

PIENIĄDZE SĄ NAJWAŻNIEJSZE. ROZWAŻANIA MICHAELA SANDELA

Alfred SKORUPKA, Politechnika Śląska
Wydział Inżynierii Materiałowej, Katedra Inżynierii Produkcji, Katowice
e- mail: Alfred.Skorupka@polsl.pl, ORCID: 0000-0002-0360-6564

Streszczenie: Artykuł omawia poglądy Michaela Sandela, profesora Harvardu z jego książki *Czego nie można kupić za pieniądze. Moralne granice rynku*, które negatywnie oceniają dominację myślenia rynkowego (a więc pieniędzy) we współczesnym świecie. Autor pracy zastanawia się nad filozoficznymi aspektami rozważań Sandela, które mają znaczenie właściwie dla każdego człowieka i dla różnych dyscyplin naukowych, w tym szczególnie dla zarządzania. Chociaż bowiem prawie codziennie posługujemy się pieniędzmi, często nie zastanawiamy się, czy nie odgrywają one zbyt dużej roli w naszym codziennym życiu i nie zaburzają naszych relacji z innymi ludźmi.

Słowa kluczowe: Michael Sandel, pieniądze, kapitalizm, wolny rynek, filozofia, etyka, zarządzanie.

Money Are the Most Important. Michael Sandel's Considerations

Abstract: The article discusses the views of Michael Sandel, a Harvard professor from his book *What Money Can't Buy. The moral limits of the market*, which negatively assess the dominance of market thinking (and therefore money) in the modern world. The author of the work reflects on the philosophical aspects of Sandel's considerations, which are important for every person and for various scientific disciplines, especially management. Even though we use money almost every day, we often don't think about whether it plays too big a role in our everyday lives and disturbs our relationships with other people.

Key words: Michael Sandel, Money, capitalism, free market, philosophy, ethics, management.

1. Wstęp

Pieniądze odgrywają bardzo ważną rolę we współczesnym świecie o czym przekonujemy się niemal każdego dnia: w naszej rodzinie, w pracy czy w życiu społecznym. Prawie wszystko jest dzisiaj przeliczane na wartość pieniężną. Czy jednak pieniądze są najważniejsze? Czy nie ma w życiu ludzkim innych, równie ważnych wartości? Na pewno też są. Dlatego warto się zastanowić nad tym filozoficznym problemem, bo ma on w gruncie rzeczy bardzo istotne znaczenie dla naszego codziennego życia, nie mówiąc już o jego znaczeniu dla ekonomii i zarządzania. Aby to uczynić sięgniemy do książki Michaela Sandela *Czego nie można kupić za pieniądze. Moralne granice rynku* (Sandel 2012), która została wydana w Polsce w r. 2012.

Michael Sandel jest profesorem politologii, też filozofem na Uniwersytecie Harvarda; jego książka *Justice: What's The Right Thing to Do?* stała się światowym bestsellerem. Wykładał gościnnie na Sorbonie i Uniwersytecie Oksfordzkim, a w 2009 r. nagrywał wykłady dla Radia BBC. Jego prace zostały przetłumaczone na dwadzieścia siedem języków, a jego wykłady poświęcone pojęciu sprawiedliwości dotarły do publiczności na całym świecie dzięki transmisjom telewizyjnym i internetowym. W 2010 r. chiński *Newsweek* ogłosił go „najbardziej wpływową postacią zagraniczną roku” w Chinach.

Nie będziemy streszczać całej treści wspomnianej książki Sandela, bo nie po to są artykuły. Zamiast tego ukażemy jego charakterystyczne myśli tam zawarte, aby następnie poddać je filozoficznej refleksji, która ma znaczenie dla nas samych, także dla zarządzania i innych dyscyplin naukowych.

