

Witold Marzęda

Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

Ideologia pustosłowia – dyskurs korporacyjny na przykładzie tak zwanych kodeksów etycznych firm

Słowa kluczowe: etyka, korporacje, ideologia, performatywy, moralność, kodeks etyczny, normy

Zastosowania etyki do biznesu są jak nowe szaty cesarza. Wszyscy entuzjastycznie dostrzegają znaczenie, wielką wagę i złożoność zagadnienia, ale nikt nie chce widzieć właściwego problemu. A problem jest prosty – etykę do świata biznesu wprowadza się często za pomocą mechanizmów charakterystycznych dla języka propagandy, który wyklucza jakąkolwiek polemikę i dialog. W efekcie poprzez stosowanie „etyki” w biznesie wyklucza się dialog i namysł moralny dotyczący działalności gospodarczej.

Skupię się na jednym wątku tej dość rozległej tkaniny – na tak zwanych kodeksach etycznych. To najlepiej udokumentowane (bo spisane) i ogólnie dostępne źródło dla studiów nad mityczną¹ moralnością menedżerów wyższe-

¹ Alsadir MacIntyre tak scharakteryzował ideologię menadżerską: „Urzednicy państwowi i menadżerowie uzasadniają swoje postępowanie i swoje roszczenia do autorytetu, władzy i pieniędzy za pomocą odwoływania się do własnych opartych na podstawach naukowych kompetencjach w kierowaniu zmianami społecznymi. Tak właśnie ujawnia się ideologia, która swój klasyczny wyraz znalazła w istniejącej już teorii socjologicznej, tj. w Weberowskiej teorii biurokracji”. A. MacIntyre, *Dziedzictwo cnoty. Studium z teorii moralności*, Warszawa 1996, s. 167. Podstawą opisywanej przez MacIntyre’a ideologii jest zdolność przewidywania i kształtowania zjawisk społecznych.

go szczebla. Postaram się pokazać, że kodeksy etyczne poprzez sposób, w jaki są formułowane, prowadzą do zawłaszczenia namysłu moralnego. Nie chodzi w nich o narzucanie czy promowanie jakichś konkretnych postaw. Podstawowym zadaniem kodeksu etycznego firmy jest eliminacja nonkonformizmu oraz wytworzenie przekonania, że pracodawca może ingerować w sumienie pracownika i decydować o jego moralnym samookreśleniu.

Założycielski pseudoproblem

Istnienie kodeksów etycznych korporacji jako pewnych wydzielonych jednostek dyskursu nie wymaga wyjaśnienia. Interesująca jest łatwość, z jaką przechodzi się do porządku dziennego nad oczywistością ich istnienia. Kodeksy etyczne organizacji stanowią marginalne jednostki dyskursu publicznego. Ich nikłe znaczenie wynika z jednej strony z nieformalnego statusu i braku bliżej określonych sankcji, z drugiej natomiast z ich wyświechtanego prestiżowo-reklamowego charakteru. Nie ulega wątpliwości, że funkcja regulacyjna kodeksów etycznych firm jest problematyczna.

W oficjalnym dyskursie zagadnienie celowości wprowadzania kodeksów spleta się zwykle z kwestią zasadności uprawiania tak zwanej etyki biznesu. Spierają się tu ze sobą dwa opozycyjne stanowiska. Opinie zwolenników głoszą zwykle, że „[w]ymiar etyczny to warunek autentycznej odpowiedzialności za podejmowane i wykonywane działania oraz ich skutki nie tylko krótko-, ale również długoterminowe”². W postaciach bardziej wyrafinowanych natomiast, których schemat argumentacyjny sięga etyki platońsko-arystotelejskiej, wskazuje się, że u końca każdego łańcucha wartości, także tych ekonomicznych, zawsze leży jakaś wartość etyczna, jakieś bliżej nieokreślone ujęcie dobrobytu i dobra³.

Przeciwnicy wprowadzania programów etycznych do firm wskazują nieodmiennie na brak sankcji, koszty, puste moralizatorstwo, brak wymiernych efektów. Poważniejsze argumenty dotyczą kwestii następowania kodyfikacji

² W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka, I. Kuraszko, D. Bąk, B. Rok, *Wolność czy swawola?*, „Master of Business Administration” 2011, nr 5 (162), s. 131.

³ Arystoteles pisze: „Jeśli tedy działanie ma jakiś cel, którego pragniemy dla niego samego i ze względu, na który pragniemy też wszystkich innych rzeczy, jeśli więc nie wszystko jest przedmiotem naszego dążenia ze względu na coś innego (w tym bowiem wypadku rzecz szłaby w nieskończoność i pragnienie nasze stałoby się próżnym i daremnym), to oczywista, że taki cel jest chyba dobrem samym przez się i dobrem najwyższym”. Arystoteles, *Etyka nikomachejska*. Warszawa 1982, s. 4 (1094a).

prawnych po namyśle etycznym⁴. Skoro namysł etyczny powinien poprzedzać kodyfikację prawne, to sens wprowadzania „etycznych” apeli może sprowadzać się tylko do deklaracji przestrzegania prawa.

Spór ten uszczegóławia się w ramach pytań o to, czy reguły kodeksów mają określać pewne aspekty funkcjonowania firmy, czy też od początku pomyślane są jako „zabiegi reklamowe” i deklaracje bez jakiegokolwiek mocy? Czy upublicznienie kodeksów wpływa na ich uprawomocnienie? Czy dzięki powszechnej dostępności ich zapisy zyskują jakąś społeczną sankcję, a na ich straży stają interesariusze? Czy wreszcie – i to w dyskursie dotyczącym etycznych kodyfikacji w biznesie problem traktowany po macoszemu – nie wystarczą same zasady prawa, które i tak regulują większość kwestii opisanych w kodeksach?

Powyższy spór zupełnie nie odzwierciedla problemu, jaki rodzi wprowadzanie kodeksów etycznych w przedsiębiorstwach. Przy tak postawionych kwestiach w nieskończoność można fabrykować argumenty za i przeciw, a faktyczną stawką tej dyskusji, pomijając wprowadzenie „etycznych” norm w korporacjach, jest, po pierwsze, rozwój dość wąskiego rynku usług doradczych, proponujących firmom szkolenia i programy etyczne, po drugie zaś – prowadzenie w uczelniach wyższych kursów z zakresu etyki biznesu⁵. Właściwy, teoretyczny problem leży jednak gdzie indziej. Dotyczy – moim zdaniem – nie deklarowanych efektów, ale faktycznych skutków, jakie niosą w sobie mechanizmy kodyfikacji tak zwanych norm moralnych i „standardów etycznych”.

