

Üzleti Etika oktatása az Óbudai Egyetemen

Karay Tivadar

főiskolai adjunktus, óraadó, karayt@gmail.com

Mit érdemes tanítani üzleti etika tárgykörben egy műszaki felsőoktatási intézményben? A sok lehetséges témából kiemelt fontosságú az üzleti kommunikáció, a propaganda, emellett fontos az aktuális világválságot mint etikai válságot megjeleníteni. Mi érdekli a hallgatókat, mik a reakcióik a tanultakra? Pár gondolat az oktatás tapasztalataiból. Tananyag, vagy szemléletformálás a célja az üzleti etika oktatásának? Mindannyiunknak felelősségünk van az etikus életmód megélésében és átadásában. Ezekre a kérdésekre keresem a választ, mint a tantárgy egyik oktatója.

1 Bevezetés – történet

Egyetemünkön a kilencvenes évek végén merült fel az Üzleti Etika tantárgy oktatása. Már nem emlékszem miért lett rám – egy alapvetően reál képzettségűre – bízva az oktatása, de megfogott a diszciplína szerteágazó volta, és az, hogy a szokásos főiskolai-egyetemi tantárgyakhoz képest ennek jelentős nevelő, személyiségformáló hatása lehet. Talán egy évvel ezután elhagytam a főállású oktatói pályát és a tantárgyat Pál Aba egykori kollégám vette át. Ő is mérnök, emellett széleskörű humán műveltséggel rendelkezik, továbbá mind saját életében mind az oktatásban magas erkölcsi elveket élt meg. Majd egy évtizeddel később, külsős oktatóként, újra hozzájárulhattam a tantárgy oktatásához.

Magamban is, Pál Abával történt konzultációban is felmerült az a kérdés, mit lehet, mit kell átadni a hallgatóknak ebben – az akkor már nem új tantárgyban. Hasonlóképpen nem egyszerű kérdés a számonkérés sem, hiszen a tananyag megismerése, visszamondása, messze nem egyenlő annak elfogadásával. Másrészt nyilvánvaló, hogy az etika része a világnézetnek, így több irányzat is elképzelhető, sőt akár az előadott anyaggal szembeni ellenállással is találkozhatunk.

Bár így lenne! Sajnos diákjainkat nehéz provokálni, a többség egy teljesítendő akadálynak tekinti a tárgyat, és akinek van önálló véleménye az se biztos hogy meri vagy akarja azt hangoztatni. Megszólalni, véleményt nyilvánítani az azzal jár, hogy ki kell lépni az „ülők és hallgatók” könnyű szerepéből.

Szerencsére a „házi dolgozat” műfaja éveken át megfelelő formának bizonyult arra, hogy a hallgatók jelentős részének alkalma legyen önállóan is megnyilvánulni, kifejezésre juttatni valamit saját elképzeléseiből.

A következőkben vázolnám, hogy mit és miért tartok hasznosnak átadni a hallgatóknak, illetve az említett házi dolgozatokon keresztül bepillantunk a diákok gondolataiba is.

2 A tantárgy

2.1 Mit igen, mit ne?

Bármily furcsa, azzal kell kezdeni az oktatást, hogy mi nem az etika. Például nem etikett, merthogy némely diák korábbi etikett tanulmányaira hivatkozva kért volna felmentést. Nem is lennének diákok, ha az Etika – Erkölcs – szexuális erkölcs téma némi viccelődésre ne adna okot. A humán tantárgyak klasszikus felépítésétől eltérően nem szerepel az etika története, felosztása vagy rendszerezése a tananyagban. Egyetemünk – korábban főiskola – műszaki képzést ad, diákjaink jobban vonzódnak a gyakorlati problémákhoz, mint hosszú szövegek megtanulásához.

Tudom, hogy humán diszciplinákat oktató kollégákat ezzel megbotránkoztatom, de ha a „Már az ókori görögök is...” szőfordulattal kezdeném az oktatást, a diákok kényelmesen hátradőlve elővonnák a laptopjaikat és a mechanika laborfeladatot.

