świadomie. Twierdzenie, że podstawą sukcesu gospodarczego Japonii są sztylety skrywane pod płaszczykiem dobra, brzmi absurdalnie. Koszty oszustwa i dezinformacji są po prostu zbyt wysokie. Japończycy mogą się nam wydać dwulicowi, ale przyczyną takiej wizji ich postępowania jest tylko nasza niezdolność do jego zrozumienia”. (Trompenaars, Hampden-Turner, 2002, 120-121).

Warto określić także charakter nieuczciwej konkurencji, która może przybierać różne formy, m.in. takie jak:

- „zaniżanie cen; w badaniach przeprowadzonych przez Instytut Nauk Ekonomicznych PAN w 1998 roku ponad 60% badanych, (spośród 200) wskazywało na występowanie tego rodzaju nieuczciwej konkurencji,
- kopiowanie produktów; jest to ten rodzaj piractwa gospodarczego, który polega na podrabianiu towarów np. spożywczych i leków; posługiwanie się znakami towarowymi nieznacznie różniącymi się pod względem graficznym od znaków renomowanych firm,
- przywłaszczanie pomysłów reklamowych,
- podkupywanie pracowników,
- oznaczanie wyrobów w sposób wprowadzający nabywców w błąd oraz posługiwanie się nieprawdziwymi atestami i wynikami badań. (Dylas, 2002, 280-281).

Poświęcając uwagę etycznemu wymiarowi konkurencji, warto podkreślić, że współcześnie przenosi się ona z „tradycyjnych” pól na nowe obszary, takie jak: zwiększanie bezpieczeństwa towarów i usług, oferowanie produktów odpowiadających wysokim standardom ekologicznym, czy odchodzenie od technologii wymagających przeprowadzania testów na zwierzętach. Działania te pozostają w zgodzie z dokonującymi się zmianami w systemie społecznie podzielanych wartości i ich hierarchii. Sprawia to, że „całe sektory gospodarki przyjmują dobrowolnie normy, których celem jest ochrona środowiska. (...). Na przykład w krajach niemieckojęzycznych stosowane są szeroko normy związane ze znakiem „Grüner Punkt”. (Pratley, 1998, 122). W celu zwiększenia własnej konkurencyjności firmy zgłaszają gotowość udziału w programach społecznej odpowiedzialności biznesu.

Na podkreślenie zasługuje przede wszystkim to, że współcześnie, a więc w warunkach zaostrzającej się walki konkurencyjnej priorytetowym zadaniem staje się redukcja kosztów wytwarzania produktów. Podnoszenie konkurencyjności w wyniku obniżania kosztów często pociąga za sobą redukcję zatrudnienia, co przy obecnym rynku pracy prowadzi do powstania nowego zjawiska, o którym była już mowa, a mianowicie bezrobocia strukturalnego, a w jego wyniku do marginalizacji i wykluczenia społecznego liczących się grup społecznych. Praktykowane „cięcie kosztów” przez ograniczanie zatrudnienia, stanowiło jeden z istotnych elementów podniesienia konkurencyjności GE (General Electric) w czasie trwania prezesury Jacka Welcha. W kierowanej przez niego korporacji na początku lat osiemdziesiątych zlikwidowano jedną czwartą miejsc pracy. (*Zarządzanie na Świecie*, nr 7/2002, 10). Z tego tytułu Welch zyskał przydomek „neutronowego Jacka”, kierującego się zasadą „zwycięzcami będą ci, uważający się za numer jeden lub numer dwa – (...) mający najniższe koszty (...)”. (Slater, 2003, 78).

Istotnym, z etycznego punktu widzenia, zagadnieniem, odnoszącym się do konkurencji, jest kwestia kampanii promocyjnych firm. Praktyka dowodzi, że nie-

rzadko są one prowadzone z naruszeniem zasad etycznych. Jako przykład mogą służyć, wywołujące szczególnie wiele kontrowersji, kampanie reklamowe Benettona. W przekonaniu Pratleya kampania promocyjna, jaką prowadzi Benetton stanowi ilustrację nieetycznej działalności. „Nie wydaje się nam – pisze autor – aby Benetton postępował jak przystoi moralnie odpowiedzialnemu podmiotowi. Kampanię promocyjną firmy oparto na pogardzie i braku szacunku dla istniejących przekonań, łącząc prywatny znak handlowy Benettona z symbolami tragedii moralnych. Nie kształci to ludzi, ani nie zapowiada gotowości do udzielenia im pożądanej pomocy, głównie wykorzystując tanią sensację. Kampania promocyjna oparta na kontraście pomiędzy kolorem białym i czarnym jest deklaracją poparcia dla głupich, moralizatorskich ideałów sentymentalnej pobłażliwości i opowiadania się przeciwko dyskryminacji. (...). Jeśli Benetton chciałby promować sprawy bliskie wszystkim członkom społeczeństwa w sposób etyczny, firma powinna usunąć z plakatów swój znak towarowy i zamiast tego zająć się sponsorowaniem prawdziwej działalności charytatywnej. Benetton natomiast woli promować swój znak towarowy, wykorzystując do tego celu zdjęcie umierającego człowieka, chorego na AIDS. (...) W naszej opinii dyrektor ds. reklamy Benettona, pan Toscani, prostytuuje szanowane publiczne wartości w interesie promocji prywatnej marki”. (Pratley, 1998, 132).

Konkurencja, stanowiąc wytwór społeczeństwa wolnorynkowego, postrzegana jest zarówno jako zaleta, ale traktowana jest też jako obszar poważnych uchybień. Ma ona zapewniać niezbędne minimum uczciwości i stanowić ochronę przeciwko monopolistycznym porozumieniom nie tylko w sferze gospodarczej. (Novak, 1991, 10).

W rywalizację, o czym warto przypomnieć, wpisana jest asymetria, odnosząca się do sprawstwa, mocy i korzyści. Powiada się „Duży może więcej”. Finalnym celem walki konkurencyjnej jest zdobycie nad kimś przewagi, bądź utrzymanie się na dotychczasowej pozycji. Najbardziej pożądane jest stanie się „numerem jeden bądź dwa”. Z walki konkurencyjnej ktoś wychodzi zwycięsko, a ktoś inny zostaje pokonany. Wygrana w konkurencji nie jest jednak dana raz na zawsze, z tej racji, że gra rynkowa toczy się nieprzerwanie. Wygrani w jednym momencie czasowym mogą okazać się przegranymi w innym.

Konkurencja, zyskuje wiele nowych aspektów wraz z powstaniem społeczeństwa informacyjnego. Jednym z nich jest to, że współcześnie mamy do czynienia z ogromnym wzrostem produkcji informacji, a nawet z jej nadmiarem, czego dowodzi fakt, że w ciągu ostatnich 30 lat wyprodukowano więcej informacji niż w okresie minionych 5 tysięcy lat ludzkiej cywilizacji. Jeden numer „New York Timesa” zawiera więcej informacji niż przyswajała sobie w XVIII wieku w ciągu całej swojej biografii osoba obyta w świecie. (Bauman, 2007, 192-194). W tej sytuacji zaostrenie się walki konkurencyjnej polega na umiejętnym wykorzystaniu takich produktów medialnych, które są społecznie „nośne”, a przez to dobrze się sprzedają do promowania określonych treści. Nie może zatem dzi-

wić fakt, że w zglobalizowanym świecie medialnym, każdego dnia świadomość odbiorców, widzów i czytelników, bombardowana jest obrazami i przekazami tekstowymi o wydarzeniach tragicznych czy dramatycznych. Obejrzeć można umierające z głodu dzieci w Afryce, licznych zabitych, rannych czy egzekucje na ludności cywilnej. Czyni się to po to, aby dany tekst lub obraz, ze strumienia informacji, przebił się do świadomości widzów czy czytelników, i na krótko przykuł ich uwagę, musi być szokujący. Co więcej musi być jeszcze bardziej szokujący od tego, co widzowie i czytelnicy już widzieli i czytali. Z tej racji bywa jeszcze bardziej drastyczny i wprost odwołujący się do mało chlubnych pokładów ludzkiej mentalności, potwierdzając tym samym trafność tytułu książki filozofa, Barbary Skargi „Człowiek to nie jest piękne zwierzę”. Przykładów dokumentujących przedstawioną konstatację dostarczają projekcje filmowe, programy telewizyjne, publikowane zdjęcia w tzw. tabloidach. Tak np. na jednej ze stron tytułowych tygodnika Wprost czytelnicy mogli oglądać głowę Lwa Rywina w muszli sedesowej. Natomiast „Fakt” opublikował zdjęcie znanego reportera wojennego Waldemara Milewicza, umierającego w wyniku zamachu w Bagdadzie.

Wymienione praktyki stanowią świadectwo niepokojącego etyków zjawiska „banalizacji zła” polegającego na tym, że nieustanny kontakt z różnego rodzaju zjawiskami tragicznymi, patologicznymi i moralnie odrażającymi prowadzi do osłabienia wrażliwości ludzi na różnego rodzaju zło, oswaja z okrucieństwem, a tym samym powoduje osłabienie odruchu sprzeciwu wobec dziejącego się zła. Ciągłe obcowanie z różnymi przejawami zła skutkuje tym, że jest ono bagatelizowane, i z czasem, przy jego określonym natężeniu, normalnie, przez to może zostać uznane za dopuszczalne.

Walka konkurencyjna może przybierać, bardziej akceptowalne, medialne formy. Może np. wspierać się w budowaniu obrazu firmy poprzez deklaracje kierowania się najwyższymi standardami etycznymi, co znajduje odzwierciedlenie w zapisach przyjmowanych kodeksach etycznych. Można jednak postawić pytanie o to, czy za takimi praktykami nie kryje się „oświecony interes własny”, oparty na kalkulacji, na ile takie działanie przysporzy firmie korzyści. Można mieć wątpliwości, co do tego, czy są to przejawy „nagłego olśnienia moralnego” a nie „dobry interes” „oparty na praktycznych realiach handlowych” i „trzeźwej logice działalności gospodarczej”. (Bakan, 2006, 58).

W sumie jednak walkę konkurencyjną wyznacza imperatyw: „Winning”, jak głosi tytuł książki cytowanego w tym rozdziale Jacka Welcha.

Rozdział II

Konsumpcja – konsumeryzm – społeczeństwo konsumpcji – kultura konsumeryzmu

Wysoce efektywna gospodarka wolnorynkowa wspierana przez rewolucję technologiczną, a w ostatnich latach także informatyczną, stworzyła warunki dla powstania społeczeństwa, które charakteryzują trzy właściwości:

- obfitość i różnorodność towarów i usług,
- ich względna dostępność; co nie oznacza jednak, że dla wszystkich jego członków są one dostępne w tym samym stopniu,
- marnotrawstwo.

Znajduje to wyraz w rozmiarach konsumpcji, polegającej na nieustająco odnawianych aktach nabywania oferowanych dóbr i usług. Współcześnie, jak wiadomo, powodzenie gospodarki determinowane jest nie ilością występujących na rynku produktów, lecz skalą ich spożycia. Produkcja i sprzedaż, jak nigdy dotąd, są ze sobą silnie związane. „Tym, co dzisiaj wszędzie rzuca się w oczy – pisze francuski filozof, Jean Baudrillard – jest niezwykle zjawisko konsumpcji, obfitości i dobrobytu, będące wynikiem rosnącej liczby przedmiotów, usług i dóbr materialnych, stanowiące rodzaj fundamentalnej mutacji w obrębie ekosystemu, w jakim funkcjonuje gatunek ludzki. Ścisłej rzecz ujmując, człowiek epoki dostatku nie egzystuje już, jak uprzednio i odwiecznie, środowisku innych ludzi, lecz otoczony jest przez PRZEDMIOTY” (podkreślenie autora). (Baudrillard, 2006, 7).

Konsumpcja, jej charakter i rozmiary sprawiły, że postrzegana jest jako całkowicie jakościowo nowe zjawisko, stając się przedmiotem wielu analiz ekonomicznych, filozoficznych, socjologicznych, psychologicznych i antropologicznych, zyskując miano konsumeryzmu lub konsumpcjonizmu. Termin konsumeryzm ma wiele znaczeń.

Rozumiany jest najczęściej jako ideologia legitymizująca współczesną, wysoce efektywną, (dzięki zastosowaniu zaawansowanych technologii), gospodarkę wolnorynkową, charakteryzującą się elastycznością i zdolnością do szybkiego reagowania na nieustannie zmieniające się oczekiwania rynku i mody. Gospodarkę podążającą nie tylko za innowacjami technicznymi i technologicznymi, lecz także społecznymi i kulturowymi. Gospodarkę, zdolną do dostarczenia na rynek, w krótkim czasie, dowolnego produktu, zaspakajającego najbardziej wyszukane nie tyle potrzeby, co pragnienia.

Z konsumeryzmem łączony jest termin „dobre społeczeństwo”, to znaczy takie, w którym istnieje szerokie, jak nigdy przedtem, spektrum produktów (dóbr i usług). W którym niemal wszystko jest dostępne, wystarczy jedynie po nie sięgnąć.

Konsumeryzm to styl życia, zogniskowany na konsumpcji, przyjmującej coraz częściej patologiczne formy uzależnienia od zakupów.

Konsumeryzm to także ruch społeczny, powstały w celu reprezentowania i obrony interesów konsumentów.

Konsumpcjonizm jest natomiast interpretowany jako typ układu społecznego, oparty na zaspokajaniu ludzkich potrzeb, pragnień i aspiracji, które stają się główną siłą napędową społeczeństwa, umożliwiającą reprodukcję systemu. W tym mieszczą się tak istotne aspekty życia zbiorowości jak integracja społeczna, postacie rozwarstwienia społecznego, socjalizacja jednostek oraz wybór strategii życiowych. „Konsumpcjonizm” jako zjawisko pojawia się wtedy, kiedy konsumpcja przejmuje tę właśnie kluczową rolę, którą w społeczeństwie wcześniejszym odgrywała praca. (Bauman, 2009, 36). Warto przy tym podkreślić, że dopiero w XIX wieku termin „konsumpcja” zyskał w ekonomii politycznej neutralne znaczenie. Wcześniej miał wyraźne zabarwienie pejoratywne. Konsumowanie było kojarzone z marnotrawieniem bądź trwonieniem.

Konsumeryzm i konsumpcjonizm nie powinny być rozumiane jako atrybuty jednostki. Stają się one siłami zewnętrznymi wobec jednostki, uruchamiającymi ludzką aktywność i kształtującymi więzi międzyludzkie. Konsumpcja kreuje kryteria skutecznej strategii życiowej jednostki. W różny sposób wywiera wpływ na prawdopodobieństwo pojawienia się określonych wyborów i zachowań indywidualnych.

Przyjrzyjmy się obecnie właściwościom konsumpcji w społeczeństwie późnej nowoczesności.

Wskazać należy przede wszystkim na wielość często sprzecznych przekazów odnoszących się zarówno do przedmiotu, jak i zakresu oraz sposobu tego, co ma być konsumowane. Z tej sytuacji wyłania się wielość realizowanych stylów konsumpcji. Można więc mówić o pluralizmie w obszarze konsumpcji oraz o jej zmienności.

Do rangi nakazu życiowego podniesiona zostaje konieczność dokonywania wyboru spośród dostępnych ofert. Konsumeryzm wiąże się z wywieraną na jednostkę, w różny sposób, presją, skłaniającą do zakupów.

Eklektyzm, stanowiący kolejną cechę konsumpcji, polega na tworzeniu indywidualnych stylów konsumpcji w oparciu o wielość ofert.

Konsumpcję cechuje także „doraźność”, wyrażająca się w tym, że dobra i sposób ich konsumowania są przedstawiane jako przedmioty i zjawiska mające krótką „trwałość”. Płyne stąd sugestia, że winny być one, w krótkim czasie zastąpione innymi, kolejnymi, nowszymi dobrami o „udoskonalonej formule”, „wygodniejszymi w użyciu”, „bardziej skutecznymi” czy „oszczędzającymi czas”. Współcześnie celem konsumpcji nie jest posiadanie i gromadzenie dóbr. Najważniejszy jest sam akt wybierania i nabywania, a najbardziej pożądane jest, aby nabyte dobra były, w jak najkrótszym czasie, zastępowane innymi, które są prezentowane jako bardziej atrakcyjne i sprawiające większe zadowolenie. Do-

bra stanowiące przedmiot konsumpcji wyposażone są w coraz wyraźniej zaznaczaną wartość symboliczną. Wartość ta ma istotne znaczenie przy wyborze kolejnych dóbr. Ocena dobra dokonywana jest nie tylko ze względu na jego wartość użytkową, a w coraz to większym stopniu ze względu na wartość symboliczną. Nabywane dobro ma o czymś zaświadczać, coś wyrażać, coś komunikować; np. o powodzeniu materialnym czy podążaniu za zmieniającą się modą. (Romaniszyn, 2007, 117).

W dobie nowoczesnej bycie konsumentem oznaczało, że tożsamość jednostki określana była przez odniesienie do pracy, jako zasadniczej sfery aktywności jednostki. Natomiast w dobie konsumpcjonizmu punktem odniesienia w zabiegach samookreślenia jednostek nie jest praca. Staje się nim aktywność konsumpcyjna. Oznacza to, że w społeczeństwie traktuje się jego członków przede wszystkim jako konsumentów.

Różnica między społeczeństwem producentów a społeczeństwem konsumentów polega więc na wyraźnym przesunięciu akcentów, z produkcji na konsumpcję. Konsekwencje tego są wielorakie i widoczne we wszystkich dziedzinach życia społecznego, kultury, a także w biografii jednostek. Zapytajmy, jakie warunki muszą być spełnione, aby mogło pojawić się społeczeństwo konsumpcyjne.

Na wstępie należy stwierdzić, że początki społeczeństwa konsumpcyjnego sięgają momentu, w którym nastąpiło przejście od zestandaryzowanej produkcji masowej do produkcji „uwzględniającej coraz bardziej zróżnicowane potrzeby nabywców, a zarazem formujących potrzeby”. (Hirszowicz, 2007, 62). Co więcej zwiększeniu produkcji towarzyszy wzrost presji na pozbywanie się produktów „i ta właśnie tendencja stanowi fundament współczesnego społeczeństwa konsumpcyjnego”. (tamże, 55).

Dla zaistnienia społeczeństwa konsumpcyjnego konieczne jest spełnienie następujących warunków.

Po pierwsze, niezbędne jest wyraźne skrócenie czasu, który dzieli nabycie określonego dobra i jego pozbycie się. Pospieszne konsumowanie, oparte jest na niegasnącej gotowości konsumenta do zaspakajania indywidualnych dążeń, marzeń czy pragnień, co wymaga nieustannego wystawiania go na różnego rodzaju pokusy, swoiste „uwodzenie”. Rzecz w tym, że uwiedzenie kogoś wymaga wykazania się gotowością do poddawania się uwodzeniu. „W prawidłowo funkcjonującym społeczeństwie konsumpcyjnym konsumenci aktywnie szukają sytuacji, w której można by ich uwieść, (...) oni (...) żyją od jednej atrakcji do drugiej, od pokusy do pokusy (...), a każda atrakcja, pokusa, (...) i przynęta jest nowa, odmienna od znanych do tej pory i bardziej przyciągająca uwagę”. (Bauman, 2000, 100). Konsumeryzm wymaga wyrobienia w konsumentach trwałego przekonania, że prawdziwe atrakcyjne wybory są dopiero przed nimi, że ich poszukiwania nie dobiegły końca, a każde już nabyte dobro konsumpcyjne może być zastąpione przez inne. Nie oznacza to jednak, że jego nabycie zbliża do zaspokojenia pragnienia. Przeciwnie, wzrasta oczekiwanie na następne dobra, bardziej pociągające i fascynujące, ze względu na swoją niezwykłość i niepowседневność.

Po drugie, konsumeryzm oparty jest na stymulowanym dążeniu do natychmiastowej gratyfikacji, do nie odwlekania w czasie i nie odkładania w nieokreślonej przyszłości, zaspokojenia pragnienia.

Po trzecie, konsumeryzm wymaga obfitości różnorodnych dóbr. Spełnienie tego warunku stwarza szerokie możliwości dokonywania dowolnych, kierowanych indywidualnymi preferencjami, wyborów. „Obfitość, nagromadzenie, wielość stanowią jedną z najbardziej uderzających cech tego zjawiska. (...). Oprócz nagromadzenia, stanowiącego najbardziej narzucającą się formę obfitości, przedmioty organizowane są w postaci *pakietów* bądź *kolekcji* czy *serii*”. (Baudrillard, 2006, 9).

Po czwarte, właściwością konsumeryzmu jest marnotrawstwo. Marnotrawstwo ma zarówno aspekt moralny jak i pragmatyczny. Moralny aspekt marnotrawstwa polega na tym, że staje się ono „rodzajem szaleństwa, obłądki, ułomności instynktu, które sprawia, że człowiek wyczerpuje swe zapasy nieracjonalnym działaniem podważa warunki pozwalające mu na przeżycie”, a więc jest moralnie naganne. (Baudrillard, 2006, 36). W świetle „ogólniejszej logiki społecznej (...) marnotrawstwo nie jest jakąś irracjonalną resztką, lecz pełni funkcję pozytywną” polegającą na tym, że nadmierne wydatkowanie, zbytek, eksces, rytualna bezcelowość „wydatku po nic” stają się miejscem wytwarzania wartości, różnic i sensu, zarówno na płaszczyźnie jednostkowej, jak i społecznej”. W społeczeństwach konsumeryzmu regułą jest walka o „spotęgowanie mocy, żądzą posiadania <więcej> i <lepiej> i <prędzej> i <częściej>”. (tamże, 37, 38 i dalsze). Konsumeryzm opiera się na wyraźnym rozróżnieniu między tym, co konieczne i tym, co zbytkowne, wykraczając jednak daleko poza to, co niezbędne. Odwołując się do perspektywy funkcjonalnej można zasadnie twierdzić, że konsumeryzm stanowi funkcjonalny wymóg systemu współczesnej gospodarki wolnorynkowej. Oznacza to, że nieustająco wzrastająca, poszerzająca się konsumpcja decyduje o powodzeniu wszelkich przedsięwzięć biznesowych. Załamanie się, bądź ograniczenie konsumpcji grozi poważnymi konsekwencjami w postaci załamania się rynku.

Konsumeryzm jest więc faktem społeczno-kulturowym. Przejawem rzeczywistości kreowanej przez zbiorowość, a główną postacią tej rzeczywistości jest konsument.

Zapytajmy jakie cechy definiują rolę konsumenta i co znaczy być konsumentem? Konsument to autonomiczny podmiot dokonujący wyborów. Wybór zakłada także możliwość, a nawet konieczność, wprowadzania ciągłych korekt w poprzednio dokonanych wyborach, przyjmując, że mogą się one okazać nie dość trafne.

Bycie konsumentem oznacza także pozostawanie w stanie ciągłej gotowości do zaspokajania dotąd nie zrealizowanych pragnień. To wykazywanie się umiejętnością wyszukiwania odpowiednich dóbr i nabywanie ich (dla np. tworzenia

własnego stylu). To także wykazywanie się czujnością, chwytanie nadarzających się okazji oraz nieustanne ich poszukiwanie.

W sylwetce konsumenta mieści się także zdolność kreowania własnej tożsamości. W tym nie traktowanie tożsamości jako czegoś stałego. Przeciwnie, bycie gotowym do nieustannej jej zmiany. Kierowanie się zasadą przyjmowania różnych tożsamości, a nawet eksperymentowanie z własną tożsamością.

Implikuje to przyjmowanie roli „odkrywcy”, wykazywanie się niezaspokojoną ciekawością; poszukiwanie tego, co nowe, nieznanego, fascynującego, co jeszcze nie zostało przez innych odkryte.

To także bycie hedonistą, koncentrowanie się na dostarczaniu sobie przyjemności, głównie zmysłowych. Współczesny hedonista nie zadowala się tym, czym zadowalał się hedonista „tradycyjny” (bogactwem, wystawnością życia i zmysłowymi przyjemnościami). Ponowoczesna konsumpcja odwołuje się do wyobraźni, i nieustannie ją stymuluje. Sprawia to, że ponowoczesny hedonista skupia się nie tylko na kolekcjonowaniu doznań, ale że podtrzymuje w sobie przeświadczenie, że atrakcyjniejszych przyjemności doświadczy dopiero w przyszłości.

Konsument występuje w roli nadawcy komunikatów; jest twórcą różnego rodzaju tekstów, kierowanych do innych. Może więc prezentować się np. jako konformista (sztywno poddający się zmieniającej się modzie) lub przeciwnie jako rebeliant, wyrotowiec zniekształcający style i znaczenia i interpretujący je na opak.

Konsumpcja stanowi tę sferę aktywności, która motywowana jest przede wszystkim rywalizacją statusową, pragnieniem demonstrowania zajmowanej pozycji społecznej, statusu materialnego, zamożności. W społeczeństwie, w którym „bogiem pozostaje nadal pieniądź jako wartość całkowicie konkretna i wymierna (...) posiadacze pieniądza budzą podziw i szacunek”. (Hirszowicz, 2007, 63). Jest zrozumiałe, że społeczny status jednostki najdobitniej wyraża realizowany przez nią styl konsumpcji.

Konsumpcja może być też motywowana dążeniem do zmanifestowania czegoś innego; na przykład ekstrawagancji, sprzeciwu wobec obowiązujących w społeczeństwie reguł, czy wreszcie wykazania się znanstwem w jakiejś dziedzinie. Konsumpcja stanowiąca wyraz rywalizacji statusowej przyjmuje najczęściej postać ostentacyjnej konsumpcji. Rola konsumpcji polega w tym przypadku na tym, że poprzez nabywanie określonych dóbr dokonuje się przemiana sukcesu ekonomicznego w sukces społeczny, czyli w podziw, sławę, pozycję społeczną, prestiż lub władzę. Ten mechanizm ma swoją tradycję, i w różnych kulturach przyjmuje różną postać. (Veblen, 1971).

Jako przykład może posłużyć zwyczaj praktykowany przez Kwakiutłów, północnoamerykańskie plemię Indian. Mowa tu o ceremonii potlachu, polegającej na wymianie darów. Składający dary demonstruje swoje bogactwo, a obdarowywany, przyjmując je, uznaje swoją niższość. W ten sposób zostaje zapoczątk-

kowana rywalizacja statusowa między darczyńcami. Każda następna ceremonia potlachu staje się coraz bardziej wystawna i ekstrawagancka od poprzedniej. Współcześnie za odpowiedniki potlachu można uznać: wyjątkowo kosztowną biżuterię, ubiory, wystawne przyjęcia, domy, rezydencje. (Conniff, 2003). Są to okazje umożliwiające demonstrowanie zamożności. Innym przykładem konsumpcji na pokaz są ubiory. Ubiór stanowiący przedmiot rywalizacji statusowej musi cechować brak praktyczności, co ma wskazywać na to, że nosząca go osoba nie para się pracą, a innymi zajęciami wypełniającymi czas wolny. (Veblen, 1971, Aldridge, 2006, 84, Bokszańska, 2004, 123).

W społeczeństwie konsumeryzmu, warunkiem przekształcenia się w modelowego, pożądanego konsumenta jest uwolnienie się od tradycyjnych zależności i ograniczeń. Oznacza to emancypację możliwie szerokich grup społecznych, dokonującą się na trzech zasadniczych płaszczyznach.

Na płaszczyźnie ekonomicznej; emancypację polegającą na tym, że coraz większa liczba członków społeczeństwa uzyskuje niezależność finansową, umożliwiającą dysponowanie środkami przeznaczanymi na zaspokojenie własnych potrzeb. Przede wszystkim mowa tu o pracujących zawodowo kobietach i podejmującej pracę zarobkową młodzieży oraz dzieciach, otrzymujących od rodziców „kieszonkowe” lub rodzicach dokonujących zakupów pod presją dzieci.

Na płaszczyźnie społecznej; w tym przypadku konieczne są zmiany sposobu definiowania ról społecznych, modelu funkcjonowania rodziny i wychowania dzieci.

Na płaszczyźnie kulturowej; tutaj z kolei następuje osłabienie nacisku na respektowanie uznawanych w społeczeństwie reguł i konwencji, przyzwolenie społeczne na kierowanie się własnymi gustami, preferencjami i upodobaniami. Duże znaczenie ma także i to, że współczesne społeczeństwa stają się w większości zbiorowościami wielokulturowymi, co ułatwia korzystanie z różnych wzorów konsumpcji, i ich łączenie w dowolne całości.

Na płaszczyźnie psychologicznej emancypacja polega na wyzwoleniu się z zewnętrznych presji, przyznaniu sobie prawa do swobodnych wyborów, i popełniania błędów, a także przyzwolenia na koncentrowanie się na własnej jaźni. Konsumeryzm nierozłącznie związany jest bowiem z wartościami indywidualistycznymi. Indywidualizm można rozumieć jako dążenie do manifestowania wobec innych własnej unikalności, niepowtarzalności, nieporównywalności z innymi, wsparte na wysokiej ocenie znaczenia „ja”, dowartościowaniu subiektywizmu w ocenie wszystkiego, co dotyczy jednostki i jej relacji ze światem zewnętrznym. (Bokszański, 2007, 9).

Podstawę waloryzacji jednostki w społeczeństwie konsumpcjonizmu, stanowią jej zdolności konsumpcyjne. Im są one większe tym bardziej jednostka jest cenniejsza. Można zatem utrzymywać, że mamy do czynienia ze zjawiskiem, które określane jest mianem syndromu konsumpcjonizmu, na który składają się postawy i nastawienia poznawcze, sądy wartościujące oraz założenia na temat za-

sad rządzących życiem społecznym. Nie bez istotnego znaczenia są także dalsze jego elementy takie jak odrzucenie cnoty powściągliwości i tendencji do samoo-graniczenia w tym pozbycie się przekonania, że odroczenie momentu spełnienia każdego pragnienia, może być słuszne i pożądane.

Bliższa analiza syndromu konsumpcjonizmu upoważnia do twierdzenia, że obniżenie poziomu trwałości dóbr i usług, odnosi się nie tylko do rzeczy, lecz także do relacji między ludźmi i płynących stąd zobowiązań. Syndrom konsumpcjonizmu dowartościowuje bowiem przemijalność, tymczasowość, obniża stabilność a dowartościowuje innowację. W odniesieniu do różnego rodzaju produktów skraca czas między „chcieć” a „móc”. Umożliwia to karta kredytowa lub kredyt „od ręki”. Skraca się tym samym dystans między atrakcyjnością obiektów pożądania a ich dezaktualizacją i nieprzydatnością.

Podkreślmy, że na syndrom konsumpcjonizmu składają się opinie i przekonania na temat tego, kim są inni ludzie i na postacie relacji międzyludzkich. Inni ludzie postrzegani są jako obiekty, które mogą być wykorzystane do realizacji własnych zamierzeń i pragnień. Instrumentalizacja postrzegania innych i relacji z nimi na poziomie symbolicznym, przekłada się na traktowanie ich jako narzędzi na poziomie działań. Ma to daleko idące konsekwencje, a mianowicie pozwala, bez większych oporów, przykładać te same miary do ludzi, co do rzeczy. A więc oceniać innych z punktu widzenia własnych potrzeb, i co ważniejsze, pozbywać się ich w sytuacji, kiedy nie spełnili oczekiwań, dowolnie zastępować ich innymi, tak jak się to dzieje w przypadku manipulowania rzeczami.

Powtórzmy, w społeczeństwie konsumpcyjnym centralną rolę, jaką ma do odegrania jednostka jest rola konsumenta. Pozycję jednostki-konsumenta wyznacza ilość i rodzaj konsumowanych dóbr i usług. Im dobra te są rzadsze i bardziej ekstrawaganckie, tym wyższa pozycja korzystającego z nich. Z tak określoną pozycją konsumenta wiążą się stosowne oczekiwania i powinności. Aktywność konsumenta ma więc przenikać duch permanentnego niezadowolenia ze wszystkiego. Począwszy od tego, kim się jest, a skończywszy na otoczeniu. Aktywność ta inspirowana jest nieustającym dążeniem do „poprawiania”, „naprawiania”, „ulepszania”, „zmieniania” wszystkiego: wyglądu zewnętrznego, głównie własnego ciała (wyszczuplania, usprawniania), relacji z innymi, domu, mieszkania, sprzętów, ogrodu. Można tego dokonać, jak informują reklamy, za pośrednictwem, prezentowanych jako konieczne („musisz to mieć”) dóbr proponowanych przez rynek konsumencki.

W społeczeństwie konsumpcyjnym poziom uspołecznienia jednostki, czyli skuteczność procesu konsumenckiej socjalizacji, mierzony jest aktywnością konsumentencką. Akceptacja nakazu konsumowania jest traktowana jako powinność. Stosowanie się do tego nakazu staje się tym łatwiejsze, w im większym stopniu, kojarzony jest on z przyjemnością: czasem wolnym, podróżą, rozrywką, życiem towarzyskim lub z wygodą i prostotą. Stąd nie bez racji udział w konsumpcji prezentowany jest jako szczególnego rodzaju przywilej, wyróżnienie. Maskuje

to stan podlegania różnorodnym presjom, a jest ich niemało. Konsument poddawany jest silnej „presji chwili”, w takim oto znaczeniu, że satysfakcja przeżywana z racji już posiadanych (wcześniej nabytych) dóbr winna możliwie szybko przemijać, być krótkotrwała. Konsument winien także dążyć do zwiększania swoich „mocy konsumpcyjnych”; czy to w wyniku zwiększonego wysiłku wkładanego w pracę, czy też, co ma miejsce coraz częściej, zadłużania się, czyli życia ponad stan.

Musi także nieustannie i czujnie obserwować rynek, aby nie dopuszczać do przeoczenia nadarzających się okazji. Konsument musi „być na bieżąco”. Podpadać się różnorodnym zabiegom kuszenia i zwodzenia obietnicą doświadczenia miłych wrażeń, wyeliminowania z życia codziennego prozaicznych, a nieatrakcyjnych czynności i uczynienia ich, za pomocą nabytych dóbr, przyjemnymi. Kuszenie polega tu na obietnicy łatwo dostępnego pozbycia się trapiących trosk i niedogodności, a w ich miejsce doświadczenia szerokiej gamy przyjemności.

W społeczeństwie konsumeryzmu wady przedmiotów odznaczają się cudowną właściwością, polegającą na tym, że przemieniają się w zalety, co niepomierne ułatwia podjęcie decyzji o ich zamianie na inne, lepsze, nowsze, modniejsze, bardziej przyjazne, jeszcze bardziej skuteczne.

Zauważmy, że konsumeryzm odznacza się szczególnego rodzaju totalizmem. Polega on na podporządkowaniu sobie wszystkich sfer życia jednostki. Kształtując, a przede wszystkim utwierdzając w przekonaniu, że zaspokojenie wszystkich potrzeb, marzeń, pragnień i rozwiązanie wszystkich życiowych problemów możliwe jest za pomocą dóbr rynkowych.

Trafna wydaje się teza Baumana, mówiąca o tym, że „członkowie społeczeństwa konsumentów sami są dobrami konsumenckimi i właśnie ta cecha czyni ich *bona fide* członkami społeczeństwa. Proces stawania się towarem rynkowym i funkcjonowanie w tej roli jest główną przyczyną niepokojów konsumentów, chociaż najczęściej niepokoje te pozostają ukryte, rzadko uświadamiane, a co dopiero wyrażane wprost”. (Bauman, 2007, 140). Będący w użyciu termin „rynek osobowości” wyraźnie wskazuje na to, że w społeczeństwie konsumeryzmu jednostce przypisana zostaje podwójna rola, kogoś, kto jest nabywcą towarów i sam postrzegany jest jako towar.

Podsumowując, warto raz jeszcze odwołać się do konstatacji Baumana, według którego „nadejście społeczeństwa konsumenckiego doby płynnej nowoczesności podkopało wiarygodność i siłę oddziaływania (...) argumentów za nieuchronnością przymusu społecznego (...). W wolnych od ograniczeń i sprywatyzowanych warunkach skupiających się na zainteresowaniach i pragnieniach konsumentów odpowiedzialność za wybory, za działania podejmowane w ich wyniku i za konsekwencje tych działań spoczywa w całości na barkach pojedynczych podmiotów. Dwie dekady temu, francuski socjolog, Pierre Bourdieu wykazał, że przymus został w zasadzie zastąpiony przez symulację, siłowe narzucenie obowiązkowych wzorów zachowania przez „uwodzenie, nadzorowanie zacho-

wania przez *public relations* i reklamę, a kontrola normatywna jako taka przez rozbudzanie nowych potrzeb i pragnień”. (Bauman, 2007, 32-33).

Mówiąc o zjawisku konsumpcji należy także uwzględnić i to, że rozszerzenie się konsumpcji rynkowej doprowadziło do urynkowienia niemal wszystkich aspektów życia, co oznacza, że wszystko jest na sprzedaż, nie wyłączając ludzkich organów, i wszystko jest do nabycia.