Deklaracje pustostłowe

W kodeksach etycznych nie chodzi o to, co faktycznie się w nich mówi, lecz raczej o to, co sprawia ich formułowanie, w jaki sposób działają one w ramach

⁴ „Etyka w ogólności, tak samo jak etyka gospodarcza, posiada jedynie funkcję apelatywną, może służyć jasności oraz orientacji, proponować regulacje, rozwiązania itd. Lecz bez uwzględnienia zagadnień wdrażania i przevorsowywania jej propozycji, a tym samym bez polityki i prawa etyka gospodarcza pozostaje właściwie bez skutku”. M. Maring, *Korporative Verantwortung: Nick Lesson und die Barrings Bank*, w: *Fallstudien zur Ethik in Wissenschaft, Wirtschaft, Technik und Gesellschaft*, red. M. Maring, Karlsruhe 2011, s. 115.

⁵ Spór ten próbuje się opisywać również na innych płaszczyznach. Niestety zwykle opisy te wyglądają tak: „Radykalna etyka, pojmowana jako filozofia sensu życia opiera się na założeniu pragnienia dobra przez człowieka i wyklucza wszelkie egoistyczne wyrachowanie (*sic!*), a więc i racjonalność ekonomiczną. W opozycji do tego stanowiska pozostaje koncepcja etyki ekonomicznej próbującej analizować moralność za pomocą kategorii racjonalnego ekonomicznie wyboru dóbr moralnych”. K. Sosenko, *Etyka ekonomii*, w: *Biznes, etyka, odpowiedzialność*, red. W. Gasparski, Warszawa 2013, s. 110.

organizacji⁶. Dlatego też ich zazwyczaj błaha treść nie ma większego znaczenia. Konsekwencje pojawiają się dopiero na poziomie zmian w sposobie postrzegania, interpretowania oraz zagarnięcia swobód i praw zatrudnionych (z prawem do własnej oceny moralnej włącznie). To, co kodeksy etyczne korporacji faktycznie sprawiają, można określić albo jako akt performatywnego pustosłowania, albo też jako obietnicę, która nic nie obiecuje...

Dla zaistnienia fortunnego, czyli wywołującego określone skutki, aktu performatywnego konieczne jest wedle Johna Austina – twórcy koncepcji aktów mowy i performatywów – spełnienie pewnych warunków. Są nimi istnienie konwencjonalnej procedury powołanej przez odpowiednie osoby, to, że uczestnicy muszą wprowadzić procedurę poprawnie i w całości, a także wszczynać jako następstwo pewne postępowanie oraz wiązać z nim określone uczucia⁷. W konsekwencji performatywy zmieniają i kształtują rzeczywistość społeczną. Dzieje się tak najczęściej dlatego, że wraz z ich sformułowaniem i wypowiedzeniem powstaje pewne społeczne zobowiązanie.

I tak – by sięgnąć do kanonicznych przykładów – gdy kapłan podczas uroczystości zaślubin wypowiada wobec zgromadzonych sakramentalne „jesteście odtąd mężem i żoną”, to rzeczywistość społeczna i prawna mocą znanej wszystkim konwencjonalnej procedury ulega zmianie. Narzeczeni stają się małżonkami. Kiedy ktoś szczerze obiecuje, że od jutra nie wsiądzie do samochodu albo że zapisze komuś w spadku wszystkie swoje medale, powstaje pewne zobowiązanie, co do którego wiadomo, jak ma być przestrzegane i jak może zostać złamane. Generalnie wszelkie performatywy powinny być sformułowane w pierwszej

⁶ J.L. Austin, wyjaśniając źródła swojego pomysłu wyodrębnienia wypowiedzi performatywnych, powołuje się na pewien mechanizm prawa amerykańskiego, w którym „zapis tego, co ktoś powiedział jest dopuszczony jako dowód (...). Traktuje się to bowiem nie jako zapis tego, co powiedział – co byłoby pogłoską i byłoby niedopuszczalne jako dowód – ile raczej zapis tego, co zrobił, jego działania”. J.L. Austin, *Jak działać słowami?*, w: *idem, Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, Warszawa 1993, s. 562.

⁷ Por. *ibidem*, s. 563–564. Sądzę, że w wypadku kodeksów etycznych ze wszystkich tych warunków, jakie musi spełnić wypowiedź, aby była fortunnym performatywem, można wskazać jedynie na konwencjonalne procedury powoływania kodeksów. Dokumenty te sygnowane są najczęściej przez prezesów lub rady nadzorcze. Osoby polecające w listach intencyjnych kodeksy mają moc wprowadzania w życie zarządzeń w organizacji. I to wszystko. Nie wiemy nic o uczuciach uczestników konwencji, ani o faktycznej zmianie postępowania uczestników procedury, ani o jakiegokolwiek rzeczywistej zmianie, którą mają wprowadzać kodeksy. Sama procedura wprowadzenia dokumentu, czyli uznanie go za jedno z wiążących dla organizacji pism, to nie to samo, co zmiana postępowania uczestników. Różnica jest tutaj taka, jak pomiędzy zredagowaniem tekstu przysięgi lub zarządzenia a fortunnym wprowadzeniem ich w życie, czyli faktycznym przyjęciem jakichś zobowiązań przez określone osoby w określony sposób.

osobie, bo tylko wtedy możemy mówić o powstaniu zobowiązania. Zdanie, które głosi „Obiecuję ci, że...” może rodzić pewne zobowiązanie, natomiast zdanie „On obiecuje ci, że...” – nie.

Nie ulega wątpliwości, że kodeksy etyczne w najbardziej eksponowanych miejscach mają postać deklaratywną. W wielu z nich stwierdza się to wprost: „Kodeks stanowi podstawę naszego zobowiązania do uczciwości i podwalinę naszego globalnego programu zgodności prawnej i etyki”⁸.

Deklaracje te najczęściej dotyczą zasadniczo trzech obszarów:

1. Ogólnych „etycznych standardów” – są to deklaracje etyczne (DE):

DE1: „Jako lider rynku IT Europy Centralnej XXY czuje się zobowiązany do promowania etyki...”

DE2: „Nie angażujemy się w działania nieetyczne lub nieuczciwe...”