Másrészt a hallgatók túlnyomó többsége nem dolgozott még, kevesen ismerik az üzleti életet belülről – így a tantárgy címének első része se teremt kapcsolatot a hétköznapijaikkal. Itt jegyzem meg, hogy a munka mellett tanuló levelező tagozatos kollégák oktatása egészen más helyzet, ott egy sokkal színvonalasabb kölcsönös együttműködés szokott lenni.

Az iskola jellegéből adódóan lehetne a tantárgy alapja a mérnöki etika is – de az tényleg egy más tantárgy (Ezúton is gratulálok Legeza László tanár úr tantárgyához és remek könyvéhez [1]).

Mi az, amivel a hallgatók biztosan találkoznak, aminek köze van az üzlethez, és rendkívül kényes erkölcsileg? Ez a propaganda, a reklám.

2.2 Üzleti propaganda

Messzire vezetne, ha arról kellene beszélni, miért van vagy nincs szükség üzleti propagandára. Nyilván nagyon sokan mondják azt, a diákok is, hogy „minden reklám hazudik”. De ezen az általános és sablonos véleményen túl, kevesen ismerik a propaganda fogásait.

Jó alkalom ezekről beszélni, és példákat mutatni a hallgatóknak. Nem lehetünk naivak, amit csak kis csúsztatásnak látunk egy-egy



propagandafogásban az adott esetben jól megtervezett kommunikációs stratégia része.

- ◆ Pár szó a propaganda elméletéről;
- ◆ a trükk, hogy ne figyeljünk kognitívan a reklámra, csak engedjük, hogy „belénk másszon”;
- ◆ a zene figyelemelterelő hatása;
- ◆ a szexualitás egyre jellegzetesebb szerepe a propagandában;
- ◆ a faktoidok, vagyis az álhírek szerepe;
- ◆ a klisé kifejezések szerepe a propagandában;

és még sok más téma képezi a tantárgy ezen részét.

Az itt ismertetett anyaghoz nagy segítség Pratkanis és Aronson A rábeszélőgép című nagy sikerű könyve [2].

Nem csak a hallgatóknak, hanem itt és most is felteszem a költői kérdéseket:

- ◆ Jó irányba megy-e a gazdaság, a társadalom és a világ fejlődése, ha a valós műszaki fejlesztésnél nagyobb hasznot lehet elérni egy reklámkampánnyal?
- ◆ Ha a technológiai verseny helyett a csomagolás és a többé-kevésbé megtévesztő feliratok és rajzok „segítenek” eligazodni a vásárlásban?
- ◆ Nem megkerülése-e a jogszabályoknak, ha fehér köpenyes színész reklámoz olyasmit, amit orvosnak nem szabad?
- ◆ Mennyire etikus az óriási reklámfeliratok alatt apró betűkkel feltüntetni a kötelező, ám kedvezőtlen információt?

A propaganda elmélet, a reklámtrükkök bemutatásának legfontosabb célja, hogy ítéletet alkossunk arról mi elfogadható, mi nem, mi az ami vitatható. Meg kell ismerni ezeket a fogásokat, hogy fel is ismerjük őket a való életben, védve magunkat a propaganda káros hatásától.

A médiaszakemberek ennél a pontnál nyilván csóválják a fejüket...

Másrészt nyilván az itt végző hallgatók is a piacról fognak élni, ők is termékeket és szolgáltatásokat kínálnak majd, az eszköztár nekik is birtokukban kell, hogy legyen. Mindent, a propagandafogásokat is lehet jóra és rosszra használni. A döntés az egyén kezében van, csak szempontokat adhatunk hozzá.