2. Dominacja myślenia rynkowego we współczesnym świecie

Swoją książkę Sandel zaczyna od wyliczenia wielu sytuacji (Por. Sandel, 2012, s. 15-18), które wiążą się z dominacją myślenia rynkowego we współczesnym świecie, a które są wątpliwe etycznie:

--możliwość korzystania podczas jazdy w pojedynkę ze specjalnego pasa jezdni przeznaczonych dla samochodów z więcej niż jedną osobą: 8 dolarów. Minneapolis oraz inne miasta próbują rozładować korki, pozwalając kierowcom jadącym solo korzystać z pasów dla samochodów z pasażerami w zamian za opłaty;

--cela więzienna o podwyższonym standardzie: 82 dolary za noc. W Santa Ana w Kalifornii oraz w kilku innych miastach więźniowie, którzy nie zostali zakwalifikowani jako niebezpieczni, mogą za opłatą otrzymać lepsze zakwaterowanie;

--donoszenie ciąży przez indyjską matkę zastępczą: 6250 dolarów. Zachodnie pary zainteresowane znalezieniem surogatek coraz częściej znajdują je w Indiach, gdzie proceder ten jest legalny;

--prawo zastrzelenia zagrożonego wyginięciem czarnego nosorożca: 150 tysięcy dolarów. Afryka Południowa od niedawna zezwala ranczerom na sprzedawanie myśliwym prawa do zabicia ograniczonej liczby nosorożców;

--przyjęcie dziecka na prestiżowy uniwersytet: mimo że stawki nie są nigdzie publikowane, władze niektórych najlepszych uczelni ujawniły dziennikarzom *The Wall Street Journal*, że przyjmują czasem studentów mniej wybitnych, ale za to pochodzących z zamożnych rodzin, których rodzice wesprą finansowo uczelnię;

--wynajęcie przestrzeni reklamowej na własnym czole (lub innej części ciała): 777 dolarów. Linie lotnicze Air New Zealand zapłaciły trzydziestu osobom za ogolenie głów i umieszczenie na nich zmywalnego tatuażu ze sloganem: „Potrzebujesz odmiany? Strać głowę dla Nowej Zelandii!”;

--można zostać ludzkim królikiem doświadczalnym w ramach testów bezpieczeństwa leków dla firm farmaceutycznych: 7500 dolarów za dzień. Stawka może być wyższa lub niższa w zależności od stopnia inwazyjności procedur testujących działanie leku oraz związanego z nim dyskomfortu.

Te przykłady można by oczywiście mnożyć.

Sandel pisze (Sandel, 2012, s. 21), że niepokoić powinny nas dwie sprawy z tego powodu, że zmierzamy w kierunku społeczeństwa w którym wszystko jest na sprzedaż. Po pierwsze, chodzi o nierówność; a po drugie, o psucie pewnych wartości. Gdy chodzi o nierówność, to w społeczeństwie w którym wszystko dyktuje pieniądź, życie uboższych jest cięższe. Im więcej można kupić za pieniądze, tym większe znaczenie ma zamożność (lub jej brak). Gdyby przewaga osób zamożnych sprowadzała się do możliwości kupowania jachtów, sportowych samochodów i drogich wakacji, to nierówności w dochodach nie miałyby aż tak wielkiego znaczenia. Jednak za pieniądze można kupić coraz więcej – wpływy polityczne, dobrą opiekę medyczną, mieszkanie w bezpiecznej okolicy, dostęp do elitarnych szkół. To wyjaśnia, konkluduje Sandel, dlaczego ostatnie dekady były wyjątkowo trudne dla ludzi niezamożnych i dla klasy średniej; oprócz tego, że pogłębia się przepaść między biednymi a

Pieniądze są...

bogatymi, to powszechne utowarowienie w zasadzie wszystkich dóbr wyostrzyło jeszcze nierówności przez zwiększenie roli pieniądza.