DE3: „Jesteśmy lojalni wobec RWZ, a w kontaktach zewnętrznych dbamy o tworzenie spójnego i wartościowego wizerunku Spółki, tym samym godnie reprezentujemy firmę”

DE4: „W realizacji powierzonych zadań kierujemy się najwyższą starannością i obiektywizmem, dążąc do stałego doskonalenia umiejętności i kwalifikacji zawodowych”

2. Obietnice respektowania przepisów prawa (DP):

DP1: „Firma LTX i jej pracownicy przyjmują odpowiedzialność oraz zobowiązanie do przestrzegania obowiązujących uregulowań, przepisów prawnych, a także postępowania zgodnie z wyznaczonymi sobie standardami etycznymi”

DP2: „Nigdy nie wpływamy na osoby decyzyjne poprzez niezgodne z prawem finansowanie, przekazywanie prezentów lub wyświadczenie przysług”

DP3: „Nie oferujemy, nie aprobujemy i nie płacimy i nie przyjmujemy łapówek ani żadnych nieodpowiednich płatności celem uzyskania lub zachowania zlecenia. Przyjmujemy jedynie upominki lub przysługi o umiarkowanej wartości, które nie wpłyną na obiektywny osąd”

DP4: „MLX zdecydowanie zobowiązuje się do prowadzenia biznesu w zgodności z literą i duchem prawa i oczekuje zawsze od swoich pracowników właściwych działań”

⁸ Wszystkie cytaty pochodzą z autentycznych kodeksów istniejących firm, które można znaleźć w Internecie. W miejscu nazwy organizacji wstawiam trzy przypadkowe litery. Materiał, na jakim pracowałem, obejmował ponad sto kodeksów firm działających na polskim rynku.

3. Reguły dotyczące grzeczności i ogólnie przyjętych zasad postępowania:

DG1: „Każdy pracownik i współpracownik AXR ma prawo do uczciwego i niedyskryminującego traktowania, niezależenie od stanowiska i rangi w strukturach firmy”.

DG2: „Traktujemy współpracowników, klientów i innych partnerów w biznesie z szacunkiem, poszanowaniem godności, uczciwością i uprzejmością”.

DG3: „Zobowiązujemy się prowadzić działalność w sposób uczciwy i prawy, zgodnie z wysokimi standardami etycznymi i prawnymi oraz ze wzajemnym poszanowaniem siebie i osób, z którymi prowadzimy interesy”.

DG4: „Zapewniamy miejsce pracy, które jest pozytywne, kreatywne i dające satysfakcję, oferując wszystkim pracownikom możliwość wykorzystania ich całego potencjału i wniesienia wkładu w sukces naszej Spółki”.

Jeśli przyjrzymy się tym trzem rodzajom deklaracji, to nietrudno zauważyć, że każde wyrażenie opatrzone numerem 1 w poszczególnych grupach oraz DP4 nie jest performatywem, a jedynie informuje o powstaniu pewnego zobowiązania. Dlatego zajmijmy się na razie pozostałymi przykładami. Obietnice typu DE 2–4 nie mogą zostać ani dotrzymane, ani niedotrzymane. A to z prostego powodu, że **nie wiadomo, jakie okoliczności musiałyby zajść, aby można było uznać, że obietnica zawarta w deklaracji została złamana**. Sytuacja ta jest o tyle ciekawa, że w literaturze dotyczącej performatywów zwykło się rozważać dwa rodzaje obietnic – szczerę i nieszczerą.

Różnica między szczerą a nieszczerą obietnicą polega na tym – zauważa John Searle – że w przypadku obietnic szczerych mówiący zamierza wykonać czynność, którą obiecał; w przypadku obietnic nieszczerych nie zamierza wykonać takiej czynności⁹.

Obietnice typu DE nie należą ani do jednej, ani do drugiej kategorii. Są obietnicami, o których nie wiadomo, jak miałyby zostać spełnione lub nie. Nie wiadomo, jakie okoliczności musiałyby zajść, aby można było powiedzieć, że obietnica nie została dotrzymana. A zatem nie można ich „sfalsyfikować”, czyli wskazać takiej hipotetycznej sytuacji, w której jednoznacznie można uznać je za niedo-

⁹ J. Searle, *Czynności mowy. Rozważania z filozofii języka*, Warszawa 1987, s. 80.

trzymane¹⁰. Dlatego nazwę je „obietnicami pustosłownymi”. Ich zadaniem pomimo konstrukcji charakterystycznej dla stylu przysięgi („czujemy się zobowiązani”, „przestrzegamy”, „dbamy”) nie jest deklarowanie i zobowiązanie się do czegokolwiek przez wypowiadającego. Z drugiej strony nie są one również nieszczerze. **Po prostu nie wiadomo, kto komu co obiecuje, choć nie ulega wątpliwości, że jakieś obietnice padają**¹¹.

Obietnice typu DP2–4 mają sprecyzowane warunki performatywnej fortunności. W wypadku deklaracji dotyczących respektowania prawa można powiedzieć, że zostanie ona złamana, gdy odpowiednia instytucja lub osoba uzna, że składający deklarację naruszył przepisy. Jeśli deklaruje się przestrzeganie prawa, to deklaruje się tym samym, że o sytuacji jego naruszenia decydują wskazane w prawie instytucje. Można zatem stwierdzić, że o fortunności tego rodzaju zobowiązania decyduje sąd, a zatem nie mają one znaczenia „poza” lub „ponad” prawem.

Faktycznie obietnice te w intencji autorów deklarują przestrzeganie przepisów prawa niezależnie od tego, czy istnieje możliwość wykazania nieprawidłowości. W takiej sytuacji jednak, jeśli miałyby dotyczyć przestrzegania prawa bez względu na instytucje, które mogłyby orzec jego naruszenie, są pustosłowne, gdyż z góry zawieszają warunki swojej fortunności. Niezależnie zatem od tego, jaką interpretację przyjąć, deklaratywy typu DP2–4 są albo pustosłowne, albo też są zobowiązaniami i tak skądinąd zobowiązanych.

Deklaratywy typu DG dziedziczą cechy deklaracji dotyczących przestrzegania prawa przy skądinąd bardzo wątpliwym założeniu, że istnieje jasny sposób rozstrzygnięcia kwestii grzeczności, szacunku, *fair play*. DG ma bowiem tę ciekawą własność, że można wobec niej zawsze sformułować taką hipotetyczną sytuację, w której nie dałoby się rozstrzygnąć, czy deklaracja zostanie spełniona, na przykład deklaracje DG2, DG3, DG4 mogą być uznane za pustosłowne, kiedy kobiety w zaawansowanej ciąży będą traktowane na równi z innymi osobami,

¹⁰ Nawiązuję tutaj do pomysłu Karla R. Poppera, który wskazuje możliwość falsyfikacji (obalenia) jakiegoś twierdzenia jako warunek sensowności. Sensowne jest to, co podlega falsyfikacji. Por. np. K.R. Popper, *Wiedza obiektywna. Ewolucyjna teoria epistemologiczna*, Warszawa 1992, s. 22–24.