Egy hallgató egy zh-ban egy rendkívül rámenős és agresszív üzleti és reklámkampányt írt le. Jelest kapott, hiszen mindent tudott, amit az adott témához tudni kellett. Nem álltam meg, hogy oda ne írjam: „Remélem az életben nem kell Önnek üzletet kötnöm.”

Vagy jobb lett volna elégtelent adni? Tantárgyat oktatunk, vagy személyiséget formálunk?

A kérdés megválaszolása nem egyszerűen.

A reklám nem csak egy üzleti aktus része. Része a fogyasztói társadalmunknak, ami egyesek szerint a lehető legjobb, és itt filozófiai, társadalometikai kérdések merülhetnek fel, amelyek már túlmutatnak a szoros reklámetikán.



Megpróbálom a diákokat meggyőzni arról, amit persze a médiszakemberek nyilván másként értelmeznek, hogy a reklám nem ismeretterjesztés, figyelemfelhívás, hanem annak eszköze, hogy a fogyasztókat messze a valós igényeiken felül túltömjük gyorsan romló és elavuló termékekkel, és olyan szolgáltatásokkal, amelyek szükségtelenek, esetleg szimplán csalások.

Innen csak egy lépés, hogy etikai szempontból vizsgáljuk a termelés-üzlet-fogyasztás egészét, helyét egy olyan Földgolyón, aminek végesek az erőforrásai, és amelyen egyre nagyobb gondot jelent a hulladék. De erről majd később.

2.3 Üzleti életvitel

A propaganda része az is, ahogy egy üzleti tárgyalást vezetünk, mit mondunk magunkról, milyennek állítjuk be cégünket, termékünket. Itt határára kerültünk az etikettnek is. Az etikett is egy szabályzó eszköz, ami normális keretek között tud tartani egy emberi viszonyt, de itt többről van szó: ne szokásból, illemből tartsunk be bizonyos játékszabályokat, hanem a tisztességes verseny követelményén túl partnerünk, és önmagunk tiszteletéről se feledkezzünk el.

Egy ügynöknek, egy marketingszakembernek az a célja, hogy eladjon. Ennek érdekében szépíti a valóságot, nem mond el mindent amit elmondhatna, akár a jogszabályokat is betartva, gondosan megválasztja a kifejezéseit stb. Egy üzlet akkor jó és etikus, ha mindkét fél nyer rajta. Ennek megfelelően az eladó bele kell hogy helyezkedjen a vevő helyzetébe, különösen egy nagyobb ipari-műszaki terméknel vagy szolgáltatásnál. Ez esetben akár az is lehet a tárgyalás eredménye, hogy „Sajnálom, de nem mi vagyunk azok, akiket Ön keres”. Ez nyilván nagyon elegáns és etikus. De megteheti-e egy alkalmazott? Ha nagyon a potenciális megrendelő szemével gondolkodik, nem lesz-e etikátlan a saját cégével szemben?

Szó esik még az órán a szerződésekről, különösen arról a helyzetről ha nem tudunk megfelelni a szerződési feltételeknek. Látjuk-e előre? Mennyire vagyunk hibásak? Mi a teendő vis major esetén?

Ezek a kérdések sokszor csak konkrét helyzetekben válaszolhatók meg helyesen, de a hallgató legalább gondoljon bele, hogy ilyen helyzettel is találkozhat.

A mindent eladni tudó rámenős és sikeres ügynök milyen árat fizet a sikeréért? Az állandó mellébeszélésnek, az agresszív magatartásnak személyiségtorzító hatása is van! Az anyagi siker csak egy eleme az ember jólétének, ezen az úton nem veszíti-e el emberi kapcsolatait, mások megbecsülését, önbecsülését? Vagy skizoid életet kezd élni? Otthon a becsületes apa, anya, az üzletben meg a harcos profitvadász? Esetleg a menedzseréletmód legszörnyűbb következményei jelentkeznek?

