

Ryszard Wiśniewski

Za i przeciw kodyfikacjom etycznym firm

Diametros nr 6, 135-139

2005

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

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Za i przeciw kodyfikacjom etycznym firm

Ryszard Wiśniewski

Instytucjonalizacja moralności wzbudza wątpliwości różnej natury, ale też opory, aby próbom administracyjnego lub menedżerskiego wymuszania postaw (moralnych) etycznych w pracy odmawiać prawa do uczestnictwa w procesie noszącym znamiona troski o etyczność postępowania. Troska ta ma, jak się wydaje, wartość, choć może być dyskusyjna, na ile ma wartość moralną. Zostawmy to jednak na uboczu.

Pierwsze moje wątpliwości są natury semantycznej. Przy założeniu, że przez moralność będziemy rozumieli zjawisko psychiczne, społeczne, historyczne, artykułowane w języku ocen, norm, wzorów postępowania, natomiast przez etykę w sensie normatywnym (nie zaś opisowo-teoretycznym) rozumieć będziemy mniej lub bardziej całościowe i zintegrowane w logiczne całości systemy, kodeksy, ideały moralne, bardziej uzasadnione, zobiektywizowane, zinstytucjonalizowane i autorytatywne niż moralność – instytucjonalizacja moralności zdaje się polegać na nałożeniu właśnie etycznej miary, czyli porządku kodeksowego, autorytetu władzy administracyjnej lub menedżerskiej, na sferę zachowań. Tam, gdzie wkracza kodeks etyczny firmy związany z jej misją, interesami, technologią zarządzania ludzkimi postawami, trudno mówić o moralności wypływającej z poczucia odpowiedzialności, sumienia.

Widać, że kwestie semantyczne prowadzą do sporu o naturę moralności. Tu również pojawiają się wątpliwości. Kto bowiem chce pojmować moralność jako posłuszeństwo przyjętym zasadom, normom, ideałom, wzorom zachowania, ten nie powinien mieć oporów co do traktowania opisanych przez prof. Strzałecką procesów instytucjonalizacji moralności, jako zjawisk niepokojących, bo schematyzujących moralność, pozbawiających ją żywego udziału sumienia.

Czy jednak musimy lękać się inwazji kodeksowej moralności? Trzeba przede wszystkim zauważyć, że wbrew postmodernistom, którzy okrzyknęli

koniec etyki na rzecz narodzin wolnego sumienia, kodeksy są naturalnym wytworem czasów. Skoro przestrzeń relacji międzyludzkich zagęszczona została różnymi i powiązаныmi ze sobą rolami we współczesnym społeczeństwie technologii, usług, konsumpcji, komunikacji, trudno dziwić się, że wkracza tu mniej lub bardziej żywiłowo regulacja etyczna. Przez całe stulecia żyliśmy w rygorze kontroli zachowań moralnych w sferze seksualnej, rodzinnej, w rygorze sumień zorientowanych na przestrzeganie zasad i posłuszeństwo instytucjom nadzoru moralnego. Etyka była autorytatywna, posługiwała się i groziła sankcjami, obiecywała nagrodę życia wiecznego. Normy etyczne były całkowicie jasne, bo życie było mniej skomplikowane, ale czyż nie było kodeksów, z Dekalogiem na czele, czyż nie było szkoleń, czyż nie było profesjonalnych nauczycieli moralności i tych, którzy napominali, przestrzegali, słowem odgwiszdywali naruszenie zasad? Mam tedy przekonanie i jest ono, jak sądzę, dość dobrze uzasadnione historią moralności, że lawinowo postępująca kodyfikacja moralności, instytucjonalizacja moralności, jest jakimś remedium lub odpowiedzią na nowe potrzeby społeczne, rodzące się w obszarach życia, które współcześnie nabrały większego znaczenia niż kiedyś. Inna rzecz, że to zapotrzebowanie realizuje się w duchu nawiązującym do najbardziej tradycyjnego pojmowania moralności, odpowiadającego najbardziej podstawowej fazie ludzkiego rozwoju moralnego, odwołującej się do emocji bardziej niż rozumu. Ale to są rozwiązania sprawdzane przez wieki, łatwe, zakorzenione, wręcz archetypiczne.