¹¹ Z tego względu nie można kodeksów etycznych, a przynajmniej tych ich elementów uznać nawet za tzw. czynności podobne do czynności prawnych, które Krzysztof Mularski określa jako „czynności konwencjonalne mające charakter performatywu, których reguły sensu nie są konstruowane przez prawodawcę, a z których wytworami prawodawca w określonych okolicznościach wiąże określone skutki prawne”. K. Mularski, *Czynności podobne do czynności prawnych*, Warszawa 2013, s. 200.

bez zwyczajowych przywilejów. Choć nie można uznać deklaracji typu DG za pustosłowne w takim samym stopniu jak DE, to z pewnością implikują one dylematy etyczne. A przecież podstawową i oficjalną funkcją kodeksów, podkreślaną w nich samych jest „pomaganie w rozstrzygnięciu dylematów etycznych”.

Schizofrenia korporacji

W kodeksach etycznych można spotkać dwie strategie kreowania podmiotu składającego deklaracje. Pierwszą z nich jest podmiot zbiorowy – „chóralne my” (jak np. w DE4 DE3, DE2), drugą „zewnątrzny obserwator” (jak w DE1 DP1 DP4 oraz DG1), który wypowiada się o zobowiązaniach firmy albo grupy osób jak o „obiektywnym zjawisku”.

Budowanie wspólnego i niejasnego „my” to jeden z najprostszych zabiegów propagandowych. Zabieg ten, jak pisze Jerzy Bralczyk, charakteryzując teksty propagandowe PRL-u,

można traktować jako pewnego rodzaju umotywowanie pozorności, bezpośredniej komunikatywności i bezpośredniej imperatywności tych tekstów. Mam tu na myśli imputację odbiorcy systemu wartości, który już mu rzekomo przysługuje, i – co jest jeszcze bardziej ogólne – imputację identyczności nadawcy z odbiorcą (owo czyste i wielofunkcyjne *my*). W tej sytuacji niemożliwa jest wymiana myśli – jednomyślność ją przecież wyklucza¹².

Również bezcelowa jest polemika z „zewnątrznym obserwatorem” opisującym zobowiązania jakiejś firmy, bo przecież jasne jest, że nadawcą komunikatu jest sama firma. Wypowiedzi typu DE1 DP1 DP4 oraz DG1 nie podlegają sensownej falsyfikacji. Mają bowiem postać stwierdzenia o zobowiązaniu się do czegoś, ale w taki sposób, jakby zobowiązanie to było zobowiązaniem kogoś innego, a nie wypowiadającego. Nie są tym samym klasycznymi performatywami.

Co najciekawsze jednak, w obu wypadkach następuje bardzo często zjawisko, które można określić jako „rozdwojenie jaźni” podmiotu wypowiedzi. Zarówno w deklaracjach takich jak DG4: „Zapewniamy miejsce pracy (...), oferując wszystkim pracownikom...”, jak również w DP4: „MLX (...) oczekuje zawsze od swoich pracowników...” następuje odseparowanie podmiotu deklarującego (agensa) od „pracowników”, do których kierowane są pewne działania.

¹² J. Bralczyk, *Poza prawdą i fałszem*, „Teksty” 1981, nr 6, s. 123.

W wypadku podmiotu chóralnego jest to o tyle dziwne, że można odnieść słuszne wrażenie, iż „chóralne my” deklaracji jest rozłączne ze zbiorem pracowników. A zatem istnieje możliwość, że deklaracja nie jest wygłaszana przez pracowników albo przynajmniej nie przez wszystkich. Skoro zaś podmiot deklaracji jest niejednoznaczny, to i w tym wypadku będzie trzeba uznać taką deklarację za performatyw pustostłowny i to niezależnie od tego, czy chodzi o deklaracje etyczne, prawne czy grzecznościowe. Jeśli nie można ustalić, kto się deklaruje, to nie można również jednoznacznie wskazać sytuacji, w której obietnica byłaby złamana lub dotrzymana.

Gdy idzie zaś o deklaracje „zewnętrzny obserwator”, jak w wypadku DP4, to okazuje się, że firma wymieniona z nazwy również może być rozłączna ze zbiorem pracowników. Skoro „MLX oczekuje od swoich pracowników”, to możliwe, że „zewnętrzny obserwator” dopuszcza sytuację, w której firma jako podmiot jest czymś różnym od swoich pracowników. Również w tym wypadku niezależnie od rodzaju deklaracji zobowiązanie będzie pustostłowne. Nie wiadomo bowiem, kto podlega zobowiązaniu – czy firma, czy jej pracownicy?

To rozdwojenie i rozmycie podmiotu wpisane jest nie tylko w poszczególne zdania kodeksów, lecz stanowi często właściwość jego struktury. Niektóre kodeksy zawierają oba typy podmiotów w poszczególnych fragmentach, często również w listach intencyjnych prezesów lub dyrektorów pojawiają się wypowiedzi formułowane przez określone osoby w imieniu wszystkich pracowników.

Podstawowe teoretyczne pytania, jakie można sformułować względem kodeksów, to pytania o naruszenie kodeksu, podmiot odpowiedzialny za owe naruszenia i funkcjonowanie naruszonego kodeksu. Kiedy można mówić, że kodeks został naruszony? A jeśli wskażemy warunki naruszenia, to kto ponosi odpowiedzialność za naruszenie? Jeśli zaś wskażemy odpowiedzialnego, to czy kodeks przestaje obowiązywać, tak jak przestaje obowiązywać obietnica, która zostanie złamana?

Co jeśli jeden maruder pracujący dla korporacji nie „promuje etyki”, „angażuje się w działania nieetyczne”, „nie jest lojalny” i regularnie sypia z żoną prezesa? I czym taka sytuacja miałby się różnić od tej, w której okazałoby się, że zarząd jakiejś spółki zamieszany jest w handel bronią i ludźmi, ale pracownicy, czyli większa część społeczności organizacji, nie ma o tym pojęcia? Czy można w tej sytuacji powiedzieć, że faktycznie firma nie „czuje się zobowiązana do promowania etyki” albo uznać, że pracownicy „angażują się w działania nieuczciwe” i są nielojalni? Nie istnieje sposób jednoznacznego rozstrzygnięcia tej

kwestii i całego szeregu podobnych wątpliwości. Co więcej, ów brak możliwości zanegowania i polemizowania stanowi podstawowy wyznacznik propagandowości tekstu.