Drugi niepokojący powód według Sandela to destrukcyjne tendencje samego rynku; ponieważ samo wycenianie tego, co w życiu dobre, może to zepsuć. Dzieje się tak dlatego, ponieważ rynek nie tylko alokuje towary, ale także wyraża i promuje pewne postawy wobec towarów podlegających wymianie. Np. płacenie dzieciom za czytanie książek być może zachęci je do sięgnięcia po kolejne lektury, ale równie dobrze może sprawić, że będą postrzegały czytanie jako uciążliwy obowiązek, a nie źródło wewnętrznej przyjemności. Przetarg na miejsca na pierwszym roku uczelni może zwiększyć jej dochód, ale podkopuje wiarygodność i wartość dyplomu. Ekonomiści często zakładają, że rynek jest obojętny, że nie wpływa na towary podlegające wymianie. Ale tak nie jest: rynki zostawiają ślad; czasem nawet wartości rynkowe wypierają wartości nierynkowe, które zasługują na troskę (Sandel, 2012, s. 22).

Sandel stwierdza, że myślenie rynkowe na swój sposób odziera też życie publiczne z debaty moralnej. Pociągające w rynku jest to, że nie wydaje on sądów na temat preferencji, które zaspokaja. Nie pyta bowiem rynek, czy jakieś sposoby wyceny dóbr są lepsze czy bardziej wartościowe od innych. Jeśli ktoś chce zapłacić za seks albo za nerkę, a inna dorosła osoba z własnej woli jest gotowa to sprzedać, to ekonomista zadaje wtedy tylko jedno pytanie: „za ile?”. Rynek nie robi więc różnicy między preferencjami niskimi a szlachetnymi; każda ze stron transakcji sama decyduje, jaką wartość przypisuje temu, co podlega wymianie. Ta nieosądzająca postawa wobec wartości znajduje się w centrum myślenia rynkowego i tłumaczy w dużym stopniu jego atrakcyjność. Nasza przychylność wobec rynku oraz nasz opór przed angażowaniem się w spory moralne i duchowe – pozbawiły dyskurs publiczny moralności i energii obywatelskiej, przyczyniając się do rozwoju technokratycznego i zarządczego podejścia do polityki, które dziś widać w wielu społeczeństwach (Sandel, 2012, s. 27).

Reklama jest dziś obecna nawet do więzieniach, zauważa Sandel. W 2011 r. w areszcie hrabstwa Erie w Buffalo, w stanie Nowy Jork, rozpoczęto nadawanie reklam na ekranach, które zatrzymani widzą chwilę po aresztowaniu. W ten sposób do osób aresztowanych chcą dotrzeć prawnicy i firmy poręczycielskie. Reklamy wykupuje się na rok, w cenie 40 dolarów na tydzień; są nadawane razem z informacjami o regulaminie aresztu i godzinach odwiedzin. Reklamy pojawiają się także w lobby, gdzie rodzina i przyjaciele więźniów czekają na odwiedzin. Władze hrabstwa otrzymują jedną trzecią pieniędzy z

reklam, co pozwala zasilić ich budżet kwotą od 8 do 15 tysięcy dolarów rocznie (Sandel, 2012, s. 244).

Natomiast obecność komercji w klasach szkolnych nie jest całkowicie nowym zjawiskiem, bo już w latach 20. ubiegłego wieku firma Ivory Soap podarowała kostki swojego mydła na szkolne konkursy rzeźbienia w mydle. Umieszczanie logotypów firm na tablicach wyników albo reklam w księgach pamiątkowych jest od dawna powszechną praktyką. Ale w latach 90. nastąpił dramatyczny wzrost obecności korporacji w szkołach. Firmy zaczynają zasypywać nauczycieli darmowymi filmami wideo, plakatami, „zestawami dydaktycznymi” zaprojektowanymi tak, by utrwalić w umysłach dzieci wizerunek firmy i jej marki; nazywano to sponsorowanymi materiałami dydaktycznymi. Uczniowie mogli dowiedzieć się czegoś o procesie odżywiania z materiałów zapewnionych przez McDonald's albo poznać skutki wycieku ropy na Alasce z filmu zrobionego przez Exxon; z kolei firma Procter & Gamble oferowała materiały o ochronie środowiska wyjaśniające, dlaczego jednorazowe pieluchy są dobre dla naszej planety (Sandel, 2012, s. 246).