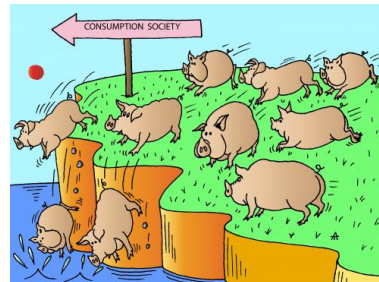
Ezek a kérdések már kivezetnek az üzleti etikából, az általános etika irányába.

2.4 Etika a világgazdaságban

A tantárgy másik jelentős fejezete kivezet a kis magyar üzleti életből, és az ember, az emberiség helyzetére és jövőjére kérdez rá az üzleti etika vonatkozásában. Nem titkolom, hogy erős etikai kritikát fogalmazok meg a fogyasztói társadalommal, a túlfogyasztással, a környezetpusztítással kapcsolatban. Ez is egy olyan terület ahol egy fiatal egyetemista is már bír bizonyos ismeretekkel, hall szlogeneket, és találkozik megválaszolatlan kérdésekkel. Ráadásul kellően sokkoló képekkel és tényekkel provokálni is lehet őket, rá lehet és kell venni őket a gondolkodásra, vélemény-nyilvánításra, akár a hozzászólásra is.

Ehhez az anyagrészhez sok információt kaptam Korten: Tőkés társaságok világgazdasága című könyvéből [3].

Egyik felvetés – ezért a közgazdászok fognak megharagudni – az az elmélet, miszerint a kapitalizmus ma ismert formája az életgörbéjének leszálló ágában van, azok az előnyök amiket nyújt, már kevésbé állnak fenn, hátrányai egyre nagyobbak, a saját maga által előidézett problémákat nem tudja megoldani. Ennek etikai összefüggése az a tragikus helyzet, hogy a világon a jólét és a szegénység, éhezés közti szakadék csak nőtt, a jóléti országokban az életminőség több tekintetben romlik, a fogyasztói társadalom számos új kihívással (stressz, migráció, bűnözés növekedése) néz szembe.



Kapitalizmus	
egykor	ma
sok kis termelő	kartell, lobby
teljes költség	externalizáció
helyi, nemzeti tőke	globalizáció
szabad erőforrások	telített bolygó
államhatárok, vám	szabad kereskedelem
tőkés=menedzser	befektetési társaságok
gentlemen's agreement	etikai válság

Érdekes, hogy a nappali hallgatók körében ez nem keltett meglepetést, tudomásul vették mint trivialitást. Ők már a válságok nemzedékéhez tartoznak. Ellenben az idősebb levelező hallgatók gyanakvással fogadták, és először el kellett hitetni velük, hogy ez nem marxista propaganda. Ők a kapitalizmust mint egy rég várt jót ismerték fel életükben, és ha azóta voltak is más tapasztalataik, az nem állt össze rendszerré.

Korten könyvének egyik következtetése – szemben a vulgár marxizmussal – hogy nem a tőkések a „rosszak”, még csak nem is a kapitalizmus, hanem egyszerűen „arrébb forgott a világ kereke” és paradigmaváltásra van szükség.

Etikus gazdaságra lenne szükség?

Amikor a környezet helyzete, az élelmiszerválság, a társadalmi egyenlőtlenségek kerülnek szóba, akkor a változtatás szükségessége mindenki számára egyértelmű.

Ehhez a témához sok információt lehet meríteni a Worldwatch Institute A világ helyzete sorozatának köteteiből [4].

Több cikk, foglalkozott az elmúlt években azzal, hogy a pénzügyi, gazdasági, társadalmi válság mögött etikai válság áll. A jelenkori jóléti társadalom mögött már nem a szolidaritás, a demokrácia, a fejlődés eszméje áll, hanem csak a gazdasági növekedés igénye. Bizonyították, hogy a gazdasági növekedés egy szint fölött már nem növeli a jólétet, miközben pazarolja a természeti és emberi erőforrásokat, és szennyezi a környezetet. Hiába van több pénzünk ha kevesebb a szabadidőnk, több a dugó az utakon, betegebbek vagyunk a stressztől. A GDP/GNP mint mérőszám nem mutatja az egyéni jólétet, és nem mond semmit a fenntarthatóságról. Fenyegető jelek vannak, ha nem is akarjuk őket észrevenni. A Biblia szavával élve: „A vízözön előtti napokban ettek-ittak, nőültek, férjhez mentek egészen addig, amíg Noé be nem ment a bárkába, s jött a vízözön és el nem sodorta mindnyájukat.”.