Obietnice pustosłowne w przeciwieństwie do obietnic szczerych i nieszczerych nie mogą zostać spełnione ani nie spełnione dlatego, że podmiot wypowiadający jest w nich całkowicie rozmyty. Nie wiadomo, kto się zobowiązuje i nie wiadomo, kiedy można zobowiązanie uznać za niedotrzymane. Z jednej strony część reguł zawartych w kodeksach określa pożądane zachowania pracowników lub przynajmniej próbuje kształtować za pomocą procedur moralność pracownika, z drugiej strony natomiast deklaracje wypowiedziane są w imieniu wszystkich pracowników wobec (nie tylko zewnętrznych) interesariuszy. Trudno więc traktować kodeks firmy jako jednolite i sensowne zobowiązanie.

Z tego względu można mówić dość precyzyjnie o pustosłowności kodeksów etycznych. Pustosłowność decyduje o niemożliwości falsyfikacji danych zobowiązań. Przez falsyfikację zobowiązań rozumiem wskazanie takiej hipotetycznej sytuacji, w której obietnicę lub deklarację można uznać za złamaną. Innymi słowy, obietnica pustosłowna to taka, dla której nie da się jasno wskazać zobowiązanego lub sytuacji, gdy zobowiązany łamie obietnicę.

Nieetyczna etyka

Prostsze mechanizmy ideologizacji można wskazać, obserwując emfaticzne użycie słowa „etyka” i „etyczny” w kodeksach oraz oparte na nim związki frazeologiczne. Słowo to, pomimo różnorodności kodyfikacji, podlega typowym mechanizmom w dyskursie korporacyjnym. Przede wszystkim przedstawia się pojęcie etyki jako samo przez się zrozumiałe. Sformułowania typu „XYZ promuje zrównoważony rozwój, dążąc do równowagi między ekonomią, etyką i ekologią. W działalności biznesowej kieruje się wysokimi standardami etycznymi...” albo „Celem wprowadzenia Zbioru Zasad Etycznych Pracowników Banku ZXY jest zapewnienie najwyższej jakości świadczonych przez Bank usług oraz etycznego postępowania Pracowników Banku...” należą do najbardziej typowych i powtarzają się w większości kodeksów jak mantra.

Słowo „etyka” i „etyczny” pozoruje w tego rodzaju wypowiedziach swoją własną oczywistość¹³. Nie ma tu mowy o problematyzacji znaczenia czy rozwa-

¹³ Jak dalece ten obraz „oczywistości” etyki odległy jest od faktycznego stanu, w jakim znajduje się ta dyscyplina, pokazać można, cytując pierwsze fragmenty dowolnej książki traktującej o problematyce moralności. Dla przykładu Arystoteles zauważa, że „co do pojęć piękna moralnego

zaniach na temat treści albo historii pojęcia. Byłoby to złamaniem reguł gatunkowych i stylistycznych tak zwanych kodeksów etycznych, gdyż jak zauważa Bożena Klimczak „stanowią [one – W.M] mieszankę zasad technicznych, rozsądkowych, a także reguł moralnych”¹⁴. W kodeksach etycznych pojawiają się najwyżej uszczegółowienia dotyczące tego, co rozumie się przez zachowanie etyczne w konkretnej sytuacji, lub tego, jakie wartości etyczne firma uznaje za najważniejsze.

Zabieg pozorowania oczywistości etycznego z jednej strony stanowi dość jałową i mającą jedynie „reklamową” wartość deklarację, z drugiej natomiast w prosty sposób przyczynia się do wykluczenia namysłu etycznego z życia organizacji. Istotne jest tutaj nie tylko wskazanie samo przez się zrozumiałego znaczenia pojęcia „etyki”, lecz także – co równie ważne – presuponowanie, że postępowanie „etyczne” jest jednym z wielu rodzajów postępowania, że „standardy etyczne” są jednymi spośród wielu standardów przestrzeganych przez firmę lub jednym z wielu branż pod uwagę współczynników.

Innymi słowy, wyrazy „etyka” i „etyczny” zaczynają funkcjonować w kontekście korporacyjnego dyskursu na podobnych zasadach, co inne emfaticzne wytrychy słowne – „Wszystko, co robisz, rób w sposób etyczny” albo „Kodeks prowadzenia biznesu i etyki korporacji ZXY został pomyślany w celu promowania odpowiedzialnego i etycznego środowiska pracy”. Wyraz „etyczny” w większości kodeksów korporacyjnych oznacza po prostu ‘zgodny z wymaganą moralnością’ i nic więcej. Funkcjonuje dokładnie tak samo jak para socjalizm/socjalistyczny w oficjalnym dyskursie PRL-u. Sądzę, że zachodzą tutaj zjawiska językowe opisane przez Herberta Marcuse’a, mające zamykać uniwersum dyskursu, eliminując z niego krytycyzm i nonkonformizm:

i sprawiedliwości (...) panuje tak dalece idąca rozbieżność i niestałość zdań, że pojawił się nawet pogląd, iż istnienie swe zawdzięczają one tylko umowie, a nie przyrodzie rzeczy. Podobna niestałość panuje w też w odniesieniu do dóbr...”. Arystoteles, *op.cit.*, s. 5–6. Natomiast jeden z najbardziej wpływowych etyków XX wieku George E. Moore pisał: „Co w końcu chcemy powiedzieć o jakimś czynie, gdy mówimy, że jest on słuszny lub powinien być dokonany? I co chcemy powiedzieć o jakimś stanie rzeczy, gdy mówimy, iż jest on dobry lub zły? (...) czy jesteśmy w stanie odkryć jakąś jedną rację, która jednakowo stosowałaby się do wszystkich czynów słusznych (...) a może w żadnym z tych wypadków taka racja nie istnieje? (...) W każdym razie wśród znawców przedmiotu nie ma takiej zgodności opinii w sprawie podstawowych problemów etyki, jaka istnieje w sprawie wielu podstawowych twierdzeń matematyki, czy nauk przyrodniczych”. G.E. Moore, *Etyka*, Warszawa 1980, s. 4.

¹⁴ B. Klimczak, *Etyka gospodarcza*, Wrocław 2011, s. 77.