Kultura konsumeryzmu

Konsumpcja, rozumiana jako określony rodzaj aktywności danego społeczeństwa, kształtowana jest przez podzielane w nim wartości, normy, wzory zachowań oraz symbole, czyli przez kulturę. Kultura, jak wiadomo, kształtuje wzory zachowań odnoszące się do konsumpcji. Wskazuje, jakie kategorie rzeczy warte są posiadania, a przez to wyznacza pożądany styl życia. Obserwacja zachowań konsumpcyjnych społeczeństwa dostarcza wskazówek do analiz kultury i zachodzących w niej zmian. Przejście od społeczeństw nowoczesnych, opartych na pracy i wytwarzaniu dóbr, do społeczeństw ponowoczesnych, opartych na konsumpcji, wiązało się z szeregiem zmian w ich potencjale techniczno-technologicznym i ekonomicznym. Zmiany takie musiały się dokonać także w obszarze kultury. Uformowanie się kultury konsumeryzmu wiązało się z uprzednim spełnieniem określonych warunków.

Tak więc musiały pojawić się innowacje i wynalazki techniczno-technologiczne, umożliwiające wytwarzanie na masową skalę szerokiego spektrum łatwo dostępnych produktów i co równie ważne duże zróżnicowanie tych produktów, stosownie do coraz bardziej zróżnicowanych, i kreowanych, potrzeb. Inaczej mówiąc, masowa produkcja umożliwiła masową konsumpcję.

Konieczna okazała się również wspomniana wcześniej, emancypacja ekonomiczna jednostek i całych grup społecznych, oznaczająca sytuację, w której jednostki i grupy społeczne stały się dysponentami środków niezbędnych do ponoszenia wydatków dla zaspokojenia nie tyle niezbędnych potrzeb, co indywidualnie określanych pragnień. Stało się to możliwie wraz ze wzrostem poziomu zamożności, wzrostem dochodów poszczególnych grup społecznych.

Niezbędne było także osłabienie nacisku normatywnego wraz z uprawomocnieniem możliwości odstępstwa od obowiązujących dotąd w społeczeństwie wzorów zachowań, norm i konwencji. Stąd krok tylko do przyznania jednostce prawa do kierowania się indywidualnym gustem, preferencjami, upodobaniami i swobodnego określania własnego stylu życia.

Kultura konsumeryzmu najściślej wiąże się z autonomią jednostki, pozostawieniem jej szerokiego zakresu samodzielności w korzystaniu z pożytków płynących z dokonywanych działań i wyborów. Ale pamiętajmy, że autonomia jednostki, oznaczająca możliwość uchylania się od zewnętrznych ograniczeń, wiąże się jednak z koniecznością ponoszenia odpowiedzialności za dokonywane wybory.

Amerykański socjolog Daniel Bell w klasycznej już pracy „Kulturowe sprzeczności kapitalizmu” wykazał, że w wyniku szeregu zmian ekonomicznych, w strukturze społecznej, poziomie wykształcenia, gospodarczej prosperity oraz wzrostu dobrobytu, kultura społeczeństw zachodnich zaczęła się odznaczać szeregiem nowych właściwości. Formowały one nowe indywidualne biografie, aspiracje, wzory obyczajowe, nowe typy karier, a także nowy typ relacji między ludźmi. (Bell, 1994). Warto zatem wskazać na podstawowe zmiany, które pojawiły się w obszarze kultury Zachodu.

Otóż, zdaniem Bella, kultura ta w znacznej mierze zmieniła swoje kluczowe wartości. Wyrazem tego stało się odsunięcie na plan dalszy etyki oszczędzania i dodatniego wartościowania wyteżonej pracy wraz z przymusem odroczonej gratyfikacji. Determinującą dotąd rozwój społeczeństw zachodnich orientację, zastąpiła kultura bezzwłocznego użycia i folgowania sobie. Życie społeczne i indywidualne zdominowane dotąd przez pracę i produkcję zastąpione zostało przez dystrybucję i konsumpcję. Wprawdzie gospodarka opiera się nadal na wydajności i racjonalności, ale kultura zdominowana jest przez dążenie do użycia i maksymalizacji przyjemnych doznań. Coraz wyraźniej zabarwiona jest hedonistycznie, nabierając charakteru ludycznego. Akceptowaną dotąd orientację przyszłościową zastąpiła orientacja nakierowana na terażniejszość. Przeszłość utraciła swoją wagę; znaczenie zyskuje jedynie terażniejszość.

Główna teza Bella jest następująca: w wyniku procesów zachodzących w ciągu ostatnich pięćdziesięciu lat w społeczeństwach Zachodu nie gospodarka, a kultura stała się główną siłą promującą zmiany. Nie bez podstaw współczesną kulturę opisuje się za pomocą takich przymiotników jak: hedonistyczna, narcystyczna, ludycznego indywidualizmu, czy wreszcie karnawału.

Wszystkie te określenia wskazują na właściwe tej kulturze wartości, idee i wzory zachowań, które odpowiedzialne są za formowanie określonego typu orientacji jednostek, wyznaczające ich sposoby rozumienia i doświadczania świata. Kształtują ponadto autopercepcję jednostek oraz ich sposoby postrzegania i oceny relacji łączących ludzi wraz z ich powinnościami i uprawnieniami. Warto w związku z tym przedstawić krótką charakterystykę wspomnianych aspektów kultury współczesnej.

Najogólniej rzecz ujmując, współczesna kultura kształtuje orientację życiową nakierowaną na nieustające poszukiwanie przyjemności i promującą dążenie do ich maksymalizowania. Orientacja ta podkreśla znaczenie doczesności oraz właściwy jej kult życia i młodości. Zgodnie z tą orientacją dobro, jakim jest życie nacechowane jest przemijaniem, zatem należy bez skrępowania i ograniczeń używać życia. Używanie życia polega na nieustannym i intensywnym poszukiwaniu wrażeń i nowych ekscytujących przyjemności. Poszczególne przyjemności nie są odróżnialne pod względem jakościowym. Różni je jedynie to, jak wiele przyjemności są zdolne dostarczyć jednostce. Źródła przyjemności są wielorakie. Szczególnie wiele przyjemności może dostarczyć działanie polega-

jące na „przekraczaniu” granic, łamaniu dotychczas przyjmowanych konwencji i obowiązujących tabu, pozwalanie sobie na różnego rodzaju ekscesy. Tendencje te możemy bez trudu obserwować w reklamie. (Postman, 2004, 198). Poszukiwanie przyjemności wymaga otwartości na to, co nowe i nieznane. Orientacja ta oparta jest na założeniu, że to, co jeszcze nieznane może się okazać bardziej ekscytujące od tego, co było już przedmiotem wcześniejszych doświadczeń.

Motywacje hedonistyczne cechuje gotowość do nieustannego eksperymentowania. Przyjemności, które mają szczególną wartość, są przede wszystkim natury zmysłowej a więc wizualnej, czy estetycznej i last but not least smakowej, jak modne obecnie eksperymentowanie z orientacjami światopoglądowymi czy potrawami różnych kultur. Orientacja hedonistyczna wiąże się oczywiście z adoracją ciała, cielesności i seksualności. Traktowanie ciała i seksu jako źródła przyjemności ma daleko idące konsekwencje, i oznacza:

- Zanegowanie prokreacyjnej funkcji seksu jako podstawowej, a uczynienie go źródłem przyjemności.
- Tolerancję dla różnych orientacji seksualnych; orientacja seksualna staje się przedmiotem wyboru, co oznacza zanegowanie dotychczasowego, kulturowo sankcjonowanego i dominującego wzorca heteroseksualności.
- Zrównanie płci w prawie do czerpania przyjemności z seksu.
- „Upublicznienie” sfery seksualności i odmienności seksualnej polegające na tym, że życie i doznania erotyczne stają się przedmiotem publicznych zwierzeń. Seksualność, która kiedyś była silnie kulturowo represjonowana, pozostawała w „cieniu”, obecnie jest eksponowana, przyjmując niekiedy postać ekshibicjonizmu. Obowiązującą zasadą staje się poszukiwanie nowych doznań w tej sferze i życie bez zahamowań co rozumiane jest jako „zerwanie z zakłamaniami”.
- Adoracja ciała, dogadzanie ciału i jednocześnie dyscyplinowanie ciała, stosownie do obowiązującego wzorca. Wzorzec ten narzuca ideał do naśladowania, a jego uprawomocnienie spowodowało gwałtowny rozwój medycyny estetycznej i chirurgii plastycznej. Generalnie obserwujemy dążenie do poprawiania ciała, w taki sposób by odpowiadało temu, co zostało w danym czasie kulturowo „zadekretowane”. Dowodzą tego m.in. mnożące się „sprawdzone” i „niezawodne” recepty na schudnięcie, a anoreksja stała się poważnym problemem, o czym donoszą lekarze. W działania te włączone są nawet zabawki, czego przykładem może być lalka Barbie i jej rola w upowszechnianiu wzorca doskonałości ciała kobiecego.

Tak więc przekonanie Charlesa Baudelaire’a, iż „człowiek ma tylko jedno zajęcie: biec tropem szczęścia” odzwierciedla dominującą tendencję w kształtowaniu ponowoczesnych biografii.

Współczesnej kulturze przypisuje się również właściwości charakterystyczne dla karnawału. Karnawał pozostaje, jak wiadomo, w oczywistej opozycji do czasu, wypełnionego rutynowymi, obowiązkowymi, działaniami dyktowanymi ko-

niecznościami natury egzystencjalnej, takimi jak: praca, i wiążące się z nią podporządkowanie rygorom. Opozycja ta przejawia się w:

- osłabieniu normatywności, polegającym na tym, że na czas karnawału zostają uchylone określone zasady postępowania; tym samym obszar tego co dozwolone ulega znacznemu rozszerzeniu, następuje osłabienie kontroli społecznej oraz zawieszenie społecznych sankcji za odstępstwo od obowiązujących reguł,
- uprawomocnieniu odstępstwa, dziwactwa, wybryku, dewiacji i ekscesu,
- zawieszeniu kontroli intelektu i zastąpieniu go spontanicznością żywiołowości, impulsem,
- braku umiaru i rozpasaniu,
- promowaniu bezzwłocznego użycia,
- przyjmowaniu masek, odgrywaniu dowolnie wybranych ról, przyjmowaniu dowolnych tożsamości,
- „psychodeliczności”, legitymizowanej przekonaniem, że otaczająca rzeczywistość nie jest atrakcyjna, co uzasadnia potrzebę ucieczki w świat ułudy, nierzeczywistości, fantazji i fikcji; ułatwiają to środki odurzające oraz ogłuszająca, rytmiczna, wprawiająca w rodzaj transu muzyka,
- odwróceniu porządku normatywnego, polegającym na tym, że to co było zakazane, staje się dozwolone.

Natomiast wspomniany ludyczny indywidualizm charakteryzuje:

- nacisk na samostanowienie, autonomię i uprawnienia,
- subiektywizm, polegający na tym, że jednostka sama określa to, co sprawi jej przyjemność, kim chce być i jakie cele w życiu pragnie realizować,
- zanegowanie autorytetów; jednostka sama dla siebie staje się autorytetem, neguje ograniczenia zewnętrzne w postaci krępujących ją konwencji i reguł postępowania,
- „reżim twarzy”, wyrażający się w apelu: „bądź sobą”, oznaczający przyznanie prawa do autentyczności, co znajduje wyraz w niechęci do akceptowania wzorców narzucanych z zewnątrz,
- eksternalizacja wnętrza, polegająca na swobodnej ekspresji indywidualnych upodobań, pragnień, gustów oraz emocji,
- koncentrowanie się jednostki na tym, czym społeczeństwo może ją usatysfakcjonować nie zaś na spełnianiu społecznych oczekiwań,
- pielęgnowanie ego oraz orientacja narcystyczna, znajdująca wyraz w obsesyjnym koncentrowaniu się na samym sobie, głównie na własnej cielesności, co prowadzi do zubożenia życia duchowego i zaniku głębszych relacji społecznych”. Narcystyczna osobowość, kształtowana przez tę kulturę, jak pisze Lasch, charakteryzuje „lęk przed wiążącymi zobowiązaniami oraz (...) niechęć do lojalności albo wdzięczności”. (w: Aldridge, 2006, 96).

Orientacja indywidualistyczna zabarwiona ludycznie oznacza więc, że jednostka skoncentrowana jest na tym, co wiąże się z przyjemnością, przygodą, czasem wolnym, rozrywką, zatem na wszystkim, co może ubarwić, urozmaicić życie,

uczynić je jeszcze bardziej przyjemnym, ekscytującym. Wrażeń i doświadczeń tego rodzaju dostarcza zabawa. Jej istotą jest to, że podejmowana jest nie pod przymusem, stanowi akt autonomicznego wyboru, znakomicie godzi się zatem z ogólnym klimatem kulturowym, właściwym ponowoczesności. Wszystkie prezentowane powyżej cechy właściwe współczesnej kulturze są dostrzegane w różnych społeczeństwach w niejednakowym natężeniu. Kształtują one jednak jednostkowe i zbiorowe orientacje życiowe, a także preferencje i aspiracje konsumpcyjne. Do nich nawiązują, a zarazem promują je kampanie marketingowe i reklamowe. Czytamy w nich: „Gotowy na zabawę według Twoich reguł”, „To, o czym marzysz, czego łakniesz, pożadasz i wypatrujesz jest na wyciągnięcie ręki”, „Baw się we wszystko, co tylko przyjdzie ci do głowy. (...). Zobacz jak bezpowrotnie znikają wszystkie bariery i nie ma żadnych ograniczeń”, „(...) idzie o to byś czerpał z życia pełnymi garściami”, „A ty miej w głowie tylko zabawę”, „Baw się, graj i stawiaj na swoim”, „Decyduj, jak wygląda stworzony przez ciebie świat, i zobacz, co inni na to”, „Czerp do woli z przyjemności tego świata”, „Bądź szalony, ekscentryczny, pozwalaj sobie na wszystko i spełnij swoje wyszukane zachcianki”. Przytoczone powyżej slogany z kampanii reklamowej operatora sieci komórkowej Play doskonale się wpisują w przedstawioną wyżej charakterystykę kultury ponowoczesnej. W innym miejscu możemy przeczytać: „Co krok to zabawa. Masz ochotę na zabawę w klimacie żeglarskim? Na karaoke? A może na tańce do białego rana w międzynarodowym towarzystwie? Bez względu na to, czy lubisz hip-hop czy stare hity (...) możesz bawić się tak jak chcesz”. (Gdzie się bawić, Bezpłatny dodatek do Gazety Wyborczej, 9.10.2009).

Przedstawione uwagi pozwalają na konkluzję, mówiącą o tym, że współcześnie konsumpcja stała się siłą „transformującą” niemal wszystkie dziedziny życia współczesnych społeczeństw. Powtórzmy, w społeczeństwie konsumpcjonizmu wszystko bez wyjątku ulega urynkowieniu. Oznacza to, że wszystko może być oferowane jako towar, począwszy od lęku, poprzez miłość, nie wyłączając samego człowieka. (Bauman, 2007, 45, 46-47, 48). „W społeczeństwie konsumpcyjnym pozbywanie się objawia się zarówno w sprzedaży, jak i w kupnie. Wszystko jest na sprzedaż: służba zdrowia, kosmos, ludzka krew, marki (...), prawa adopcyjne, woda, kod genetyczny, prawo do emisji zanieczyszczeń powietrza, korzystanie z czyjegoś czoła”. Rzeczą tyczy studenta z Nebraski, który w styczniu 2005 roku wystawił na aukcji swoje czoło jako przestrzeń reklamową. Za sowym wynagrodzeniem ów student nosił zmywalny tatuaż reklamujący zalety preparatu zapobiegającego chrapaniu. (Cavanaugh, 2010, 63, 65).

Rozdział III

Marketing, reklama, etyczne standardy badań rynku

Marketing wpisany jest w mechanizm gospodarki wolnorynkowej. Stanowi nieodłączny element społeczeństwa konsumpcyjnego. Należy do podstawowych narzędzi kreowania konsumpcji, głównie poprzez prowadzenie badań rynkowych i reklamę. Marketing ma długą historię. Dla zwiększenia zainteresowania potencjalnych klientów produktami, wprowadzanymi na rynek, wykorzystywane były w przeszłości różne techniki. Interesującym przykładem, uznanych wspólnie za archaiczne, ale w swoich czasach z pewnością nowatorskie, mogą być zabiegi marketingowe, których twórcą był konstruktor i producent, znanych do dzisiaj, maszyn do szycia, Isaac Merritt Singer. (Brandon, 2006).

Zainteresowanie nasze nie będzie się skupiać na historii marketingu ani na analizie technik marketingowych, lecz na etycznym jego wymiarze. Marketing interesować nas będzie w powiązaniu z określonymi wartościami i regułami, rządzącymi tą dziedziną działalności biznesowej.

Przypomnijmy, że istotę konkurencji stanowią działania podejmowane przez podmioty występujące na rynku, które przysparzając korzyści jednemu podmiotowi oznaczają straty innych. Aspekt praktyczny tych przedsięwzięć polega na tym, że w rzeczywistości zdobywanie przewagi konkurencyjnej może dokonywać się za pomocą różnych zabiegów, przede wszystkim, marketingowych.

Strategie i narzędzia marketingowe mogą być podporządkowane, najogólniej rzecz ujmując dwóm, nazwijmy je filozofiom. Zgodnie z jedną, mogą się koncentrować na działaniach służących wypromowaniu danego produktu. Zgodnie z drugą podejmowane działania zmierzają do deprecjacji konkurenta, czy konkurentów.

Uprawnione wydaje się twierdzenie, że działania te odwoływać się mogą do dwóch form przemocy: jawnej i ukrytej. Celem takich działań jest, jak wiemy, uzyskanie przewagi nad konkurentem, poprzez skierowanie zainteresowania konsumentów na własny produkt, a tym samym odwrócenie ich uwagi od produktów konkurentów.

Przemoc jawna polega na prezentowaniu produktu konkurenta jako mniej wartościowego, „gorszego” ze względu na niezdolność zaspokojenia oczekiwań konsumentów z uwagi na jego właściwości lub cenę. Przesłanie to jest konstruowane w taki sposób, aby wykazać, że produkt konkurenta nie jest godny zainteresowania; nie jest tym, czego oczekują potencjalni nabywcy. Stosowana w tym przypadku przemoc symboliczna nie polega wyłącznie na wykazaniu, że dany produkt jest niskiej wartości. Zmierza się w ten sposób do pomniejszenia wartości samego konkurenta, przez próbę wykazania, że nie jest on na tyle

sprawnym, aby oferować produkt satysfakcjonujący nabywcę. Twierdzi się więc, że konkurent nie nadąża za nowościami technologicznymi, nie jest dostatecznie skuteczny w rozpoznawaniu gustów i pragnień klientów, wykazuje się wobec nich niedopuszczalną nonszalancją. Kwestionowanie wartości konkurenta służyć ma podkreślaniu własnej wyższości. Opisany zabieg marketingowy przyjmuje najczęściej postać reklamy porównawczej.

Innym, równie często wykorzystywanym, zabiegiem marketingowym jest prowokacja. Warto w tym miejscu przypomnieć, że w społeczeństwie współczesnym, określanym przez niektórych autorów (m.in. Schulze, 1994) społeczeństwem doznań „publiczność rejestruje nieustanny strumień zmian na rynku różnorodnych doznań: mody i trendy, informacje, zmiany produktów, gagi sterujące przeżyciami, innowacje programowe w mediach elektronicznych, nowości na rynku muzycznym i wydawniczym, ostatnie i najnowsze odkrycia w turystyce, śmiałe premiery teatralne, rewolucyjne przełomy stylów, skandalizujące prowokacje itd.”. (Schulze, 1994, 13). Można powiedzieć, że stosowane w marketingu techniki dostosowane są do powszechnych oczekiwań konsumentów. Od otaczającej rzeczywistości oczekują oni coraz to większej dawki doznań, przeżyć, wrażeń. Oczekują tego, by ich zaskakiwać czymś całkowicie nowym, śmiałym, niekonwencjonalnym, wykraczającym poza utarte reguły, niedorzecznym, a nawet wywołującym zgorzelenie. Prowokacja jest zawsze działaniem celowym, polegającym na świadomym i nierzadko drastycznym pogwałceniu powszechnie obowiązujących, kulturowo sankcjonowanych reguł i kanonów. Prowokację można traktować jako testowanie społecznej odporności na odstępstwo od obowiązujących standardów etycznych, estetycznych i poznawczych. W prowokacji może być wykorzystany zarówno temat jak i forma prezentacji przekazu. Celem prowokacji jest zwrócenie na siebie uwagi, w sposób wywołujący silną, najczęściej negatywną, reakcję odbiorcy, wprawienie go w osłupienie, zaszokowanie śmiałością, polegającą na przekroczeniu granicy dobrego smaku, obowiązującego obyczaju czy przez naruszenie tabu. „W technopolu – pisze Postman – trywializacji znaczących symboli kulturowych przewodzą agencje reklamowe. (...). Symbolom, które swoje znaczenie czerpią z tradycyjnych kontekstów religijnych bądź narodowych, trzeba jak najszybciej odebrać moc – to znaczy pozbawić je sakralnych lub jakichkolwiek innych poważnych konotacji”. (Postman, 1995, 199). Na poparcie tej tezy autor przytacza sposób reklamowania kiełbasek przez „Hebrew National”, których jakość ma być gwarantowana, bowiem jak zapewnia producent: „odpowiadamy przed Najwyższą Instancją”. (tamże, 198). Tak skonstruowany przekaz nie pozostawia żadnych wątpliwości, co do tego, kto kontroluje jakość tego produktu.

Stosowanie prowokacji w reklamie niekiedy idzie tak daleko, że sądy w swoich orzeczeniach nie wahają się przed uznaniem niektórych przekazów za bluźnierstwo, jak to miało miejsce w przypadku reklamy nawiązującej do ostatniej wieczerzy, na której postaci apostołów zastąpiły postacie kobiet. (Forum,

8.06-12.06.2005, 41). Przypomnijmy, że prowokacja zawarta w haśle reklamowym „Nie dla idiotów”, odniosła zamierzony skutek w postaci silnej reakcji odbiorców, wywołując głosy oburzenia z tej racji, że jak to skomentował socjolog, Paweł Śpiewak, „próbuję stworzyć jakąś elitę, która przychodzi do tego sklepu. A ta elita składa się ze wszystkich oprócz idiotów. Jest to obraźliwe zarówno dla tych, którzy kupują, jak i dla tych, którzy nie kupują”. (Paweł Śpiewak, Rzeczpospolita, 8-9.01.2005, B2).

Podkreślmy, że prowokacja stosowana w reklamach polega na prezentowaniu danej marki czy produktu w przewrotnym, i świadomie zamierzonym, nierzadko godzącym w uczucia religijne czy narodowe kontekście.

Zabiegi marketingowe przede wszystkim odwołują się jednak do przemocy ukrytej, która przyjmuje postać, wspomnianej wcześniej manipulacji. Manipulacja jest szczególnym przypadkiem wywierania wpływu na innych „w sposób dla nich niedostrzegalny przez okłamywanie ich, dyskretne aranżowanie określonych sytuacji, schlebienie czy inne formy zachowań ingracyjnych”. (Jarymowicz, 1976, 293). Celem manipulacji jest uzyskanie kontroli nad działaniami innych, „sterowanie ich poczynaniami”. Technik manipulacji jest wiele, łączy je to, że wykorzystują wiedzę psychologiczną, psychiatryczną a nawet neurologiczną dla opracowania najbardziej efektywnych sposobów skłonienia innych do pożądanych zachowań. „Branża reklamowa – pisze Marice Saatchi, ekspert od reklamy – od stu lat podejmuje wiele heroicznych wysiłków, aby przemienić reklamę w naukę ścisłą – z pomocą wyrafinowanych technik testowania projektów reklamowych, ilościowych badań mierzących długofalowe oddziaływanie kampanii, modelowania ekonometrycznego, a nawet technik wziętych z neurologii”. (Saatchi, 2002, 26). Specjaliści od marketingu, jak pisze Cavanaugh, „nie tylko ukrywają informacje o produkcie przed konsumentami czy zwracają ich uwagę na atrakcyjne motywy niezwiązane z produktem jako takim, ale również gromadzą mnóstwo informacji o poszczególnych konsumentach i ukierunkowują swe działania, bazując na tej asymetrii”. (Cavanaugh, 2010, 41-42). Autor za Erikiem Garsonem (*Nagi konsument: jak nasza prywatność stała się narzędziem*) przytacza źródła czerpania informacji o konsumentach, a są nimi: karty kredytowe, wyciągi z kont bankowych, dokumentów szpitalnych, historii odwiedzin stron internetowych, ankiet, kart stałego klienta”. (tamże, 42).

Warto, za Cavanaughem zwrócić uwagę na to, że marketing może „skutecznie manipulować pragnieniami konsumentów po części dlatego, że skutecznie przekonał konsumentów, że ich pragnieniami nie manipuluje”. Podstaw do twierdzenia o dwulicowości marketingu dostarcza tekst Richarda Otto, (Kreowanie popytu). Autor tego tekstu z jednej strony zapewnia o niemożności manipulowania wolą konsumenta, z drugiej zaś prezentuje osiągnięcia psychologii, które mogą być wykorzystane do manipulowania ludźmi. (Cavanaugh, 2010, 39).

Do manipulacji, jako szeroko wykorzystywanego w działalności marketingowej narzędzia, powrócimy w dalszej części tego rozdziału. W tym miejscu warto

zwrócić uwagę na szczególne i coraz częściej praktykowane, zabiegi marketingowe polegające na wykorzystywaniu problemów trapiących społeczeństwa późnej nowoczesności, oraz odwoływaniu się do ważnych i społecznie nośnych idei, w celu promowania określonych marek czy produktów. Dotyczy to powracających w dyskursie publicznym takich kwestii jak problemu wykonywania kary śmierci czy rasizmu. Z wpisywania się we wspomniany dyskurs dla promocji firmy słynie, Benetton, która nie wahała się przed umieszczeniem wizerunków osób skazanych na karę śmierci w swoim kalendarzu na rok 2000.

Do równie kontrowersyjnych, należą praktyki stosowane przez niektórych wydawców prasy, mające na celu zwiększenie nakładu, a polegające na publikowaniu zdjęć z sytuacji, które są skrajnie tragiczne. Tak należy określić, wspomniane wcześniej, opublikowanie zdjęcia korespondenta wojennego Waldemara Milewicza na miejscu zamachu, co wywołało falę protestów i głosy potępienia tego rodzaju praktyk. Wydawcy tytułów prasowych uciekają się do jeszcze innych zabiegów w celu przyciągnięcia uwagi czytelników. Mowa tu o preparowaniu, za pomocą techniki komputerowej, zdjęć na okładki tygodników, które mają stanowić komentarz do aktualnie dziejących się wydarzeń, a które niekiedy w sposób jaskrawy stanowią naruszenie norm etycznych (okładka Wprost, 28.09.2003).

W działaniach marketingowych wykorzystywane jest także, narastające w społeczeństwach współczesnych, poczucie niepewności, stanowiące konsekwencję wielości występujących w nim, i ciągle narastających zagrożeń. Owo poczucie zagrożeń jest celowo wyolbrzymiane po to, aby zyskać dogodny pretekst do oferowania produktów, które mają przywrócić poczucie bezpieczeństwa. „Tak więc *bezpieczeństwo osobiste* stało się główną, a być może nawet zasadniczą, cechą decydującą o atrakcyjności towaru we wszystkich rodzajach strategii marketingowych. (...), w rynkowym, konsumpcyjnym społeczeństwie wielki niepokój, strach i panika są potencjalnym źródłem zysku. Może się do nich odwołać, ze znakomitym skutkiem handlowym, reklama towarów przeznaczonych do indywidualnej konsumpcji. (...). Grając na sprytnie podsycanym strachu przed zagrożeniem życia i zdrowia, można spowodować run na sklepy i pomnożyć popyt na „środki zaradcze” przez sklepy oferowane (...)”. (Bauman, 2007, 22, Bauman, 1996, 277-278)). Potwierdzenie tego znajdujemy w okresie epidemii grypy A/H1/N1 (jesienią 2009 roku), w którym producenci i sprzedawcy środków przeciwigrypowych, zwiększających odporność oraz maseczek ochronnych pospieszyli się z ofertą licznych „środków zaradczych”. Specjaliści od marketingu zdają się wyznawać zasadę: „W nieszczęściu tkwi szansa”. (Bakan, 2006, 146).

Stosownie do rosnącego w społeczeństwie poczucia zagrożeń i przeżywanych lęków rynek oferuje szerokie spektrum produktów na rzeczywiste i domniemane zagrożenia i plagi, takie jak: starzenie się organizmu, konsekwencje nieodpowiedniej diety, bakterie chorobotwórcze, schorzenia cywilizacyjne, ryzyko utraty oszczędności i mienia, samotność i nuda. Spektrum realnych i wyimaginowa-

nych zagrożeń jest szerokie i obok już istniejących, kreowane są coraz to nowe, jeszcze groźniejsze. Specjaliści od marketingu i reklamy – jak pisze Graham – „z wyrachowaniem wykorzystali rozpowszechnione lęki przed katastroficznym terrorem, by jeszcze bardziej podnieść wyjątkowo dochodową sprzedaż SUV-ów. (...). Pojazdy te wydają się łagodzić lęk odczuwany przez miejskie klasy średnie w czasie przemieszczania się – albo nawet stania w korku – po ich „rodzinnym” mieście”. (Graham, za: Bauman, 2007, 22).

Z etycznego punktu widzenia, na oddzielną uwagę zasługują strategie marketingowe nakierowane na dzieci. Działania te mają sprawić, aby poprzez odpowiednio skonstruowane reklamy i inne jeszcze zabiegi, zasugerować dzieciom, że bezzwłocznie i bezzwzględnie muszą posiadać określony produkt. W związku z tym będą z uporem nalegały na rodziców, aby go dla nich nabyli.

Lucy Hughes, dyrektor działu strategii i analiz Initiative Media, największej na świecie firmy zarządzania środkami przekazu, jest przekonana o tym, że „można przez manipulację nakłonić konsumentów, żeby pragnęli, a więc i kupowali twoje produkty”. Umożliwia to, m.in. odwołanie się do dzieci jako swoistego „czynnika marudy” (Nag Factor). „Los całych imperiów korporacyjnych – pisze Bakan – może zależeć od marketingowych umiejętności nakłaniania dzieci do skutecznego naciągania swoich rodziców”. (Bakan, 2006, 142). Specjalistka od marketingu Julie Halpin, dodaje, że „Z marketingowego punktu widzenia, ma to (manipulacja – G.B.) nie byle jaką siłę”. (Bakan, 2006, 143). Natomiast harwardzki ekspert od etyki biznesu tak komentuje reklamę skierowaną do dzieci: „W kwestii reklamy adresowanej do małych dzieci skłaniam się ku pogładowi, że jest ona w porządku, o ile nie działa (podkreślenie autora) zbyt skutecznie”. (tamże, 147).

Walka konkurencyjna może być również prowadzona za pomocą bardziej dyskretnych metod. Mowa tu o marketingu incognito (undercover marketing). Polega on na tym, że w szczególnie często uczęszczanych miejscach, aranżowane są takie sytuacje, które niezawodnie muszą zwrócić uwagę potencjalnych konsumentów na dany produkt lub markę. Przede wszystkim wzbudzić przekonanie, że cieszy się on szczególnym powodzeniem. Jonathan Ressler, któremu przypisuje się autorstwo tej techniki, przyznaje, że: „Od marketingu *incognito* nie ma ucieczki. Odbywa się on w barach, na meczach piłkarskich, w centrach handlowych, w metrze, w kinie... Jego urok tkwi w tym, że jeżeli aktorzy robią go dobrze, to nawet nie wiesz, choć to przez cały czas dzieje się wokół ciebie – wiem, że to może budzić zgrozę, ale on cię otacza przez cały czas”. (Ressler, za: Bakan, 2006, 156). Marketing incognito polega na tym, że wynajęci przez firmę „aktorzy” mają odegrać odpowiednio wyreżyserowane sceny, które powinny przyciągnąć uwagę przypadkowych „widzów”, kierując ją na wykorzystywane w danej chwili rekwizyty, które w rzeczywistości są reklamowanymi produktami. Treść owych scenek bezpośrednio odnosi się do zalet danego urzędnika, marki piwa, firmy wysyłkowej, płyty itp. „W przerwie obiadowej idziesz do

parku i siadasz na ławce. Ludzie siedzący obok (nie przypadkowo na tej właśnie ławce – G.B.) „rozmawiają o [...] jakiejś czadowej restauracji, o której słyszeli, a ty sobie myślisz: Hm, w piątek mam randkę. Może by tam pójść? (...). Cały wic w marketingu *incognito* polega na tym, że nie jesteś go świadom. Praktyka ta opiera się w zupełności na wprowadzaniu ludzi w błąd, dlatego wykonawcy muszą podpisać zobowiązanie do zachowania poufności – jeśli ktoś ich zapyta, czy uprawiają marketing *incognito*, „muszą, ściśle rzecz biorąc postąpić nieuczciwie mówiąc, że nie”, przyznaje Ressler, jednak w amoralnym uniwersum korporacji jest to najbardziej dopuszczalne”. (Bakan, 2006, 156, 157). Stanowi to, zdaniem Bakana, dowód na to „jak głęboko dziś sięga komercjalizacja społeczeństwa”. (tamże, 157).

Nieprzerwanie zwiększająca się presja na wzrost sprzedaży sprawia, że coraz częściej wykorzystywane są techniki marketingowe budzące szereg wątpliwości, co do ich etycznej poprawności. Dotyczy to m.in. technik, które intencjonalnie nie są nakierowane bezpośrednio na określone grupy konsumentów. Głównie dotyczy to leków. Dla podniesienia ich sprzedaży angażowani są lekarze, którzy za pomocą różnych zabiegów, skłanianiani są do aplikowania pacjentom specyfików określonych firm. Warto w tym miejscu wspomnieć o początkach tych praktyk z końca lat sześćdziesiątych, stosowanych przez firmy farmaceutyczne w USA. Przemysł farmaceutyczny – jak twierdził już dawno temu Vance Packard – „tradycyjnie (...) był ostrożny, uprzejmy i powściągliwy w zwracaniu uwagi amerykańskim lekarzom i farmaceutom na produkowane przez siebie środki. Wszystko to się zmieniło, kiedy weszły na rynek hurtowe firmy chemiczne i wprowadziły taktykę agresywną. Wówczas firmy o staroświeckiej etyce uznały, że muszą iść w ich ślady. W rezultacie główne firmy produkujące leki zaczęły wydawać na forsowanie sprzedaży cztery razy tyle, co na badania naukowe. Konkretnie wydaje się około 5500 dolarów na sprzedawanie i reklamę, w przeliczeniu na każdego lekarza w kraju. Lekarzy zalewa powódź broszur zachwalających nowe i stare leki. Firmy chemiczne wypuściły na gabinety lekarskie i apteki sforę 27000 komiwojażerów, których zadaniem jest nakłonić lekarzy, aby wypisywali recepty na określone leki poszczególnych firm, aptekarzy zaś, aby trzymali je na składzie”. (Packard, 1970, 103). Przedsięwzięcia tego rodzaju praktykowane są także obecnie. Potwierdzeniem tego, że są one stosowane obecnie jest np. fakt, że w 2002 roku w Polsce wdrożone zostało śledztwo mające na celu wyjaśnienie, czy firmy farmaceutyczne korumpowały lekarzy. Rzecznik odpowiedzialności zawodowej lekarzy Jolanta Orłowska-Heizman przyznaje, że w przypadku potwierdzenia tych podejrzeń stanowiłoby to „złamanie kodeksu etyki lekarskiej”. (*Prokurator bierze leki pod lupę, Rzeczpospolita, 10-11.06.2006*).

Tak więc postępująca komercjalizacja współczesnych społeczeństw sprawia, że marketing stał się zasadniczym i skutecznym narzędziem walki konkurencyjnej, co znajduje wyraz we wzrastających wydatkach na różnego rodzaju przedsię-

wzięcia, które mają służyć promowaniu marek i produktów. Wiele prawdy zawiera się w stwierdzeniu, że: „jakkolwiek reklama nie cieszy się popularnością” to właśnie ona często staje się jedyną nicią, „na której zawisa przetrwanie firmy”. (Saathi, 2002, 27). Z tego też względu marketing bywa obszarem działalności biznesowej, na którym często dochodzi do naruszenia nie tylko norm obyczajowych czy konwencji estetycznych.