A tantárgy ezen része inkább diagnózis, nyilván nem vállalkozhatok arra, hogy egy új, etikán alapuló társadalmi modellt vázoljak fel. De az órákon nyilvánvalóvá válik, hogy a problémák, feszültségek, válságok, részben az egyén felelőtlenségén, tudatlanságán és szolidaritásának hiányán alapulnak.

A szemét problémájának nem csak az lehet a megoldása, hogy óriási szemétegetőket építünk, hanem az is, hogy nem szemetelünk. Ha melegünk van, ne az ablakot nyissuk ki, hanem vegyük alacsonyabb fokozatra a fűtést. Ezek ma már szlogen számba mennek, de vegyük észre, a hagyományos gazdasági paradigma éppen ezzel szemben áll: Ha az utcát fűtjük, építhetünk újabb erőművet, adhatunk munkát a munkanélkülieknek, a szemétegető egy új beruházás ami jótékonyan hat az építőiparra, a beszállítókra. Látszik, hogy a növekedésre épülő gazdasági berendezkedés ellentmondásokat gerjeszt, és ezek már nem megkerülhetők.

Egy véges világban nem lehet állandóan terjeszkedni. Van az egészségügyben egy megfelelője az állandó növekedésnek: a rák.

Ha nem akarunk rákos sejtként élni a világban, akkor magunkban is keresni kell a hibát, és változtatásokat kell tenni a gondolkodásunkban, tetteinkben is.

Ez is lehet az Üzleti Etika tantárgy hatása a hallgatóra – és reményeink szerint így a társadalom jövőjére is.

2.5 Etika az üzleti életben – különböző szaketikák

Az eddig ismertetett két blokkon kívül még több kisebb szaketikai téma kerül előadásra, az adózásról, a biztosításról, informatikáról, szerzői jogról, mérnöki etikáról stb. Több értékes munka áll a segítségünkre [5] [6] [7].



Egy gondolatot szeretnék kiemelni a mérnöki etika témából. Divat szidni a műszaki értelmiséget, felhánytorgatni felelőtlen műszaki megoldásokat, a rövid élettartamra tervezést, a minőség csökkenését, a javíthatatlanságot. Szeretném felvértezni a leendő műszaki értelmiséget, hogy ne vegyék magukra, illetve utasítsák el ezt a kritikát. Az élettartamra méretezésnél az idő csak egy paraméter. A mérnök épp úgy tud gépet tervezni 10 évre, mint csupán a garanciaidő végéig. Ő csak utasítást kap a menedzsertől, a tulajdonostól.

Nem akarom teljesen lecsökkenteni a mérnök felelősségét, de a felelőtlen profitéhségért, a környezetet nem kímélő versenyért nem ő a felelős. Nem helyes, ha az emberek figyelmét a valódi okokról eltereljük.

3 Hallgatói reakciók

3.1 Általános tapasztalatok

Ahogy már említettem, jelentős különbség van a levelező és a nappali tagozatosok érdeklődése között. Míg az előbbieknél ez egy tananyag, amin túl kell esni, addig a már dolgozók több, a tantárgyban említett etikai problémát megtapasztalták a saját bőrükön, ezért az anyag jobban felkelti az érdeklődésüket. A kevesebb kontakt óra is kedvezőbb, hiszen így az érdekesebb vagy a problémásabb részek kerülnek előadásra, amihez bőven van hozzászólás, nemegyszer vita, sokszor a hallgatók között is.