Pojęcie nie ma żadnej innej treści niż ta, która jest oznaczona przez słowo w **oficjalnym i standardowym użyciu** [podkr. W.M.], a od słowa nie oczekuje się żadnej innej odpowiedzi poza zachowaniem (reakcją) zalecanym i standardowym. Słowo staje się wyświechtanym frazesem, *cliché*, takie rządzi językiem mówionym i pisanim; komunikacja wyklucza zatem prawdziwy rozwój znaczenia¹⁵.

Pojawienie się nazwy filozoficznej dyscypliny w polskim dyskursie korporacyjnym z pewnością jest wyrazem pewnego anglosaskiego snobizmu na wyrazy filozoficzne, który każe w ostatnich latach nazywać to, co schludne, „estetycznym”, to, co nosi znamiona zdrowego rozsądku, „logicznym”, a to, co frapujące, acz niezrozumiałe, „metafizycznym”.

Obok tego dość okrzepłego snobizmu można zauważyć tu jeszcze jedną rzecz. Przedmioty „estetyczne” pojawiają się nie tylko w katalogach najdroższych producentów, ale także na straganach i aukcjach internetowych. „Logiczne” rozwiązania i myśli bywają udziałem wielu różnych osób z zupełnie różnych środowisk. Słowa te zadomowiły się w rozmaitych dyskursach i można je usłyszeć w wielu miejscach. Z wyrazem „etyka” jest inaczej. Jego rekontekstualizacja spotykana jest niemal wyłącznie w oficjalnej mowie korporacyjnej. Przede wszystkim w tak zwanych kodeksach etycznych. Dlaczego? Sądzę, że to, czego nie da się wytłumaczyć snobizmem, w tym wypadku przynajmniej jest znamię ideologii, zgodnie z którą „etyczny” zostaje drastycznie ograniczony do tego, co „właściwe”, z kolei to, co „właściwe”, wyznaczone jest przez punkt widzenia autorów kodeksu jako określony zbiór zachowań. Dzięki tej wulgarnej redukcji otrzymujemy zarówno „najwyższe standardy etyczne”, „etyczne środowisko pracy”, jak i „postępowanie etyczne”.

Łączenie „etycznego” ze „standaryzowanym”, z „praktyką” i „zachowaniami” prowadzi do powstania tak zwanego orzeczenia analitycznego:

Orzeczenie analityczne stanowi represywną konstrukcję. Fakt, że określony rzeczownik jest prawie zawsze zespolony z tymi samymi wyjaśniającymi przymiotnikami i przydawkami, przekształca zdanie w formułę hipnotyczną, która powtarzana w nieskończoność utrwała znaczenie w umyśle odbiorcy. (...) jest to dobrze znana technika przemysłu reklamowego metodycznie używana do wytworzenia obrazu, który zrasta się z umysłem i z towarem oraz pomaga sprzedawać ludzi i rzeczy¹⁶.

¹⁵ *Ibidem*, s. 118.

¹⁶ H. Marcuse, *Człowiek jednowymiarowy. Badania nad ideologią rozwiniętego społeczeństwa przemysłowego*, Warszawa 1991.

Chodzi tutaj o coś więcej, aniżeli stosowanie słów wytrychów i zapobieganie patologii. W konsekwencji stwarza się wrażenie jakoby „etyka” mogła być kontrolowana i wprzęgnięta w kierat mniej lub bardziej doraźnych celów dowolnej organizacji, a dalej – zachowania i wybory moralne jej pracowników lub członków mogły podlegać zredagowanemu i zadanemu kodeksowi zachowań „etycznych”, mających wpłynąć na pozycje firmy.

Zapytaj przełożonego

Mechanizm wprowadzania regulacji zachowań pracowniczych ma w kodeksach charakter presuponowania alternatywy: albo zachowujesz się „etycznie” i zgodnie z „najwyższymi standardami”, albo postępujesz niewłaściwie. „W przypadku wątpliwości – jak można przeczytać w wielu kodeksach etycznych – pracownik może zasięgnąć opinii przełożonego”. Hierarchia służbowa odzwierciedla zatem w prosty sposób stopień wglądu w to, co „etyczne” i słuszne.

Pomimo tej niezwyklej jasności w kodeksach etycznych zauważyć można elementarną niekoherencję pomiędzy deklaracjami dotyczącymi „wolności sumienia”, zasad tolerancji czy osobistego poczucia uczciwości a wpisanymi w kodeks zasadami zachowania. „Zasady – deklarują autorzy – w niniejszym Kodeksie są zgodne z Powszechną Deklaracją Praw Człowieka, konwencjami Międzynarodowej Organizacji Pracy (ILO), wytycznymi OECD”. A zatem z jednej strony gwarantuje się bardzo często w rozmaity sposób wolność przekonań pracowników, a nawet zawarte w artykule 19 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka prawo „rozpowszechniania informacji i poglądów”, z drugiej strony narzuca się schematy zachowania, które mogą pozostawać w sprzeczności z wartościami wynikającymi z tej gwarantowanej wolności. W efekcie dochodzi do próby usunięcia sfery własnych przekonań pracownika i w ogóle wykluczenia możliwości konfliktu wartości pomiędzy indywidualnymi przekonaniem (z prawem do autonomii ocen moralnych włącznie) a zapisami kodeksu. Dokonuje się tego za pomocą takiej konstrukcji kodeksu, zgodnie z którą każdy konflikt wartości pomiędzy skodyfikowaną „etyką” a sferą przekonań i ocen moralnych pracownika zostaje automatycznie rozstrzygnięty na korzyść kodyfikacji „etycznych”, zaś „osobiste” wartości, o ile nie dają się pogodzić z propagowanymi, muszą zostać potraktowane jako zachowanie „nieetyczne”.

Można wyróżnić co najmniej dwie dyskursywne strategie interpretowania konfliktu wartości na linii kodeks–pracownik jako wykroczeń pracownika.