W 2001 r. pewna szkoła podstawowa w New Jersey stała się pierwszą szkołą publiczną w USA, która sprzedała prawa do swojej nazwy sponsorowi korporacyjnemu; w zamian za datkę 100 tysięcy dolarów, złożony przez miejscowy supermarket, szkoła zmieniła nazwę swojej sali gimnastycznej na ShopRite of Brooklawn Center. W ślad za tą umową pojawiły się następne. Najbardziej lukratywne z nich dotyczyły szkolnych boisk. Te umowy opiewały na kwoty od 100 tysięcy do miliona dolarów. W 2006 roku jedno z nowych publicznych liceów w Filadelfii „poszło na całość” – ogłaszając listę cen dostępnych obiektów do nazwania: milion dolarów za salę widowiskową, 750 tysięcy dolarów za salę gimnastyczną, 50 tysięcy za laboratoria i 5 milionów za nazwę samej szkoły. Microsoft zaproponował 100 tysięcy dolarów za prawo nazwania szkolnego centrum dla gości (Sandel, 2012, s. 248).

3. Wnioski Sandela

Zdaniem Sandela (Sandel, 2012, s. 251-252) – komercjalizacja nie niszczy wszystkiego, czego dotknie; z hydrantu z logo KFC nadal płynie woda, którą można ugasić pożar; pociąg metra oklejony reklamą hollywoodzkiego filmu dowiezie nas do domu; kibice mogą dopingować swoją drużynę i cieszyć się z meczu, bez względu na to, czy nazwa ich stadionu jest nazwą jakiejś firmy, czy klubu. Niemniej, dowodzi Sandel, umieszczenie logo

Pieniądze są...

korporacji na przedmiocie – zmienia jego znaczenie. Rynki odciskają swoje piętno. Lokowanie produktu niszczy wiarygodność książek i narusza relację autora z czytelnikami. Z kolei reklamy wytatuowane na ciele uprzedmiotawiają i poniżają osoby, którym płaci się za ich noszenie. Reklamy w szkołach natomiast, podważają edukacyjne cele ich działalności. Oczywiście, pisze harwardzki profesor, z tymi ocenami można się nie zgadzać; istnieją różnice zdań na temat książek, ciała ludzkiego i szkół oraz tego, ile one są warte. Nie ma zgody, jakie normy powinny obowiązywać w coraz bardziej opanowanych przez rynek sferach takich jak życie rodzinne, przyjaźń, seks, prokreacja, zdrowie, edukacja, przyroda, sztuka, społeczeństwo obywatelskie, sport, czy nawet nasz stosunek do śmierci. Ale niewątpliwie te sprawy domagają się głębszego przemyślenia w relacji do rynku i pieniędzy.

Sandel pisze, że często wzbraniamy się przed ocenami moralnymi i duchowymi, boimy się konfliktów w debacie publicznej, ale jeśli nie podejmiemy dyskusji o kwestiach moralnych, to rynki te dylematy rozwiążą za nas. Jeśli więc chcemy, żeby wpływ rynków na nasze życie nie przekraczał rozsądnych granic, jedynym wyjściem jest otwarta, publiczna dyskusja na temat znaczenia dóbr i praktyk społecznych, które wysoko sobie cenimy.

Swoją książkę harwardzki profesor kończy następującymi refleksjami:

„Demokracja nie zakłada idealnej równości, ale bezwzględnie wymaga, żeby obywatele prowadzili wspólne życie. Istotne jest, żeby ludzie wywodzący się z różnych środowisk i zajmujący różną pozycję społeczną spotykali się, wpadali na siebie na co dzień. W ten sposób uczymy się negocjować i szanować istniejące między nami różnice, w ten sposób uczymy się dbać o dobro wspólne.

A zatem w ostatecznym rozrachunku pytanie o rynki sprowadza się do pytania o to, w jaki sposób chcemy wspólnie żyć. Czy pragniemy społeczeństwa, w którym wszystko jest na sprzedaż? Czy może jednak istnieją pewne nieuznawane przez rynki wartości moralne i obywatelskie, których za pieniądze nie da się kupić?” (Sandel, 2012, s. 253).