Znaczenia temu zagadnieniu nadaje fakt, że w marketingu szeroko wykorzystywana jest, moralnie wątpliwa, manipulacja. Istotniejsze wydaje się jednak to, że stosowane techniki manipulacji są opracowywane w oparciu o osiągnięcia nauk medycznych takich jak neurologia i psychiatria. Sprawia to, że rozszerzeniu ulegają możliwości sterowania zachowaniami innych bez udziału ich świadomości i co ważniejsze, często z naruszeniem ich dobra. Etycznie wątpliwe jest także i to, że obiektem zainteresowania specjalistów od marketingu stały się dzieci, które zdaniem znawców przedmiotu są szczególnie podatne na manipulację. Dodajmy, że siła oddziaływania wykorzystywanych technik marketingowych ulega systematycznemu zwiększeniu. Jak pisze cytowany wcześniej Packard, już w końcu lat sześćdziesiątych „przeciętna rodzina amerykańska spotyka się z 1518 ofertami sprzedaży w jednym przeciętnym dniu”, niezależnie od tego, że „poczta napycha skrzynki listowe obywateli: jest to łącznie 16 miliardów prospektów rocznie, cztery razy tyle, ile wyjmowali ze swoich skrzynek dziesięć lat temu”. (Packard, 1970, 92). We współczesnym społeczeństwie konsument w coraz większym stopniu znajduje się pod wpływem oddziaływania różnych technik marketingowych. A ich wszechobecność może być traktowana jako immanentna cecha społeczeństwa konsumpcyjnego.

Reklama

Reklama, należy do podstawowego instrumentarium marketingu i w pełni wpisuje się w logikę społeczeństwa konsumpcyjnego. Reklama stała się ważnym elementem wizualnego otoczenia współczesnego społeczeństwa, częścią otaczającej jednostkę i lawinowo poszerzającej się ikonosfery. Problemem w związku z tym jest to, że obrazy, wraz z towarzyszącymi im tekstami, oraz innymi wytworami kultury popularnej, stanowią źródło nieustająco oddziaływujących na jednostkę bodźców. Bodźców, które wywierają na jednostkę wpływ, kształtując jej dążenia, aspiracje życiowe i pragnienia. Promują idee i style życia, oparte na określonym systemie wartości i norm. (Jawłowska, 2002, 347). Ogólnie rzecz ujmując, przekazy reklamowe odwołują się do wzorów zachowań czerpanych zarówno z kultury głównego nurtu, kultury popularnej jak i subkultur, a nierzadko także kontrkultur.

W odniesieniu do reklamy, istotne z etycznego punktu widzenia, wydają się dwie kwestie, a mianowicie:

- przekazywane treści,
- techniki służące ich przekazywaniu, czyli techniki oddziaływania.

Waga tych kwestii nie wynika jedynie z faktu, iż współcześnie reklama jest wszechobecna, lecz także z tego, że głównie operuje ona na niezwykle delikatnej materii, jaką stanowi świadomość. Nie bez znaczenia jest także to, że nadawcy reklam dysponują coraz to potężniejszymi i bardziej skutecznymi narzędziami oddziaływania. Reklama, jak inne sfery działalności biznesowej podporządkowana jest skuteczności, co w połączeniu z wykorzystywanymi technikami wywierania wpływu, daje wyobrażenie o związanych z nią zagrożeniach.

Reklama, jak wiadomo, nie jest jedynie komunikatem mającym na celu informowanie potencjalnych klientów o dostępności określonych towarów. Podstawowe jej zadanie polega na skłonieniu do zakupu reklamowanych towarów. Najbardziej istotne wydaje się to, że przekaz reklamowy ma oddziaływać na zachowania konsumentów, ma kierować ich zachowaniami, wyborami, a wszystko to ma się dziać poza ich świadomością, bowiem reklama coraz częściej staje się przekazem subliminalnym. Przedstawione uwagi wydają się stanowić wystarczające uzasadnienie słuszności rozpatrywania reklamy w kategoriach etycznych i stosowania standardów etycznych w analizach jej przekazów.

„Panowie, żyjemy w wieku reklamy, w wieku tabletek Hollowaya, musztardy Colemana, i prawdziwej herbaty Hornimana. Reklama odniosła wielki sukces w handlu, że partia liberałów ze zwykłą sobie przedsiębiorczością, przyjęła ją do polityki. Premier jest największym mistrzem na świecie w reklamowaniu samego siebie. (...). Każda jego czynność niezależnie czy w celach zdrowotnych, wypoczynkowych, czy religijnych, jest pokazywana każdemu mężczyźnie, kobiecie i dziecku w Zjednoczonym Królestwie na wielkich, rzucających się w oczy afiszach”. (Martin, 2007, 170).

Przedstawiony cytat, odnoszący się do sytuacji w XIX wieku, dowodzi tego, że reklama była wykorzystywana nie tylko w marketingu biznesowym, lecz także politycznym. Ekspansja reklamy, z jaką mamy do czynienia współcześnie, jest nieporównywalna z żadnym innym okresem w dziejach społeczeństw. „W miarę jak specjaliści od reklamy dostawali do rąk coraz więcej miliardów dolarów, zaczęli zyskiwać sobie pozycję potęgi wpływającej na model zachowania całej ludzkości. Stali się w olbrzymiej mierze panami przyszłości gospodarczej całego narodu i może największymi dyktatorami smaku (...)”. (Packard, 1970, 105).

Jak wiadomo, koniecznym warunkiem istnienia i powodzenia gospodarki w społeczeństwie ponowoczesnym jest sytuacja, w której podtrzymywana jest nieustająca gotowość konsumentów do nabywania oferowanych produktów. Reklama – pisze Packard – „musi produkować masowego klienta, tak jak fabryki w rozwijającej się gospodarce produkują masowy towar”. (tamże, 92).

Aby warunek ten mógł być spełniony w społeczeństwie konsumeryzmu jednostka zostaje poddana szczególnego rodzaju socjalizacji mającej na celu sprawienie, aby czyniła to, co dla systemu gospodarczego tego społeczeństwa, jest pożądane. Dla utrzymania gospodarki na możliwie najwyższych obrotach, konieczne jest, aby zarówno produkować jak i zbywać produkty w możliwie

najszybszym tempie. Można powiedzieć, że funkcjonalnym wymogiem współczesnej gospodarki jest powiązanie produkcji z jednostkowymi motywacjami działania. (Bauman, 2007, 171). Końcowym efektem wspomnianego wyżej procesu socjalizacji ma być ukształtowanie homo eligens (człowieka wybierającego). Warunkiem koniecznym prosperity społeczeństwa współczesnego jest zatem, odwołując się do tytułu powieści Stanisława Ignacego Witkiewicza, „nienasyce nie” konsumentów.

Reklama stanowi integralną część „kultury promocji”, to jest kultury właściwej społeczeństwu, w którym wszystko, począwszy od szerokiego spektrum produktów, a na ludziach (np. politykach, pisarzach, piosenkarzach) kończąc, musi być wylansowane i zaprezentowane w taki sposób, aby wzbudzić zainteresowanie, pożądanie, przyciągnąć, na jakiś czas (raczej krótszy, aniżeli dłuższy) uwagę. Można powiedzieć, że reklama ma skłonić ludzi do „kupowania coraz większej ilości towarów, które wcale nie są konieczne dla ich dobrobytu”. (Packard, 1970, 92). Co więcej, reklama ma w nich wyrobić silne i trwałe przekonanie, że produkty te są im bezwzględnie niezbędne do tego, aby zyskali coś niezwykle cennego. Zyskali, na zdrowiu, urodzie, i bezpieczeństwie. Jednym słowem by osiągnęli pełnię szczęścia i powodzenia.

Ale wiedzieć należy, że reklama staje się skuteczna wtedy, kiedy zawiera określonego rodzaju przesłanie, odwołujące się do:

- aktualnych wzorów kultury, stereotypów oraz zrozumiałych dla szerokiego odbiorcy symboli,
- powszechnie uznawanych w cywilizowanym świecie, idei (np. walki z rasizmem, opowiedzenie się za zakazem stosowania kary śmierci itp.),
- wszystkich niepokojów i pragnień, jakie budzi życie w społeczeństwie konsumentów,
- poczucia dołączenia do „*style pack*” i „bycia na bieżąco”, co zapewnić ma aprobatę, podziw i szacunek otoczenia, chronić przed odrzuceniem samotnością i wstydem. (Bauman, 2007, 165-166). [*Style pack*: zbiorowisko tych, którzy aktualnie nadają ton; prezentują styl bycia, jaki winni naśladować aspirujący do tej luźnej grupy, o której się mówi, pisze, postaci z pierwszych stron tabloidów czy tele-nowel],
- temporalnego wymiaru rzeczywistości; oferta tylko od – do; ważna jedynie przez ściśle określony czas; coś, co jest najnowszym, absolutnym hitem, – ostatnim krzykiem mody,
- wymiaru ilościowego, seria limitowana, „aż do wyczerpania”, co ma skłaniać do nie zwlekania z zakupem.

Reklama, kierując uwagę na oferowane na rynku produkty, spośród których można wybierać, zawiera wyraźną sugestię, że decyzja należy do konsumenta. Ważniejsze jest jednakże to, że dokonanie wyboru reklamowanego produktu traktowane jest, nie tylko jako oczywistość, ale przede wszystkim jako obowiązek, rodzaj przymusu, bowiem jak się sugeruje, leży to w interesie konsumenta.

Funkcją reklamy jest utrzymywanie potencjalnych klientów w ciągłej gotowości do dokonywania zakupów, wyczekiwania na nadarzącą się okazję. W ponowoczesnym społeczeństwie reklama nie służy tylko, jak się powszechnie sądzi, rozbudzeniu coraz to nowych potrzeb. Wydaje się, że coraz częściej jej istotę stanowi wzbudzanie uczucia braku satysfakcji, z wcześniej dokonanych wyborów, i zastąpienie ich nowymi, bardziej trafnymi. „Zupełna zmiana wizerunku” to niekończący się proces pogoni za nowością za większym i lepszym, za „nowym i ulepszonym” i „za nowymi doznaniem”. (Cavanaugh, 2010, 82-83). Specjaliści od reklamy General Motors określają to mianem „zorganizowanej kreacji niezadowolenia”.

Warto podkreślić, że skuteczności reklamy sprzyjają właściwości, którymi charakteryzuje się ponowoczesna rzeczywistość, a mianowicie:

- niespotykaną dotąd zmiennością, płynnością, niestabilnością, która dotyczy wszystkich, bez wyjątku, sfer życia. Cechuje ją tymczasowość, i pośpiech. Pośpieszne montowanie i demontowanie praktycznie wszystkiego: kariery zawodowej, tożsamości, łatwe i szybkie nawiązywanie kontaktów i równie łatwe ich zrywanie. Imperatywem działania jest „bycie w ciągłym ruchu”, do niczego się nie przywiązywać; „chwycić nadarzącą się okazję”.
- Komentowanym wcześniej permissywizmem w obszarze regulacji normatywnych.

Reklama z konieczności staje się coraz bardziej agresywna, natarcywa i wszechobecna w społeczeństwie, w którym mamy do czynienia z nadmiarem i marnotrawstwem. Powoduje to zwiększoną presję na natychmiastową gratyfikację, kierowanie się impulsem i uleganie „tyranii chwili”.

Reklama wykorzystuje ponadto wszystko to, co zawiera się w pojęciu „ducha czasów”, odzwierciedlającego dominujące w kulturze tendencje. Z tej racji, że ponowoczesność ma zabarwienie hedonistyczne, ludyczne i narcystyczne, reklama odwołuje się do:

- przyjemności, dogadzania sobie i używania życia,
- doczesności, fizyczności, eksploatacji seksualności; na przykład w reklamie papierosów Caro występuje atrakcyjna młoda kobieta „w prowokacyjnej pozie (na planie dominuje ostra czerwień) głosi męskiemu odbiorcy ”jestem jak lubisz”; cały image przekazu jest bardzo erotyczny”. (Melosik, 1994, 89),
- kulturowo ukształtowanych wzorców kobiecości i męskości, a ściślej do sposobu prezentacji kobiecości i męskości (tamże, 88),
- rozbudzanych marzeń, pragnień, wrażeń, doznań, oczywiście wyłącznie miłych,
- eksperymentowania z własną tożsamością, jej nieustannych zmian, w poszukiwaniu tej „najwłaściwszej”,
- poszukiwania wszelkiego rodzaju ułatwień, po to aby mieć więcej czasu na rozrywkę,

- czasu wolnego, spędzania go na przyjemnościach: przed odbiornikiem telewizyjnym najnowszej generacji, podróżach, piknikach rodzinnych z przyjaciółmi, grach komputerowych, słuchaniu ulubionej muzyki, oglądaniu filmów,
- ogólnie, pociągających stron życia, eksponowaniu jego uroków.

Wielce dyskusyjna etycznie rola reklamy polega na tym, że jak twierdzi Rifkin, „treści reklamowe (...) przejęły rolę tradycyjnych wyznaczników wartości, takich jak szkoły, kościoły, związki społeczne i instytucje kulturalne”. (Werner, Weiss, 2009, 45). Renzo Rosso, właściciel Diesel Jeans otwarcie przyznaje „My sprzedajemy styl życia. Stworzyliśmy pewien ruch. Koncepcja Diesla jest kompletna, to sposób życia, sposób noszenia ubrań, sposób robienia czegoś”. (tamże, 45).

Reklama, eksploatując atrakcyjne strony życia, sprawia, że z indywidualnej świadomości celowo wypierane są jego egzystencjalne imperatywy i nieuchronne dramatyczne zdarzenia, a pozostawioną przestrzeń wypełnia obojętność wobec problemów, z którymi zmagają się inni. Reklama w ten sposób zafałszowuje rzeczywistość, a przez to stwarza jej iluzję, którą wypełnia wyłącznie to, co pociągające, co przynosi zadowolenie.

Powtórzmy, zasadniczym narzędziem wykorzystywanym w reklamie jest manipulacja. Może ona przybierać różne postacie, takie jak:

- okazywanie nadmiernej opiekuńczości przez stosowanie wyraźnych sugestii, dostarczanie wzorców postępowania, udzielanie szczegółowych wskazówek,
- łagodne rozkazywanie, kontrolowanie („musisz to mieć”), co jest przejawem narzucania woli dysponenta przekazu,
- okłamywanie, aranżowanie określonych sytuacji; (Jarymowicz, 1976, 293),
- ingrację, która jest zachowaniem manipulacyjnym, zmierzającym do ukształtowanie u klienta czy konsumenta pozytywnej postawy wobec podmiotu (czyli tego, kto manipuluje) przez: schlebienie, „przymilanie się”, zjednywanie sobie, a także poprzez okazywanie innym troski o ich interesy, zdrowie, samopoczucie, szczęście. Mogą to być techniki ingracjacyjne polegające na:
 - podnoszeniu wartości partnera, komplementowanie w rodzaju stwierdzeń: „jesteś tego warta”, „lubimy cię takim jakim jesteś”,
 - przedstawianiu siebie w korzystnym świetle, czyli manipulowanie obrazem siebie przez dysponenta reklamy. Autoprezentacja polega często na ekspozowaniu umiejętności odgadywania potrzeb innych. Przypisywaniu sobie właściwości, które są powszechnie cenione, takich jak bycie godnym zaufania za pomocą takich m.in. przekazów jak: „zaufały nam miliony” lub „jesteśmy obecni na trzech kontynentach” albo „nasi eksperci pracują nad tym, aby wiedzieć, co dla ciebie dobre”.

Ingracjacja „jest zachowaniem manipulacyjnym, jest grą nie fair wobec partnera, próbą wykorzystania jego próżności czy naiwności. W kulturze wielu społeczeństw istnieją normy potępiające instrumentalne traktowanie ludzi”, co może osłabiać skuteczność techniki ingracjacji. (Lis-Turlejska, 1976, 325).]

Manipulacja może także polegać na zafałszowywaniu obrazu rzeczywistości, poprzez eliminowanie z niej tego, co może osłabić pożądanie zaspokojenia własnych pragnień, marzeń. Rzeczywistość tworzona w przekazach reklamowych jest całkowicie pozbawiona trudu i cierpienia, stanowiących nieodłączny składnik realnego życia. Odrealnienie rzeczywistości ma na celu odwrócenie uwagi od rzeczywistych kwestii życiowych, a przez to osłabienie na nie wrażliwości. Wrażliwość na cierpienia innych w takich przypadkach może być okazana tylko za sprawą nabycia określonych produktów, jak w przypadku niektórych akcji reklamowych.

Przekaz reklamowy niejednokrotnie ma zachęcać do wyzbycia się skrupułów, jawnego demonstrowania egoizmu, całkowitego nie liczenia się z dobrem innych. Willi Schalk, koloński ekspert od reklamy doradza „Uważaj własne potrzeby za ważniejsze od wszystkiego innego i spełniaj swoje pragnienia konsekwentnie bez względu na to, kto przez to ucierpi”. (Forum, 1994, nr 28, 10.7, 16). Działania reklamowe dążą także do eliminowania z pola widzenia konsumentów „ułamnych”, tj. takich, których udział w konsumowaniu ma niewielkie znaczenie. Zmierzają natomiast do utwierdzania konsumentów w przekonaniu, że jedynie przez konsumpcję możliwe jest zaradzenie wszystkim problemom: budowanie dobrych relacji w rodzinie, w kręgu przyjaciół i znajomych (wspólne grillowanie przy karkówce, zakupionej po rewelacyjnie niskiej cenie), wykazanie się matczyną mądrością i troską o najbliższych („Łakocie i witaminy”, dawanie „Tego co najlepsze”), zachowanie urody i zdrowia za sprawą kosmetyków, leków czy suplementów diety. Tak więc twórcy reklam, dążąc do skuteczności swoich przekazów, nie wahają się naruszać normy etyczne, a to z tego powodu, że skuteczność owa wymaga sięgnięcia do manipulacji oraz uciekania się do hipokryzji, nierzetelności, a nierzadko i do kłamstwa.

Reklama ma jednak nie tylko skłonić do dokonania określonego konsumenckiego wyboru. Prowadzić ma także klienta do uformowania określonego obrazu samego siebie; np. niedoskonałej osoby, której cudowna przemiana może się dokonać za pomocą określonych produktów do pielęgnacji i modelowania ciała bądź nawiązania określonych relacji z innymi ludźmi. Niedostosowanie się do wskazań, zawartych w przesłaniu reklamowym, ma wywołać poczucie wstydu, zażenowania i winy z powodu:

- nie spełniania społecznie akceptowanego wzorca: dobrej żony (gotowe zupy w postaci koncentratów), dobrej matki, która nie daje dzieciom to co „najlepsze”,
- nie stosowanie się do wzorca kobiecości (nie odchudzanie się, niedbałość o urodę, a przez to nie spełnianie kulturowo ukształtowanych oczekiwań),
- bycia niedostatecznie poinformowanym, nie „nadażania”, z tej racji, że na rynku są już doskonalsze (o „udoskonalonej formule”) np. proszki do prania, które pozwalają na zachowanie jeszcze bielszej bieli, a co ważniejsze nie niszczą tkanin,

- braku dbałości o kształtowanie własnego wizerunku (dbałości o to aby koniecznie dorównać innym (głównie modelkom, gwiazdom filmowym i popkultury) pod względem urody czy sprawności fizycznej,
- braku dbałości o potwierdzenie osobistego, zawodowego sukcesu przez uchylanie się od nabywania luksusowych produktów, a więc nie uczestniczenie w grze statusowej,
- zaniedbywanie zabezpieczenia i pomnażania oszczędności przez zwlekanie z wyborem bezpiecznego ich lokowania,
- niedbałości o zabezpieczenie się na wypadki losowe (polisy ubezpieczeniowe, ubezpieczenie na życie, pogodną jesień życia bez trosk itp.),
- braku starań o to, aby być lepszym od innych, („popatrz oni już to kupili, dokonali właściwego wyboru a ty? Dlaczego zwlekasz?”).

Podkreślmy, że działania reklamowe zmierzają do wyrobienia w klientach przekonania, że czegoś im brakuje, czegoś powinni mieć więcej, że są zbyt opieszali, niedoinformowani. Reklama ma wytworzyć wrażenie, że przyjemnością jest pogoń za nowością. Przyjemność zaś polega nie na posiadaniu, ile na pragnieniu posiadania. Celem przekazu reklamowego jest nieustanne podtrzymywanie pożądania, pobudzanie pragnień oraz wyzwianie fantazji życzeniowych.

Do coraz częściej praktykowanych nadużyć, w sensie etycznym, dochodzi z powodu przekroczenia granicy między sacrum i profanum. Praktyka przekraczania granic, stanowiąca konsekwencję „słabych klasyfikacji” charakterystycznych dla współczesnej kultury, jest szczególnie widoczna w obszarze sztuki. Mowa tu o wykorzystywaniu w reklamie określonych symboli i znaków, które dotąd przypisane były do sfery sacrum. Coraz szerzej podzielane w społeczeństwie ponowoczesnym przekonanie głoszące, iż „regułą jest brak reguł”, uzasadnia, przypuszczenie, że „pewnego dnia, w niedalekiej przyszłości, na pracownika agencji reklamowej odpowiedzialnego za telewizyjne reklamy kalifornijskiego Chardonnay spłynie taka oto natchniona wizja: Jezus stoi samotnie w oazie na pustym. Delikatny wietrzyk porusza liśćmi wspaniałych palm za jego plecami. Łagodna muzyka Bliskiego Wschodu pieści powietrze. Jezus patrzy miłośnie na trzymaną w rękach butelkę wina. Zwraca się do kamery i mówi: „Kiedy w Kaanie przemieniłem wodę w wino, o to mi chodziło. Spróbuj już dziś. Nawróć się”. (Postman, 1995, 198).

Równie wątpliwe pod względem etycznym należy uznać reklamy popularnych wśród dzieci i młodzieży gier komputerowych. W roku 1998 w piśmie *Next Generation*, skierowanym do dzieci została opublikowana reklama promująca grę elektroniczną pod nazwą *Vigilance* (Czuyność) dla nastolatków powyżej 13 roku życia. Reklama zachęcała gracza, aby „wykorzystał swoje agresywne skłonności w zbożnym celu”. W reklamie pokazane są „nogi chłopca od kolan w dół, w tenisówkach i džinsach, przy boku lufa strzelby, u stóp zaś dwóch martwych kolegów z klasy. Podpis głosił: „To coś w sam raz dla ciebie”. (Naisbitt J., Naisbitt N., Philips D., 2003, 85).

W przekazie reklamowym, jak wiadomo, idzie o to, aby skłonić kogoś do zachowań, zgodnych z intencją jego nadawcy. Sposobów na to jest wiele, a można to uczynić przez:

- zastosowanie ukrytej bądź jawnej groźby, jak np. zawstydzającej perspektywy niewywiązywania się z pełnionej roli matki czy żony,
- groźbę można zastąpić sankcjami pozytywnymi, a więc nagrodą,
- uwiedzenie, które jest „strategią przemieszczania (se-ducere – uwieść – zaprowadzić na ubocze, sprowadzić z drogi). (...). Uwodzenie jako (...) gra w przestrzeni znaków posiada pewną suwerenność i w dłuższej perspektywie zwycięża, ponieważ tworzy porządek odwracalny i nieokreślony”. (Baudrillard, 2005, 25). Uwieść kogoś znaczy tyle, co „wzbudzić w kimś zachwyty, pożądanie, oczarować, to nic innego jak „oszukać, zwieść”. (Słownik języka polskiego, 2002, 1101).

Uwodzenie może przyjmować różne formy. Uwieść można:

- wskazując, że towar, usługa, jest: całkowicie nowatorska, „ostatnim hitem”, nieodzowna dla każdego, lepsza od poprzednich, wydajniejsza, skuteczniejsza, smaczniejsza (zawiera więcej całych kawałków owoców), nie zawiera niepożądanych, szkodliwych substancji, (np. glutamianu sodu),
- obietnicą poczucia swobody, wszędzie może być użyteczny jak mobilny Internet, samochód, który pokona każdą drogę,
- niezawodnością, urządzeń, specyfików, suplementów diety (np. na ból gardła czy inne dolegliwości: niestrawność, gorączkę),
- przygodą, co zapewnić mogą podróże, urlopy spędzone w atrakcyjnych miejscach,
- zapewnieniem zachowania zdrowia i urody, co ma duże znaczenie w czasach, w których „Zapanował powszechny imperatyw: bądź piękny, a przynajmniej oszczędź nam swojej brzydoty” (Yves Michaud),
- obietnicą stania się powabną, atrakcyjną, lub zyskania atrybutów „prawdziwego mężczyzny”.

Reklama i marketing oparte są na eksponowaniu, wspomnianej wcześniej, przemijalności, tymczasowości. Stąd konieczne jest wyrobienie przekonania, o krótkim czasie trwałości nabywanych produktów i perspektywie zastąpienia ich w krótkim czasie innymi doskonalszymi. Prezentacja produktów musi ponadto zawierać sugestię, że mają one zdolność zaspokojenia ciągle zmieniających się oczekiwań i pragnień. W takiej perspektywie to nie dostawcy produktów kreują potrzeby, a jedynie podążają za zmieniającymi się potrzebami klientów. Zmiana tych akcentów ma znaczenie z psychologicznego punktu widzenia. Osłabia bowiem siłę ewentualnej supozycji, że w kreowaniu popytu zainteresowani są dostawcy produktów a nie klienci.

Widoczna jest w reklamie powtarzalność odwołania do przymusu posiadania danego produktu. Ukryty jest w niej apel „musisz to mieć”. Tym, co ma przekonać wahających się jest wskazanie, że skoro wybrało go tak wiele osób, to musi

być dobry, ponieważ wielu nie może się mylić. A więc np. „Neostrada to sprawdzone przez miliony”. (Bauman, 2007, 183).

Wcześniej była mowa o tym, że manipulacja może przyjmować postać natrętnej, natarczywej, a nieszczerzej dbałości, o interes klienta, jego dobro, komfort i wygodę, którą Baudrillard określa to mianem „terroru troski”. (Baudrillard, 2006, 230-231).

Podsumowując, w przypadku reklamy mamy często do czynienia z zasadniczym nadużyciem natury etycznej, a mianowicie: z manipulacją, hipokryzją polegającą na okazywaniu troski o interesy i dobro innych, podszytej nieszczerymi intencjami i obłudą. Wiadomo, że za ową „troską” o nabywcę kryje się własny interes. Tak np. w odniesieniu do akcji prowadzonej pod hasłem „Podaruj dzieciom słońce” należy zadać pytanie o to, czy nadrzędne jest dobro dzieci.

Reklama, czego warto mieć świadomość, stanowi formę przemocy symbolicznej, poprzez wykorzystywanie społecznie tworzonych kulturowych znaczeń w działaniach manipulacyjnych. Posługuje się niedopowiedzeniem, wykorzystując kulturowe konteksty, nadaje określone znaczenie sytuacjom i symbolom, a niekiedy posługuje się oszustwem. Dopuszcza się swoistego rodzaju symbolicznego gwałtu na świadomości tych, do których jest kierowana.

W społeczeństwie konsumpcyjnym reklama jest moralnie wątpliwa, przede wszystkim dlatego, że stanowi obietnicę zapewnienia każdemu szczęśliwego, dobrego, pozbawionego trosk, życia tu i teraz. Zmierza do wyrobienia i ugruntowania przekonania, że konsumpcja jest wyłącznym sposobem na uczynienie życia szczęśliwym. Proponowane w reklamach produkty wyposażone zostają w zdolność rozwiązania wszystkich problemów. To czy te problemy zostaną rzeczywiście rozwiązane zależy od konsumenta. Od tego czy jest wystarczająco przezorny i zapobiegliwy. Aby potwierdzić te właściwości winien nieustannie być gotowy do nabywania produktów coraz to lepszych, bardziej funkcjonalnych, bardziej przyjaznych, oszczędzających cenny czas, zbliżających do przyjaciół, ułatwiających prowadzenie interesów czy sprawiających radość bliskim.

Rozważając etyczny wymiar reklamy konieczne wydaje się podkreślenie także i tego, że w przekazach reklamowych mamy do czynienia z wykorzystaniem wszechobecnego, we współczesnych społeczeństwach, poczucia zagrożenia. Do istniejących w przeszłości jego postaci dołączają się nowe źródła zagrożeń, o czym pisze niemiecki socjolog Ulrich Beck w pracy zatytułowanej Społeczeństwo ryzyka. (Beck, 2002). Wykorzystanie w reklamie tego aspektu rzeczywistości, służyć ma podsycaniu poczucia niepewności, zagrożenia, stymulować ma lęk. Wszystkim tym zagrożeniom i lękom, jak przekonują przekazy reklamowe, można skutecznie zaradzić i przeciwdziałać im, za pomocą oferowanych produktów. „Wiele lęków wkracza w nasze życie razem z lękami, które poznaliśmy, zanim zdążyliśmy przestraszyć się chorób, które owe leki obiecują wyleczyć. Zagrożenie pluskwą milenijną to nie jedyna wstrząsająca wiadomość dostarczona przez spółki, które za odpowiednią cenę zdążyły już nam zaproponować za-

bezpieczeństwo naszego komputera. Catherin Bennett (...) ujawniła intrygę, którą kryła sprzedaż wiązana „starter hit” do kosztownej terapii, ostrzegającej, że „niewłaściwe pokarmy są odpowiedzialne za przedwczesne starzenie się; przywiedła, wymizerowaną i ziemista cerę (...) pomarszczoną, szorstką, wysuszoną skórę twarzy...” – tylko po to, by zapewnić ewentualnych klientów, że „zmarszczek można się pozbyć raz na zawsze, jeśli się zrealizuje dwudziestoosmiodniowy program” – kosztem zaledwie 119 funtów szterlingów”. (Bauman, 2008, 15-16). Przedstawione uwagi podsumowuje cytowany autor, twierdząc, że „gospodarka konsumpcyjna polega na produkowaniu konsumentów, a konsumentami, których wyprodukowania wymagają produkty antylekowe, są ludzie strachliwi i przestraszeni, ludzie mający nadzieję, że można wymusić odwrót budzących lęk niebezpieczeństw, i że oni sami (z całą pewnością za odpowiednią zapłatą) mogą tego dokonać”. (tamże, 16).

Nie ma wątpliwości co do tego, że przekaz reklamowy nie jest obliczony wyłącznie na skłonienie do nabycia danego produktu. Sytuując się między perswazją a manipulacją, polega nie tylko na natrętnym namawianiu, kuszeniu obietnicą i uwodzeniu. Celem jego jest także wykreowanie odpowiedniego, budzącego powszechną sympatię, obrazu firmy czy marki. Dokumentować ma, że firma:

- wykazuje się nieustającą troską o zaspokojenie pragnień i wyszukanych oczekiwań klientów,
- nadała za osiągnięciami nauki i postępem technologicznym,
- aktywnie się włącza w akcje dobroczynne, niosąc pomoc ludziom wymagającym wsparcia,
- angażuje się w podnoszenie jakości życia (opóźnianie procesu starzenia, zachowania sprawności fizycznej i umysłowej do późnej starości czy radykalne usuwanie bólu),
- w polu jej widzenia znajduje się dobro środowiska naturalnego,
- włącza się w publiczny dyskurs nad istotnymi problemami społecznymi takimi jak tolerancja, czy dopuszczalność stosowania kary śmierci.

Etyczny wymiar reklamy staje się widoczny w powiązaniu z promowanymi przez nią wartościami. Reklama wpisuje się kulturowy wzór hedonizmu, z konstytuującą go wartością, którą jest przyjemność. Kulturowy wzór życia przyjemnego wiąże się z posiadaniem i używaniem, korzystaniem z doraźnych przyjemności, jakie „tu i teraz” podsuwają sytuacje życiowe”. (Mariański, 1992, 249). Wartości promowane przez reklamę sprzyjają upowszechnieniu i ugruntowaniu „narcystyczno-hedonistycznego ego”, osłabiając jednocześnie znaczenie wartości akceptacji powinności. W tej perspektywie wolność jako wartość zostaje zredukowana do wolności wyboru „między przyjemnościami płynącymi z używania (...). Nie życie, lecz użycie staje się dominującym stylem myślenia i działania (...). (tamże, 250). Cechujący ponowoczesność permissywizm poszerza repertuar środków, które mogą być wykorzystane w działalności marketingowej i rekla-

mowej, i co ważniejsze, bez obawy sankcji; pod warunkiem, że nie zostaną, w rażący sposób przekroczone granice prawa.

Warto zwrócić uwagę także na to, że z etycznego punktu widzenia nie bez znaczenia jest kontekst, w którym pojawia się reklama telewizyjna. Rzecz dotyczy kwestii emitowania reklam między programami poświęconymi poważnym, niekiedy dramatycznym wydarzeniom jak np. „w latach sześćdziesiątych bezpośrednio po apelu o pomoc dla głodujących dzieci wchodziła reklama pożywienia dla psów”. (Packard, 1970, 98). Pytanie o to, czy może to mieć wpływ na kształtowanie się hierarchii wartości odbiorców reklam, zwłaszcza dzieci, ma wyłącznie charakter retoryczny.

Wskazuje to, że w perspektywie właściwej dla przedsięwzięć marketingowych i reklamowych dokonuje się nieuprawnionego odwrócenia porządku. Zabieg ten polega głównie na uprzedmiotowieniu ludzi. Dehumanizująca retoryka znajduje m.in. wyraz w szeroko stosowanym określeniu „zasoby ludzkie”. Natomiast przedmiotom zostają nadane cechy ludzkie. Jako przykład może posłużyć reklama fotokopiarki przedstawiająca super-sekretarkę wraz z hasłem: „amerykańska niezawodność, ona ma wszystko, co trzeba, trzyletnia gwarancja” (kobieta ma tu podobnie jak towar wartość użytkową i wymienną)”. (Melosik, 1994, 89). Przejawem nieukrywanego seksizmu, jest przedstawianie kobiety jako obiektu: „oto atrakcyjna kobieta proponuje zakup płytek ściennych, a główną częścią przekazu jest napis „połóż mnie, a zobaczysz jaka jestem dobra”. (tamże, 89). Warto zwrócić uwagę na to, że przekaz ten z jednej strony cechuje lapidarność, a z drugiej dosłowność, wyraźnie odwołującego się do stereotypu płciowego. Reklama eksponująca płciowość kobiet jako główny element przyciągający uwagę (prezentowanie relacji damsko-męskich w płaszczyźnie seksualności) jest tego dobitnym przejawem.

Odejście od etycznych standardów w reklamie znajduje wyraz w praktykach polegających m.in. na wprowadzaniu klientów w błąd przez:

- przemilczanie faktów,
- stosowanie reklamy komparatywnej,
- stosowanie kryptoreklamy („łódka boolts”),
- tworzenie fałszywego obrazu rzeczywistości,
- uprawianie swoistej gry na złudzeniach (w przeciągu krótkiego okresu czasu znikną zmarszczki),
- propagowanie sposobu odżywiania się, który uznany został za szkodliwy (hamburgery, frytki, chipsy, napoje energetyzujące),
- propagowanie stereotypów. (Dylus, 2005, 282).

Pokusa, a w większym stopniu możliwość wykorzystania technicznych środków ułatwiających manipulację, wzrasta w społeczeństwie, w którym obserwuje się wzrost indywidualizmu, promującego autonomię jednostki przy jednoczesnym wzroście możliwości wyboru, przed którymi staje jednostka. W tym przypadku

manipulacja polega na uwodzeniu, odwołaniu się do pragnień i marzeń, co streszcza się w sloganie nakazującym „bycie pięknym, zdrowym i bogatym”. Marketing i reklama, stanowiąc integralną część kultury popularnej, przejmują nie tylko wiele jej cech, lecz czynią z niej istotne źródło inspiracji, przejmując właściwe jej symbole.

Do głębszej refleksji nad etycznym wymiarem reklamy, winna skłaniać opinia Marcina Mroczka, eksperta, odnoszącego sukcesy w tej dziedzinie, który twierdzi: „Żadna dziedzina ludzkiej aktywności nie produkuje tyle szmiry, głupoty, nieprawdy, co reklama”. (Mroczek, *Rzeczpospolita, Magazyn, nr 45, z 10.11.2000*). Dla zrównoważenia negatywnego wydzźwięku przytoczonej konstatacji, powołajmy się na Kołakowskiego, który jest przekonany o tym, że „kłamstwa reklamy są mniej szkodliwe, niż mogłoby się wydawać. We wszystkich krajach istnieją restrykcje prawne, które zapobiegają bezpośredniemu podawaniu kłamliwych informacji o reklamowanych produktach; po prostu nie wolno, pod groźbą kar, sprzedawać wody z kranu w opakowaniu, które głosi, że jest to niezawodne lekarstwo na raka. Wolno jednak głosić, że mydło Cud albo piwo Hamburg jest najlepsze na świecie. W tym wypadku wszelako celem reklamy nie jest sprawić, żebym, usłyszawszy w telewizji wiadomość, iż mydło Cud jest najlepsze na świecie, doszedł do wniosku, że tak właśnie jest; jest celem bym zapamiętał sobie widok opakowania mydła Cud i, gdy mam wybrać mydło w sklepie, zwrócił się do produktu, który wydaje mi się znajomy po wielokrotnym oglądaniu tej samej reklamy (...)”. (Kołakowski, 1999, 30-31).