A jeśli nawet traktować kodeksy już nie jako wyraz przedkonwencjonalnej moralności autorytetu, lecz nowocześnie jako przyjęte umownie reguły gry o sukces, reguły zespołowe, na straży przestrzegania których stoją komisje etyczne lub co gorsza komisje dyscyplinarne, a władza administratorów i menedżerów jest gwarantem przestrzegania konwencjonalnego porządku etycznego, w sumie opłacalnego dla wszystkich uczestników tej gry, to również mamy do czynienia z tradycyjną koncepcją moralności. Nowożytna etyka stanęła na gruncie racjonalistycznej koncepcji człowieka, któremu opłaca się być moralnym i wymuszać na innych respekt dla zasad moralnych. Tu też mamy od samego niemalże początku głoszenia takich poglądów wątpliwości, czy w moralności uzasadnianej

opłacalnością zawiera się jej sedno. To jest nadal aktualna i dość powszechnie uczęszczana ścieżka, na której funkcjonuje nasza moralność, owocując również kodyfikacjami etycznymi i formami instytucjonalizacji moralności. Pewien postęp należy jednak upatrywać w racjonalizmie, upodmiotowieniu adresata moralności.

A zatem dwie zasadnicze linie rozwojowe ludzkiej moralności znajdują i współcześnie możliwości wpływania na ludzkie postępowanie w niezwykle zagęszczonym, wielopiętrowym polu międzyludzkiej a nawet międzykulturowej komunikacji i wymiany. Tradycyjne systemy etyczne wyrażające doświadczenie moralne ludzi innych epok, mimo zabiegów adaptacyjnych nie zawsze są w stanie sprostać wyzwaniom współczesności. To jednak kwestia dla socjologów i badaczy kultur. Stawiam tu jedynie hipotezę, że kodeksy etyczne koncentrują się na zadaniach firmy i zespoleniu pracowników wokół tych zadań, niezależnie od ich religii, przynależności etnicznej, narodowej, kulturowej. To pewien efekt globalizacji.

Trudno jednak nie dostrzec groźby totalizacji życia moralnego w procesach zinstytucjonalizowania moralności. O ile nowoczesne demokratyczne społeczeństwa podlegają procesom pluralizacji orientacji moralnych, nawet relatywizacji ich wartości, o ile więc moralności nie da się tu ztotalizować, nawet w wyniku jakiejś nowej rewolucji moralnej, to praktyki totalnego nacisku moralnego możliwe są do stosowania wewnątrz firmy i innych instytucji biznesowych, a także publicznych zachowujących się jako podmioty biznesu (np. wyższe uczelnie publiczne w walce o rynek usług edukacyjnych). Raczej w małych grupach możliwy jest przymus moralny niż w wielkich demokratycznych społeczeństwach. Tu natomiast pojawia się inna forma dobrze znana z historii totalitarnych ustrojów, tyle że w nowszej postaci (marketing, reklama, media, sondaże – kompletnie pozbawiające ludzi zdolności samodzielnego wartościowania).

Wrócimy do moralności, do jej sedna, które tkwi w doświadczeniu godności ludzkiej, własnej i cudzej, sprzęgniętej z doświadczeniem innych wartości. Kodeksy etyczne nie zapominają, oczywiście, o zasadzie poszanowania godności. Inna kwestia, jak ją rozumieją. Etyka godności w istocie nie potrzebuje kodeksu, ale sprawnego, autonomicznego sumienia, wrażliwości i wyobraźni jako

kluczowych czynników odpowiedzialności. Etyka godności jest zarazem etyką dialogu sumień, a nie lęku przed naruszeniem kodeksu, przed złamaniem zasad, za które grożą rozmaite stopniowalne konsekwencje, aż po wyrzucenie z pola gry o sukces.