4. Z klasyków filozofii

O negatywnej roli pieniądza pisał już Karol Marks; wprawdzie Marks, marksizm i komunizm zostały raczej definitywnie odrzucone w zachodnim świecie, szczególnie w naszych krajach postkomunistycznych, ale książki Marksa wciąż mają duże poważanie choćby w Chińskiej Republice Ludowej gdzie Sandel jest bardzo popularny; dlatego warto zacytować jego słowa:

„To, co mam dzięki pieniądzwowi, to za co mogę zapłacić, tzn. to, co mogą kupić pieniądze – to wszystko to ja, sam posiadacz pieniądza. Cechy pieniądza są moimi – jego właściciela – cechami i siłami istoty. Nie osobowość moja określa więc, czym jestem i na co mnie stać. Jestem brzydki, ale mogę sobie kupić najpiękniejszą kobietę. A więc nie jestem brzydki, bo działanie brzydoty, jej siłę odstraszącą zniweczył pieniądz. Sam jestem chromy, ale pieniądz dostarczy mi 24 nóg; a więc nie jestem chromy. Jestem człowiekiem złym, nieuczciwym, niesumiennym, ograniczonym, ale pieniądz doznaje czci, a więc czczony jest i jego posiadacz. Pieniądz jest najwyższym dobrem, a więc i jego posiadacz jest dobry; ponadto dzięki pieniądzwowi nie potrzebuje sobie zadawać trudu być nieuczciwym, z góry mają więc mnie za uczciwego. Nie jestem mądry, ale pieniądz jest prawdziwą mądrością wszystkiego, więc jakże jego posiadacz miałby nie być mądry? Ponadto może on sobie kupić mądrych ludzi, a czyż ten, który włada mądrymi ludźmi nie jest mądrzejszy od mądrych ludzi? Czyż ja, który dzięki pieniądzwowi mogę mieć wszystko, do czego wzdycha dusza ludzka, nie posiadam wszystkich ludzkich możliwości? Czyż więc moje pieniądze nie zamieniają wszystkich moich niemożności w ich przeciwieństwo?” (Marks, Engels, 1981 cyt. za: *Etyka...*, 77)

O destrukcyjnym wpływie pieniądza na życie moralne człowieka pisał także przed II wojną światową wybitny niemiecki fenomenolog i personalista Max Scheler:

„Wypaczenie ocen wartości przejawia się przede wszystkim w tym, że wartości zawodowe kupca i przemysłowca, wartości przedmiotów, dzięki którym człowiek tego właśnie typu osiąga sukcesy i robi interesy, zostają wywyższone jako wartości moralne powszechnie obowiązujące, ba, jako „najwyższe” spośród nich. Rozwaga, umiejętność szybkiej akomodacji, zmysł kalkulacji, zmysł „asekuracji” w życiu oraz nawiązywania na wszystkie strony kontaktów czy też cechy, które są w stanie stworzyć te warunki, przeświadczenie, iż wszelkie okoliczności dają się „obliczyć”, uznanie dla pracy wytrwałej i pilnej, dla oszczędności i skrupulatnego zawierania i dotrzymywania umów – oto są teraz cnoty kardynalne, którym podporządkowuje się odwagę, waleczność, ofiarność, radość z ryzyka, szlachetność, żywotność, zdobywczość, obojętne traktowanie dóbr materialnych, miłość ojczyzny oraz wierność rodzinie, plemieniu i władzy, sile, która pozwala panować i rządzić, pokorę, itd.” (Scheler, 1977, cyt. za: *Etyka...*, s. 114)

Dwaj cytowani tutaj klasycy filozofii, wyraźnie mówią o negatywnej roli pieniądza i idącego wraz z nim stylu myślenia dla moralności człowieka i ich uwagi są zbliżone do wielu myśli Sandela. Jednak jako psycholog wiem też, że potrzeba posiadania rzeczy (a więc także pieniędzy) jest jedną z podstawowych potrzeb człowieka. Nie jest dobrze gdy zabiegamy o bogactwa krzywdząc przy tym innych ludzi, ale samego tego dążenia nie da się raczej z ludzi