Kodyfikacja zasad etycznych badań rynkowych i reklamy

O wadze prezentowanych wyżej problemów, związanych z prowadzeniem badań marketingowych i działalnością reklamową świadczą nie tylko uregulowania prawne, lecz także powstanie europejskich i międzynarodowych kodeksów, których rolą jest ustalanie międzynarodowych standardów w tym zakresie. (Chrystides, Kaler, 1999, 426, 417-420). Opracowywaniem kodeksów zajmują się organizacje międzynarodowe, europejskie i krajowe stowarzyszenia badaczy rynku, takie jak Europejskie Stowarzyszenie Badania Opinii i Rynku (European Society for Opinion and Marketing Research), które jako pierwsze, ustanowiło zbiór zasad, opublikowanych w formie kodeksu w 1948 roku. Organizacja zrzeszająca międzynarodową społeczność marketingową, znana jako Międzynarodowa Izba Handlu, reprezentująca międzynarodową społeczność marketingową, przyjęła w roku 1971 własny kodeks etyczny. Przed jego przyjęciem był on szeroko konsultowany z zainteresowanymi organizacjami. Z kolei kodeks o charakterze międzynarodowym, wspólny dla ICC/ESOM, został przyjęty w 1986 roku. Jest on akceptowany przez największe organizacje badaczy rynku i opinii w ponad dwudziestu krajach Europy, Azji, Australii i obu Ameryk. „Międzynarodowy Kodeks dostarczać ma ogólnie akceptowanego w skali ponadnarodowej

i międzynarodowej zestawu podstawowych reguł postępowania. Stosuje się on zarówno do projektów międzynarodowych jak i projektów o charakterze lokalnym”. (Podstawowe postanowienia Kodeksu, tekst Kodeksu w: *Kultura i Społeczeństwo*, nr 3, 1994, 193).

Ogólnie można powiedzieć, że przyjmowane przez wspomniane organizacje kodeksy mają za zadanie zabezpieczenie interesów konsumentów przed nadużyciami firm. Winny być oparte na zaufaniu, zbudowanym na „przekonaniu, że są one prowadzone uczciwie, obiektywnie, bez narzucania się i powodowania negatywnych skutków dla badanych, (podkreślenie – G.B.) oraz że badania są oparte na dobrowolnej współpracy ogółu społeczeństwa”. Istotną kwestią, z racji możliwości nadużyć w tym zakresie, jest poszanowanie prywatności. Odnosi się to do trybu pozyskiwania, przetwarzania, i gromadzenia danych osobowych oraz udostępniania ich osobom trzecim. „W szczególności, badań rynkowych nie wolno używać do zbierania nazwisk, adresów i związanych z nimi dodatkowych informacji w celu włączenia ich w bazę danych służącą bezpośrednim działaniom marketingowym lub podobnym celom promocji i sprzedaży”. (tamże, 194). Cytowany kodeks nakłada odpowiedzialność na badaczy wobec badanych oraz nakazuje prowadzenie badań zgonie z zasadami uczciwej konkurencji.

W Polsce obowiązuje kodeks postępowania w dziedzinie reklamy, opracowany przez Oddział Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy w Polsce. (Lewicka-Strzałecka, op.cit.78).

Inne kodeksy, regulujące działalność reklamową:

- Kodeks Stowarzyszenia Twórców Reklamy,
- Kodeks Etyczny Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego powstał w 1996. (www.smb.pl/files/7),
- Kodeks Postępowania w Dziedzinie Reklamy, powstały 1993 roku, stanowiący podstawowy dokument samoregulacyjny działalności w tej dziedzinie,
- Kodeks Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy (International Advertising Association -IAA),
- ([www.iaa.org.pl/o reklamie](http://www.iaa.org.pl/o_reklamie)).

Szczegółowe informacje na temat etycznych aspektów działalności biznesowej pod adresem: Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Kodeks postępowania w reklamie (British Code of Advertising Practice), opracowany przez Brytyjski Urząd ds. Reklamy (Advertising Standard Authority) zobowiązuje reklamodawców do respektowania czterech podstawowych zasad a mianowicie: „zgodności z prawem, przyzwoitości, uczciwości i prawdziwości”. (Chryssidis, Kaler, 1999, 419).

Wobec faktu istnienia wielu kodeksów etycznych regulujących działalność marketingową i reklamową uzasadnione jest postawienie pytania o to, jaka jest skuteczność tych kodeksów, a tym samym pytanie o zasadność ich istnienia. Supozycja, że wspomniane kodeksy stanowią przedsięwzięcia stricte marketingowe

nie wydaje się pozbawiona podstaw. Domniemanie takie jest uprawnione z co najmniej trzech powodów.

- Po pierwsze, dlatego że kodeksy charakteryzują się znaczną ogólnikowością. Ogólnikowość wspomnianych kodeksów może przemawiać na ich korzyść, jedynie w sytuacji wyboru sposobów działania i wtedy, kiedy zostanie potraktowana jako sposobność do pogłębionej refleksji etycznej.
- Po drugie, o czym już była mowa, współcześnie istnieje widoczna tolerancja wobec przekraczania zasad i norm. W czasach skrajnego liberalizmu, jak twierdzi cytowany już Scruton, obowiązuje zasada nie przywiązywania się do zasad, bowiem każdą z nich można zakwestionować w imię ocalenia wolności wypowiedzi czy prawa do informacji. W związku z tym pytanie czy istniejące zinstytucjonalizowane formy kontroli działań marketingowych i reklamowych (organizacje, kodeksy, konwencje) są zdolne do zapewnienia respektowania określonych standardów etycznych pozostaje nadal otwarte.
- Po trzecie, na ogół w kodeksach brak jest postanowień odnoszących się do sankcji w przypadkach nie respektowania postanowień w nich zawartych.

Uprawnione natomiast wydaje się przekonanie, że eliminowaniu nieetycznych praktyk w reklamie mogą skutecznie służyć organizacje konsumenckie, m.in. przez ogłaszanie własnych raportów na temat nieetycznych praktyk stosowanych przez agencje reklamowe w wydawanej przez siebie prasie, tak jak uczynili to Amerykanie w kilka lat po ukazaniu się w 1957 roku pracy Packarda „Hidden Persuaders”, w której dowodził, że 2/3 znaczących w branży reklamowej agencji wykorzystuje wyniki badań psychologicznych a także z zakresu psychiatrii i socjologii do manipulowania potencjalnymi konsumentami. Dyscyplinowaniu reklamodawców może służyć, praktykowana już od lat sześćdziesiątych w Stanach Zjednoczonych, AP, odmowa emitowania przez stacje telewizyjne, reklam, które używają nazbyt dosłownego języka rekomendując farmaceutyki, kosmetyki, szczególnie dezodoranty, środki służące higienie osobistej czy artykuły toaletowe. Należy zgodzić się z cytowanym wyżej autorem, że „Poziom reklamówek zarówno radiowych, jak i telewizyjnych obniża się, w miarę jak wzrasta nacisk na sprzedawanie”. (Packard, 1970, 94-97).

Część V

Etyka zawodowa, kodyfikacja etyki zawodowej

Rozdział I

Zawód jako rola społeczna, etyka zawodowa

Pojęcie roli społecznej

Działania jednostek, jak wiadomo, podlegają różnego rodzaju regulacjom. Reguły kulturowe, wyznaczające sposoby działań, występują w dwóch postaciach, a mianowicie jako wartości a także normy, tworząc złożone układy. Wyznaczają one zarówno cele działań jak i sposoby ich osiągania. Osiąganie zamierzonych celów, wyznaczanych przez wartości, jest warunkowane koniecznością respektowania określonych norm. Takie wiązki norm i wartości, regulujących typowe osiąganie danych celów, nazwiemy – za Piotrem Sztompką „procedurami” działaniami. (Sztompka, 2002, 264). Procedury takie mogą przybierać bardziej lub mniej sformalizowaną postać.

Jednostki, podejmujące określone działania, realizując wybrane cele, różnią się m.in. pod względem zajmowanych w społeczeństwie (grupach, organizacjach) pozycji. Pozycja społeczna z kolei to „wyróżnione i nazwane w danej kulturze typowe miejsce w społeczeństwie, które może zajmować wiele różnych osób (np. zawód)”. (tamże, 110). Dodajmy, że pozycje nazywane także statusami społecznymi charakteryzują się tym, że do statusów, a nie do osób je zajmujących, przypisane są określone uprawnienia (prerogatywy) i nakładane zobowiązania (powinności). Sprawia to, że pozycje-statusy tworzą określone hierarchie. Jedne pozycje usytuowane są wyżej inne zaś niżej. Owe statusy współokreślone są w różny sposób przez pełnione przez jednostki role społeczne i zawodowe.

Pełnienie określonej roli wyznacza jednostce miejsce w społeczeństwie, decyduje o poziomie dochodów, poważaniu społecznym i stylu życia.

W socjologii, pojęcie roli społecznej nawiązuje do metaforycznego ujmowania życia społecznego jako rodzaju teatru. Myśl o traktowaniu życia społecznego jako teatru ma długą tradycję. Najpełniej chyba wyraził ją Wiliam Szekspir w „Jak wam się podoba”. Jedną z postaci tej sztuki wypowiada kwestię: „Świat jest teatrem, aktorami ludzie, którzy kolejno wchodzi i znikają”.

„Metafora Szekspira – jak twierdzi Ralf Dahrendorf – stała się dziś centralną zasadą nauki o społeczeństwie”. (Dahrendorf, za: Szacki, 1981, 7).

Jest jeszcze jeden powód, dla którego metafora teatralna wydaje się przydatna w prezentowanych dalej uwagach. Otóż należy przypomnieć, że wykonywanie wielu zawodów menedżerskich jest dość ściśle związane także z kształtowaniem umiejętności aktorskich. Stają się one przydatne w umiejętnym skrywaniu tego, co się naprawdę myśli, przywdziewaniu stosownych do sytuacji i partnerów „masek”, czy zdolności umiejętnego mówienia czegoś innego niż to, co się naprawdę myśli. Ogólnie można powiedzieć, że wykonywanie zawodu, to granie roli wymagającej określonych umiejętności, przywdziewania stosownych „masek”. Do skutecznego odgrywania roli zawodowej menedżera wielce przydatne wydają się nauki Niccolò Machiavellego, który jak wiadomo wysoko cenił sztukę aktorską w sprawowaniu władzy, manipulowaniu innymi i skłanianiu ich do czynienia tego, co wydaje się korzystne dla tego, kto władzę sprawuje.

Warto zatem odpowiedzieć na pytanie, na czym polega pełnienie roli. Otóż występowanie w roli obejmuje:

- dokonywanie autoprezentacji,
- wywieranie na innych, czyli „widzach” tzn. partnerach stosownego do zamierzeń wrażenia,
- sprawowanie kontroli nad tym, co – zależnie od sytuacji – pragnie się ujawnić a co ukryć.

Pełnienie roli obejmuje wiele dokonań, które wymagają aktywnej uwagi ze strony jednostki. Głównym dążeniem jest natomiast dostosowywanie się (szczerze bądź udawane) do społecznych oczekiwań związanych z daną rolą.

W myśl metafory teatru granie w roli implikuje obecność widowni. To przecież przed „widzami” dokonuje się „występ”. To, kim są widzowie nie pozostaje bez wpływu na charakter i przebieg „występu”.

Perspektywa powyższa znajduje potwierdzenie w języku potocznym, w którym znajdujemy liczne przykłady retoryki dramatycznej. Mówimy o „wypadnięciu z roli”, „kulisach sprawy”, „urządzeniu przedstawienia” czy „grze przy otwartej kurtynie”.

Wszystkie te określenia zaczerpnięte są z dziedziny teatru i opisują przebieg życia społecznego w kategoriach występu, rozumianego jako realizacja roli przez jednostkę wobec widzów i co ważne, z intencją wywierania na nich wpływu.

Analogie z teatrem sięgają znacznie głębiej. W „występach” aktora społecznego dostrzegamy rekwizyty a także scenę, czyli miejsce, w którym trwa „występ”. Może to być np. bank, a ściślej miejsce, w którym przyjmuje się klientów, sala konferencyjna, gdzie odbywają się negocjacje czy biuro, w którym przyjmuje się kontrahentów bądź interesantów. Dostrzegamy także „kulisy”, rozumiane jako przestrzeń, w której jednostka przygotowuje się do „występu”, gdzie może czuć się swobodnie i pozbyć się „maski”.

Tak więc grając rolę, jednostka dąży do czynienia zadość określonym oczekiwaniom społecznym, odnoszącym się do celu i sposobu jej pełnienia. Te oczekiwania „widowni” regulowane są wieloma czynnikami, takimi jak:

- wzory zachowań,
- normy obyczajowe i normy moralne,
- reguły etykiety,
- oraz wskazania ze strony etosów zawodowych.

Pełnienie roli, podobnie jak występ teatralny, zakłada uprzednie nauczenie się jej. W przypadku aktora społecznego będzie to internalizacja wzorów zachowań, norm i wartości w procesie socjalizacji. Inaczej mówiąc, uczy się on utrzymywania swoich zachowań w wymaganych w danym społeczeństwie ramach. Techniczne aspekty wiążące się z pełnieniem roli to:

- „Scenografia”, która podczas trwania występu pozostaje niezmienna. Będzie to np. umeblowanie biura, salonu, świątyni, sklepu, sali wykładowej oraz stosowne do każdego z tych miejsc wyposażenie w postaci mebli, obrazów, dywanów, roślin, itp.
- „Fasada osobista”, na którą składają się nawet najdrobniejsze elementy powierzchowności, od cery, karnacji, makijażu, ozdób po ubiór. Fasada osobista bywa dość często formalizowana np. w postaci kodów ubraniowych i służy sygnalizowaniu statusu, przynależności do organizacji czy grupy zawodowej.
- Ważnym elementem pełnienia roli jest styl bycia (na luzie, wyniosły, protekcyjny, szarmancki, arogancki, uniżony, wyzywający). Styl bycia przejawia się w: intonacji głosu (przyjazny, agresywny, napastliwy, szorstki), sposobie poruszania się, postawie ciała czy wreszcie komunikowaniu werbalnym.

Właściwe pełnienie roli polega na zgodności: „fasady osobistej” oraz stylu bycia. Brak zgodności tych elementów czyni aktora niewiarygodnym, sprawia, że jest on postrzegany jako niewłaściwa osoba na niestosownym miejscu.

W występie mogą być ponadto wykorzystane symbole statusu sygnalizujące zamożność. W pewnych sytuacjach celowe jest podkreślenie „dobrego urodzenia”, żarliwości religijnej, czy manifestowanie dobrych manier. W innych natomiast korzystne może się okazać maskowanie tych elementów.

Podkreślmy, że grając określoną rolę ważne jest to, co aktor pragnie odkryć przed widzami, a co pozostawić niejawnym. Mowa tu o takich sytuacjach,

w których działający podmiot pragnie przedstawić się jako ktoś zupełnie inny niż w rzeczywistości. Tak więc na przykład politycy pragną się prezentować jako osoby pracujące na rzecz państwa, społeczeństwa i spraw publicznych. Z kolei akwizytor, agent ubezpieczeniowy czy doradca finansowy mogą ukrywać rzeczywiste motywy swego działania, prezentując się jako osoby kierujące się dobrem klienta, podczas gdy w rzeczywistości mają na względzie dobro własne i firmy. W występie polegającym na celowym wprowadzaniu w błąd aktor posługuje się symulacją, kłamstwem, manipulacją i przemilczaniem istotnych dla strony drugiej kwestii, np. stwarzaniem pozorów, że ma na uwadze wyłącznie dobro swego rozmówcy.

Podsumowując, pojęcie roli społecznej, które zostało wprowadzone do socjologii przez Amerykanów, Ralpa Lintona i Roberta Kinga Mertona, należy do podstawowych pojęć tej dyscypliny. Rola odznacza się następującymi właściwościami:

- jest zewnętrzna wobec jednostki.
- Stanowi fakt zastany, istniejący niezależnie od jednostki; w związku z tym musi ona „nauczyć się” danej roli, „wejść w rolę”, a następnie grać ją, z większym bądź mniejszym powodzeniem.
- Rola ogranicza dowolność działań podmiotu, wyznaczając dopuszczalne ich ramy. Mimo narzuconych ograniczeń, aktor gra daną rolę we właściwy sobie sposób, czyli w sposób zindywidualizowany; podobnie jak różni aktorzy w swoisty dla siebie sposób grają rolę Hamleta, pozostając wierni tekstowi dramatu. Indywidualny aspekt roli, czyli jej konkretne „wykonanie” wynika z osobowości pełniącego ją podmiotu.
- Role podlegają koordynacji z rolami pełnionymi przez innych aktorów.
- Aktor, w swoim życiu gra wiele ról, jedne pełnione są równolegle w tym samym fragmencie biografii, natomiast inne wykonywane są przez określony czas.

Występowanie w wielu rolach prowadzi do sytuacji, w których może dojść, i nie rzadko dochodzi, do konfliktu ról. Polega on na tym, że pełniący je podmiot równocześnie zostaje poddany presji rozbieżnych oczekiwań (np. rola przyjaciela i przedstawiciela konkurencyjnej firmy). Tak więc możemy powiedzieć, że zjawisko konfliktu ról wpisane jest już w samą definicję roli społecznej. Z racji jego znaczenia warto poświęcić mu więcej uwagi.

Konflikt ról

Pełnienie roli, podobnie jak całość życia społecznego, nacechowane jest sprzecznościami, a w konsekwencji konfliktowością, która stanowi immanentną cechę życia zbiorowego. Konfliktowość owa na poziomie ról społecznych pojawiać się może w trzech sytuacjach.

- Pierwsza z nich występuje wtedy, kiedy analizujemy działania jednostki w kontekście wielu pełnionych przez nią równocześnie ról. W tym przypad-

ku konflikt polega na tym, że w odniesieniu do każdej z tych ról mogą być formułowane różne oczekiwania; jednostka poddana jest presji sprostania rozbieżnym powinnościom (występowanie w roli matki wymaga poświęcania czasu na wychowanie dziecka, natomiast występowanie w roli pracownika nakłada powinność dyspozycyjności).

- Sytuacja druga występuje wtedy, kiedy podmiot, pełniąc określoną rolę, wchodzi w relacje z aktorami społecznymi, pełniącymi inne role. W tej sytuacji konflikt polega na możliwości pojawienia się niezgodności interesów osób włączonych w daną sytuację. Innymi słowy jednostka staje wobec niespójności zobowiązań. Lazari-Pawłowska określa to „rolą wewnątrzkonfliktową”. (Lazari-Pawłowska, 1992, 86). Na przykład w przypadku zawodu menedżera może to być konflikt wynikający ze zobowiązań wobec akcjonariuszy oraz ze zobowiązań wobec pracowników.
- Sytuacja trzecia polega na tym, że pod adresem jednostek pełniących określone role są formułowane sprzeczne dyrektywy postępowania. Jako przykład może posłużyć rola lekarza, którego z jednej strony wiąże przysięga Hipokratesa z drugiej natomiast nakaz kierowania się rachunkiem ekonomicznym.

Nieuchronność występowania sytuacji konfliktowych związanych z pełnieniem ról społecznych stanowi istotny czynnik, zmuszający aktora społecznego do refleksji etycznej.

Zwróćmy więc uwagę na to, że rola zawiera dwa komponenty:

- normatywny czy powinnościowy, odnoszący się do tego, jak jednostka powinna pełnić daną rolę,
- oraz behawioralny dotyczący tego, jak rzeczywiście rola jest pełniona.

Znaczenie tego rozróżnienia dostrzegamy szczególnie w odniesieniu do problemów pojawiających się w związku z pełnieniem ról zawodowych.

Rola zawodowa

Rola zawodowa jest jedną z zasadniczych ról w życiu człowieka głównie dlatego, że jest ona ściśle związana z wykonywaną pracą, stanowiącą podstawę egzystencji. W ciągu swojej biografii jednostka może wykonywać wiele różnych ról zawodowych. Taka perspektywa jest szczególnie aktualna we współczesnych społeczeństwach, w których rynek pracy charakteryzuje się elastycznością, co zmusza jednostkę w toku jej biografii do wielokrotnej zmiany zawodu m.in. w skutek obowiązywania zasady „nic na długo”. Wybór zawodu na „całe życie” jest obecnie mało realny.

Zawód, to zespół czynności, wyodrębniony z ogółu czynności społecznych. To zbiór działań, wykonywanych w ramach społecznego podziału pracy, zgodnie z kwalifikacjami przypisanymi i uprawniającymi do ich wykonywania. Nomenklatura zawodów w Polsce określa zawód jako oparte na kwalifikacjach wyko-

nywanie, w celach zarobkowych, zespołu czynności (robót) społecznie użytecznych. (Turowski, 1994, 197).

Warto zwrócić uwagę na to, że we współczesnych społeczeństwach mamy do czynienia z postępującym procesem profesjonalizacji. Proces ten rozumiany jest jako kompleks zmian polegających na traktowaniu zawodu za ważną wartość, a jego wykonywanie za podstawowy czynnik osiągnięcia przez jednostkę pozycji w społeczeństwie. Proces ten przebiega na poziomie świadomości jednostek i manifestuje się w ich postawach i wartościach.

Profesjonalizacja w sferze obiektywnej oznacza traktowanie zawodu jako źródła samorealizacji oraz podstawy określającej poziom i styl życia. Posiadanie określonego zawodu, zdobycie wymaganych kwalifikacji, niezbędnych do jego wykonywania jest postrzegane jako jedna z istotnych wartości. Zawód staje się ponadto w coraz istotniejszym stopniu wartością instrumentalną. Jak wynika z licznych badań do wyboru i wykonywania „odpowiedniego” zawodu przywiązuje się coraz większą wagę. Znajduje to wyraz także i w tym, że coraz wyżej cenione są kwalifikacje i kompetencje formalne. W społecznej świadomości wykonywany zawód, osiągnięta w nim pozycja-stanowisko oraz fachowość zyskują coraz większe znaczenie jako podstawowe kryteria społecznie przypisywanego jednostce prestiżu.

„Każdy sektor życia gospodarczego – pisze Hansen – a tym bardziej każdy zawód, pełni w systemie społeczno-ekonomicznym pewną funkcję. Określenie tej funkcji pozwala stwierdzić, jaki powinien być cel wykonywania danego zawodu. Głównym celem wykonywania każdego zawodu nie jest i nie może być zysk. Uzyskanie maksymalnego dochodu może i powinno być jednym z najsilniejszych motywów działania ludzi, ale aby jakakolwiek działalność gospodarcza przynosiła zyski, musi bezpośrednio lub pośrednio zaspakajać potrzeby jednostek lub grup ludzkich. Określając cele danego zawodu, określamy to, za wypełnienie czego, pracownik jest wynagradzany lub też to, z czego czerpie zyski. Tym samym określamy granice jego zawodu i wyznaczamy, co w danym zawodzie stanowi obowiązek, a czego w nim czynić się nie powinno”. (Hansen, 1993, 102-103).

Rola zawodowa menedżer – zawód menedżer

We współczesnych organizacjach biznesowych menedżerowie stanowią szczególną grupę zawodową. Dzieje się tak dlatego, że kształtują oni zarówno struktury jak i zasady funkcjonowania organizacji. Powstawanie zawodu menedżera wiązało się z zachodzącymi w gospodarce światowej procesami, polegającymi na koncentracji kapitału, powodującej rozrastanie się podmiotów gospodarczych, ściślej korporacji, czyniąc z niej dominującą formę przedsiębiorczości, a przez to wywierającej istotny wpływ na sposób funkcjonowania gospodarki w skali światowej. Skala podejmowanych przez korporacje przedsięwzięć bizne-

sowych oraz ich obecność na giełdzie spowodowała oddzielenie własności od zarządzania. To z kolei doprowadziło do wyodrębnienia się grupy zawodowej, wyspecjalizowanej w zarządzaniu. Kluczowe, zarówno dla kapitalizmu epoki industrialnej jak i postindustrialnej pojęcie „zarządzania” pojawiło się około sto lat temu. Zarządzanie, według Oxford English Dictionary, to „sprawianie, że inni (...) podporządkowują się naszej woli”. To „kontrolowanie” oraz „skuteczność w realizowaniu zamierzeń”. (...). „Zarządzać czymś” znaczyło także nadawać kierunek biegowi rzeczy zgodny z naszymi zamierzeniami i wolą. W ostatecznym rozrachunku zarządzać znaczy ograniczać wolność tych, którymi się zarządza” (podkreślenie autora). (Bauman, 2007, 240-241).

Zawód menedżera to zespół działań skoncentrowanych na zarządzaniu. Zawód ten został powołany do sprawowania nadzoru (w szerokim tego słowa znaczeniu) nad przedsięwzięciami biznesowymi, podejmowanymi w imieniu i w interesie tych, którzy sprawują władzę właścicielską. Zawód menedżera może być zdefiniowany jako zespół wyspecjalizowanych, wyuczonych czynności polegających na zarządzaniu, czyli na doborze stosownych środków umożliwiających osiąganie zamierzonych celów. Celem tym, zgodnie z poglądem Milтона Friedmana, jest maksymalizowanie korzyści właścicieli, czyli akcjonariuszy (udziałowców). Menedżer sprawuje swoją funkcję w imieniu, tych, którzy są właścicielami i jego rzeczywistymi pracodawcami. Obowiązki menedżera „polegają na kierowaniu przedsiębiorstwem zgodnie z ich życzeniami, które najczęściej są wyrazem chęci zarobienia jak najwięcej przy jednoczesnym przestrzeganiu podstawowych reguł społecznych, ucieleśnionych zarówno przez system prawa, jak i zwyczaje moralne. (...). Za każdym razem kluczową sprawą jest to, że zatrudniony na stanowisku kierowniczym menedżer jest pełnomocnikiem tych, którzy daną spółkę założyli (...)” (Friedman, 1997, 50, 51).

Na przestrzeni kilkudziesięciu lat poglądy amerykańskich ekonomistów na rolę menedżerów ulegały dość istotnym zmianom. Tak np. zdaniem jednego z przedstawicieli modnej w latach siedemdziesiątych teorii rewolucji menedżerów, Gardinera C. Meansa „Kryteria społecznej odpowiedzialności narzucają konieczność traktowania dużej korporacji jako instytucji społecznej. To kryterium nakazuje menedżerom: waszą funkcją w społeczeństwie jest kierować korporacją zgodnie z interesem społecznym, służąc pomyślności właścicieli, robotników i urzędników, dostawców, klientów i publiczności”. (Means, 1962, za: Gulczyński, Iwiński, Lamentowicz, 1977, 304). W podobnym tonie utrzymana jest wypowiedź prezydenta korporacji Lever Brothers, Jervisa J. Babba, który wskazywał, że „Rządzenie biznesem przeszło z rąk właściciela w ręce profesjonalnego menedżera, który jest urzędnikiem. Być może najbardziej zadziwia u współczesnego menedżera – takiego, jakim go obecnie znamy – to, że pracuje on głównie nie dlatego, żeby stać się bogatym (...), co uważa on widocznie za żenujące według współczesnych standardów społecznych. Kieruje się głównie trzema motywami. Najbardziej widocznym jest oczywiście, dążenie do dobrego

wykonywania pracy i zyskania uznania. Po drugie, co jest najbardziej istotne, dążenie do tego, aby być pożytecznym dla innych. To ma we krwi. Trzecim bodźcem jest po prostu instynkt samozachowawczy”. (tamże, 304-305).

Cytowane rozumienie roli menedżera wydaje się współcześnie całkowicie pozbawione podstaw w świetle deklaracji takich menadżerów jak Welch, a przede wszystkim w świetle praktyk stosowanych w korporacjach, i opisanych przez wielu badaczy. (Bakan, 2006, Sennett, 2006). Praktyki te wyraźnie oparte są na „filozofii” amerykańskich yuppies z końca lat osiemdziesiątych, której podstawę stanowi maksyma „Chciwość jest w porządku”. (Brzeziński, 1993, 64).

W odniesieniu do zawodu menedżera formułowane są określone rodzaje dyrektyw, zasad, reguł oraz oczekiwań, które mają wyznaczać kierunki działań i podejmowanych decyzji. Są to dyrektywy:

- techniczno-ekonomiczne,
- prakseologiczno-pragmatyczne,
- normy prawne,
- normy etyczne.

Dodajmy, iż zawód menadżera, rozumiany jako rola zawodowa, ma trzy podstawowe wymiary, a mianowicie:

- profesjonalny, odnoszący się do kompetencji opartych na wiedzy, udokumentowanych zdobyciem określonego wykształcenia,
- psychologiczny, dotyczący pożądanego wyposażenia osobowościowego,
- moralny, wynikający z aksjonormatywnych dyrektyw zawartych w roli zawodowej, czyli z tej części etosu zawodowego, która obejmuje wartości i normy, wzory zachowań oraz niepisane zinstytucjonalizowane zasady i normy, które mogą przyjmować postać kodeksów etycznych poszczególnych profesji.

Etyka zawodowa a moralność zawodowa

O tym, że etycznemu wymiarowi działalności zawodowej przypisywano od dawna znaczenie przekonuje istnienie najstarszego zawodowego kodeksu etycznego, a mianowicie przysięgi Hipokratesa. Dowodzą tego także toczone zwłaszcza współcześnie przez etyków spory, na temat tego rodzaju kodeksów etycznych. Wagę etycznego wymiaru działalności zawodowej podkreślają liczne, istniejące bądź powstające etosy zawodowe, towarzyszące wyłanianiu się nowych zawodów. Wydaje się, iż współcześnie, problemowi etyki zawodowej nadaje się tak dużą rangę w związku z procesem zachodzących zmian społecznych, a związanych z:

- erozją „starych” etosów, w szczególności protestanckiego etosu kapitalizmu i etosu pracy ukształtowanego przez etykę protestancką,
- powstaniem nowych zawodów, których etosy zawodowe znajdują się w stadium formowania,

- nasileniem się permissywizmu, relatywizmu i jego przenikaniem do praktyki zawodowej,
- postępującą indywidualizacją, manifestującą się w wyraźnie niechętnym poddawaniu się jakimkolwiek rygorom.

Etyczny wymiar zawodu menedżera znalazł się w centrum zainteresowania w związku z odnotowywanym wzrostem przypadków działań stanowiących jaskrawe naruszenie niekwestionowanych dotąd zasad etycznych. Można to traktować jako fragment szerszego procesu zmian orientacji moralnych współczesnych społeczeństw ujawniających się m.in. w patologiach więzi moralnej i procesie zinstytucjonalizowanego omijania reguł.

W związku z tym pojawia się pytanie, czy uzasadnione są inicjatywy zmierzające do kodyfikacji etyk zawodowych. Problem ten stanowi jeden z istotniejszych przedmiotów dyskusji i sporów wśród etyków. Dotyczą one głównie dwóch problemów.

- Po pierwsze, czy uprawnione jest mówienie o etyce zawodowej rozumianej jako dający się wyodrębnić zespół norm, mających szczególne zastosowanie w odniesieniu do grup zawodowych.
- Po drugie, skuteczności działań podejmowanych w imię kodyfikacji etyk zawodowych. (Dyskusja redakcyjna wokół etyki zawodowej, w: *Etyka*, nr 27, 1994, 166).

W dyskusjach tych podnoszone są takie kwestie jak np. to, czy można mówić o tylu „systemach moralnych, ile jest zawodów, czy też mamy do czynienia z rozbudową jednej i tej samej moralności dla pewnych określonych sytuacji, które szczególnie często zdarzają się danemu specjalście w jego życiu zawodowym, inaczej mówiąc z tymi samymi dyrektywami moralnymi, zastosowanymi tylko każdorazowo do innego odcinka”. (Ossowska, 1963, 365).

Zwraca się także uwagę na przydatność respektowania różnic między przekonaniami moralnymi i moralnością zawodową. Mówiąc o przekonaniach moralnych mamy bowiem na myśli to, jakie postępowanie w danym środowisku zawodowym nie stanowi naruszenia normy i traktowane jest jako dopuszczalne. O moralności zawodowej jest natomiast mowa wtedy, kiedy odnosimy się do rzeczywistych działań, które mogą odbiegać zarówno od etyki zawodowej jak i od przekonań moralnych. (Lazari-Pawłowska, 1992, 84).

To rozróżnienie jest istotne z uwagi na to, że umożliwia prowadzenie analiz na trzech poziomach (etyki zawodowej, przekonań moralnych, indywidualnej moralności) i dokonywanie porównań dotyczących tego, jak dalece przekonania moralne czy moralność zawodowa odbiega od etyki zawodowej ujętej w kodeksy.

Kodyfikacja etyki zawodowej

Problematyka zawodowych kodeksów etycznych nie jest dziedziną refleksji pozbawioną istotnych różnic poglądów. Wspomniano wcześniej o toczonych

przez etyków sporach, które w niemałym stopniu ogniskują się wokół kwestii zasadności wyodrębniania etyk zawodowych, a zwłaszcza ich kodyfikacji. Linia dzieląca uczestników tego sporu przebiega między zwolennikami dwóch wyraźnie zarysowanych stanowisk, a mianowicie: etycznego uniwersalizmu i etycznego partykularyzmu. Ci pierwsi wyrażają wątpliwości dotyczące słuszności wyodrębniania etyk zawodowych jako oddzielnego pola refleksji i występują przeciw ich kodyfikacji, przywołując szereg argumentów.

- Twierdzą, że zasady i normy etyczne mają charakter powszechny i uogólniony, co oznacza, że mają zastosowanie do wszystkich, a nie do wybranych tylko sfer życia czy zawodów.
- Utrzymują, że o postępie w dziedzinie moralności decyduje to, jak zaawansowany jest proces uniwersalizacji zasad. Postęp moralny dokonuje się bowiem wtedy, kiedy zasady ogólne znajdują coraz powszechniejsze zastosowanie w rzeczywistych działaniach ludzi i w różnych sferach ich życia. Partykularne odniesienie norm szkodzi postępowi moralnemu, a etyka zawodowa ma taki właśnie charakter.
- Podmiotem moralności jest – ich zdaniem – człowiek jako całość, nie zaś osoba związana zobowiązaniami jakieś konkretnej roli zawodowej. Z tego też powodu do człowieka stanowiącego jedność odnoszą się obowiązujące w danym społeczeństwie normy do respektowania, których jest zobowiązany przestrzegać.
- Wskazują także, że właściwością moralnych wyborów jest ich bezinteresowność. Działalność zawodowa jest obciążona „grzechem” skuteczności, efektywności; ta zaś „wymaga nieraz oszustwa, kłamstwa, naruszania intymności ludzkiej, ba nawet ludzkiej godności. (...). Etyka zawodowa ma usprawiedliwić to wszystko, co sprzeczne z wyznawanymi w kulturze europejskiej wartościami, ale co bywa nieodzowne dla skuteczności zawodowej”. (Skarga, 1994, 170). W związku z tym istnieje ryzyko ulegania pokusie przedkładania racji pragmatycznych nad etycznymi. W takiej perspektywie każdy argument, „który uzna się za wystarczająco „racjonalnie” silny, by mógł kierować naszym działaniem, nazywa się argumentem moralnym”. (Coady, 1998, 422, 423).
- Przypominają, że moralność ma charakter refleksyjny. Zatem niezbywalną właściwością moralności jest jej konfliktowy charakter. Etyka zawodowa, zwłaszcza jej formalizacja w postaci kodeksu, opiera się na groźnym dla moralności założeniu, że możliwe, a nawet uzasadnione jest przekształcenie świata wartości i norm w zwarty i jednoznaczny „instruktaż” postępowania moralnego. W takim ujęciu spisany kodeks etyki zawodowej ogranicza problem odpowiedzialności do posłuszeństwa normom. Kryterium oceny moralnej staje się wypełnianie obowiązków zawartych w kodeksie, a nie refleksja i indywidualny namysł sumienia.

- Dyskusyjny jest także tryb ustanawiania zawodowych standardów moralnych, w tym zwłaszcza status autorytetów, formułujących te standardy. Z oczywistych względów istnieje tutaj niebezpieczeństwo arbitralnych wyborów.
- Kodyfikacja etyk zawodowych może wreszcie być interpretowana jako przejaw swoistego koniunkturalizmu, polegającego na dążeniu do zapobieżenia dalszej degradacji moralnej jakiegoś środowiska zawodowego: „tam gdzie nie starcza” zwykłej uczciwości i moralności osobistej, wkracza kodeks. „Im słabsza moralność indywidualna, tym więcej wołania o kodeks”. (Skarga, 1994, 168). Inaczej mówiąc, za kodyfikacją etyki zawodowej może przemawiać dążenie do poprawy nadszarpniętej reputacji grupy zawodowej. W takim przypadku kodeks stanowi jedynie rodzaj fasady. Pełni rolę maskującą rzeczywiste praktyki, które nie muszą być zgodne z deklarowanymi w kodeksie standardami.