Jednak etyka godności też nie wyklucza kodeksów i programów szkolenia czy instytucjonalnych przewodników. Chodzi o zmianę platformy komunikacji z autorytatywnej, umownej, ale w istocie przymusowej, na partnerską, otwartą, dialogiczną. Jeżeli w tym trybie myślenia o moralności pojawiają się kodeksy, to bardziej jako deklaracje misji, praw i powinności, zasad postępowania. Otrzymują one formę deklaracji wartości cenionych w firmie, na podstawie których wrażliwy, inteligentny, doświadczony pracownik potrafi komunikować się i rozstrzygać niekiedy bardzo złożone konflikty.

Widzę tedy rzecz następująco: moralność rozwija się na różnych ścieżkach, wynika z różnych źródeł, ma różnych adresatów, o różnej psychice, wychowaniu, kulturowym, religijnym punkcie odniesienia, ale bardzo często sprowadza się do porównywalnych treści i regulacji. Wyższą wartość moralną mają, jak się sądzi, zachowania oparte na przeżyciu godnościowym, ale nie deprecjonujemy kodeksów wyrosłych z innych tradycji, inaczej uzasadnianych i egzekwowanych.

Twierdzę, że każda ze ścieżek życia moralnego znajduje sobie właściwe formy instytucjonalizacji, każda dąży do artykułowania swojego doświadczenia moralnego, swoich intuicji, swoich racji. Wydawać by się mogło, że współczesność pożegnała się z etyką zinstytucjonalizowaną. Ale tego nie potwierdza życie. W miarę jak gęstnieje przestrzeń społeczno-komunikacyjna bronimy się przed chaosem kodyfikując wszelkie możliwe relacje.

Ostatecznie lepiej, żeby ludzie byli uczciwi w biznesie nie ze strachu przed szefem lub jakimś organem kontroli etycznej, nie z wyrachowania, bo to im się opłaca, ale dlatego, że nieuczciwość jest niegodna, że odbiera im szacunek dla samego siebie lub źle się czują, gdy w interesach muszą kłamać... Ale jeśli nawet intencje nie są zbyt moralne, to kodeksy i zinstytucjonalizowany przymus etyczny wpływa ostatecznie pozytywnie na poziom moralny sieci relacji biznesowych, na zaufanie.

Etyka kodeksowa w biznesie szeroko rozumianym jest zatem potrzebna, ale dobrze byłoby, gdyby unikała kazuistyki, upodobniania się do regulaminów pracy, nawet ślubowań. Zagadnienie nie polega więc na tym, czy dla moralności instytucjonalizacja jest zagrożeniem, ale co i w jaki sposób w moralności instytucjonalizować. Co mogą zrobić etycy, profesjonalni znawcy logiki życia moralnego i systemów etycznych? Najgorsze byłoby, gdyby się od procesów tworzenia kodeksów etycznych odwrócili z poczuciem wyższości. Potrzebni są etycy jako specjaliści od wkładania we właściwe, logiczne, proste, czytelne, niesprzeczne formy normatywne tego, co wyrasta z teleologii i doświadczenia biznesowego i moralnego zawodu, firmy lub branży. W Polsce za redagowanie kodeksów biorą się zbyt często ludzie, którzy nie mają zielonego pojęcia o etyce, o moralności i jej prawidłach, o kontekście aksjologicznym etyki. Etyka wydaje się wszystkim prosta i łatwa, jak prowadzenie interesów. Nie najlepszym sposobem na wylegitymowanie się kodeksem (bo jest moda, bo klienci pytają, bo wypada mieć) jest przepisywanie kodeksów innych firm. To zwykle ściąganie, jeśli nie plagiat. Problem jednak w tym, że kodeks etyczny musi być swego rodzaju pomostem, po którym ogólnospołeczne wymogi etyczne wkraczają na teren firmy, branży, zawodu, a specyfika, doświadczenie zawodowe, branżowe wychodzi naprzeciw otoczeniu zewnętrznemu firmy. Kodeksy nie powinny też być wewnętrzną sprawą firmy, instytucji, nawet jeśli ostatecznie to one mają prawo do ich uchwalania.

Jest też tu problem zacierania się różnicy między prawem i etyką, ale to nie jest nowe zjawisko. I ono ma swoją historię. Prawa i moralności nie da się doskonale oddzielić. Moralność jest po prostu mniej skodyfikowana, mniej zinstytucjonalizowana, mniej sformalizowana, mniej obwarowana sankcjami.