Pierwsza z nich to sprzęgnięcie otwartości i wolności wypowiedzi z koniecznością denuncjacji naruszeń kodeksu lub doszkalania się w zakresie postanowień kodeksu. Jest to część bardzo modnego ostatnio whistleblowingu. W tej strategii kładzie się nacisk na wolność wypowiedzi tylko po to, aby wzmocnić obowiązek zgłaszania nieprawidłowości i utwierdzić postanowienia kodeksu. „MÓW OTWARCIE! to hasło, którego używamy, żeby określić prawo i zarazem obowiązek każdego pracownika, by zgłaszać przełożonym każde zachowanie niepełniające standardów sprecyzowanych w «Kodeksie» oraz by zadawać pytania na temat tych standardów”. Inna firma pośród obowiązków kierowników wymienia „Utrzymywanie atmosfery pracy, która zachęca do otwartej komunikacji, dotyczącej przestrzegania Kodeksu bez strachu o odwet”. Inny jeszcze kodeks głosi, że: „Zależy nam, aby każdy pracownik komunikował w sposób otwarty wszystkie wątpliwości oraz ewentualne naruszenia zasad postępowania ujętych w Kodeksie etyki. W sytuacjach trudnych lub niejednoznacznych, z którymi się zetknie, chcąc zachować się zgodnie z postanowieniami dokumentu, zawsze może zwrócić się do bezpośredniego przełożonego lub Rzecznika ds. etyki”. Przykłady można mnożyć.

Zabieg ten jest prosty. Po pierwsze, wskazuje na prawo do otwartej komunikacji. Po drugie, pojęcie otwartej komunikacji podlega ograniczeniu do komunikacji o nieprawidłowościach w rozumieniu kodeksu etycznego. Wolność wypowiedzi zostaje często zinterpretowana jako prawo, a nawet obowiązek denuncjacji naruszeń kodeksu. Nie chodzi już o otwartą komunikację dotyczącą zapisów kodeksów w ogóle albo dylematów, jakie implikują wyrażenia typu DG, lecz o „komunikację” dotyczącą ich przestrzegania, nie chodzi o samo podporządkowanie się jakimś regułom, lecz również o wskazywanie tych, którzy się nie podporządkowali.

Druga strategia, częściej stosowana i niewykluczająca wcale poprzedniej, opiera się na wymienianiu jednym tchem indywidualnych i ogólnych zasad, tak jakby musiały się one pokrywać i nie mogły wejść ze sobą w konflikt. „XCJ oczekuje od wszystkich pracowników i dyrektorów na całym świecie (...) działania przez cały czas w zgodzie z najwyższymi standardami osobistej i zawodowej uczciwości...”.

Schemat jest tu równie prosty – jednym tchem wymienia się koniunkcje dwu warunków, które spełnić ma pracownik. Jeden dotyczy sfery uczciwości osobistej, drugi zawodowej. Oba muszą zostać spełnione łącznie, a zatem pozornie nie ma możliwości wystąpienia konfliktu. Pozornie, bo zawsze możliwe jest za-

spokojenie standardów zawodowej uczciwości przy naruszeniu osobistej lub odwrotnie. W takich wypadkach jednak zachowanie pracownika zawsze traktowane będzie jako „nieetyczne”. Jeśli działam w zgodzie z „najwyższymi standardami zawodowej uczciwości”, ale naruszam zasady mojej osobistej uczciwości, to naruszam zasady kodeksu, bo nie spełniam łącznie dwu warunków. A zatem jedynie „właściwa”, to jest zgodna z kodeksem działaniem, jest wymagana w kodeksie całkowita zbieżność sfery osobistej z zawodową.

Celem nie jest tutaj pokazanie jakichkolwiek standardów, lecz wskazanie, że wszelkie standardy, a pośród nich namysł moralny, podlegają korporacyjnej kontroli. Ideologia pustostłowa w ten sposób dokonuje swego dzieła.

Kodeksy etyczne noszą tym samym klasyczne cechy ideologii¹⁷, będącej wedle Karola Marksa „produkcją duchową, wyrażającą się w języku polityki, praw, moralności, religii, metafizyki”¹⁸. **Nie chodzi w nich jednak o promowanie dających się jakoś skonkretyzować hasel czy „prawd”, jakie klasy panujące zaszczepiają w umysłach klas uległych, lecz raczej o zagarnięcie sfery namysłu (w tym wypadku sfery namysłu moralnego) niezależnie od tego, jak jest ukształtowana i jak może być kształtowana dalej.** Chodzi tu „tylko” o wyrobienie przyzwolenia (w wypadku kodeksów etycznych często potwierdzanego podpisem nowo zatrudnionego pracownika) na zarządzanie sferą moralności.

Teoria i praktyka

Zagadnieniem niezmierniej wagi – piszą znawcy zagadnienia etycznych kodyfikacji w Polsce – jest to, by standardy określone w kodeksie firmy miały swe ugruntowanie w normach wskazanych przez teorie etyczne¹⁹.

¹⁷ Najjaśniej Marksowskie pojęcie ideologii scharakteryzował Marek Siemek: „Odnosi ono [pojęcie ideologii –W.M.] bowiem społeczną świadomość do jej społeczno-ekonomicznych źródeł i społeczno-politycznych funkcji, z których najistotniejszą jest wyrażanie i ochranianie klasowych interesów – ale nie wprost, jawnie i otwarcie, lecz z reguły w opacznej, zmistyfikowanej i o tyle «fałszywej» formie, która partykularne interesy panowania jednej z klas nad całym społeczeństwem przedstawia wcale nie jako takie właśnie, tylko raczej ukrywa je pod maską uniwersalnych ideałów tego, co prawdziwe, słuszne i dobre «w ogóle»”. M.J. Siemek, *Hegel a Marksowskie pojęcie ideologii*, „Przeгляд Filozoficzno-Literacki” 2005, nr 3–4 (12), s. 238.

¹⁸ K. Marks, F. Engels, *Ideologia niemiecka. Krytyka najnowszej filozofii niemieckiej w osobach jej przedstawicieli – Feuerbacha, B. Bauera i Stirnera*, w: K. Marks, F. Engels, *Dziela*, t. 3, Warszawa 1975, s. 27.

¹⁹ W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka, B. Rok, G. Szulczewski, *Rola i znaczenie programów i kodeksów etycznych*, w: *Etyka biznesu w zastosowaniach praktycznych: inicjatywy programy, kodeksy*, red. W. Gasparski, A. Lewicka-Strzałecka, B. Rok, G. Szulczewski, Warszawa 2002, s. 27.

Skoro kodeksy etyczne mają być ugruntowane w teoriach etycznych, to warunkiem ich obowiązywania będzie poprawność lub przynajmniej akceptowalność wybranych teorii etycznych.

Owo nawiązanie do tradycji filozoficznej jest chyba największym wyzwaniem i zarazem piętą achillesową etyki biznesu.

Zastosowanie etyki w danej dziedzinie – jak zauważa Jakob Meier – zakłada z góry, że to, co etycznie słuszne, jest już określone, ugruntowane i dane do przestrzegania. A zatem dopiero po tym, kiedy staje się jasne, co jest etycznie słuszne, pojawia się problem stosowania²⁰.