Przyjrzyjmy się także argumentacji zwolenników etycznego partykularyzmu. Otóż nie negując tego, że pewne normy mają charakter bardziej uniwersalny, utrzymują oni, że istnienie etyk szczegółowych, w tym etyk poszczególnych zawodów, ma uzasadnienie z kilku powodów.

- Etyka zawodowa ma już długą historię, a samo wyodrębnienie „zawodowych” zasad etycznych jest nie tylko uzasadnione, lecz nawet konieczne w odniesieniu do pewnych zawodów. Takich mianowicie, wobec których formułowane są szczególnie wysokie wymagania. W tych zawodach respektowanie norm etycznych posiada szczególne znaczenie z uwagi na społeczne skutki ewentualnych konsekwencji łamania tych zasad, jak ma to miejsce w przypadku zawodu lekarza, adwokata czy nauczyciela. Ich wykonywanie wiąże się, jak wiadomo, z możliwością naruszenia dóbr innych osób (życia, zdrowia, wolności czy godności).
- Zasady etyki ogólnej niejednokrotnie są niejednoznaczne, zatem ich uszczegółowienie i odniesienie do konkretnych sytuacji i ról społecznych jest w pełni uzasadnione. Zasadniczym zadaniem etyki zawodowej byłaby przede wszystkim konkretyzacja treści powszechnie obowiązujących norm moralnych.
- Etyka zawodowa, pełniąc funkcje prakseologiczne, jednocześnie odwołuje się do zasad antypragmatycznych takich jak honor i godność.
- Etyki zawodowe można uznać za „skumulowane doświadczenie grup zawodowych, które dopracowały się własnej subkultury etycznej, stanowiącej swego rodzaju operacjonalizację norm i wartości etyki ogólnej, dokonaną pod kątem sytuacji i zachowań specyficznych dla danego zawodu”.
- Argumentem przemawiającym za kodyfikacją jest to, że poszczególne zawody wykonywane są przez ludzi odznaczających się różnym poziomem moralności. Oznacza to, że w niejednakowym stopniu są oni skłonni do respektowania zasad etycznych, kosztem wartości użytecznych czy pragmatycznych.

tycznych. W związku z tym etyki szczegółowe ustanawiają minimalne standardy, którym winni sprostać wszyscy przedstawiciele danego zawodu, bez względu na ich sylwetkę moralną.

- Etyki zawodowe mają służyć afirmacji wartości szczególnie ważnych w wykonywaniu określonego zawodu.
- Etykę zawodową należy traktować jako etykę wzorów osobowych. (Środa, 1994, 168-169).

Zdecydowani zwolennicy kodyfikacji etyk zawodowych wskazują dodatkowo na ważne funkcje, jakie mają pełnić kodeksy etyczne zawodów. W ich przekonaniu funkcje te w pełni uzasadniają racje ich istnienia. Funkcje te mają polegać na:

- rozstrzyganiu konfliktu wartości w oparciu o przyjętą w kodeksie hierarchę wartości,
- stanowić swoistą formę kontroli społecznej, inaczej mówiąc, pełnić funkcje represyjne i dyscyplinujące, pod warunkiem wyraźnie sformułowanych sankcji za nie stosowanie się do przyjętych standardów,
- stanowić konkretyzację ogólnych zasad etycznych do rzeczywistych sytuacji zawodowych i w ten sposób:
 - wyznaczać granice dopuszczalnych odstępstw od norm moralności powszechnej,
 - wzmacniać poczucie odpowiedzialności i zmuszać do refleksji nad wyborem celów i środków ich osiągnięcia,
 - służyć budowaniu prestiżu zawodu,
 - inspirować działania moralne,
 - ustanawiać standardy etyczne działań w sferze zawodowej, eliminować jednostki niestosujące się do nich.

Z wieloma uzasadnieniami byłaby skłonna zgodzić się Ossowska, która wyraża przekonanie, że „Zajmując się specjalnie sytuacjami, wobec których dany zawód stawia człowieka szczególnie często, etyki zawodowe liczą się w swoich ocenach z popieraniem lub przynajmniej nie zakazywaniem tego, co usprawnia działalność zawodową. (...). W etykach zawodowych podkreśla się także bardzo mocno te cnoty, które gwarantują wypełnianie czynów nie strzeżonych przez żadne sankcje prawne”. (Ossowska, 1963, 370-371).

Ideę kodyfikacji etyki zawodowej podziela Lazari-Pawłowska. W „etykach zawodowych – pisze autorka – poczesne miejsce należy wyznaczyć kilku normom o dużym stopniu konkretyzacji traktowanym jako obowiązujące bezwarunkowo, niezależnie od sytuacji, czyli jako nie dopuszczające wyjątków. (...) Być może przedstawiciel danego zawodu w jakichś zupełnie niezwykłych okolicznościach uzna, że moralnie słuszne jest odstąpić od danej normy, powinien jednak wiedzieć, że czyni to wbrew obowiązującej etyce i że będzie się musiał z tego tłumaczyć. Ograniczenie dowolności w rozwiązywaniu konfliktów i pewien rygoryzm wydają mi się w praktyce niektórych zawodów niezbędne. Tylko takie

ograniczenie daje szansę na przewidywalność zachowań”. (Lazari-Pawłowska, 1994, 178).

W przekonaniu Skargi, „kodeksy są usankcjonowaniem moralnej nieczystości. Ta nieczystość jednak jest społecznie nieodzowna”. Autorka jest zdania, iż uzasadnieniem dla tworzenia zawodowych kodeksów etycznych jest zapewnienie skuteczności działania w danym zawodzie, tak jak skuteczność w ruchu drogowym zapewnić ma kodeks ruchu drogowego. (Skarga, 1994, 170).

Kontynuując swój wywód, Skarga formułuje następujące pytanie: „czy chodzi w niej [etyce zawodowej] o dążenie do dobra, czy o dyscyplinę społeczną i wręcz (...) o tresurę. (...). Etyczny sens działania gubi się i deformuje, gdy tylko zaczyna być kodyfikowany, ujmowany w systemy obowiązujących norm czy to przez państwo, kościoły, czy profesjonalne grupy”. (Skarga, 1994, 170-171).

Konkludując, stwierdzmy zatem, że forma czy postać kodyfikacji etyki zawodowej może być rozpatrywana jako rezultat wyboru między dwoma rozwiązaniami.

- Pierwsze z nich polegałoby na tym, że postanowienia kodeksu będą traktowane jako niezbędne minimum standardów etycznych, obowiązujących w danym zawodzie, od których nie przewiduje się odstępstw. W takim ujęciu kodeks byłby postrzegany jako ważny instrument dyscyplinowania, wyposażony w sankcje i inne możliwości represyjne. Przyjęcie tego rozwiązania wiązałoby się z koniecznością wskazania na prawomocne podmioty egzekwujące respektowanie przyjętych norm.
- Drugie rozwiązanie polegałoby na traktowaniu kodeksu etycznego jedynie jako instrumentu „wychowującego” środowisko zawodowe. A więc jako zbiór postulatów moralnych, które winny być brane pod uwagę przez jednostki wykonujące dany zawód. Postulatom tym, nie przysługiwałby więc status obligatoryjności. Takie podejście do kodyfikacji etyki zawodowej można określić mianem minimalistycznego. Wspominaliśmy wcześniej o tym, że kodyfikacja etyk zawodowych współwystępuje ze zjawiskami dość częstego odstępstwa od norm etycznych. W związku z tym uzasadnione jest pytanie o to, czy stawianie minimalistycznych wymagań może być wystarczającym skutecznym narzędziem oddziaływania na środowiska zawodowe.

W obu przytoczonych wyżej sposobach traktowania kodyfikacji standardów etycznych zarówno zawodowych jak i korporacyjnych dostrzegamy jednak pewien wspólny wątek. Można go uznać za przejaw dążenia do funkcjonalizacji, bądź merkantylnej instrumentalizacji norm moralnych, wynikającego z przekonania, że podkreślanie znaczenia określonych standardów etycznych „opłaca się”. Za takim działaniem, jak można się domyślać, kryje się oczekiwanie na spodziewane korzyści, jakie mogą wynikać z publicznie deklarowanego (choć nie zawsze rzeczywistego) dążenia do poszanowania zasad, które w społecznym odbiorze nie utraciły znaczenia. (Bokszańska, 2004, 196).

Niezależnie od wymienionych motywacji, skłaniających środowiska zawodowe i organizacje biznesowe do systematyzacji standardów etycznych warto zwrócić

uwagę i na to, że taka praktyka może być również interpretowana jako próba „projektowania” moralności. W takim ujęciu jednostki pełniące określone role zawodowe, jak twierdzi Bauman, winny być moralne „w sposób sprecyzowany przez etyczne przepisy”. (Bauman, 1996, 15). Podkreślmy, że w opinii tego autora kodyfikacja zasad etycznych stanowi przejaw wiary w możliwość skonstruowania wolnego od niejasności kodeksu etycznego. Kodeks taki miałby stanowić podstawę umożliwiającą jednostkom jednoznaczne wskazanie na to, co dobre a co złe i w ten sposób znieść, nieodłącznie związaną z możliwością wyboru, ambiwalencję. Miejsce opcjonalności i towarzyszącej jej niepewności odnoszącej się do słuszności dokonywanych wyborów zająć ma przekonanie, iż istnieje jedynie jeden właściwy wybór, który znajduje uzasadnienie w świetle racjonalnych kryteriów. (Bauman, 1996, 18-19). Poddanie moralności zawodowej naciskowi instytucjonalnemu i kontroli ujawnia trudny do lekceważenia aspekt. Prowadzi mianowicie do „zastąpienia autonomicznej odpowiedzialności jaźni moralnej przez heterogeniczne, z zewnątrz narzucone normy etyczne – a w końcu i obezwładnienie, a być może uśmiercenie jaźni moralnej jako takiej. Ostatecznym rezultatem zamierzeń i wynikających z nich posunięć praktycznych jest (...) wyciszenie moralnych impulsów i kierowanie kwalifikacji moralnych na odgórnie zaprojektowane działania, również takie, które mogą mieć cele niemoralne. (...). Dla każdego układu społecznego wymagającego jednolitego, zdyscyplinowanego i skoordynowanego działania uparta i oporna autonomia jaźni moralnej jest skandalem. Z wyżyn pulpitu sterowniczego wydaje się ona zarodkiem chaosu i elementem anarchii w łonie porządku”. (Bauman, 1996, 20-21). Za stanowiskiem cytowanego autora kryje się zapewne przekonanie, iż to nie w tworzeniu kodeksów należy upatrywać skutecznych sposobów poprawy kondycji moralnej współczesnych społeczeństw. Należy ich raczej poszukiwać w odrodzeniu autonomicznej jaźni moralnej.

Zwróćmy uwagę na to, że dążenie do kodyfikacji etyk zawodowych pozostaje w wyraźnej sprzeczności z obserwowaną współcześnie tendencją do deregulacji, będącej swoistą reakcją na „ładotwórcze zapędy” charakteryzujące społeczeństwa ery nowoczesnej. Jak wiemy, w społeczeństwach ponowoczesnych wyraźnie daje się zauważyć niechęć do arbitrażu etycznego, który w zamierzeniu jego zwolenników miałby zapewnić wzniesienie się społeczeństwa na wyższy poziom moralny. Dzieje się tak, gdyż „Przepisy są zawsze czymś zewnętrznym i rzadko zwiastują afirmację tego, co jest: idzie w przepisach o to, by tych, do których są adresowane przekształcić w coś innego niż są. Ferowanie norm wpływa z dwóch uzupełniających się wzajemnie założeń; „że ludzie powinni być tacy to a tacy”, i że tu, w tej chwili, takimi nie są” (podkreślenie autora). (Bauman, 1994, 77). Kodyfikacja etyk zawodowych ostatecznie wpisuje się w perspektywę, zgodnie z którą instytucjonalizacja norm ma kreować pożądane stany rzeczy. „Zasady (...) występują zawsze, rzecz można, „w czasie przyszłym” – dotyczą tego, co ma się dopiero stać, są postulatami co do kształtu przyszło-

ści”. (Bauman, tamże, 81). Tym samym, co ważne, zawierają ocenę rzeczywistości jako niezadowolającej, takiej, która wymaga „naprawy”.

Uwagi poświęcone etyce zawodowej warto zakończyć skłaniającym do refleksji konstatacją Skargi, którą w całości można odnieść do zawodu menedżera. Wykonywanie zawodu, pisze autorka, „jest działaniem, a działanie powinno być skuteczne. Etyka zawodowa ma więc ustalać normy tej skuteczności. (...). Zawodowa skuteczność wymaga nieraz oszustwa, kłamstwa, naruszenia intymności ludzkiej, ba, nawet ludzkiej godności. Maria Ossowska dodaje, że etyka zawodowa liczy się z popieraniem lub przynajmniej nie zakazywaniem tego, co usprawnia działalność zawodową. Sądzę, że jest to powiedziane zbyt łagodnie. Etyka zawodowa ma usprawiedliwić to wszystko, co sprzeczne jest z wyznawanymi w kulturze europejskiej wartościami, ale co bywa nieodzowne dla skuteczności zawodowej. Przedstawiciele różnych zawodów potrzebują usprawiedliwienia dla swoich postaw i czynności rozumiejąc, że nie są zbiorem ludzi świętych i że dla swego normalnego funkcjonowania muszą dopuścić także to, co się spod praw nawet uznanej moralności wyłamuje”. (Skarga, 1994, 170).

Rozdział II

Menedżer jako zawód. Etyczny wymiar zawodu menedżera

„Z tego, że ktoś o cnotach rozprawia, nie można wnosić, że sam cnoty posiadał”.

Konfucjusz

Menedżer – zawód, rola, status

W związku z tym, iż menedżerowie pełnią różnorodne funkcje w licznych obszarach życia gospodarczego i społecznego termin „menedżer” może być używany w różnych kontekstach.

- W pierwszym znaczeniu oznacza zawód. W tym przypadku uwaga koncentruje się na wymaganych kwalifikacjach, wiedzy oraz typie wykształcenia, niezbędnych do wykonywania określonego zespołu czynności. Wskazuje się tu na formalne aspekty określonego zespołu czynności.

- W drugim znaczeniu mowa jest o zajmowanej pozycji w strukturze organizacji biznesowej. W każdej organizacji istnieje bowiem określona hierarchia szczebli zarządzania.
- W znaczeniu trzecim, termin menedżer odnoszony jest do roli zawodowej, rozumianej jako zbiór przysługujących uprawnień i zobowiązań, które są wiążące dla tego, kto daną pozycję społeczną zajmuje, niezależnie od jego osobistych cech.

Mówiąc o roli zawodowej menedżera przedmiotem szczególnego zainteresowania stają się oczekiwania społeczne, odnoszące się do sposobu jej pełnienia w kontekście relacji nawiązywanych między menedżerem a innymi członkami organizacji oraz podmiotami zewnętrznymi (partnerami biznesowymi: konkurentami, instytucjami państwowymi, samorządowymi itp.).

Zajmowanie określonej pozycji w organizacji wiąże się z uczestnictwem w przewidzianych dla tej pozycji interakcjach z typowymi dla niej partnerami (pracownikami, dostawcami, kooperantami, związkami zawodowymi, instytucjami państwowymi, klientami itp.). Podmioty te stanowią zwyczajowy krąg osób, z którymi menedżer wchodzi w różnego rodzaju relacje. Relacje te podlegają określonym regulacjom, zarówno zewnętrznym – przede wszystkim prawnym – jak i wewnętrznym, zawartym w statucie, i innego rodzaju przepisach, regulaminach czy kodeksach. Rozpatrując etyczny wymiar pełnienia roli menedżera, koncentrujemy uwagę na związanych z nią określonych powinnościach i uprawnieniach.

Z interesującego nas punktu widzenia istotne jest to, że istniejąca w organizacji struktura hierarchiczna sprawia, że stosunki wewnątrz organizacji są asymetryczne. Oznacza to, że zakresy uprawnień i powinności nie są jednakowe, a różnicowane w wymiarze: zwierzchnictwo-podporządkowanie, co sprawia, że można je rozpatrywać wykorzystując pojęcie dominacji.

Dominacja

Dominacja, najkrócej rzecz ujmując, może być rozumiana jako uświadomiona zdolność determinowania działań innych. Termin ten odsyła do wertykalnego wymiaru stosunku społecznego. Dominować, znaczy uzyskiwać prawo do wywierania realnego wpływu na innych, zajmujących niższe pozycje. „Dominacja, rozumiana jako cecha stosunku społecznego, identyfikowana jest z przewagą, kontrolą, wywieraniem wpływu, domaganiem się posłuszeństwa w związku z zajmowaną pozycją; ze zwierzchnictwem, możliwością podporządkowywania sobie innych”. (Boksańska, 1993, 11). Wyposażanie jednych w prawo narzucania swojej woli innym, sprawowania nad nimi kontroli, ma uzasadnienie w konieczności zapewnienia społeczeństwu, grupie społecznej czy organizacji, koordynacji działań i zachowaniu niezbędnej spójności. Stanowi to podstawę integracji wokół celów, które mają być realizowane. Odnosząc powyższe uwagi

do organizacji biznesowych, powiedzmy, że do tego, aby realizowały one założone cele, konieczna jest pewna doza przymusu.

Roszczenie sobie prawa do dominowania nad innymi nie może być interpretowane jako cel sam w sobie, lecz jako środek służący do osiągnięcia zamierzonych celów. Zarówno cele jak i środki podlegają kontroli społecznej w tym znaczeniu, że poddawane są ocenie i w większym bądź mniejszym stopniu społecznie legitymizowane. Podkreślmy, dominacja nie jest jednorazowym aktem, lecz sekwencją zjawisk natury interakcyjnej. Podstawy, na których oparta jest dominacja mogą być różne. Zwróćmy więc uwagę, że dominacja może się wywodzić z dwóch zasadniczych źródeł. Nad innymi można dominować z racji bycia przywódcą, a także z tytułu posiadanej władzy. W pierwszej kolejności przyjrzyjmy się zjawisku przywództwa w organizacjach biznesowych.

Przywództwo i przewodzenie. Menedżer liderem?

Przywództwo personalne, a o takim tutaj mówimy, jest dość złożoną postacią dominacji. Wyróżnia je to, że jest ono pozbawione podstaw instytucjonalnych, nie wspiera go w zasadzie formalna struktura. Oparte jest wyłącznie na walorach osobistych przywódcy. Istotne jest przede wszystkim to, że przywódca nie dysponuje możliwością stosowania sankcji wobec innych, których określa się mianem jego zwolenników.

Przywództwo rozpatrywane jako relacje między przywódcą a jego zwolennikami charakteryzuje się kilkoma cechami.

- Po pierwsze, związane jest z dobrowolnym, nie zagrożonym możliwością zastosowania sankcji, podporządkowaniem się czyjeś woli. Najczęściej oparte jest na autorytecie, czyli powadze, uznaniu, poważaniu, wspierającym się wyłącznie na przymiotach danej osoby, takich jak: wiedza, sylwetka moralna czy odwaga.
- Po drugie, sposoby działania przywódcy nie są ujęte w sztywne, sformalizowane ramy. Przywódca sam ustala reguły i granice swojego działania.
- Po trzecie, przywódcą jednostka „się staje”, wyłącznie przez społeczną de-sygnację, nie zaś w wyniku formalnej nominacji, wyborów, zawarcia umowy czy kontraktu.
- Po czwarte, sfera działań przywódcy nie jest normatywnie określona, jest całkowicie zbędna wobec silnej legitymizacji personalnej. Z tej racji przywódca może „łamać” istniejące reguły, odstępować od przyjętych zasad po to, aby w ich miejsce wprowadzić inne. Czyni tak w dążeniu do zmiany istniejącej hierarchii czy rewitalizacji określonych wartości. Wyposażony zostaje w prawo wyznaczania kierunków, w których zwolennicy powinni podążać.
- Po piąte, całkowicie swobodne działania przywódcy są podporządkowane realizacji określonej idei czy sprawy.

- Po szóste, przywódca ma prawo żądać wyrzeczeń i ofiar na rzecz „sprawy”.
- Po siódme, przywilejem przywódcy jest pouczenie zwolenników o tym, co jest słuszne, a co słusznym nie jest.
- Po ósme, przywódca obdarzany jest pełnym zaufaniem przez swoich zwolenników.
- Po dziewiąte, jednostka tak długo pełni rolę przywódcy jak długo inni ufają mu i respektują jego wolę, gotowi są go wspierać.
- Po dziesiąte, przywództwo wiąże się z ponoszeniem ofiary, na rzecz „sprawy”, co w praktyce oznacza prześladowania przywódcy i jego zwolenników.

Z prezesem General Electric, Jackiem Welchem można się zgodzić jedynie w tym, że przywództwo, przewodzenie „wymaga odmiennych wzorców zachowania i postaw (...). (Welch, 2005, 81). W swojej argumentacji Welch powołuje się na przykłady Winstona Churchilla i Mahatmy Gandhiego jako „liderów politycznych”. Przykład Churchilla nie jest trafny z tego powodu, że Churchill był premierem rządu brytyjskiego, a zatem miał władzę polityczną. Natomiast Gandhi był rzeczywiście przywódcą, co więcej obdarzony był charyzmą, co sprawiło, że inni, całkowicie dobrowolnie, bez przymusu działali zgodnie z jego wolą. Powtórzmy, przywództwo to szczególny rodzaj dominacji, którego definiującą cechą jest brak instytucjonalnego usytuowania. Przywódca sam jest instytucją. Oczekuje on posłuszeństwa, za którym nie kryją się sankcje wobec tych, którzy go nie okażą.

W przypadku menedżera jego decyzje są wykonywane, ponieważ odmowa ich wykonania zagrożona jest sankcjami. Dodajmy, że pewne znaczenie może mieć osobisty autorytet osoby pełniącej rolę menedżera. W rzeczywistości nie autorytet ma rozstrzygające znaczenie, zważywszy na fakt, że interesy reprezentowane przez osobę pełniącą rolę menedżera, w przeważającej większości przypadków, pozostają w sprzeczności z interesami pracowników. W jednym z wywiadów Welch przyznaje „My (tzn. General Electric – G.B.) mamy tylko jeden główny produkt – pieniądze. Tyle pieniędzy, ile się tylko da”. W innym miejscu cytowanego wywiadu dodaje: „W warunkach globalnej gospodarki nie można prowadzić przedsiębiorstwa na paternalistycznych zasadach tylko dlatego, że dałoby to lepsze samopoczucie. Jeśli nie zaprowadzi pan porządku w swojej firmie, pewnego dnia wszystko weźmie w łeb. Dlatego musi pan być brutalny i okrutny”. (Welch, *Forum*, nr 33, 17 sierpnia, 1997, 8-9). Można wyrazić wątpliwość czy Welch, podobnie jak inni menedżerowie, jest postrzegany jako przywódca przez ponad 150 tysięcy tych, których zwolnił z pracy, czy przez tych, którzy poddawani byli ciągłej presji (w systemie okresowych ocen pracowników wszystkich szczebli) związanej z obawą zwolnienia z pracy, w przypadku nie sprostania ciągle wzrastającym wymaganiom. Wydaje się, że postrzegany był jako ktoś, kto ma nad nimi władzę, może dyktować, przez wielu niemożliwe do spełnienia, warunki. „Przywódcze” zdolności Welcha, nazwanego przez dwutygodnik *Fortune*, „najtwardszym menedżerem świata” polegały głównie na tym, że w celu

zwiększenia w latach 1981-2001 obrotów GE ponad pięciokrotnie (z 25 mld do 130 mld dolarów) oraz ponad trzydziestokrotnego wzrostu wartości giełdowej spółki (z 13 mld do 400 mld dolarów) zmniejszył liczbę zatrudnionych pracowników niemal o połowę. (*Zarządzanie na Świecie, nr 7, 2002, 9*).

W świetle przedstawionych uwag różnice między przywództwem a pełnieniem roli menedżera są dostatecznie wyraźne. Należy zatem przyjąć, że zajmując w organizacji określoną pozycję menedżer ma władzę, tj. zdolność podejmowania decyzji, które są wiążące dla innych, stojących niżej w hierarchii. Władza menedżera jest legitymizowana wyłącznie w oparciu o formalne prerogatywy. Autorytet osobisty może jedynie dodatkowo wzmacniać posiadaną przez niego władzę.

Zapytajmy, kim są menedżerowie? Do czego zobowiązują ich zajmowane w organizacji pozycje? Odpowiadając na to pytanie wskaźmy, że menedżerowie to:

- funkcjonariusze organizacji biurokratycznej, w której obowiązuje zasada oddzielenia roli od osoby,
- działający na podstawie, określonego czasowo kontraktu,
- przysługujące im prerogatywy są ściśle określone zarówno zewnętrznymi warunkami (akty prawne, ogólne reguły postępowania przyjęte w danym społeczeństwie) jak i czynnikami wewnątrzorganizacyjnymi, takimi jak: statuty, regulaminy, kodeksy, co oznacza, że działania menedżerów podporządkowane są obowiązującym procedurom,
- menedżerowie nie działają we własnym imieniu, lecz w imieniu innych, tj. organizacji, a ściślej właścicieli,
- występują w ściśle określonej roli zawodowej,
- działania, decyzje menedżerów podlegają kontroli zewnętrznej ze strony rady nadzorczej, instytucji państwowych, organizacji czy mediów.

Powtórzmy, że zajmując w organizacji określoną pozycję menedżer ma władzę, tj. zdolność podejmowania decyzji, do wykonania których są zobligowani stojący niżej w hierarchii. Władza menedżera jest legitymizowana wyłącznie w oparciu o formalne prerogatywy. Dodatkowo tylko może być wzmocniona autorytetem osobistym.

Władza

Zapytajmy więc o to, czym jest władza? Władza jest definiowana jako uprawnienie jednych osób czy grup do podejmowania decyzji wiążących dla innych. Do pozycji menedżera przypisane jest istotne uprawnienie, polegające na dysponowaniu określonym zakresem władzy, sprawowanej w stosunku do jakiejś grupy członków danej organizacji, pracowników. Władza menedżera wywodzi się bezpośrednio z własności, w przypadku, kiedy własność i zarządzanie skupia się w rękach tej samej osoby. Bądź pośrednio wtedy, kiedy wiąże się to z własnością z tytułu posiadanych akcji (korporacje). W tym drugim przypadku mamy do

czynienia z oddzieleniem faktycznej władzy wynikającej z posiadania, od władzy wypływającej z zajmowanej w organizacji pozycji, do której zostało przypisane zarządzanie. Władza menedżera wykonywana jest z nadania i w interesie właścicieli, akcjonariuszy, w celu maksymalizowania korzyści dla udziałowców. Mieć władzę to być uprawnionym do wywierania „regulującego” wpływu na innych. To priorytet woli. Odpowiadając nieco szerzej na pytanie, czym jest władza, można powiedzieć, że jest ona stosunkiem społecznym charakteryzującym się następującymi cechami:

- asymetrią, polegającą na tym, że jedna ze stron tego stosunku ma ulegitymizowaną (uprawomocnioną), z tytułu zajmowanej w strukturze organizacji pozycji, przewagę nad innymi, zajmującymi niższe pozycje,
- możliwością wywierania realnego wpływu na zachowania, kształtowania zachowań innych, decydowania o ich losie,
- możliwością sprawowania kontroli nad zachowaniami innych przez prawo stosowania sankcji, zarówno pozytywnych jak i negatywnych, odnoszących się do ściśle określonych jednostek, tzn. członków danej organizacji,
- uregulowaniem normatywnym.

Władzę, w przedstawionym rozumieniu, można uznać za konstytutywny element roli menedżera. Z etycznego punktu widzenia ważny jest nie sam fakt dysponowania władzą, ale metody jej sprawowania, oraz cele, do jakich władza jest wykorzystywana w procesach decyzyjnych.

Na czym więc polega władza menedżera? Właściciel lub zarządzający w jego imieniu, ma władzę nad innymi z tytułu możliwości formowania, w szerokim, jakkolwiek nie w nieograniczonym zakresie:

- warunków zatrudnienia (zatrudnienie na umowę, na czas określony czy nieokreślony),
- warunków i wysokości wynagrodzenia za pracę (system wynagrodzeń, premiowania, przyznawania nagród),
- warunków pracy, rozpatrywanych przede wszystkim, z punktu widzenia ich bezpieczeństwa,
- systemu organizacji pracy (praca zmianowa, dyspozycyjność),
- tempa pracy (praca akordowa),
- rozwiązywania umowy o pracę.

Władza – nazwijmy ją za Stanisławem Ossowskim, ekonomiczną – nie ogranicza się jednak do wymienionych kwestii. Sięga znacznie dalej. Wyraża się m.in. w możliwości wywierania realnego wpływu na:

- styl życia, pracownika i jego rodziny: wychowania i kształcenia dzieci, wypoczynku, spędzania czasu wolnego,
- komfort życia (poczucie bezpieczeństwa socjalnego, egzystencjalnego pracownika i jego rodziny).

Władza menedżera jako pracodawcy nad pracownikiem polega na umożliwieniu pracownikowi dostępu do środków niezbędnych do życia, a tym samym umożliwia konsumpcję określonego rodzaju dóbr i usług.

Warto zwrócić uwagę na to, że w społeczeństwie współczesnym jednostka występuje w podwójnej roli: konsumenta i równocześnie „dobra konsumpcyjnego”, swoistego „przedmiotu konsumpcji”. Pracodawca występuje w roli nabywcy, zaś jednostka w roli „towaru”, co znajduje m.in. wyraz w terminach „rynek pracy”, „rynek osobowości”, „zasoby ludzkie”. Aby pracodawca, jako nabywca był skłonny do nabycia towaru, jakim jest praca, jej wykonawca musi być dla pracodawcy dostatecznie atrakcyjny. Z kolei ten, kto oferuje swoją pracę musi troszczyć się o nieustanne potwierdzanie swojej atrakcyjności jako „towaru”. A więc wykazywać się pożądanymi przez pracodawcę właściwościami: zaangażowaniem, kreatywnością czy zdyscyplinowaniem. Praca jako towar rynkowy musi odznaczać się pożądanymi walorami i nadążać za rosnącymi oczekiwaniami, przez co jednostka zostaje postawiona przed zadaniem: „produkowania samej siebie”, być wyczulona na oczekiwania ze strony pracodawcy i być w stanie sprostać rosnącym oczekiwaniom pracodawcy.

Zakres władzy ekonomicznej i zakres jej wpływów wykracza poza wymienione wyżej obszary. Władza ekonomiczna rozciąga się także na innych, którzy bezpośrednio tej władzy nie podlegają, a jedynie ulegają jej naciskom.

Posiadanie władzy ekonomicznej umożliwia bowiem np. wywieranie legalnego wpływu na elitę władzy, przez lobbing, wpływanie na kształt prawnych podstaw funkcjonowania gospodarki (ustawodawstwo gospodarcze), sponsoring oraz przez kształtowanie opinii publicznej, postaw i świadomości społecznej. Umożliwia także uprawianie propagandy na rzecz określonej opcji światopoglądowej, czego przykładem są różnego rodzaju kampanie reklamowe. Nie można pominąć możliwości wywierania nielegalnego wpływu na elitę władzy przez korumpowanie urzędników różnego szczebla. I w tym przypadku nie jest pozbawione podstaw twierdzenie o demoralizującym wpływie władzy, nie odnosi się ono wyłącznie do władzy politycznej.

Władza jako instrument zarządzania

Zasadniczym elementem, konstytuującym rolę zawodową menedżera jest, jak wiadomo, zarządzanie. Polega ono na podejmowaniu decyzji i wydawaniu poleceń, udzielaniu wskazówek i egzekwowaniu ich wykonania, pod groźbą zastosowania odpowiednich sankcji (pozytywnych, negatywnych). Zgodnie ze słownikowymi definicjami zarządzać kimś lub czymś, to podporządkowywać sobie kogoś naszej woli lub kontrolować go. Znaczący to również bycie skutecznym w realizowaniu zamierzonych celów. Zarządzać więc, to kreować nowe stany rzeczywistości, nadawać jej pożądaną kierunek. „Ujmując rzecz inaczej: zarządzanie (przejęcie kontroli nad biegiem wydarzeń)” oznacza „wpływanie na

prawdopodobieństwo – sprawianie, że określone zachowanie (akcja lub reakcja) „osób (...) stanie się bardziej prawdopodobne, a jednocześnie, że pozostałe zachowania staną się mniej prawdopodobne lub w ogóle niemożliwe. W ostatecznym rozrachunku zarządzać znaczy ograniczać wolność tych, którymi się zarządza”. (Bauman, 2007, 240-241).

Współcześnie, wraz ze wzrostem poziomu złożoności i zależności różnych sfer życia gospodarczego, a także w wyniku zmniejszającej się przejrzystości rzeczywistości gospodarczej i społecznej, zwiększają się obszary działalności biznesowej wymagające profesjonalnego zarządzania. Nie bez znaczenia jest postępujący proces komercjalizacji niemal wszystkich dziedzin życia społecznego, takich jak: ochrony zdrowia, edukacji, kultury. Do dziedzin tradycyjnie nakierowanych na zysk, dołączają nowe, jak wspomniana edukacja czy ochrona zdrowia, kultura. W ostatnim czasie, wraz z powstaniem społeczeństwa ryzyka, dołączyło zarządzanie ryzykiem.

Z perspektywy etycznej, szczególnego znaczenia nabiera fakt, że w ocenie działalności biznesowej istnieje coraz większy nacisk na kryteria pragmatyczno-utyliitarne. Kryteriom tym podporządkowane są zarówno działania doraźne, jak i długofalowe. Niezależnie od tego, co stanowi „obiekt” czy „obszar” zarządzania jest on podporządkowany zasadzie efektywności. Kryterium to jest traktowane jako decydujące, a w wielu przypadkach jako jedyne, stając się głównym oczekiwaniem wobec roli zawodowej menedżera. Obligatoryjnie traktowane wykazanie się skutecznością, w coraz większym stopniu, wyznacza preferowane metody działalności menedżerskiej, a w konsekwencji, także style zarządzania.

Warto pamiętać o tym, że występowanie w roli menedżera wiąże się z pozostawaniem pod presją różnych, często rozbieżnych nacisków i oczekiwań, formułowanych przez podmioty reprezentujące sprzeczne interesy. Najistotniejsze z nich wynikają z permanentnego konfliktu między kapitałem a pracą. Wobec aktualnych możliwości technicznych i technologicznych działań produkcyjnych i konsekwencji, jakie z tego wynikają dla rynku pracy, konflikt ten zyskuje nowe oblicze. Mowa tu o powstawaniu sytuacji, w których dążność do wysokiej efektywności oznacza często gotowość do podejmowania decyzji wątpliwych etycznie, a niekiedy jawnie naruszających dobro innych.

Sprostanie oczekiwaniom właścicieli wymaga od menedżerów legitymowania się odpowiednimi właściwościami charakteryzującymi sylwetkę osobowościową, na którą składają się specyficzne właściwości i umiejętności interpersonalne. Należy pamiętać również i o sylwetce moralnej, inaczej określanej mianem kompetencji etycznych, traktowanych jako istotna charakterystyka roli zawodowej. (Walczak-Duraj, 2002, 262). Można przyjąć tezę, zgodnie z którą zarówno sylwetka osobowościowa, jak i sylwetka moralna, wyznacza preferowany i realizowany styl zarządzania.

Sylwetka osobowościowa a efektywność zarządzania

Na wstępie skonstatujmy, że warunkiem efektywnego zarządzania jest umiejętność wywierania wpływu na innych, sprawianie, aby podporządkowywali się woli zarządzającego, stosowali do jego poleceń, wykonywali nałożone na nich obowiązki zgodnie z przyjętymi procedurami, reżimami technologicznymi, regulaminami itp. Jak wiadomo, istnieją dwa zasadnicze sposoby osiągnięcia tego stanu, a polegają one na:

- odwołaniu się do presji wewnętrznej, do zinternalizowanych wartości i norm, takich jak: poczucie odpowiedzialności czy lojalności,
- oraz zastosowanie presji zewnętrznej: jawnej bądź ukrytej, czyli do przewidzianych sankcji, bądź wskazywanie na groźbę ich użycia.

O wiele ważniejsze, a niekiedy bardziej skuteczne, bywa odwoływanie się do presji ukrytej. Wywieranie presji na innych przez stosowanie gróźb, takich jak: zwolnienie z pracy, pozbawienie premii, obniżenie wynagrodzenia z psychologicznego punktu widzenia jest na ogół niechętnie przyjmowane. Z tego też powodu korzystniej jest wywierać presję na innych w sposób niejawny, a mianowicie przez manipulację, która jest bardziej subtelna i trudniej ją dostrzec.

Wybór metody oddziaływania na innych, jak wiadomo, jest warunkowany przekonaniami na temat, kim oni są, głównie w sensie psychologicznym. Jakie mają aspiracje, dążenia, czym się w życiu kierują. Gotowość do manipulowania innymi wiąże się – jak wskazuje na to Richard Christie – ze specyficznym obrazem świata i Innego przyjmowanego przez podejmującego decyzje. Na ten obraz świata składa się zbiór postaw, które określa się, nawiązując do Niccolò Machiavellego, makiawelizmem. (Christie, za: Jarymowicz, 1976, 295).