Pieniądze są...

wykorzeń, ponieważ jest ono konstytutywną cechą naszego gatunku. Były różne utopie, także komunizm, też przytoczone tutaj poglądy Marksa, które głosiły zniesienie własności prywatnej i równość wszystkich ludzi, ale one albo się nie spełniły albo były niewydolne gospodarczo i upadły. Nawet w ChRL, które szczycą się swoim „komunizmem”, wprowadzono wiele elementów gospodarki rynkowej, myślenia kapitalistycznego (np. potężny sektor prywatny), a Chińczycy wiodą dziś przeważnie konsumpcjonistyczny styl życia przejęty z Zachodu.

5. Konkluzje

Jak widzieliśmy, Sandel w swojej książce nie daje raczej jednoznacznych rad i wskazówek, nie potępia też samego pieniądza, lecz głównie ukazuje problem, którym jest dominacja myślenia rynkowego we współczesnym świecie i karze go przemyśleć. Ja też więc nie będę dawał jednoznacznej odpowiedzi na pytanie, które można sformułować z tytułu tego artykułu „Czy pieniądze są najważniejsze?”. Jest to bowiem problem złożony i różnie należy go oceniać w odmiennych sytuacjach życiowych. Wielu ludzi (np. w Afryce i niektórych krajach Azji) żyje w wielkiej biedzie więc mówienie im, że „pieniądze nie są ważne” jest wręcz nadużyciem, bo są one im bardzo potrzebne do przeżycia. Z drugiej strony są też ludzie i organizacje zachęcające nas do działań darmowych, jakiegoś wolontariatu i wszystko to w imię „szczytnych ideałów”, ale w gruncie rzeczy te osoby i te organizacje mają z tego tytułu różne korzyści finansowe, a my żadnej. Są też ludzie bogaci, którzy swoje bogactwa wykorzystują do pomocy biednym. Mówi się także o społecznej odpowiedzialności biznesu, gdy dobrze prosperujące firmy wspierają różne prospołeczne inicjatywy lub zwykle pomagają niektórym ludziom. Tak więc, świat jest tak urządzony, że na pewno za pieniądze wiele można kupić i zdziałać. Z drugiej strony na pewno nie chcielibyśmy aby wszystkie relacje międzyludzkie miały wymiar pieniężny; już Kant pisał, że „człowiek powinien być zawsze celem, a nigdy środkiem”; na pewno nie chcielibyśmy, aby ludzie, którzy deklarują wobec nas miłość, przyjaźń i wsparcie emocjonalne czynili to tylko w tym celu aby zyskać jakieś gratyfikacje pieniężne od nas. Wydaje się więc, że na pytanie „Czy pieniądze są najważniejsze?” każdy musi odpowiedzieć sobie sam, w zgodzie z własnym sumieniem i w odniesieniu do konkretnych sytuacji i zdarzeń życiowych.

Bibliografia:

1. Marks K., Engels F. (1981) Święta rodzina w: K. Marks, F. Engels, Dzieła wybrane, Warszawa, tom 1, s. 190-191, cyt. za: *Etyka. Antologia tekstów*, red. Z. Kalita, Wydaw Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 1995, s. 77.
2. Sandel M. (2012) *Czego nie można kupić za pieniądze Moralne granice rynku*, przeł. A. Chromik, T. Sikora, Kurhaus, Warszawa.
3. Sandel M. (2020) *Przeciwko udoskonalaniu człowieka*, przeł. O. Siara, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa.
4. Sandel M. (2020) *Sprawiedliwość*, przeł. O. Siara, Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa.
5. Sandel M. (2020) *Tyrania merytokracji*, przeł. B. Sałbut, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
6. Scheler M. (1977) *Resentyment a moralność*, przeł. J. Garewicz. Czytelnik, Warszawa.
7. Scheler M. (1980) *Istota i formy sympatii*, przeł. A. Węgrzecki, Państwowe Wydaw. Naukowe, Warszawa.