W wypadku deklaratywów typu DE i DP trudno byłoby znaleźć takie, z góry określone, ugruntowane i dane do przestrzegania zasady z tradycji etycznej. Po pierwsze dlatego, że nie wskazują one żadnych teorii jako swych podstaw, a po drugie (i to najistotniejsze) – kodeksy dopiero formułują tego rodzaju normy.

Gdyby przytoczony postulat nestorów polskiej etyki biznesu miał być potraktowany serio, to zasady kodeksu obowiązywałyby w zależności od poprawności, akceptowalności lub przynajmniej autorytetu danej teorii etycznej. Faktycznie takie przełożenie nie tylko w kodeksach nie występuje, lecz trudno byłoby sobie nawet wyobrazić, w jaki sposób miałyby zaistnieć. Jak wielkie teorie, jak eudajmonizm arystotelejski, kantowska etyka obowiązku, emotywizm, dialogizm, personalizm, nie wspominając już o cynizmie czy stirnerowskim samolubstwie, mogłyby znaleźć zastosowanie w kodeksach?

Po pierwsze, filozoficzne teorie etyczne przeważnie nie dają żadnych normatywnych i gotowych do zastosowania nakazów, a jedynie sposoby wypracowywania, interpretacji czynów i sądów moralnych. Po drugie, nawet gdyby normatywne nakazy dawały się w jakiś sposób wywieść z tych teorii, to i tak w większości dotyczyłyby one zasad tak zwanej etyki indywidualistycznej, a nie reguł mających wymiar gospodarczy. Po trzecie, nawet gdyby posiadały one wymiar gospodarczy (co skądinąd można wskazać między innymi dla etyki utilitarystycznej albo kantowskiej etyki obowiązku), to i tak nierozwiązane pozostają co najmniej dwie najistotniejsze kwestie: problem interpretacyjnego opracowania i wywiedzenia konkretnych użytecznych dla danego kodeksu zasad z teorii oraz problem wyboru takiej bazowej teorii spośród całego zbioru. Zarówno jeden, jak

²⁰ J. Meier, *Verantwortung und die Legitimität bereichsethischer Kodizes*, w: *Bereichsethiken im interdisziplinären Dialog*, red. M. Maring, Karlsruhe 2014, s. 419.

i drugi problem musiałby zostać rozstrzygnięty autorytarnie na szczepku kadry zarządzającej.

Podsumowanie

Ideologia etycznego pustosłowania na mocy rekontekstualizacji pojęcia etyki i performatywnego pustosłowania promuje pewien fakt społeczny: **przedsiębiorstwo nie tylko kupuje pracę i czas zatrudnionych w niej osób, nie tylko wskazuje, co i w jaki sposób należy w danym czasie wykonać w ramach pewnych procedur i narzuconych jednej i drugiej stronie norm prawnych, lecz próbuje stwarzać wrażenie, jakoby mogło ingerować w sferę moralnych wyborów jednostki, jakoby elementarna wolność pracowników lub ich sumienie mogły stanowić przedmiot standaryzacji i procedur.** Pod płaszczem wprowadzania „dobrych praktyk” i odpowiedzialności próbuje się legalizować zawłaszczenie namysłu etycznego przez korporacje. Nie chodzi tu o same deklarowane i zwykle niebudzące zastrzeżeń zasady i wartości określane jako „etyczne”. Bywają one różne w zależności od branży czy charakteru usług. Najważniejszy jest oparty na nich mechanizm regulowania namysłu etycznego i przywłaszczania sobie prawa do interpretacji treści kluczowych pojęć; **chodzi o stworzenie sytuacji, w której o moralności w biznesie będzie można mówić tylko językiem zarządzanym przez ludzi biznesu.**

Jeśli – pomimo ogromu różnic wynikających z charakteru prowadzonej działalności, z wiedzy i kompetencji autorów – można znaleźć coś wspólnego we wszystkich kodeksach etycznych korporacji, to tym, co wspólne, będzie zawłaszczenie prawa do dokonywania i swobodnego kształtowania własnych ocen moralnych. Ta zdolność czasami nazywana bywa sumieniem.

Ale – jak zauważa Marcuse – ten rodzaj dyskursu nie jest terrorystyczny. Bezasadnym wydaje się założenie, że odbiorcy wierzą lub są zmuszani do wierzenia w to, co się im mówi. Nową cechą magiczno-rytualnego języka jest raczej to, że ludzie mu nie wierzą, nie biorą go poważnie, a mimo to zgodnie z nim postępują²¹.

Nie ulega raczej wątpliwości, że kodeksy – jakkolwiek bywają czasem śmieszne w swej naiwności, a ich ogólnikowość posunięta jest do granic niezrozumiałości – nie budzą zastrzeżeń i oburzenia ze strony interesariuszy ani postronnych czytelników. A jednak w imię fikcji użyteczności ingerują i naruszają

²¹ *Ibidem*, s. 136–137.

sferę osobistych swobód. Dlatego kodeks etyczny, jak słusznie zauważają autorzy podręczników do etyki biznesu, nie tylko „pozwała pracownikom na rozwiązywanie dylematów etycznych”²², lecz również „pomaga kadrze zarządzającej w prowadzeniu przedsiębiorstwa”²³.

Właściwy dylemat istnienia i wprowadzania „standardów etycznych” w kodeksach dotyczyłby nie tyle ich zasadności i celowości, lecz rozważenia kwestii, czy pracodawca ma prawo ingerować w sferę wyborów moralnych pracownika.

IDEOLOGY OF CANTING TALKING – CORPORATIONS DISCOURSE WITH REGARD TO ETHICAL CODICES

Summary

Keywords: ethics, corporations, ideology, performatives, ethics, code of ethics, standards

In the paper *Ideology of canting talking – corporations discourse with regard to ethical codices* author describes the phenomenon of canting performatives acts as a mechanism of moral usurpations in business ethics. The promises and declarations in ethical codices cannot turn out to be neither worthless nor significant, because there is no possibility of describing such a situation in which these declarations could be unequivocally called unkept promises. It does not mean that they are always true of course... Author shows that cant declarations of business ethics become to usurp the right to define workers morality. On the one hand it seems to be a beautiful bunch of declarations on the other the point is that corporation's ethical declarations are designed for managing your thinking about morality.

²² M. Rybak, *Etyka menadżera – społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa*, Warszawa 2004, s. 140.

²³ *Ibidem*, s. 139.