Przypomnijmy, że dla autora „Księcia” kwestią najważniejszą było skuteczne sprawowanie władzy, nawet, ogólnie rzecz ujmując, za cenę odstępstw od norm etycznych. W prowadzonych przez Christiego badaniach przyjęto założenie „o istnieniu zależności pomiędzy afirmacją poglądów Machiavellego a tendencją do działań polegających na manipulowaniu innymi (nazwiemy je makiawelicznymi) stało się punktem wyjścia dla skonstruowania narzędzi diagnozy makiawelizmu, rozumianego jako właściwości osobowości”. (Jarymowicz, 1976, 295-296). Makiawelizm, rozumiany jest jako uogólniona właściwość osobowości, charakteryzująca się zespołem przekonań, „zgodnie z którymi ludzie są źli, leniwi, oszukują, łamią normy moralne: nie warto się tymi normami przejmować, bo uczciwość nie popłaca, należy umieć podporządkować sobie innych schlebając im, ukrywając swoje prawdziwe intencje itd.”. (tamże, 297).

W oparciu o przytoczone przekonania można sformułować następujące dyrektywy postępowania charakteryzujące makiawelizm:

- wobec ludzi należy stosować ciągłą presję zewnętrzną i kontrolę, aby zmusić ich do solidnej pracy,

- każdy, kto darzy zaufaniem innych naraża się na kłopoty, zatem należy kierować się ograniczonym zaufaniem,
- najlepszym sposobem podporządkowywania sobie innych jest mówienie im tego, co pragną usłyszeć,
- mądrość życiowa polega na tym, by schlebiać innym, zwłaszcza tym, którzy coś znaczą, także tym, od których zależy wykonanie określonego zadania,
- nie jest prawdą, że uczciwość w każdym przypadku jest najlepszą zasadą postępowania,
- nie jest też prawdą, że należy w każdym przypadku podejmować działania, które są moralnie słuszne.

W badaniach Christiego okazało się, że osoby o wysokim wskaźniku makiawelizmu:

- wyraźnie częściej, w porównaniu z osobami o niskim wskaźniku makiawelizmu, „korzystały z możliwości manipulowania” innymi,
- odznaczały się większą „pomysłowością w tym zakresie”,
- deklarowały większe zadowolenie z pełnienia roli, umożliwiającej manipulowanie innymi. (Jarymowicz, 1976, 300).

Na podkreślenie zasługuje i to, że osoby o wyraźnych skłonnościach makiawelicznych cechował syndrom chłodu (cool syndrom) przejawiający się w:

- „odporności na wpływy społeczne, naciski zewnętrzne i nie liczenie się z celami i potrzebami innych”,
- przewadze orientacji poznawczej nad emocjonalną, co znajduje wyraz w zdolności funkcjonowania, nawet wtedy, gdy źródłem napięć emocjonalnych są inne osoby czy sprawy społeczne, ale także wtedy, gdy źródłem emocji są własne problemy, konflikty”,
- nastawieniu na kontrolowanie sytuacji zewnętrznych – na inicjowanie, aranżowanie, sterowanie sytuacją, w której się działa”. (tamże, 319).

Osoby o niskim poziomie makiawelizmu cechował „miękki, czuły kontakt (the soft touch), stanowiący przeciwieństwo syndromu chłodu i manifestujący się:

- w podatności na wpływy społeczne,
- wykazywaniu orientacji na partnera interakcyjnego i gotowości zrozumienia jego potrzeb oraz liczenie się z nimi,
- skłonność do respektowania norm współdziałania,
- gotowość do podporządkowywania się wymogom sytuacji, co oznacza dostosowywanie się do przyjętych reguł. (tamże, 319).

Zajmując się władzą, dominacją i zarządzaniem zmiierzamy do ogólniejszych problemów i pytań. Wśród nich znajduje się pytanie o to, gdzie tkwią źródła niegodziwości, niesprawiedliwości i innych zjawisk, które są postrzegane jako nieetyczne.

Ogólnie rzecz ujmując, zło, stanowiące nieodłączny element rzeczywistości, może być traktowane jako:

- zewnętrzne wobec jednostki, postrzegane jako konsekwencja niedoskonałości instytucji czy form organizacji społecznej. Przekonanie takie właściwe jest tym, którzy sądzą, że naprawa wadliwych instytucji doprowadzi do tego, że z życia społecznego i indywidualnego zostanie usunięte trapiące ludzi zło, a jego miejsce zajmie zgoda, zapanuje solidarność, przyjaźń, sprawiedliwość i równość. W ten sposób cenionym wartościom zostanie przywrócone należne im miejsce.
- W drugiej orientacji utrzymuje się, że zło stanowi pochodną natury ludzkiej. Człowiek jest z natury istotą chciwą, niegodną zaufania, nieodpowiedzialną, leniwą, bezkrytyczną, skrajnie egoistyczną, a przez to niezdolną do uzgadniania własnych działań z interesami innych. Wadliwe funkcjonowanie instytucji stanowi jedynie konsekwencję, pochodną „nieprawości” ludzi.

W opozycji do prezentowanych wyżej przekonań znajduje się bardziej optymistyczna wersja natury ludzkiej. Zakłada ona, że człowiek ze swej natury jest: godny zaufania, można na nim polegać, jest odpowiedzialny, pracowity, krytyczny, zdolny do samoograniczeń, gotowy do uzgadniania interesów własnych z interesami innych.

Można, przyjąć, że optymistyczny obraz natury ludzkiej, zdobywając zwolenników, wpływać będzie na kształtowanie się korzystnego klimatu w organizacjach. Pesymistyczny obraz natury ludzkiej, zakładający, że jest ona do głębi zepsuta, może stanowić dogodny pretekst legitymizujący użycie wszelkich środków prowadzących do okiełznania domniemanych złych skłonności. W tym szeregu dotkliwych, nieetycznych ograniczeń instytucjonalnych i ustanowienie upokarzających systemów nadzoru i kontroli wraz z zestawem drastycznych sankcji.

Dwie, skrajne koncepcje natury ludzkiej, mają – jak się wydaje – istotne konsekwencje dla preferowanego stylu zarządzania ludźmi. Zauważmy jednak, że zwolennikami omówionych koncepcji natury ludzkiej mogą być zarówno zarządzający jak i podlegli im pracownicy. Opowiedzenie się za którąś z nich będzie miało wpływ na kształtowanie wzajemnych relacji. Mogą być one nacechowane wzajemnym zaufaniem, poszanowaniem, akceptacją wzajemnych potrzeb. Co ważniejsze, mogą służyć budowaniu więzi moralnej. Mogą też być nacechowane wzajemną nieufnością, brakiem lojalności i tym samym sprzyjać atrofii więzi moralnej.

Style zarządzania w perspektywie etycznej

Styl zarządzania może być poddany ocenie z różnych punktów widzenia i właściwych im kryteriów. Na pierwszym planie pojawiają się oczywiście kryteria efektywnościowe, co nie znaczy, że dopuszczalne jest eliminowanie kryteriów etycznych. Należy jednak pamiętać o tym, że te dwa rodzaje kryteriów mogą wchodzić ze sobą w konflikt. Efektywność, co warto mieć na uwadze, może być i często jest osiągnięta kosztem ignorowania standardów etycznych.

Podkreślmy, że styl zarządzania ludźmi w organizacji stanowi ważny aspekt działalności menedżerskiej, szczególnie wrażliwy z etycznego punktu widzenia. Dzieje się tak głównie z powodu uprzywilejowania kryteriów pragmatycznych. Praktyka dostarcza licznych dowodów na to, że określony styl zarządzania może wykraczać daleko poza porządek moralny. Dążenie do ścisłego respektowania kryteriów efektywnościowych, sprawia, że dopuszcza się zawieszenie, a nawet całkowite uchylenie obowiązywania racji moralnych, które w innych sytuacjach zostałyby utrzymane w mocy. Niekiedy formułowane są sugestie, że działania w obszarze biznesu regulowane są moralnością, która może w sposób istotny odbiegać od moralności „powszechnej” czy „prywatnej”, to znaczy moralności obowiązującej w innych sferach życia społecznego i w życiu prywatnym. Dopuszcza się wtedy w istocie relatywizm moralny, polegający na kierowaniu się różnymi standardami etycznymi zależnie od roli, lub sytuacji, w jakiej działa jednostka.

W analizach etycznego wymiaru zarządzania ludźmi korzystne poznawczo jest przyjęcie jako punkt wyjścia, społeczne oczekiwania przypisane do roli menedżera. Korzystając z ustaleń Sztompki, możemy wskazać na dwa zasadnicze rodzaje oczekiwań formułowanych pod adresem menedżerów.

- Na pierwszym miejscu znajdują się oczekiwania efektywnościowe. Koncentrują się one na instrumentalnym aspekcie podejmowanych decyzji i działań, czyli na ich racjonalności i skuteczności, zapewniającymi stabilność organizacji i szanse na rozwój w warunkach wzrastającej walki konkurencyjnej.
- Innego rodzaju są oczekiwania aksjologiczne. Dotyczą one respektowania szeroko rozumianych standardów etycznych, czyli wykazanie się gotowością do poszanowania godności, odpowiedzialnością, lojalnością, kierowanie się zasadą sprawiedliwości. (Sztompka, 2002, 311).

Odwołując się do praktyki, można przyjąć, że ze strony menedżerów, ściślejsi właściciele, zdecydowanie silniejsza będzie presja na spełnienie oczekiwań efektywnościowych. Natomiast ze strony pracowników silniejsza będzie presja na spełnianie oczekiwań aksjologicznych. Słuszność tego założenia wydaje się oczywista, kiedy uwzględni się priorytety, którymi kierują się organizacje biznesowe. Wiadomo, że ustalanie priorytetów należy do tych, w rękach których znajduje się władza ekonomiczna.

Podwładni będą oczekiwali, od tych, którzy zarządzają, że przy podejmowaniu decyzji będą kierowali się podzielanymi w społeczeństwie normami, zasadami. Takimi m.in. jak: zasadą równego traktowania i obiektywizmu, bezstronności, dotrzymywania złożonych obietnic; że będą darzyć pracowników zaufaniem, sprawiedliwie wymierzać kary i nagradzać, udzielać wsparcia i chronić ich godność. Jest też możliwe, że podwładni w szczególnych sytuacjach oczekiwali będą wspaniałomyślności, wielkoduszności i bezinteresowności. Spełnienie tych oczekiwań ma istotne znaczenie dla morale podwładnych, może też służyć budowaniu więzi, poczucia solidarności i odpowiedzialności. Pozytywne odniesie-

nie się do tych oczekiwań ma jeszcze jedną ważną konsekwencję. Respektowanie zasad przez jedną stronę, czyli zarządzających, obliguje drugą stronę, zarządzanych, do odpłacania tym samym. Zasada wzajemności jest zdaniem amerykańskiego socjologa Alvina Gouldnera uniwersalną zasadą kulturową; „normą społeczną nakładającą na ludzi powinność rewanżowania się za uzyskane dobra, powszechne oczekiwanie, że gdy coś się dostało, zostaje się dłużnikiem darczyńcy. Stanowi ona, jego zdaniem, podstawę porządku społecznego. Duński antropolog Bert Jensen uważał zasadę wzajemności za fundamentalną właściwość natury ludzkiej, określając człowieka już nie jako *homo oeconomicus* czy *homo politicus*, ale jako *homo reciprocus* (budując brzmiący łacińsko neologizm z angielskiego terminu *reciprocity*, czyli właśnie wzajemność). (Sztompka, 2002, 77, 86). Dodajmy, że respektowanie wzajemnych oczekiwań, szczególnie aksjologicznych, w ramach organizacji, ma podstawowe znaczenie dla budowania kultury korporacyjnej w jej wymiarze etycznym. (Kaptein, 2008, 923-924, Mahdavi, 2008, 3).

Obszary działalności menedżera wrażliwe z etycznego punktu widzenia

Zarządzanie ludźmi sytuje się nie tylko w kontekście respektowania oczekiwań efektywnościowych, lecz także, a może przede wszystkim postrzegane jest w kontekście obowiązujących standardów etycznych zawodu menedżera.

Oczekiwania typu aksjologiczno-normatywnego mają szczególnie wyraźne odniesienia do takich nieodłącznie związanych z działalnością menedżerską decyzji jak:

- wynagradzanie zarówno pracowników jak i menedżerów,
- awansowanie,
- stosowanie sankcji, zarówno negatywnych i pozytywnych,
- zwolnienia, które mogą, dokonywać się na takich zasadach, aby w możliwie najwyższym stopniu uwzględnione zostały interesy obu stron,
- ochrona dóbr osobistych, przede wszystkim godności Innego,
- rozwiązywanie konfliktów z zachowaniem norm etycznych tak, aby słabsza strona tego konfliktu nie doświadczyła krzywdy w wyniku ponizenia czy niesprawiedliwości.

Jack Welch pisał w swojej książce: „ja nie zarządzałem GE, ja zarządzałem ludźmi”. To stwierdzenie jest wielce znaczące. Znaczące w tym sensie, że zarządzanie ludźmi nakłada na tego, kto zarządza określone powinności etyczne, i z tej racji podlega ono osądowi moralnemu.

Wartości w procesach zarządzania

Na zakończenie warto wskazać te wartości, uwikłane w proces zarządzania, które wydają się mieć szczególnie istotne znaczenie. Obecność wartości etycznych w tym obszarze, z oczywistych względów, nie jest kwestionowana. Rzecz jednak w tym, że w organizacjach biznesowych nie jest im przypisywana jednokowa ważność. Warto pamiętać, że ich ranga w niemałym stopniu określa sposoby zarządzania.

Uwzględniając sugestie formułowane na gruncie etyki biznesu, rozumianej jako dyscyplina normatywna, oraz biorąc pod uwagę standardy zawarte w przyjmowanych kodeksach, hierarchia tych wartości mogłaby się przedstawiać następująco:

- na pierwszym miejscu znajdowałby się człowiek jako podmiot moralny, traktowany jako wartość sama w sobie, cel, a nie środek do celu; mówiąc inaczej, powstrzymanie się od instrumentalnego traktowania Innego,
- sprawiedliwość, jako wartość i jednocześnie jako norma rządząca działaniami oraz jako powinność kierowania się tą zasadą,
- odpowiedzialność jako reguła i powinność; wykazanie się poczuciem odpowiedzialności, czyli gotowością przyjmowania moralnego punktu widzenia.

Z przedstawionej hierarchii dają się wyprowadzić bardziej szczegółowe zasady zarządzania, spełniającego wymogi etyczne, a tym samym zgodne z oczekiwaniami formułowanymi wobec roli zawodowej menedżera. Pomocne w tym może być wzorowanie się na zasadach, którymi kierował się Abraham Lincoln, (szesnasty prezydent Stanów Zjednoczonych, dowodzący wojskami po stronie zwolenników utrzymania Unii) wykazując się skutecznością działania, zyskując równocześnie powszechne uznanie nie tylko jemu współczesnych. W tak pomyślanym zbiorze dyrektyw działania menedżera mogłyby się znaleźć następujące zasady:

- gotowość udzielania innym wsparcia na tyle, na ile jest to możliwe,
- okazywanie uznania tym, którzy solidnie wykonują pracę,
- okazywanie innym zaufania,
- równe traktowanie, stwarzające równe szanse na odniesienie sukcesu,
- udzielanie wsparcia sprawie słusznej z etycznego punktu widzenia, nawet wtedy, kiedy istnieje prawdopodobieństwo przegranej,
- okazywanie wspaniałomyślności wobec błahych błędów popełnionych przez innych, jeżeli gotowi są je naprawić, z wyłączeniem świadomego i zamierzonego działania naruszającego normy etyczne,
- udzielanie wsparcia każdemu, kto stoi na gruncie prawdy i „pozostawanie z nim, dopóty, dopóki trzyma się prawdy, a rozstanie się z nim, kiedy schodzi na manowce” (Philips, 1992, 63),
- postępowanie w taki sposób, aby nie stracić zaufania innych, odzyskanie zaufania może być trudne, a w pewnych przypadkach niemożliwe; zasada

Lincolna: „To prawda, że przez pewien czas możesz oszukiwać pewnych ludzi, a niektórych zawsze, lecz nie możesz cały czas oszukiwać wszystkich” (tamże, 63),

- okazywanie innym zainteresowania ich potrzebami,
- poświęcenie czasu by poznać potrzeby innych,
- powstrzymanie się od manipulacji i obłudy,
- zachowanie bezstronności w sytuacjach konfliktowych i poszukiwanie kompromisu na takich zasadach, aby poczucie godności żadnej ze stron nie doznało uszczerbku,
- ustalenie dla siebie minimalnych standardów etycznych (wyżej wymienione) i dążenie do tego, aby je realizować; przed podjęciem trudnych decyzji rozważenie ich pod kątem tego, czy nie naruszają owych standardów.

Kwestia wypracowania standardów etycznych zarządzania ludźmi sytuuje się w ramach szerszego problemu, a mianowicie kodyfikacji etyki zawodowej menedżera. W poprzednim rozdziale przedstawione zostały argumenty prezentowane w sporach między przeciwnikami i zwolennikami ujmowania etyki zawodowej w formie kodeksowej. W kolejnym rozdziale przyjrzymy się bliżej zabiegom kodyfikacji etyki zawodu menedżera, nie pomijając kwestii przyczyn zwiększającej się gotowości do normatywnych uregulowań działalności menedżerskiej.

Rozdział III

Menedżerowie jako „ludzie organizacji”

„Potrzeba długotrwałych środków przeciwko ciągłym i pleniącym się niegodziwościom, nie po to, żeby ustały, lecz by nie odniosły zwycięstwa”.

Seneka

Wielość problemów związanych z etycznym wymiarem zawodu menedżera skłania do rozpatrywania ich w kontekście organizacji biznesowych (korporacji) oraz właściwości pozycji menedżerów w jej strukturze. Ów kontekst wyznacza bowiem zarówno pole działania menedżerów jak i przypisane do ich pozycji prerogatywy i zobowiązania. Ze względów poznawczych celowe wydaje się definiowanie menedżera przede wszystkim jako „człowieka organizacji”, którego podstawowym zadaniem jest realizowanie celów, do których organizacja została powołana.

Termin „organizacja”, „odnosi się do względnie trwałego, celowego uporządkowania działań i zachowań ludzkich”. (Kamiński, 1991, 133). Każda organizacja konstytuuje się ze względu na zamierzone cele, które następnie realizuje przy użyciu właściwych sobie środków. Sposób uporządkowania celów i środków określane jest mianem instytucjonalizacji. Z pojęciem instytucjonalizacji wiążą z reguły takie pojęcia jak wartości, normy, symbole i rytuały”. Tak więc, pojęcie instytucjonalizacji, odnosi się do „względnie trwałych wzorów interakcji pomiędzy podmiotami (aktorami społecznymi) zajmującymi pozycje. Wzory takie podlegają normatywnej regulacji. Wypełnione są treściami kulturowymi, co może dokonywać się na dwa sposoby: po pierwsze, normy regulujące zachowania w roli mogą być odzwierciedleniem ogólnych wartości i przekonań kulturowych. Po drugie, wartości kulturowe i inne wzory mogą zostać zinternalizowane przez system osobowości”. (Parsons, w: Turner, 1985, 104-105).

Ogólnie, pojęcie instytucjonalizacji odsyła więc do kulturowego wymiaru regulacji zachowań w obrębie organizacji. Względnie trwałe uporządkowanie działań oznacza, że zostają one ujęte w określone „reguły gry”. Pojęcie to „używane jest szczególnie tam, gdzie sposób uporządkowania działań nie jest obojętny dla rozdziału władzy i korzyści materialnych między jednostki i grupy”. (tamże, 134). Inaczej mówiąc, działania członków organizacji, zarówno wewnątrz jak i skierowane na zewnątrz, muszą być normatywnie zorganizowane. Uwzględniając zarówno cele organizacji, jak i ich porządek normatywny możemy wyróżnić następujące rodzaje organizacji:

- organizacje przymusu, określane też mianem totalnych, takie jak szpital psychiatryczny, więzienie, wojsko, w których uczestnictwo ma charakter przymusowy, charakteryzuje je nadzór i kara; są to typowe, tzw. organizacje panoptyczne. (Goffman, 1975, 150, Foucault, 1988, 262, 275),
- organizacje moralne, których członkowie są zobowiązani do realizowania określonych wartości i celów moralnych, takie jak kościoły, szpitale, organizacje charytatywne,
- organizacje utylitarne; powoływane do realizacji partykularnych interesów; przystąpienie do tych organizacji jest w pełni dobrowolne w zamian za określone korzyści, takie jak wynagrodzenie czy zysk.

Do tych ostatnich zalicza się organizacje biznesowe. Jak wiadomo powoływane są one do osiągnięcia praktycznych korzyści. (Argyle, 230, szerzej na temat utylitaryzmu w: Chryssides, Kaler, 1999, 98-104, 131-142).

Wspomniany normatywny wymiar organizacji realizuje się poprzez obecność w jej strukturze systemu lub sieci normatywnie powiązanych ze sobą ról jej członków (menedżera, prezesa, robotnika itp.). Do poszczególnych ról przypisane są określone standardy, odnoszące się do sposobów działania w ich ramach, zawarte m.in. w regulaminach, przysięgach, kodeksach zawodowych. W związku z tym organizację można rozumieć jako sekwencje normatywnie

uporządkowanych interakcji między rolami-statusami czyli pozycjami, które są rezultatem procesu instytucjonalizacji.

Działania podmiotu, niezależnie od tego czy będzie to aktor indywidualny (jednostka) czy też aktor zbiorowy (organizacja), nakierowane na osiągnięcie określonych celów podlegają dwojakiego rodzaju ograniczeniom. Po pierwsze, stanowią je warunki sytuacyjne. W przypadku organizacji biznesowych będą to m.in. istniejąca w danym momencie koniunktura, dostępność surowców, sytuacja na rynku pracy itp. Po drugie, ograniczenia narzuca podzielany w społeczeństwie system norm i wartości, a więc przede wszystkim system prawa oraz dominujący system wartości i norm. Dodajmy, że ograniczeniom takim podlegają zarówno cele jak i środki wykorzystywane do ich osiągnięcia.

Organizacje biznesowe jako organizacje biurokratyczne

Menedżerów określiliśmy mianem „ludzi organizacji”, którzy działają w ich ramach i zgodnie z obowiązującymi w nich regułami. Organizacje biznesowe, o czym wspomniano, są powoływane w celu osiągnięcia partykularnych celów. Różnić je może to, czy w swoich przedsięwzięciach kierują się dążeniem do:

- maksymalizowania korzyści (zysku), co w konsekwencji oznacza absolutyzację dominacji pieniądza jako wartości instrumentalnej, wyraźnie górującej nad innymi wartościami,
- czy też, zadowolają się słusznym zyskiem, a więc fair profit.

Dodajmy, że maksymalizowanie korzyści podobnie jak i zadowalanie się słusznymi korzyściami może się dokonywać w krótkim bądź dłuższym horyzoncie czasowym. Istotne jest to, że działający współcześnie na rynku inwestorzy „zapragnęli krótkoterminowych rezultatów. Stworzyli kadry zawiadujące tym, co Bennett Harrison nazywa „niecierpliwym kapitałem”. (Sennett, 2010, 34). Peter Drucker i inni zwracają uwagę na to, że „niebywała koncentracja akcji u inwestorów instytucjonalnych – w funduszach inwestycyjnych, funduszach emerytalnych, u ubezpieczycieli, itd. – zmieniła w ciągu ostatnich 20 lat układ sił w spółkach publicznych. Inwestorzy indywidualni wywierają ogromny nacisk w celu maksymalizacji stopy zwrotu. (...). W efekcie tej zmiany układu sił menedżerowie otrzymują ogromną zachętę do przedkładania interesu akcjonariuszy nad interes pozostałych uczestników gry rynkowej, a więc pracowników, ich rodzin i społeczności lokalnych”. (Cavanaugh, 2010, 47-48).

Organizacje biznesowe, będąc typowymi organizacjami profitowymi, mogą sobie jednak stawiać, przynajmniej na poziomie deklaracyjnym, cele, mające charakter prospołeczny. Stąd wiele firm deklaruje publicznie, że ich odpowiedzialność wobec społeczeństwa wykracza poza obowiązek maksymalizacji zysku i zabiegania o interes akcjonariuszy. W istocie odpowiedzialność taka i związane z nią działania traktowane są często jako sfera spraw drugorzędnych i stosunkowo

rzadko realizowanych w praktyce. Dzieje się tak pomimo tego, że problem społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (corporate social responsibility, CSR) stanowi jeden z wiodących wątków dyskusji nad etycznym wymiarem działalności gospodarczej. Znajduje to również wyraz w kodeksach etycznych przyjmowanych przez firmy. (Walczak-Duraj, 2002, 302, w Internecie: Forum Odpowiedzialnego Biznesu). Organizacje biznesowe, działając pod presją spadku zaufania w wyniku mnożących się skandali, zmuszone są do bardziej poważnego traktowania odpowiedzialności wobec interesariuszy (stakeholders). Oczekuje się że społeczna odpowiedzialność, nie może pełnić jedynie ozdobnika, ale powinna stanowić integralną część celów realizowanych przez organizacje biznesowe. „Korporacje padają – pisze de Geus – ponieważ ich menedżerowie skupiają się na działaniach ekonomicznych, produkcji dóbr i usług, zapominając, że prawdziwą naturą ich organizacji jest to, że są one wspólnotą istot ludzkich”. (de Geus, za: Stainer, 2004, 337). Tak np. wizji organizacji jako wspólnoty ludzi bliżsi są, co ma swoje kulturowe uzasadnienie, japońscy menedżerowie, postrzegający ją jako grupę „wspólnie pracujących ludzi, połączonych więzami społecznymi”. Natomiast „w przypadku Amerykanów mamy do czynienia z wizją organizacji pojmowanej raczej jako zbiór przedmiotów uporządkowanych według zasad”. (Hampden-Turner, Trompenaars, 1998, 104). Zdaniem cytowanego Stainera kluczowym i zarazem pożądanym elementem strategii podejmowania decyzji w korporacjach winno być uwzględnienie interesów stakeholders. Wiąże się to z koniecznością zidentyfikowania i skonfrontowania wartości korporacji i interesariuszy. Wymaga to ponadto daleko idącej reorientacji strategicznych decyzji, polegającej na większym otwarciu firm na potrzeby wspomnianych stakeholders, w mniejszym zaś stopniu na zabieganiu o interesy akcjonariuszy. Można postawić pytanie, czy w przypadku takich dylematów, posiadający władzę właścicielską skłonni będą wyrazić zgodę na zmianę strategii działania menedżmentu.

Rozpatrując powyższe zagadnienia, warto dodać i to, że społeczna percepcja CSR uzależniona jest od kraju, na co wskazują badania prowadzone wśród studentów różnych kierunków biznesowych z trzech krajów: USA, Chin i Indii. Wykazały one, że studenci amerykańscy i hinduscy kładą większy nacisk na zagadnienia mieszczące się w ramach CSR aniżeli studenci chińscy. W opinii tych ostatnich w działalności biznesowej większe znaczenie powinny mieć wartości instrumentalne aniżeli jakiegokolwiek inne. (Wong, Long, Elankumaran, 2009).

Koncepcja CSR dotyczy fundamentalnej kwestii etycznej współczesności, a mianowicie: koordynacji interesów biznesu z dobrem wspólnym i prawami człowieka, obok takich kwestii jak: bezpieczeństwo, sprawiedliwość i pokojowe współistnienie. Przyjęty w organizacji biznesowych model CSR determinowany jest filozofią, którą się one kierują.

„Filozofia firmy określa ogólny system wartości obowiązujący w przedsiębiorstwie. Nie jest to wyłącznie wykaz deontologicznych obowiązków, jako że zawiera także określenie celów przedsiębiorstwa”. (Pratley, 1998, 244).

Wyróżnia się trzy sposoby definiowania celów, stanowiące elementy filozofii firmy, wyznaczające główne kierunki, jak i sposoby ich działań. Tak więc organizacje biznesowe mogą się kierować:

- wąsko pojmowanym egoizmem, zakładającym realizację wyłącznie własnego dobra kosztem dobra innych. Filozofia ta dopuszcza możliwość czynienia krzywdy innym; np. wspomnianym wyżej interesariuszom. Przejawiać się to może w posługiwaniu się oszustwem, zmuszaniem do niewolniczej pracy, łupieżczą eksploatacją zasobów naturalnych i dewastacją środowiska naturalnego.
- Umiarkowanym egoizmem, zakładającym realizację własnych korzyści, zważając na to by nie działało się to kosztem krzywd wyrządzanych innym. W biznesie, jak wiadomo, nie zakłada się motywacji altruistycznej, jednakże egoizm może być poddany pewnym ograniczeniom, polegającym na poszukiwaniu kompromisu między korzyścią własną i cudzą. Z tej filozofii wywodzi się wspomniana wyżej idea społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).
- Firma może również kierować się poczuciem obowiązku, rozumianym jako zaspakajanie istotnych potrzeb społecznych. Nie oznacza to jednak działania altruistycznego i rezygnacji z własnych korzyści. Problem odnosi się do przyjmowanej hierarchii celów zawartych w filozofii działania czy jak to jest często określane mianem misji firmy.

Charakteryzując profile działalności organizacji biznesowych, warto zwrócić uwagę również i na to, że ich strategie działania mogą być motywowane:

- egoizmem opisowym, polegającym na tym, że działają one w sposób umożliwiający maksymalizowanie własnych korzyści przy jednoczesnym lekceważeniu interesów innych. Ta strategia postępowania oparta jest najczęściej na dokonanym uogólnieniu sposobów działania innych. Polega to na tym, że na podstawie oglądu rzeczywistości w organizacji panuje przekonanie, że inni (konkurenci, kontrahenci, dostawcy, klienci) postępują nieuczciwie, to skłania do kierowania się zasadą: „wobec tego, że inni postępują nieuczciwie powinno się także postępować w ten sam sposób”.
- Egoizmem normatywnym, który z kolei polega na tym, że organizacja, kierując się wyłącznie własnym interesem, całkowicie eliminuje z pola widzenia interesy innych; tak pojęty egoizm polega na zawieszeniu lub unieważnieniu moralnych zobowiązań wobec innych. (Pratley, 1998, 180-181).

W działalności biznesowej, jak przekonywał już Adam Smith, podmiot motywowany jest egoistycznym interesem, stanowiącym podstawowy bodziec przedsiębiorczości. Motyw zysku jest traktowany, jak wykazały badania prezentowane przez Hampden-Turnera i Trompenaarsa, jako „jedyne rzeczywisty cel”

przedsiębiorstwa dla 40% menedżerów amerykańskich, 33% brytyjskich, 24% niemieckich i 8% japońskich. (Hampden-Turner, Trompenaars, 1998, 38). Na podkreślenie zasługuje to, że w społeczeństwach o odmiennych kulturach, motywowi temu może być przypisana różna waga. Tak więc Amerykanie nastawieni są na szybkie maksymalizowanie korzyści, natomiast Japończycy zadowalają się korzyściami osiąganymi w dłuższym okresie czasu. (Minus, 1995, 65-68). Dodajmy, że menedżerów japońskich charakteryzuje myślenie długofalowe i pod tym względem zajmują oni niezmiennie pierwsze miejsce w prowadzonych od lat rankingach. (Hampden-Turner, Trompenaars, 1998, 125). Różnice w filozofiach działalności menedżerskiej zostały szeroko przedstawione przez cytowanych wyżej autorów w pracy zatytułowanej „Siedem kultur kapitalizmu”. Z uwagi na to, że współcześnie dominującą formą zorganizowanej przedsiębiorczości jest spółka akcyjna zwiększeniu ulega rola klasy menedżerów, czyli płatnych funkcjonariuszy organizacji biznesowych. Fakt ten ma istotne znaczenie dla etycznego wymiaru działalności zawodowej tej grupy. Grupę zawodową, kontraktowych funkcjonariuszy James Burnham, autor szeroko dyskutowanej pracy, zatytułowanej *The Management Revolution*, określa mianem „funkcjonariuszy bez kapitału”. (omówienie pracy Burnhama w: Wesołowski, 1961, 259-293). Dla uwyrażnienia zmian, jakie wiążą się z rosnącym znaczeniem kapitału akcyjnego dla etycznego wymiaru działalności menedżerów, przypomnijmy, że typowa dla kapitalizmu ery nowoczesnej była jedność własności i zarządzania. Oznaczało to, że właściciel i zarządzający, w jednej osobie, kierował się indywidualną moralnością. Występował on w roli podmiotu moralnego, kierującego się własnym poczuciem moralnym. Wskazania etyczne takie jak: lojalność, sumienność, solidność, odpowiedzialność, odczytywane były jako bezpośrednio odnoszące się do osoby właściciela. Nie stosowanie się do norm obciążało jego indywidualne sumienie. Decydujący wpływ na motywacje i decyzje jednostki wywierał spójny system wartości i norm narzucony przez dominujący system religijny. Wystarczy przywołać tu znaną tezę Webera o wpływie etyki protestanckiej na rozwój kapitalizmu. Przypomnijmy, iż Weber zmierzał do wykazania, że etos kulturowy, szeroko rozpowszechniony w obrębie społeczeństw protestanckich, wywarł silny wpływ na wybory dokonywane w sferze gospodarczej, wiodące ostatecznie do wyłonienia się kapitalizmu. (Weber, 1994, Norris, Inglehart, 2006, 229, także Berger, 1994).

We współczesnym, późnonowoczesnym stadium kapitalizmu, radykalnym zmianom uległy zarówno zasady funkcjonowania organizacji gospodarczych, jak i same ich struktury. Najbardziej istotną zmianą jest zdobycie dominującej pozycji w gospodarce światowej przez zbiurokratyzowane organizacje biznesowe, mające postać transnarodowych korporacji, których wielkość obrotów przewyższa PKB wielu mniejszych państw. (Robbins, 1998, 39).

Charakterystyka współczesnych organizacji biznesowych, kapitalizm korporacyjny

W wyniku wspomnianego wcześniej oddzielenia własności od zarządzania i powstania własności akcyjnej, która przyjmuje postać spółki akcyjnej, powstają organizacje wyróżniające się szeregiem właściwości, typowych dla organizacji biurokratycznych. Tak więc organizacjom tym:

- właściwa jest struktura hierarchiczna. „Biurokracja jest zakrojoną na szeroką skalę organizacją złożoną z hierarchicznie podporządkowanych urzędników”. (Ritzer, 1997, 47).
- Imperatywem ich działania jest efektywność. „Biurokracja różni się od wcześniejszych metod organizowania pracy tym, że posiada strukturę formalną, która umożliwia między innymi większą efektywność działania”, (tamże, 47).
- Działania ich podporządkowane są zasadzie racjonalności, zapewniającej zwiększenie wspomnianej wyżej efektywności i produktywności.
- Kalkulacyjność, jako kolejna cecha definiująca oznacza „kwantyfikację wszystkiego, co można sprowadzić do liczb”, poddać wycenę dającej się wyrazić w jednostkach pieniężnych i przeprowadzić rachunek kosztów, uwzględniający straty i zyski.
- Wyrówna je także przewidywalność, którą mają zapewnić istniejące regulaminy, normy technologiczne i organizacyjne oraz kodeksy. (Ritzer, 1997, 51).

Z etycznego punktu widzenia istotne jest, jak pisze Ritzer, nie tylko to, że biurokracje, panują nad ludźmi „stosując technologie, które nie wymagają udziału człowieka, (...) czyniąc go przedmiotem (...)”. (tamże, 50). Istotne jest także i to, że uprzedmiotowienie człowieka rozpoczyna się już na poziomie konwencji językowych, które Sennet określa mianem nowomowy menedżerskiej. Praktykę tę dobitnie ilustruje termin „zasoby ludzkie”. Kategoria ta nie jest obca Welchowi, który w swojej książce pisze o „doksztalcaniu zasobów ludzkich – naszych pracowników – podczas stale organizowanych szkoleń, kursów i praktyk”. (Welch, 2005, 198). Potwierdzenie występowania menedżerskiej nowomowy znajdujemy w publikacjach z zakresu nauk o zarządzaniu. (Pocztowski, 2008, Król, Ludwiczynski, 2006).

Do tradycji klasycznej ekonomii A. Smitha i D. Ricarda, która jak wiadomo odwoływała się do koncepcji działającego racjonalnie „homo oeconomicus’a”, nawiązuje Weber, wnikliwy badacz biurokracji. „Weberowski typ idealny biurokracji, w którym biurokraci kierują się zasadami dokładności, stabilności, dyscypliny z uwagi na hierarchiczną organizację, efektywności i pewności, jest przykładem modelu działania racjonalnego”. (Woleński, 2000, 273).

Pojęcie racjonalności jest szeroko wykorzystywane w naukach społecznych: w prakseologii, ekonomii, naukach prawnych i politycznych. Istotę kapitalistycznej ra-

cyjności analizuje znany ekonomista, Joseph A. Schumpeter, w klasycznej pracy zatytułowanej „Kapitalizm, socjalizm, demokracja” (1995).

„Racjonalność” to pojęcie mające szczególne zastosowanie w teoriach decyzji menedżerskich. O podjęciu określonej decyzji przesądza to, że jedna opcja zostaje uznana za przysparzającą większych korzyści w porównaniu z innymi.

Warto pamiętać o tym, że w ponowoczesnej, płynnej, a więc wysoce niestabilnej rzeczywistości, podejmowanie decyzji dokonuje się w warunkach podwyższonego ryzyka i niepewności. Wywiera to istotny wpływ na filozofię funkcjonowania organizacji biznesowych, szczególnie w odniesieniu do wyraźniej tendencji do skrócenia horyzontu czasowego osiągania korzyści. Znajduje to wyraz m.in. we wspomnianej presji inwestorów na wykorzystanie każdej nadarzającej się okazji do „szybkich, krótkoterminowych zwrotów”. Tezę tę ilustrują proste dane charakteryzujące średnią długość przetrzymywania akcji przez fundusze emerytalne. Tak więc w roku 1965 przetrzymywano je przez 48 miesięcy, natomiast w 2000 roku tylko przez i 3,8 miesiąca. Dążenie do skracania czasu zwrotów nie pozostało bez wpływu na hierarchię wartości firm, przedkładających korzyści własne nad rzetelność w działaniu. „Firmy takie jak Sunbeam czy Enron prowadziły nieuczciwe praktyki, próbując odpowiedzieć na wymagania licznych inwestorów, lecz nawet w okresach spadku na rynkach presja na firmy pozostawała niezmienną; stabilność i rzetelność instytucjonalna stały się raczej negatywną niż pozytywną lokatą. Stabilność odbierano jako oznakę słabości (...)”. (Sennett, 2010, 34). Z punktu widzenia organizacji biznesowych działaniami racjonalnymi są takie działania, które zapewniają maksimum korzyści przy minimalizowaniu kosztów, bez względu na zastosowane środki. Zatem preferowane będą metody zwiększające szanse powodzenia nawet poprzez sięganie po naganne etycznie środki, jak w przypadku cytowanego wyżej Enronu.

W prowadzonych analizach organizacji biurokratycznych Weber operował pojęciem „racjonalność formalna”, którą rozumiał jako działanie w oparciu o kryteria i metody, gwarantujące osiągnięcie założonych, szczegółowych celów w „małej skali”. Niemiecki socjolog zmierzał do wykazania, że najwyższy poziom racjonalności i niezawodności osiągnęły biurokracje działające w sferze gospodarczej. To właśnie „zinstytucjonalizowane przepisy i regulaminy skłaniają, a nawet zmuszają pracowników biurokracji do wyboru prawidłowych środków służących do osiągnięcia konkretnych celów.” (op. cit. 47). Istniejące w organizacji regulaminy, przepisy, kodeksy umożliwiają także koordynację działań. Służą wymuszaniu określonego poziomu konformizmu, niezbędnego do realizacji zamierzonych celów. W idealnym typie biurokracji, prezentowanym przez Webera, działania oparte są na zasadzie racjonalności formalnej. Współczesne organizacje biznesowe, zbliżają się mniej lub bardziej do owego typu idealnego. Warto zwrócić uwagę na to, że w tych organizacjach racjonalność formalna zastąpiła całkowicie odmienny typ racjonalności, ukształtowany m.in. przez etykę protestancką, a mianowicie racjonalność, którą Weber nazwał substancjalną.

Różnica między racjonalnością formalną a racjonalnością substancjalną polega na tym, że w tym pierwszym przypadku ludzie w swoich działaniach kierują się partykularnymi – właściwymi jakiejś jednej dziedzinie – wskazaniami formalnymi (przepisami, regulaminami, kodeksami). Natomiast racjonalność substancjalną wyróżnia to, że jej wskazania odnoszą się do racjonalności w ujęciu całościowym. Stąd często ludzie są zmuszeni do jej „odkrywania” czy „wywodzenia” z niejednoznacznych i często ogólnie sformułowanych systemów wartości i norm, oferowanych przez dominujący w danym społeczeństwie, system kultury, system religijny czy ideologię. We wczesnej fazie rozwoju kapitalizmu, homo religiosus i homo oeconomicus stanowiły jedność. Sprawiało to, że działaniami ludzkimi kierował względnie spójny i jednolity system wartości i norm, odnoszących się do wszystkich sfer aktywności i pełnionych ról społecznych, w tym zawodowych. Takie normy jak: lojalność, odpowiedzialność, sumienność, solidność czy dotrzymywanie umów były traktowane jako kierowane bezpośrednio do jednostki jako podmiotu działań. Nie stosowanie się do tych norm spotykało się z sankcjami i obciążało sumienie jednostki.

Istotnym, z etycznego punktu widzenia, rysem organizacji biurokratycznych jest ich bezosobowy charakter. Działają one bowiem wyłącznie w oparciu o uniwersalistycznie sformułowane zasady i reguły. Oznacza to, że decyzje podejmowane przez funkcjonariuszy organizacji nie mogą uwzględniać szczególnych cech i partykularnych właściwości osób, zdarzeń i sytuacji. Ponadto, decyzje przypisane są do zajmowanej w organizacji pozycji, nie zaś do konkretnej osoby. Funkcjonariusze organizacji mogą być w dowolnym momencie wymienieni na innych, natomiast zarówno zakres jak i tryb podejmowania decyzji pozostaje niezmienny. Z punktu widzenia organizacji nie jest istotne, kto podejmie decyzje np. o zwolnieniu 1800 pracowników, wtedy, kiedy taka decyzja musi być podjęta dla „dobra” czy „w interesie” firmy.

Przedstawione kwestie zbliżają nas do kolejnego problemu, a mianowicie do pytania o to, co to znaczy być człowiekiem (funkcjonariuszem) organizacji? I zagadnienia pokrewnego, wiodącego do pytania o to, co dzieje się z podmiotowością człowieka przystępującego do organizacji. Czy istnieją podstawy do tego, aby sądzić, że skutki podjętych decyzji obciążają sumienie jednostki? (French, 1997, 71).

Zakłada się, że funkcjonariusze organizacji działają, kierując się standardami organizacyjnymi, nie zaś własnym poczuciem moralnym. W związku z tym są „postrzegani jako mniej lub bardziej neutralni moralnie (...) [a] wartości, które są brane pod uwagę, nie są tymi, zgodnie z którymi postępowałiby oni jako osoby prywatne (...). Gdy pracownik podejmuje decyzje w imieniu organizacji, jego zadaniem jest (albo powinno być) wcielanie w życie celów organizacji jak gdyby w sposób bezosobowy. Decyzje podejmowane są z myślą o organizacji i jej celach, a nie w oparciu o interes własny lub osobiste przekonania pojedynczego pracownika, podejmującego decyzję. Taka jest teoria podejmowania decyzji

w ramach organizacji.” (Ladd, 1997, 20). Istnienie rozbieżności między cenionymi przez menedżerów, jako osoby prywatne, a występującymi w roli ludzi organizacji, ilustrują badania prezentowane przez Biernacką w pracy „Człowiek organizacji. Od normatywizmu do afirmacji własnego Ja”. W przywołanych tu badaniach respondenci deklaruowali istnienie rozbieżności między prywatnymi a organizacyjnymi systemami wartości: „bywa, że pewne zachowania (...) są białym kłamstwem”, „czasem odczuwam dysonans odnośnie do uczciwości: realizuję projekt, który ma drugie dno, o którym nie można mówić”, „nieraz stosujemy nieuczciwe metody zdobywania informacji – trochę głupio”, „odczuwam dysonans między dobrocią wobec siebie innych ludzi”, „destrukcyjny wpływ na jednostkę ma sytuacja, gdy wszystko nastawione jest na zdobywanie pieniędzy za wszelką cenę”. (Biernacka, 2009, 262, 263).

W świetle przedstawionych wyżej uwag wypada zgodzić się z tezą Ritzera, mówiącą o tym, że „Biurokracja sama przez się stanowi w pewnym sensie (...) maszynę. (...), co przejawia się w zastępowaniu osądu człowieka dyktatem praw, regulaminów i struktur organizacyjnych”. (Ritzer, 1997, 50). Z cytowanych już wcześniej badań, przeprowadzonych przez Hampdena-Turnera i Trompenaarsa wynika, że istotnie najczęściej menedżerowie, czują się związani powinnościami wyłącznie wobec organizacji. (Hampden-Turner, Trompenaars, 1998, 29).

Wynika z tego, że funkcjonariusz organizacji znajduje się w sytuacji, zmuszającej go do godzenia podwójnych standardów: człowieka organizacji i osoby prywatnej. Jedna część jego osobowości, pozostaje pod presją kierowania się wartościami i normami najlepiej służącymi organizacji. Część druga natomiast może kierować się innymi standardami, często różnymi od tych, którymi kieruje się, będąc człowiekiem organizacji. Mamy tu do czynienia z typowym przykładem rozbieżności standardów postępowania. Reguły rządzące decyzjami i wyborami menedżerów, pełniącymi określoną rolę w organizacji, mogą i często pozostają w konflikcie z zasadami, którymi pragną się oni kierować w sferze pozazawodowej. Co więcej, wyraźne rozdzielanie tych dwóch sfer, tj. zawodowej i prywatnej, jest wymagane, po to by podejmowane decyzje – zgodnie z imperatywami skutecznej biurokracji – zostały odpersonalizowane.

Uwagi powyższe zmierzają do charakterystyki roli zawodowej menedżera w zburokratyzowanych organizacjach biznesowych. Role tę wyznaczają:

- zajmowana pozycja w strukturze hierarchicznej, określona w kontrakcie,
- hierarchiczny układ pozycji-statusów sprawia, że relacje menedżera z innymi członkami organizacji, jak i podmiotami spoza niej, regulowane są w całości zarówno przez przepisy wewnętrzne (kodeksy, regulaminy) jak i ogólne normy prawa,
- obowiązujące statuty precyzują zależności między statusami-pozycjami oraz zakres prerogatyw im właściwych, kształtując „piramidę władzy”,

- kariera, która ma charakter merytokratyczny, wyznaczana jest przez hierarchiczny układ pozycji,
- nominacja stanowi podstawową drogę rekrutacji,
- sfera zawodowa i sfera prywatna podlegają wyraźnemu, stanowczemu odzieleniu,
- funkcjonariusze organizacji działają bezosobowo, ponieważ decyzje nie są przypisane do osoby lecz statusu-pozycji, a tryb podejmowania decyzji oraz ich treść nie są zależne od cech podejmującej je osoby, lecz od przepisów i ogólnych reguł,
- bezosobowy charakter decyzji ma jeszcze jeden ważny aspekt a mianowicie taki, że jednostki w organizacjach biurokratycznych funkcjonują jako swoistego rodzaju „instrumenty” powołane do wykonania określonych zadań; to sprawia, że mogą one być dowolnie wymieniane i zastępowane w oparciu o oceny dokonywane na podstawie kryteriów racjonalności i efektywności ich działań; stąd funkcjonariusze organizacji zmuszeni są do wykazywania się skutecznością służącą pomyślności organizacji, a znajdującą wyraz w osiągniętej pozycji na rynku, wysokości ceny akcji itp.,
- zadaniem, przypisanym do pozycji, jest podejmowanie działań przysparzających korzyści organizacji,
- decyzje menedżera są podejmowane w imieniu organizacji, w związku z czym przyjmuje się, że obciążają one organizację nie osobę,
- funkcjonariusz organizacji zobowiązany jest do prezentowania podejścia czysto pragmatycznego, co oznacza, że prawa i potrzeby osób zarówno z organizacji jak i spoza niej mogą być brane pod uwagę jedynie w takim stopniu w jakim wywierają wpływ na efektywność funkcjonowania samej organizacji,
- uwzględnianie interesów podmiotów zewnętrznych przewidziane jest jedynie pod presją zewnętrzną, tzn. norm prawa (prawa antymonopolowego czy prawa pracy) oraz nacisków opinii publicznej,
- niezależnie od dominujących celów i interesów organizacji, istnieją osobiste interesy funkcjonariuszy. Organizacje starają się własne interesy, takie jak przetrwanie, sprawność działania czy wpływy w społeczeństwie, związać z osobistymi interesami jej funkcjonariuszy m.in. poprzez wysokie wynagrodzenia dla tych, których znaczenie dla organizacji jest szczególnie istotne, a także przez system nominacji i awansowania.

Do zaprezentowanej charakterystyki grupy zawodowej menedżerów dodajmy, to, że współcześnie grupa ta stała się wyraźnie kosmopolityczna, co ma, w przekonaniu Roberta Reicha, istotne znaczenie w odniesieniu do sylwetki moralnej jej członków. Autor zwraca uwagę na to, że brak identyfikacji ze wspólnotami narodowymi, nie sprzyja okazywaniu skłonności do ponoszenia odpowiedzialności za podejmowane decyzje. „Uczymy się czuć odpowiedzialność za innych, ponieważ dzielimy z nimi wspólną historię ... wspólną kulturę ... wspólny los. Wynarodowienie przedsiębiorstw na ogół tworzy klasę kosmopolitów, którzy

uważają siebie za „obywateli świata, lecz bez zgody ... na zobowiązania, jakie zazwyczaj pociąga za sobą obywatelstwo jakiejś społeczności”. (Reich, w: Lasch, 1997, 52-53).

W świetle zmian dokonujących się w ładzie korporacyjnym problem kompetencji etycznych, czy sylwetki moralnej menedżerów, zyskuje wyraźnie na znaczeniu. Długoletni prezes Zarządu Rezerwy Federalnej Stanów Zjednoczonych AP, Alan Greenspan w opublikowanej w 2007 roku pracy „Era zawirowań” (wydanie polskie 2008), krytycznie komentuje zmiany zachodzące w korporacjach, polegające na wyraźnym osłabieniu kontroli właścicielskiej nad sposobami zarządzania korporacjami. Autor ten stwierdza, że korporacje cechuje zmniejszająca się przejrzystość przy jednoczesnym wzroście autorytaryzmu na skutek koncentracji władzy w rękach prezesów i kontrolowanych przez nich rad nadzorczych. „Demokratyczny łaad korporacyjny przepoczwarzył się w model autorytarny. (...). W niezauważalny sposób ciężar zarządzania korporacjami przesunął się z akcjonariuszy na prezesów zarządów. Pomimo obaw wyrażanych przez kilku naukowców zmiana ta dokonała się płynnie i uznano ją za niezbedną”. (Greenspan, 2008, 473-474).

Zmiana ta, jak się wydaje, stanowi konsekwencję osłabienia zainteresowania akcjonariuszy procesem zarządzania przy jednoczesnym wzroście zainteresowania korzyściami płynącymi z posiadania akcji. Zmiany ładu korporacyjnego oznaczają, nie tylko to, że „rady nadzorcze, zdając sobie sprawę z presji konkurencyjnej, szukają „absolutnie najlepszych” prezesów i oczywiście skłonne są zapłacić, ile trzeba, by pozyskać „gwiazdy”. (tamże, 475). Oznaczają także, a może przede wszystkim to, że przywilej ustalania zasad, według których działa organizacja przysługuje pozycjom usytuowanym na szczycie hierarchii organizacyjnej. Można zaryzykować twierdzenie, że owe menedżerskie „gwiazdy” mają decydujący wpływ na przyjmowany przez organizację system wartości i jego hierarchię, inaczej mówiąc, decydują o kształcie kultury korporacyjnej.

Powstanie korporacji – zdaniem McIntyre’a – sprawiło, że „cywilizacja wieku XX wprowadziła na scenę teatru życia trzy podstępne i z gruntu niemoralne postacie: estetę, terapeutę i menedżera”. (Walczak-Duraj, 2002, 239). Menedżer „czołowy bohater XX-wiecznych przedstawień, nie posiadając zdolności różnicowania między manipulacją a jej brakiem, zachowuje się tak jak terapeuta – skupia uwagę na stosowanych technikach wpływu społecznego. Postacie te nie angażują się w debaty moralne, stawiając siebie poza dobrem i złem, ponieważ za podstawowy wyznacznik swego działania uznają jego skuteczność”. (tamże).

W świetle przedstawionych uwag uzasadniona wydaje się teza, że menedżerowie jako funkcjonariusze organizacji „posiadają ogromną moc, bez żadnych zobowiązań” (239). Skłania to do pytania o zasadność wprowadzenia dodatkowych regulacji, wyznaczających obszar i powinności działań funkcjonariuszy organizacji. Mowa tu zarówno o działaniach mających charakter samoograniczeń (kodeksy etyczne korporacji, kodeks zawodu menedżera) jak i ograniczeń

zewnątrznych w postaci norm prawa, które często – jak twierdzi jeden z bohaterów filmu Sidneya Pollacka zatytułowanego „Firma” – „nagina się tak umiejętnie, by go nie złamać”.

Kodyfikacja etyki zawodowej menedżera

Prezentowane uwagi uzasadniają stwierdzenie, że we współczesnych organizacjach biznesowych menedżerowie stanowią elitę biurokratycznej grupy zawodowej. Kształtują oni reguły funkcjonowania organizacji, a zarazem są kształtowani przez imperatywy świata organizacji. Podlegają presji zapewnienia sobie zaufania właścicieli, co nie pozostaje bez wpływu na strategię ich działania. Silne uzależnienie od akcjonariuszy zdają się potwierdzać badania, z których wynika, że największe obawy menedżerów (prezesów spółek) budzi utrata zaufania właścicieli (54% badanych); znacznie mniej obawiają się odpowiedzialności karnej (37%), a najmniej zwolnienia z pracy (33%). (Urbanek, 2005, 268-269).

Menedżerowie, jako wynajęci funkcjonariusze, zobowiązani są do kierowania się ustalonymi wcześniej zasadami: cieszyć się zaufaniem właścicieli, być lojalnymi wobec organizacji, ponosić wobec niej odpowiedzialność. Nieuchronnie pojawiające się konflikty wartości winny być rozstrzygane w sposób służący interesom organizacji. W praktyce mamy więc do czynienia z nadrzędnością standardów narzuconych przez organizację jej funkcjonariuszom, które mogą być sprzeczne z ich kryteriami prywatnymi, równie często ze społecznie akceptowanymi. Tak ustanowiona relacja między standardami etycznymi i pragmatycznymi generuje nieusuwalny konflikt między tym, co dobre i słuszne z punktu widzenia organizacji, a tym, co słuszne w świetle dominującego w społeczeństwie systemu wartości.

Uwzględniając docierające do opinii publicznej doniesienia o praktykach stosowanych w organizacjach biznesowych, uzasadnione jest sytuowanie problematyki etyki zawodowej menedżera w perspektywie procesu, określanego mianem „zinstytucjonalizowanego omijania reguł”. Proces taki inicjują początkowo nieliczne i spontaniczne przypadki odstępowania od społecznie akceptowanych norm prawnych i moralnych. Normy te, co ważne, nie są unieważniane. Uznawane są nadal za słuszne, ale egoistyczne względy decydują o tym, że ich obowiązywanie zostaje zawieszane. Obawy przed społecznymi sankcjami lub potrzeba ochrony reputacji organizacji sprawiają, że naruszenia te trudne są do zdemaskowania, ponieważ są ukrywane i zatajane. „Przypadki łamania norm pewnego rodzaju mogą się jednak w społeczeństwie rozpowszechniać, stać się nagminne. (...). Niektóre ominięcia norm stają się więc regularne, typowe, czasem powszechne”. (Sztompka, 2002, 429-430). Warto podkreślić, że omijanie norm przez jednostki w społecznej percepcji jest postrzegane jako dewiacja. Sytuacja ulega radykalnej zmianie wtedy, kiedy to, „co do niedawna było ominięciem normy, przez swoją powszechność staje się nową normą, a dokładniej

przyzwoleniem, wzorem typu „wolno”, dopuszczalnym standardem zachowania”. W opisanej sytuacji „dewiacja w sensie normatywnym przestała tu być dewiacją w sensie funkcjonalnym”. (tamże, 430). Przynoszące korzyść odstępstwo od normy staje się funkcjonalne. Wtedy, kiedy brak respektu dla norm dyktowany dążeniem do osiągnięcia korzyści, nie jest sankcjonowany negatywnie, przez napiętnowanie, podlega instytucjonalizacji. Skojarzone z nim zachowania przestają być postrzegane jako dewiacyjne czy nawet przestępcze. Przeciwnie „wchodzą jako normy typu „powinien” do społecznego systemu normatywnego”. Zyskują status nowych norm, stanowiących przeciwieństwo dawnych”. (tamże, 430). W takiej sytuacji, legalizm działań, polegający na okazywaniu respektu dla norm, postrzegany jest jako przejaw nieprzystosowania społecznego. Jednostka czy organizacja, okazująca szacunek dla norm naraża się na śmieszność, lekceważenie, drwinę, a w skrajnych przypadkach na ostracyzm. W oparciu o prezentowane w literaturze analizy oraz doniesienia mediów można sformułować tezę, że w działalności zawodowej menedżerów mamy do czynienia z opisanym zjawiskiem zinstytucjonalizowanego omijania norm. Zjawisko to odnosi się przede wszystkim do norm współżycia społecznego oraz norm regulujących stosunki podmiotów indywidualnych i zbiorowych z organizacjami, grupami społecznymi i wspomnianymi wcześniej interesariuszami. „Chodzi tu o zachowania podyktowane egoistycznym interesem i naruszające normy moralne służące potrzebie wzajemnego zaufania”. (Jasińska-Kania, 2002, 401). Rzecz dotyczy zwłaszcza naruszeń norm związanych z: „zatrudnianiem nieletnich”, „finansowaniem nieetycznego testowania leków”, „molestowaniem seksualnym”, „urynkowaniem nieskutecznych leków”, „naruszaniem przepisów podczas wprowadzania na rynek pokarmu dla niemowląt”, „używaniem niebezpiecznych trucizn na chwasty”, „nieuczciwymi reklamami”, „nielegalnymi zmowami cenowymi”, „katastrofalnymi warunkami pracy”, „systematycznym odmawianiem zapłaty zatrudnionym za nadgodziny”, niszczeniem środowiska naturalnego, zatrucianiem wody, wycinaniem lasów, emisją toksycznych substancji do atmosfery, testowaniem na dzieciach toksycznych leków przeciw HIV, leków psychotropowych. (Werner, Wiess, 2009, 252, 258, 260, 264, 268, 318, 326, 342, 312, 354, Czajkowska-Majewska, 2009, 157).

Odnutowywane naruszenia norm regulujących relacje organizacji biznesowych z państwem dotyczą przede wszystkim oszustw podatkowych, polegających na unikaniu płacenia podatków przez korzystanie z „rajów podatkowych”, wyłudzeniu nienależnych świadczeń, zatrudnianiu na „czarno”, a przez to nie odprowadzanie przez pracodawców świadczeń na ubezpieczenia pracowników czy stosowanie nielegalnego lobbingu, korumpowanie urzędników państwowych itp. Przekroczenia przytoczonych norm nie mają charakteru incydentalnego. Praktykowane są, niekiedy na dużą skalę, w określonych rejonach geograficznych, w których działają korporacje.

Powtarzalność odstępstw od norm zdaje się potwierdzać tezę, że mamy do czynienia nie z incydentalnymi przypadkami działań dewiacyjnych, lecz ze wspomnianym wyżej instytucjonalnym omijaniem norm, polegającym na tym, że dane normy nie tyle są otwarcie unieważniane, co nie są respektowane w działaniach. Praktyki takie są stosowane w warunkach cichego przyzwolenia, wyłączonego szczególnie drastyczne przypadki ich naruszania. Omawianą kwestię dobrze ilustruje wypowiedź jednego z przedstawicieli Business Center Club, który stwierdza: „Chcielibyśmy być postrzegani tak jak zawodnicy na boisku, którzy grają fair. Mogą być pod wpływem środków dopingowych, ale od tego są sędziowie i specjalne komisje”. (cytat za: Kopiczyńska, 1994, 152).

Z drugiej strony, praktyki odstępstw od norm pozostają w jaskrawej sprzeczności z publicznymi deklaracjami, m.in. takimi jak: „Pracowników fabryki traktuje się z godnością i respektem”, „Najlepsi” w kwestiach społecznych i ekologicznych”, „Dla nas ważne są najwyższe standardy etyczne i moralne”, „Sprawiedliwe warunki pracy dla każdego pracownika”, „Respekt dla wartości i godności”, „Społeczne zaangażowanie z chrześcijańskiego przekonania”, „Uczciwie, etycznie, legalnie”, „Nasza misja: podnoszenie standardu życia pracowników”, „Prawa człowieka są w centrum uwagi naszego przedsiębiorstwa”, „Energicznie wstawiamy się za międzynarodowymi standardami praw człowieka”, „Odpowiedzialność i zaangażowanie we wszystkim, co robimy”, „Wszędzie tam, gdzie działamy chcemy być partnerem społeczeństwa”, (Werner, Weiss, 2009, 294, 264, 266, 268, 276, 278, 324, 336, 350, 352). Podobne, do przytoczonych wyżej, deklaracje znajdujemy w kodeksach wielu firm.

Wypowiedzi studentów, przyszłych menedżerów, które uzyskano w jednym z badań wykazały, że, „prawie wszyscy studenci oceniali, że omawiane (na zajęciach) normy etyczne w biznesie są teoretycznie słuszne i powinny być stosowane. Jednakże „być stosowane nie oznacza celowości stosowania ich w Polsce już teraz. Zdaniem studentów, gdyby ktoś rzeczywiście „przejął się” wskazaniem etycznymi i zastosował je u siebie w biznesie, przy jednoczesnym powszechnym nieetycznym postępowaniu innych uczestników życia gospodarczego (...) oraz jednoczesnego braku potępienia takich praktyk w społeczeństwie – nie tylko nie uzyskałby z tego tytułu żadnych korzyści czy satysfakcji, ale najprawdopodobniej poniósłby jeszcze dodatkowe straty”. Znamienna jest wypowiedź jednego ze studentów: „określenie etyczny menedżer wywołałoby u licznej grupy osób, co najmniej zdziwienie, komentarze i znaki zapytania. Bo „etyczny” w Polsce to właściwie „naiwny”, „nie przedsiębiorczy”?, a może wręcz „głupi”?”. (Kopiczyńska, 1994, 155). W badaniach relacjonowanych przez cytowaną autorkę stwierdzono, że około 60% respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem, że „w niektórych przypadkach menedżer powinien ignorować interesy pracowników i strzec interesów firmy (...)”. (tamże, 156). Z badań tych również wynika, że 80% respondentów zgodziło się ze „stwierdzeniem, że omijanie pewnych przepisów prawnych i norm społecznych jest czasami konieczne”, a 70% badanych

jest zdania, że zasadniczemu celowi firmy, którym jest zysk, należy podporządkować wszystkie inne cele. Istotne jest także to, o czym była mowa wcześniej, że normy moralne postrzegane są przez respondentów jako kwestie prywatne. „Dla nich również moralność i biznes to „dwie skrajności”, a żądania bezwzględnego etycznego postępowania w interesach to tylko „pobożne życzenia”, dobre do teoretycznych rozważań, ale niedostosowane do „twardego rynku” i życia”. (tamże, 208, 211). Co więcej, w przekonaniu respondentów działania nieetyczne zapewniają większy zysk aniżeli działania etyczne.

Tezę, mówiącą o zinstytucjonalizowanym omijaniu norm zdają się dobitnie potwierdzać także odpowiedzi na wprost postawione respondentom pytanie: „Jaka kara jest stosowana w praktyce za nieetyczną działalność”? Na to pytanie 90% respondentów odpowiedziało, że żadna. Ponad 95% negatywnie odpowiedziało (...) na pytanie: „Czy gdybyś popełnił czyn nieetyczny w działalności gospodarczej, spotkałbyś się z bojkotem lub potępieniem ze strony towarzyskiej czy zawodowej”. Tyleż samo respondentów uznało, że nie miałyby „za złe” swoim znajomym, gdyby naruszyli normy etyczne w biznesie, ale działali zgodnie z prawem”. Wszyscy respondenci przyznali, że dopuściliby się czynu nieetycznego, gdyby mieli pewność, że nie spotkają ich za to żadne sankcje. (tamże, 212-213).

Prezentowane wyniki badań wskazują (jakkolwiek wnioski są oparte na ograniczonej zakresowo próbie) na sposób postrzegania etycznego wymiaru działalności biznesowej, przez tych, którzy w przyszłości zamierzają wykonywać zawód menedżera. Konfrontując te dane z wynikami innych badań dotyczących kondycji moralnej menedżerów, musimy zapytać o celowość bądź skuteczność tworzenia kodeksów etycznych firm i zawodu menedżera.

Kodeks etyczny menedżera, jak pisze Zbiegień-Maciąg, ma „stanowić oparcie w nierzadkich sytuacjach konfliktowych tak wewnątrz firmy, jak i na zewnątrz niej; dać podstawy wrażliwości etycznej w samodzielnie podejmowanych decyzjach, w samodzielnej interpretacji zasad; rozwinąć świadomość etyczną pracowników firmy”. (Zbiegień-Maciąg, 74). Zasadne jest postawienie pytania o to, czy oczekiwania te mają realistyczne podstawy? Wydaje się, że narzucającym się i zarazem banalnym motywem tworzenia kodeksów etycznych menedżerów może być dążenie do poprawy wizerunku tego zawodu, jak i korporacji. „We współczesnych przedsiębiorstwach – pisze Walczak-Duraj – w sposób mniej lub bardziej udany zarządza się reputacją zarówno wśród wewnętrznych, jak i zewnętrznych stakeholders. Reputacja, jako istotna zmienna, składająca się na wartość finansową przedsiębiorstwa, przekładaną na cenę rynkową akcji, plasowana jest w tych obszarach działań firmy, które poddawane są specyficznym regulacjom”. (Walczak-Duraj, 2002, 313).

Opinię tę zdaje się podzielać także Wojciech Gasparski pisząc: „nadal niewielka, choć – przypomnijmy – powoli rosnąca, liczba osób na stanowiskach kierowniczych zdaje sobie sprawę ze znaczenia etyki dla reputacji firmy”. (Gasparski, 2000, 131). Podobnie, autoprezentacja grupy zawodowej pod szyldem „etycz-

nych zobowiązań menedżerów” ma na celu prezentację wizerunku danej grupy zawodowej wobec opinii publicznej. Za słusnością tej tezy zdaje się przemawiać zbieżność w czasie z podjętą na szeroką skalę, w latach osiemdziesiątych i trwającą do chwili obecnej, dyskusją nad etyką w życiu gospodarczym i mnożeniem kodeksów firm i zawodów związanych z biznesem. Nie bez znaczenia jest także fakt narastających procesów globalizacji i tryumfu ortodoksyjnego kapitalizmu. Czynniki te sprawiły, że problemy etyczne, w tym także kwestia społecznej odpowiedzialności biznesu, znalazły się w centrum uwagi nie tylko badaczy, lecz także opinii publicznej, wykazującej niepokój z powodu mnożących się przypadków naruszania norm etycznych. Reakcją na ujawniane przypadki naruszenia norm było uchwalanie kodeksów etycznych, „nie bez trudu, czasem z oporami wyższych szczebli zawiadywania firmami (corporate governance), a najczęściej bez dostatecznej troski o ich codzienne przestrzeganie” (podkreślenie G.B.). (tamże, 2000, 131). Sytuowanie kodeksów etycznych w kontekście „ratowania”, „naprawy” reputacji firmy czy grupy zawodowej należy interpretować jako zaprzeczenie istoty moralności. Przekonanie o tym, że reputację można „naprawić”, przyjmując kodeks, oparte jest bowiem na założeniu, że zabieg taki „się opłaca”, a zatem jest wykalkulowane. Moralność, jak wiadomo, ma charakter relacyjny, w którym postępowanie moralne nie jest „kontraktem, wyrachowaniem”, jest wszystkim, ale nie moralnością”. W takiej sytuacji kodeks wykorzystany jedynie w charakterze decorum.

Jeżeli zasadniczą motywacją wprowadzania kodeksów etycznych zawodu menedżera miałyby być z jednej strony poprawa reputacji tej grupy zawodowej, z drugiej strony „umoralnienie postępowania menedżerów” to wydaje się, że cel ten nie został osiągnięty. Zdają się tego dowodzić nie tylko coraz to nowe przypadki nieetycznych praktyk, ujawniane przez media, związki zawodowe, organizacje pozarządowe i organizacje konsumenckie. Można zasadnie twierdzić, że działania zmierzające do kodyfikacji etyki zawodowej wyraźnie wpisują się w ogólny kryzys zaufania obserwowany we współczesnych społeczeństwach. Obserwowana obecnie „swoista moda na tworzenie kodeksów etyki zawodowej jest przejawem powszechnie odczuwanego kryzysu etosu pracy w łonie poszczególnych zawodów, które drogą konstruowania kodeksów starają się zwiększyć dyscyplinę zawodową, zapewnić większą skuteczność działań w swojej dziedzinie i tym samym lepiej wypełnić swoje społeczne – eo ipso moralne – funkcje”. (Górnicka, 1994, 187).

Jednocześnie warto pamiętać o tym, że ponowoczesność to era postdeontyczna. Oznacza to zmierzch powinności, w wyniku malejącej społecznej presji na spełnianie moralnych powinności. „Era „postdeontyczna – jak pisze Bauman – uznać może tylko moralność cząstkową, minimalistyczną”. (Bauman, 1996, 7; Bauman, 1994, 70-75). Uzasadniona jest zatem wątpliwość czy kodeks etyczny menedżera zapewnić może spełnianie nawet minimalistycznie pojmowanych standardów etycznych. Wydaje się, że poleganie na wrażliwości etycznej grupy

zawodowej menedżerów jest tak samo mało realistyczne, jak „na niezawodnie dobrej woli”. (Lazari-Pawłowska, 1994, 179). Pewne natomiast jest, że kodeks etyczny menedżera jest traktowany jako reakcja na społeczne oczekiwania odnoszące się do jego kompetencji moralnych. Stosunkowo wysokie oczekiwania wobec tego zawodu można tłumaczyć tym, że działania podejmowane przez osoby go wykonujące mają nie tylko doraźne konsekwencje wobec dobra innych. Mogą to być, i często są, skutki odczuwane przez innych w odległych miejscach i czasie. Decyzje te „wiążą się z ryzykiem wyrządzenia komuś dotkliwej krzywdy”, tym samym nie są obojętne dla dobra innych. Stąd należy zgodzić się z przekonaniem wyrażonym przez Lazari-Pawłowską, że autonomia jednostki pełniącej rolę zawodową, w tym przypadku menedżera, powinna być w swoich działaniach ograniczona. (tamże, 177).

Nadmiernie optymistyczne wydaje się założenie, przyjmowane przez niektórych autorów, że kodeks etyczny menedżera zawierający jednoznaczne „wskazywanie na powinności” mógłby spełniać rolę „instrumentu wewnętrznej kontroli środowiska w odniesieniu do poszczególnych jego członków”, tym samym stanowić „tamę etyczną” dla niepożądanych działań czy „potępienie pewnych zachowań”. (Zbiegień-Maciąg, 69). Tę wątpliwość zdają się nieco osłabiać wyniki badań przeprowadzone przez Kapteina, z których wynika, że funkcjom kultury etycznej w organizacji bardziej sprzyjać mogą takie czynniki jak: konkretność i jednoznaczność reguł, nie uleganie presji czasu, (pozostawienie czasu, niezbędnego na namysł etyczny), stworzenie platformy dyskusji nad kwestiami etycznymi, stosowanie sankcji wobec naruszających normy. (Kaptein, 2008, 924-930). Nadal jednak pozostaje otwarte pytanie o to, czy po spełnieniu tych warunków kodeksy etyczne mimo wszystko nie będą stanowiły ozdobników, a przeciwnie, wyznaczać będą rzeczywiste działania menedżerów. (Stainer, 2004, 335).

W wielu krajach, m.in. w USA, Wielkiej Brytanii, Niemczech oraz Francji kwestie etyczne są uwzględniane w systemach zarządzania. Tym nie mniej, z badań przeprowadzonych przez Marburga w 449 dużych korporacjach europejskich wynika, że istnienie kodeksów etycznych nie znajduje odzwierciedlenia w działaniach menedżerów. (Marburg, 2000, 208). W przekonaniu tego autora kodeksy są mało znaczącymi dokumentami w zasadniczej części badanych firm. Zdaniem Marburga dla stymulowania etycznych działań ważniejsze, od tworzenia kodeksów, jest kształtowanie etycznego klimatu, czyli od sposobu, w jaki normy etyczne są postrzegane przez członków organizacji. Przeprowadzone przez tego autora badania, jak i konstatacje innych badaczy, skłaniają więc do konkluzji, że nie wystarczy przyjęcie kodeksu. Niezbędne jest jeszcze stworzenie stosownego klimatu, sprzyjającego pojawianiu się etycznych działań.

Wyniki prowadzonych badań, a także częste doniesienia medialne zdają się skłaniać do tezy, że wysoce problematyczne jest przekonanie, że zamiar „umoralnienia” postępowania menedżerów poprzez tworzenie kodeksów etycznych firm i zawodu menedżera przyniósł zamierzone rezultaty. Przekonanie to zdaje się

podważać trwający obecnie światowy kryzys gospodarczy oraz dane prezentowane w cytowanej wcześniej Czarnej liście firm. Konstatacja ta uprawomocnia tezę, że za pomocą odpowiednich postanowień nie da się rozwiązać problemów etycznych związanych z wykonywaniem zawodu menedżera, tym bardziej nie można tego osiągnąć przez traktowanie przez firmy kodeksów etycznych jako zabiegu marketingowego, służącego kreowaniu pożądanego wizerunku.

Kodyfikacja etyki menedżerskiej skłania natomiast do zwrócenia uwagi na jeden ważny jej aspekt, a mianowicie to, że podporządkowanie działań funkcjonariuszy organizacji spisanim regułom ujętym w kodeks stanowi wyraz „nieufności wobec autonomicznego podmiotu moralnego, a ściślej mówiąc: takiego podmiotu moralnego, którego autonomia opiera się na czymś innym niż interioryzacja zasad sformułowanych przez kodeks”.

Przekonanie, że „tylko postępowanie kontrolowane przez zasady może być uznane za działanie moralne, i że zasady te wspierać się muszą na fundamentach mocniejszych niż wola podmiotów, wyrażają i przekazują głównie tę myśl, iż czyny „ot tak podejmowane” będą najprawdopodobniej *pozbawione* zasad (a więc niegodne i niegodziwe) i *pozbawione* podstaw”. (Bauman, 1996, 91). Inaczej mówiąc, w swoim zamierzeniu kodyfikacja etyki zawodowej i firm służyć ma wyeliminowaniu działań przypadkowych, niespodziewanych, a więc takich, które mogłyby stanowić przejaw autonomicznej jaźni moralnej. Takie podejście może sugerować, że człowiekowi przypisywana jest skłonność do niewłaściwego korzystania z wolności, że przejawia on skłonność do „zbaczania ze słusznej drogi”. Powstrzymać go przed tym mają natomiast skodyfikowane zasady, ujęte w kodeks. Kontrowersyjna jest także teza mówiąca o tym, że w Polsce zawód menedżera ma stosunkowo krótką tradycję, stąd kodyfikacja etyki wskazując na „zachowania zawodowe, które są (...) bezsprzecznie zabronione” umożliwia ich opis, co z kolei pozwala oszczędzić czas przeznaczony na podejmowanie decyzji. „Badania amerykańskie – jak pisze jeden z autorów – wskazują, że kodyfikacja etyki zawodowej pozwala na zaoszczędzenie ok. 20% czasu przeznaczonego na podejmowanie decyzji”. (Kraszewski, 1994, 203). W tej perspektywie kodeks jest traktowany nie tylko jako narzędzie do standaryzacji wyborów, stanowiąc podstawę do autorytarnego orzekania o tym, co jest z punktu widzenia organizacji słuszne, a co takim nie jest. Dodatkowo eliminować ma zbędną zwłokę w podejmowaniu decyzji. Oznacza to, że podmiot moralny zostaje sprowadzony do roli działającego sprawnie i szybko wykonawcy narzuconych reguł. Sądzić zatem można, że w świetle tego rodzaju rozstrzygnięć, działania menedżera jako funkcjonariusza organizacji, poddane zostaną depersonalizacji.

W zabiegach zmierzających do kodyfikacji etyki, można również dostrzec typowy dla ponowoczesności dylemat, polegający na oscylowaniu między rozwiązaniami panoptycznymi, polegającymi na zwiększeniu różnego rodzaju regulacji, głównie prawnych, a postępującą deregulacją. Podejmowane starania, o których jest mowa, obarczone są istotną wadą, a mianowicie nie dostarczają jednoznacz-

nej odpowiedzi na kluczowe pytanie postawione przez Baumana o to, czy możliwe jest, aby osłabienie nacisku normatywnego owocowało powstaniem świata bez moralności, czy być może zdarzy się przeciwnie, że „nadchodząca era ponowoczesna zapisze się jako wiek moralności?” (Bauman, 1994, 75). Kodeksy etyczne są „zawsze czymś zewnętrznym i rzadko zwiastują afirmację tego, co jest: idzie w przepisach o to, by tych, do których są adresowane przekształcić w coś innego niż są. Ferowanie norm wypływa z dwu uzupełniających się wzajemnie założeń”, że ludzie powinni być tacy to a tacy”, i że tu, w tej chwili, takimi nie są”. (tamże, 77). Jednocześnie trudno wyobrazić sobie świat biurokracji bez stanowionych reguł. Działanie według zadekretowanych zasad stanowi przecież istotny element tożsamości tego świata.
Kodeks Etyczny Menedżera w załączeniu.

Bibliografia

- Albert Michel**, Kapitalizm kontra kapitalizm, Wydawnictwo Signum, Kraków, 1994.
- Aldridge Alan**, Konsumpcja, Wydawnictwo Sic, Warszawa, 2006.
- Argyle Michael**, Psychologia stosunków międzyludzkich, PWN, Warszawa, 1999.
- Attali Jacques**, Słownik XXI wieku, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław, 2002.
- Bakan Joel**, Korporacja. Patologiczna pogoń za zyskiem i władzą, Wydawnictwo Lep-szy Świat, Warszawa, 2006.
- Baszkiewicz Jan**, Francuzi 1789-1794. Studium świadomości rewolucyjnej, Książka i Wie-dza, Warszawa, 1999.
- Baudrillard Jean**, O uwodzeniu, Wydawnictwo Sic, Warszawa, 2005.
- Baudrillard Jean**, Społeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury, Wydawnictwo Sic, Warszawa, 2006.
- Bauman Zygmunt**, Dwa szkice o moralności ponowoczesnej, Instytut Kultury, War-szawa, 1994.
- Bauman Zygmunt**, Moralne obowiązki, etyczne zasady, [w:] *Etyka, nr 27, 1994*.
- Bauman Zygmunt**, Postmodernizm czyli nowoczesność bez złudzeń, [w:] *Odra, 1995, nr 1*.
- Bauman Zygmunt**, Etyka ponowoczesna, PWN, Warszawa, 1996.
- Bauman Zygmunt**, Zbędni, niechciani, odtrąceni – czyli o biednych w zamożnych świecie, [w:] *Kultura i Społeczeństwo, nr 2, 1998*.
- Bauman Zygmunt**, Globalizacja, PIW, Warszawa, 2000
- Bauman Zygmunt**, Płynna nowoczesność, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 2000.
- Bauman Zygmunt**, Ponowoczesność jako źródło cierpień, Wydawnictwo Sic, Warsza-wa, 2000.
- Bauman Zygmunt**, O pożytkach z wątpliwości, Wydawnictwo Sic, Warszawa, 2003.
- Bauman Zygmunt**, Życie na przemiał, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 2004.
- Bauman Zygmunt**, Płynne życie, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 2007.
- Bauman Zygmunt**, Szanse etyki w zglobalizowanym świecie, Wydawnictwo Znak, Kraków, 2007.
- Bauman Zygmunt**, Płynny lęk, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 2008.
- Bauman Zygmunt**, Zindywidualizowane społeczeństwo, Gdańskie Wydawnictwo Pe-dagogiczne, Gdańsk, 2008.
- Bauman Zygmunt**, Konsumowanie życia, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2009.
- Bauman Zygmunt**, Sztuka życia, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 2009.
- Beck Ulrich**, Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2002.
- Berger Brigitte** (red.), Kultura przedsiębiorczości, Oficyna Literatów „Rój”, Warszawa, 1994.
- Berger Peter** (red.), Etyka kapitalizmu, Wydawnictwo Signum, Kraków, 1994.
- Bloom Allan**, Umysł zamknięty, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań, 1997
- Boksańska Grażyna**, Etyczny wymiar rozwoju organizacji biznesowych, [w:] Lachie-wicz S. (red.), Zarządzanie rozwojem organizacji, Monografie, Wydawnictwo Politech-niki Łódzkiej, Łódź, 2007.
- Boksańska Grażyna**, Moralność z perspektywy korporacji i indywidualium w dobie ponowoczesnej, [w:] *Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej, zeszyt 43, 2007*.

- Boksański Zbigniew**, Indywidualizm a zmiana społeczna, PWN, Warszawa, 2007.
- Boksański Zbigniew**, Tożsamość, interakcja, grupa. Tożsamość jednostki w perspektywie teorii socjologicznej, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 1989.
- Borkowski Robert**, Globalopolis, Instytut Wydawniczy PAX, Warszawa, 2003.
- Brandon Ruth**, Singer i maszyna do szycia, miłość, marzenia, kapitalizm, Wydawnictwo Książkowe Twój Styl, Warszawa, 2006.
- Brzeziński Jerzy, Kwieciński Zbigniew, (red.)**, Polacy na progu, Wydawnictwo Edytor, Toruń, 1997.
- Brzeziński Zbigniew**, Bezład. Polityka światowa na progu XXI wieku, Wydawnictwo Spotkania, Warszawa, 1993.
- Castells Manuel**, Społeczeństwo sieci, PWN, Warszawa, 2007.
- Cavanaugh William T.**, Pożarci. Gospodarka a powołanie chrześcijańskie, Wydawnictwo Fronda, Warszawa, 2010.
- Chappell Tom**, Dusza biznesu. O umiejętności łączenia korzyści własnej z dobrem ogólnym, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa, 1998.
- Chrystides Georg D., Kaler John H.**, Wprowadzenie do etyki biznesu, PWN, Warszawa, 1999.
- Ciurla Mieczysław, Hopej Marian**, Kilka uwag o etyce menedżerów, [w:] *Przegląd Organizacji*, 1994, nr 8.
- Coady C.A.J.**, Polityka a sprawa brudnych rąk, [w:] Singer P. (red.), Przewodnik po etyce, Książka i Wiedza, Warszawa, 2002.
- Conniff Richard**, Historia naturalna bogaczy, Wyd. CiS, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa, 2003.
- Coser Lewis**, Społeczne funkcje konfliktu, [w:] Derczyński W., Jasińska-Kania A., Szacki J., Elementy teorii socjologicznych. Materiały do dziejów współczesnej socjologii zachodniej, PWN, Warszawa, 1975.
- Czajkowska-Majewska Dorota**, Człowiek globalny, PIW, Warszawa, 2009.
- Czyżewski Tadeusz**, Etyka, prakseologia i logika, [w:] Moralność i społeczeństwo. Księga Jubileuszowa dla Marii Ossowskiej, PWN, Warszawa, 1969.
- Dietl Jerzy, Gasparski Wojciech, (red.)**, Etyka biznesu, PWN, Warszawa, 1997.
- Domański Henryk**, Prestiż, Monografie Fundacji na Rzecz Nauki Polskiej, Seria Humanistyczna, Wrocław, 1999.
- Dönhoff Marion Grafín**, Ucywilizujmy kapitalizm, granice wolności, Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa, 2000.
- Dylus Aniela**, Erozja standardów etycznych w biznesie, [w:] Mariański J. (red.), Kondycja moralna społeczeństwa polskiego, Wydawnictwo WAM, Kraków, 2002.
- Dylus Aniela**, Globalizacja. Refleksje etyczne, Ossolineum, Wrocław, 2005.
- Edgerton Robert B.**, Tradycyjne przekonania i praktyki – czy jedne są lepsze od drugich, [w:] Harrisom L. E., Huntington S. P., (red.), Kultura ma znaczenie, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań, 2003.
- Fairbanks Michael**, Zmiana mentalności narodu, czyli składniki procesu budowania dobrobytu, w: Harrison L.E., Huntington S.P., (red.), Kultura ma znaczenie, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań, 2003.
- Filek Jacek**, Filozofia jako etyka, Wydawnictwo Znak, Kraków, 2001.
- Filipowicz Stanisław**, Twarz i maska, Wydawnictwo Znak, Warszawa, 1998.
- Foucault Michel**, Nadzór i kara, [w:] *Literatura na świecie*, 1988, nr 6.

- Foucault Michel**, Panoptyzm, [w:] *Literatura na świecie*, 1988, nr 6.
- French Peter A.**, Spółka jako podmiot moralny, [w:] Ryan L.V., Sójka J., *Etyka biznesu*, Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej, Wydawnictwo W drodze, Poznań, 1997.
- Friedman Milton**, Kapitalizm i wolność, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2008.
- Friedman Milton**, Społeczną odpowiedzialnością biznesu jest pomnażanie zysków, [w:] Ryan L.V., Sójka J., (red.) *Etyka biznesu*. Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej, Wydawnictwo W drodze, Poznań, 1997.
- Fukuyama Francis**, Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu, PWN, Warszawa, 1997.
- Gasparski Wojciech**, Kodeksy etyczne: ich projektowanie, wprowadzanie i stosowanie, [w:] *Etyka Gospodarka*, Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania, *Annales*, t.3, Łódź, 2000.
- Goffman Erving**, Charakterystyka organizacji totalnych, [w:] Derczyński W., Jasińska-Kania A., Szacki J., (red.), *Elementy teorii socjologicznych*. Materiały do dziejów współczesnej socjologii zachodniej, PWN, Warszawa, 1975.
- Gombrowicz Witold**, Dzienniki 1957-1961, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 1988.
- Goodpaster Kenneth E., Matthews John B. Jr.**, Czy spółka może mieć sumienie, [w:] Ryan L. V., Sójka J., (red.), *Etyka biznesu*. Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej, Wydawnictwo W drodze, Poznań, 1997.
- Górnicka Joanna**, W obronie kodeksów etyki zawodowej, [w:] Dyskusja redakcyjna: Wokół etyki zawodowej, *Etyka*, 1994, nr 27.
- Greenspan Alan**, Era zawirowań. Krok w nowy wiek, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 2008.
- Grondona Mariano**, Kulturowa typologia rozwoju gospodarczego, [w:] Harrison L.E, Huntington S.P., (red.), *Kultura ma znaczenie*, Zysk i Ska. Poznań, 2003.
- Grosfeld Jan** (wybór i przekład), *Ponad ekonomią*, PIW, Warszawa, 1985.
- Grzegorzycy Andrzej**, Próba treściowego opisu świata wartości i jej etyczne konsekwencje, Ossolineum, Wrocław, 1983.
- Gulczyński Mariusz, Iwiński Tadeusz, Lamentowicz Wojciech**, Strategie polityczne współczesnego kapitalizmu, PWN, Warszawa, 1977.
- Hallowell John H.**, Moralne podstawy demokracji, PWN, Warszawa, 1993.
- Hampden-Turner Charles, Trompenaars Alfons**, Siedem kultur kapitalizmu, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa, 1998.
- Hansen Grzegorz**, Wprowadzenie do etyki biznesu, [w:] Dyskusja redakcyjna: wokół etyki zawodowej, *Etyka*, nr 26, 1994.
- Hardin Russel**, Zaufanie, Wydawnictwo Sic, Warszawa, 2009.
- Harrison Lawrence E., Samuel P. Huntington Samuel P., (red.)**, *Kultura ma znaczenie*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań, 2003.
- Hermes Wolfgang**, Zanim zostałem kapitalistą, byłem człowiekiem, rozmowa z Georgiem Sorosem, [w:] *Forum*, nr 33, 12, VIII, 2001.
- Hirszowicz Maria**, Nowa bieda w świecie obfitości, [w:] *Kultura i Społeczeństwo*, nr 2, 2004.
- Hirszowicz Maria**, Skąd, ale dokąd?, Społeczeństwo u progu nowej ery, Wydawnictwo Sic, Warszawa, 2007.
- Hirszowicz Maria**, Spory o przyszłość, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, 1998.

- Jacher Władysław, Swadźba Urszula**, Etos pracy w Polsce, [w:] Sztompka P. (red.), Kondycja moralna społeczeństwa polskiego, Wydawnictwo WAM, Kraków, 2003.
- Jarocki Stanisław**, Katolicka nauka społeczna, Societe d' Editions Internationales, Paris, 1964.
- Jarymowicz Maria**, Makiawelizm – osobowość ludzi nastawionych na manipulowanie innymi, [w:] Reykowski J. (red.), Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi, Wydawnictwo KiW, Warszawa, 1976.
- Jasińska-Kania Aleksandra**, Indywidualizacja i uspołecznienie: przekształcenia moralności w Polsce i w Europie, [w:] Jasińska-Kania A., Marody M., (red.), Polacy wśród Europejczyków, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2002.
- Jasińska-Kania Aleksandra**, Przekształcenia moralności w Polsce i w Europie, [w:] Marody M. (red.), Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa, 2002.
- Jawłowska Aldona**, Miejsce wartości w świecie reklamy, [w:] Mariański J. (red.), Kondycja moralna społeczeństwa polskiego, Wydawnictwo WAM, Kraków, 2002.
- Kamiński Antoni**, Instytucje i organizacje, [w:] Socjologia, problemy podstawowe, PWN, Warszawa, 1991.
- Kaptein Muel**, Developing and testing a measure for the ethical culture of organizations: the corporate ethical virtues model, [w:] *Journal of Organizational Behavior*, Number 29, 2008, 923-947.
- Kiciński Krzysztof**, Orientacje moralne społeczeństwa polskiego, [w:] Mariański J. (red.), Kondycja moralna społeczeństwa polskiego, Wydawnictwo WAM, Kraków, 2002.
- Kiciński Krzysztof**, Orientacje moralne. Próba typologii, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 1998.
- Klimczak Bożena**, Znaczenie etyki praw człowieka dla kształtowania się instytucji rynku, [w:] Etyka gospodarka, Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania, *Annals*, t. 3, Łódź, 2000.
- Klose Alfred**, Katolicka nauka społeczna w zarysie, Wydawnictwo Biblos, Tarnów, 1995.
- Kojder Andrzej**, Spojrzenie na przemiany ustrojowe w Polsce w latach 1989-1997, [w:] Sztompka P., Imponderabilia wielkiej zmiany. Mentalność, wartości i więzi społeczne czasów transformacji, PWN, Warszawa-Kraków, 1999.
- Kołąkowski Leszek**, Mini wykłady o maxi sprawach, Wydawnictwo Znak, Kraków, 1999.
- Kołąkowski Leszek**, O prawdzie i prawdomówności, [w:] *Studia Filozoficzne*, nr 2, 1966.
- Kołąkowski Leszek**, Pochwała niekonsekwencji. Pisma rozproszone z lat 1955-1968, Puls, Londyn, 1989.
- Kopka Jolanta**, Społeczny wymiar postrzegania moralnego, studium socjologiczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2000.
- Kopycińska Danuta**, Normy etyczne w opinii przyszłych menedżerów, [w:] Etyka biznesu. Ogólnokrajowa Konferencja, Łódź, 1994.
- Kopycińska Danuta**, Wpływ aktualnej „wyceny” norm moralnych w Polsce na poglądy przyszłych menedżerów, [w:] Dietl J., Gasparski W., (red.), Etyka biznesu, PWN, Warszawa, 1997.

Kosewski Marek, Układy. Dlaczego porządni ludzie czasami kradną a złodzieje ujmują się honorem, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Finansów i Zarządzania, Warszawa, 2007.

Kotarbiński Tadeusz, Traktat o dobrej robocie, PWN, Warszawa, 1982.

Kozieł-Nowicka Maria (red.), Poczucie odpowiedzialności moralnej jako aspekt podmiotowy, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa, 2000.

Krajewska Anna, Nieuczciwa konkurencja – trwałe element gospodarki rynkowej czy specyfika okresu transformacji, [w:] Etyka gospodarka, Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania, *Annals*, t.3, Łódź, 2000.

Krasnodębski Zdzisław, Postmodernistyczne rozterki kultury, Oficyna Naukowa, Warszawa, 1996.

Kraszewski Janusz, Zachować prestiż zawodu, [w:] Dyskusja redakcyjna: wokół etyki zawodowej, *Etyka*, nr 27, 1994.

Król Henryk, Henryk Ludwiczynski, (red.), Zarządzanie zasobami ludzkimi. Tworzenie kapitału ludzkiego organizacji, PWN, Warszawa, 2006.

Kuczyński Janusz, Ogrodnicy świata. Wstęp do uniwersalizmu, Centrum Uniwersalizmu w Uniwersytecie Warszawskim, t. I, Warszawa, 1998.

Kudrycka Barbara, Elementy infrastruktury etycznej w życiu publicznym, [w:] Etyka i polityka, Fundacja „Międzynarodowe Centrum Rozwoju Demokracji”, Kraków, 1998.

Kurczewski Jacek, Jakubowska-Branicka Iwona (red.), Biznes i klasy średnie. Studia nad etosem, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa, 1994.

Kurtz Paul, Zakazany owoc. Etyka humanizmu, Instytut Wydawniczy Książka i Prasa, Warszawa, brak roku wydania.

Ladd John, Moralność a ideał racjonalności w organizacjach formalnych, [w:] Ryan L.V., Sójka J., (red.), Etyka biznesu. Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej, Wydawnictwo W drodze, Poznań, 1997.

Lasch Christopher, Bunt elit, Wydawnictwo Platan, Kraków, 1997.

Lazari-Pawłowska Ija, Etyka zawodowa bez kodeksu, [w:] Dyskusja redakcyjna: wokół etyki zawodowej, *Etyka*, 1994, nr 27.

Lazari-Pawłowska Ija, Etyki zawodowe, [w:] Etyka. Pisma wybrane, Ossolineum, Wrocław, 1992.

Lazari-Pawłowska Ija, O pojęciu moralności, [w:] *Etyka nr 1*, 1966.

Lazari-Pawłowska Ija, Problemy etyki sytuacyjnej [w:] Etyka. Pisma wybrane, Ossolineum, Wrocław, 1992.

Lazari-Pawłowska Ija, Pryncypializm i sytuacjonizm w etyce, [w:] *Studia Filozoficzne*, nr 7, 1978.

Lazari-Pawłowska Ija, Relatywizm etyczny, [w:] *Etyka*, nr 21, 1984.

Linares Jacqueline, Dżungla w biurze, [w:] *Forum*, nr 12, 18-24.03, 2003.

Lipset Seymour Martin, Etos pracy – dawniej i dzisiaj, [w:] *Ameryka, lato*, 1991.

Lis-Turlejska Maria, Ingracjacja, czyli manipulowanie innymi, [w:] Reykowski J. (red.), Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi, KiW, Warszawa, 1976.

Mach Bogdan W., Równość i nierówność społeczna, [w:] Encyklopedia Socjologii, Oficyna Naukowa n, Warszawa, 2000.

MacIntyre Alasdair, Krótka historia etyki. Historia filozofii moralności od czasów Homera do XX wieku, PWN, Warszawa, 1995.

Maciuszek Józef, Zarys problematyki etyki biznesu, [w:] Dietl J., Gasparski W., (red.), Etyka biznesu, PWN, Warszawa, 1997.

- Mahdavi Iraj**, International business ethics: strategies and responsibilities, [w:] *Journal of Academic and Business Ethics*, Volume 2, 2008.
- Mamzer Hanna, Zalański Tomasz (red.)**, Zaufanie a życie społeczne, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań, 2008.
- Mamzer Hanna**, Zaufanie a bezpieczeństwo ontologiczne, [w:] Mamzer Hanna, Zalański Tomasz, Zaufanie a życie społeczne, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań, 2008.
- Marburg Einar**, The behavioural effects of corporate ethical codes: Empirical findings and discussion, [w:] *Business Ethics: A European Review*, Vol. 9, Number 3, July, 2000.
- Marcuse Herbert**, Człowiek jednowymiarowy, PWN, Warszawa, 1991.
- Marcuse Herbert**, Eros i cywilizacja, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 1998.
- Mariański Janusz (red.)**, Kondycja moralna społeczeństwa polskiego, Wydawnictwo WAM, Polska Akademia Nauk Komitet Socjologii, Kraków, 2002.
- Mariański Janusz**, Kryzys moralny czy transformacja wartości, [w:] Sztompka P., (red.), Imponderabilia wielkiej zmiany. Mentalność, wartości i więzi społeczne czasów transformacji, PWN, Warszawa-Kraków, 1999.
- Mariański Janusz**, Socjologia moralności, Wydawnictwo KUL, Lublin, 2006.
- Martin Hans-Peter, Schuman Harald**, Pułapka globalizacji, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław, 1999.
- Melosik Zbyszko**, Tożsamość, ciało i władza, Wydawnictwo Edytor, Poznań-Toruń, 1996.
- Minus Paul M., (red.)**, Etyka w biznesie, PWN, Warszawa, 1995.
- Mullins Lirie J.**, Management and Organizational Behaviour, (Four Edition), Pitman Publishing, London, 1996.
- Naisbitt Jean, Naisbitt Nana, Philips Douglas**, High Tech - high touch, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań, 2003.
- Nawrot Ryszard**, Manipulacja społeczna – przegląd technik i wybranych wyników badań, [w:] *Przegląd Psychologiczny*, nr 1, 1989.
- Neuhaus Richard John**, Biznes i ewangelia. Wyzwanie dla chrześcijanina-kapitalisty, Wydawnictwo W drodze, Poznań, 1993.
- Norris Pippa, Inglehart Ronald**, Sacrum i profanum. Religia i polityka na świecie, Wydawnictwo Nomos, Kraków, 2006.
- Novak Michael**, Bogactwo i cnota: rozwój chrześcijańskiej doktryny ekonomicznej, [w:] Berger P. (red.), Etyka kapitalizmu, Wydawnictwo Signum, Kraków, 1994.
- Novak Michael**, Nuda, cnota i demokratyczny kapitalizm, [w:] *Ameryka, lato, 1991*.
- Nowicki Andrzej**, Witwicki, Wydawnictwo Wiedza Powszechna, Warszawa, 1982.
- Ortega y Gasset**, Bunt mas, PWN, Warszawa, 1982.
- Ossowska Maria**, Normy moralne, PWN, Warszawa, 2000.
- Ossowska Maria**, Podstawy nauki o moralności, PWN, Warszawa, 1966.
- Ossowska Maria**, Socjologia moralności. Zarys zagadnień, PWN, Warszawa, 2005.
- Ossowski Stanisław**, Z zagadnień psychologii społecznej, Dzieła, t. III, PWN, Warszawa, 1967.
- Packard Vance**, Komercjalizacja życia w Ameryce, [w:] Super Ameryka, szkice o kulturze i obyczajach, PIW, Warszawa, 1970.
- Patel Raj**, Wartość niczego. Jak przekształcić społeczeństwo rynkowe i na nowo zdefiniować demokrację, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 2010.

- Pawlica Jan**, O konfliktach i postawach moralnych, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 1973.
- Pawlica Jan**, Podstawowe pojęcia etyki, Zakład Ossolińskich, Kraków, 1978.
- Pawlik Wojciech**, Niecnota uregulowana, [w:] Dyskusja redakcyjna: wokół etyki zawodowej, *Etyka*, 1994, nr 27.
- Philips Donald T.**, Lincoln o przywództwie, strategię działania w trudnych czasach, Wydawnictwa Sejmowe, Warszawa, 1992.
- Pocztowski A.**, Zarządzanie zasobami ludzkimi, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2008.
- Porter Michael E.**, Postawy, wartości i przekonania a makroekonomia dobrobytu, [w:] Harrison L.E., Huntington S.P. (red.), Kultura ma znaczenie, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań, 2003.
- Postman Neil**, Technopol. Triumf techniki nad kulturą, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 2004.
- Pracontal Michel**, Bilbordy na indeksie, [w:] *Forum*, nr 23, 2005.
- Pratley Peter**, Etyka w biznesie, Gebethner i S-ka, Warszawa, 1998.
- Putnam Robert**, Demokracja w działaniu. Tradycje obywatelskie we współczesnych Włoszech, Wydawnictwo Znak, Kraków, 1995.
- Reykowski Janusz (red.)**, Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi, Wydawnictwo KiW, Warszawa, 1976.
- Rifkin Jeremy**, Koniec pracy. Schyłek siły roboczej na świecie i początek nowej ery postrynkowej, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław, 2001.
- Rifkin Jeremy**, Wiek dostępu. Nowa kultura hiperkapitalizmu, w której płaci się za każdą chwilę życia, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław, 2003.
- Ritzer George**, Mcdonaldyzacja społeczeństwa, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 1997.
- Robbins Stephen P.**, Zachowania w organizacjach, PWE, Warszawa, 1998.
- Romaniszyn Krystyna**, Rzecz o pracy i konsumpcji. Analiza antropologiczna, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków, 2007.
- Ryan Leo V., Sójka Jacek, (red.)**, Etyka biznesu. Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej, Wydawnictwo W drodze, Poznań, 1997.
- Saatchi Maurice**, Sens w pigułce, [w:] *Forum*, nr 11, 2002.
- Schulze Gerhard**, Metafory rzeczywistości społecznej od lat 50., Instytut Goethego, Warszawa, 1994.
- Schumpeter Joseph A.**, Kapitalizm, socjalizm, demokracja, PWN, Warszawa, 1995.
- Scruton Roger**, Upadek moralności, [w:] *Forum*, nr 47, 1996.
- Sen Amartya**, Bezrobotni żyją krócej [w:] *Forum* nr 29, 1994.
- Seneka Lucjusz Anneusz**, Myśli, Wydawnictwo Literackie, Kraków, 1987.
- Sennet Richard**, Korozja charakteru. Osobiste konsekwencje pracy w nowym kapitalizmie, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 2006.
- Sennett Richard**, Kultura nowego kapitalizmu, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 2010.
- Skarga Barbara**, Człowiek to nie jest piękne zwierzę, Wydawnictwo Znak, Kraków, 2007.
- Skarga Barbara**, Usankcjonowanie niecnoty, [w:] Dyskusja redakcyjna: wokół etyki zawodowej, *Etyka*, 1994, nr 27.
- Slater Robert**, Jack Welch. Strategie prezesa i dyrektora naczelnego General Electric, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa, 2003.

- Smith Adam**, Teoria uczuć moralnych, PWN, Warszawa, 1989.
- Soros Georg**, Kryzys światowego kapitalizmu, Wydawnictwo Muza, Warszawa, 1999.
- Springer Reinhard K.**, Zaufanie = 1. Zaufanie jest lekarstwem na chorobę, która opañowuje świat biznesu, Wydawnictwo MTBiznes, Warszawa, 2009.
- Stainer Lirice**, Ethical dimentions of management decision-making, [w:] *Strategic Change, Number 13, Sept-Oct, 2004*.
- Stone Christopher D.**, Dlaczego spółki nie miałyby ponosić odpowiedzialności wobec społeczeństwa?, [w:] Ryan L.V, Sójka J., (red.), *Etyka biznesu. Z klasyki współczesnej myśli amerykańskiej*, Wydawnictwo W drodze, Poznań, 1997.
- Strenberg Elaine**, Czysty biznes. Etyka biznesu w działaniu, PWN, Warszawa, 1998.
- Strzałecka-Lewicka Anna**, Etyczne standardy firm i pracowników, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa, 1999.
- Strzeszewski Czesław**, Katolicka nauka społeczna, Redakcja Wydawnictw Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin, 1994.
- Svenson Goran**, Wood Greg, Singh Jang, Callaghan Michael, A cross-cultural construct of the ethos of the corporate codes of ethics: Australia, Canada and Sweden, [w:] *Business Ethics: A European Review, Vol. 18, Number 3, July, 2009*.
- Szacki Jerzy**, Historia myśli socjologicznej, PWN, Warszawa, 2006.
- Sztompka Piotr (red.)**, Imponderabilia wielkiej zmiany. Mentalność, wartości i więzi społeczne czasów transformacji, PWN, Warszawa-Kraków, 1999.
- Sztompka Piotr**, Czy kryzys więzi moralnej w świecie współczesnym? Prace Komisji Zagrożeń Cywilizacyjnych, t. 2, PWN, 1999.
- Sztompka Piotr**, Kulturowe imponderabilia szybkich zmian społecznych: zaufanie, lojalność, solidarność, [w:] Sztompka P. (red.), *Imponderabilia wielkiej zmiany*, PWN, Warszawa-Kraków, 1999.
- Sztompka Piotr**, Socjologia. Analiza społeczeństwa, Wydawnictwo Znak, Kraków, 2002.
- Sztompka Piotr**, Zaufanie. Fundament społeczeństwa, Wydawnictwo Znak, Kraków, 2007.
- Śpiewak Paweł**, Wywiad Małgorzaty Subotić, [w:] *Rzeczpospolita, 8-9,01, 2005*.
- Środa Magdalena (red.)**, O wartościach, normach i problemach moralnych, PWN, Warszawa, 1994.
- Środa Magdalena**, Idea godności w kulturze i etyce, Wydawnictwo Borgis, Warszawa, 1993.
- Tarkowska Elżbieta**, O ubóstwie i moralności. Czego można dowiedzieć się o moralnej kondycji społeczeństwa badając biedę i biednych, [w:] Mariański J. (red.), *Kondycja moralna społeczeństwa polskiego*, Wydawnictwo WAM, Kraków, 2002.
- Turner Ralph**, Struktura teorii socjologicznych, PWN, Warszawa, 1985.
- Turowski Jan**, Socjologia. Wielkie struktury społeczne, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin, 1994.
- Tymowski Jerzy**, Etyka inżynierska, [w:] Sarapata A. (red.), *Etyka zawodowa*, Wydawnictwo KiW, Warszawa, 1971
- Urbanek Piotr**, Nadzór korporacyjny a wynagrodzenia menedżerów, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2005.
- Wagner-Tsukamoto Sigmund**, Human Nature and Organization Therory, On the Economic Approach to Institutional Organization, Edward Elgar, Cheltenham, UK, 2003.

- Walczak-Duraj Danuta**, Etyczność rynku w perspektywie komunikacji społecznej, [w:] Etyka Gospodarka, Salezjańska Wyższa Szkoła Ekonomii i Zarządzania, *Annals*, t. 3, Łódź, 2000.
- Walczak-Duraj Danuta**, Ład etyczny w gospodarce rynkowej, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 2002.
- Walczak-Duraj Danuta**, Podstawy socjologii, Wydawnictwo Omega-Praxis, Łódź, 1998.
- Weber Max**, Etyka protestancka a duch kapitalizmu, Wydawnictwo Test, Lublin, 1994.
- Welch Jack, Welch Suzy**, Winning znaczy zwyciężać, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa, 2005.
- Werner Klaus, Weiss Hans**, Czarna lista firm. Intrygi światowych koncernów, Wydawnictwo Hidari, brak miejsca wydania, 2009.
- Wesołowski Włodzimierz**, Spór o istotę państwa, KiW, Warszawa, 1961.
- Wesołowski Włodzimierz**, Studia z socjologii klas i warstw, KiW, Warszawa, 1962.
- Wichrowski Marek**, Etyka lekarska, [w:] Dyskusja redakcyjna: wokół etyki zawodowej, *Etyka*, nr 27, 1994.
- Wnuk-Lipiński Edmund**, Świat międzyepoki, globalizacja, demokracja państwo narodowe, Wydawnictwo Znak, Kraków, 2004.
- Wojtyła Karol**, Elementarz etyczny, Wydawnictwo Wrocławskiej Księgarni Archidiecezjalnej, Wrocław, 1985.
- Woleński Jan**, Racjonalność, [w:] Encyklopedia Socjologii, Oficyna Wydawnicza n, Warszawa, 2000.
- Wolniewicz Bogusław**, Duch utopii, [w:] *Rzeczpospolita*, 14-15 wrzesień, 2002.
- Wong Alan, Long Fu, Elankumaran S.**, Business Students's Perception of Corporate Social Responsibility: The United State, China, and India, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Published online in Wiley InterScience 2009 DOI:10.1002/csr.216.
- Wong David**, Relatywizm, [w:] Singer P. (red.), Przewodnik po etyce, Książka i Wiedza, Warszawa, 2002.
- Zbiegień-Maciąg Lidia**, Etyka w biznesie, Centrum Kreowania Liderów, Kludzienko, brak roku wydania.
- Ziółkowski Marek**, Przemiany interesów i wartości społeczeństwa polskiego, Wydawnictwo Fundacji Humaniora, Poznań, 2000.
- Ziółkowski Marek**, Społeczno-kulturowy kontekst kondycji moralnej społeczeństwa polskiego, [w:] Mariański J. (red.), Kondycja moralna społeczeństwa polskiego. Wydawnictwo WAM, Warszawa, 2002.
- Ziółkowski Marek**, Wartości, [w:] Encyklopedia Socjologii, Oficyna Wydawnicza n, Warszawa, 2002.
- Znanięcki Florian**, Ludzie terazniejsi a cywilizacja przyszłości, PWN, Warszawa, 1974.
- Znanięcki Florian**, Nauki o kulturze. Narodziny i rozwój, PWN, Warszawa, 1971.