Az elmúlt években volt alkalmam nagyelőadáson és kiscsoportos gyakorlaton is tanítani a tárgyat. Ez utóbbi mindig hatásosabbnak bizonyult, hiszen sokkal több lehetősége van a hallgatóknak szerepelnie az órán, nem kell hozzá nagy bátorság.

Ebben a tárgyban a propagandáról szóló fejezetben is szó van arról, hogy a tanuláselméletek szerint milyen fontos a személyes megnyilvánulás, az egyéni munka. Ha pedig célunk a tananyag-elsajátítás mellett a személyiségformálás is, akkor a gyakorlat, a véleménynyilvánítás lehetősége elengedhetetlen.

Választható fakultatív tantárgy esetében is könnyebb dolga van az előadónak, mint amikor kötelezőként hallgatják a diákok. Bár a különbség nem olyan nagy, mint hinni lehetne. Fakultatívnak nem csak érdeklődők veszik fel a tárgyat, hanem olyanok is akik könnyen teljesíthetőnek vélik. Ezzel együtt a kötelező tantárgy keretében is mindig van olyan, aki „belelkesül” még ha ez az órán nem is látszik, de a házi feladatban igen.

3.2 Házi feladatok és tapasztalatok

Ahogy az elején említettem, jó pár éve házi feladatot készítenek megadott tárgyról a hallgatók, a számonkérés részeként. Lehetőségük van saját témát is kidolgozniuk, előzetes egyeztetés alapján.

Nem tudok jó és hiteles statisztikát adni arról, hogy melyik témára hány hallgató készített házi feladatot. Nem is tükrözné az érdeklődésüket, tekintve hogy némely esetben már nem volt lehetőségük sok közül választani, hiszen egy témát csak néhány hallgató dolgozhatott ki egyszerre.

Néhány tárgykör, az általam kiírtak közül:

- ◆ Pratkanis és Aronson: Rábeszélőgépek c. könyv (AB OVO kiadó 1992) 1-15. fejezet feldolgozása. Milyen a könyvben leírt, vagy ahhoz hasonló eseteket ismer fel a mai magyar üzleti és társadalmi életben?

- ◆ Gyűjtsön példákat a reklámokból (újság, TV, rádió, plakát stb.), amelyek megítélése szerint félrevezetőek, befolyásolják a szabad véleményalkotást, vagy más tekintetben etikátlanok.
- ◆ Készítsen riportot legalább két vállalkozóval, üzletvezetővel, vagy hivatali vezetővel, az etika helyzetéről, a becsületességről a saját területükön. Hasonlítsa össze a riportokat, és értékelje azokat.
- ◆ Gyűjtsön adatokat arról, hogy a környezet túlterhelése (környezetszennyezés, környezet tisztítás) milyen hatásokat okoz az elkövetkező évtizedekben. (Számszerűsíthető adatok, illetve hozzáértők megnyilatkozásai. Újságíró nem bizonyítottan kompetens).

És néhány, amit a hallgatók hoztak:

- ◆ Amiért nem nézek televíziót (Kovács Alexa 2012.)
- ◆ CSR-A vállalatok társadalmi felelősségvállalása (Bántó Gábor 2008.)
- ◆ Reklámok hatása az emberek gondolkodásmódjára és az általuk tett befolyás vásárlási szokásaikra (Lendvai Nikolett 2008.)
- ◆ Az adózás etikája, az adómorál (Somogyi Borbála 2009.)
- ◆ Környezet túlterhelés hatása a jövőre (Kohn Zita 2011.)
- ◆ Társadalmunk ellátottsága A kórházakról általában itt, Magyarországon (Vidra Dóra 2012.)

A szabadon választott témák között még továbbiak is voltak amelyek a környezetszennyezéssel, környezetpusztítással foglalkoztak. Noha ez olyan terület, amivel a mindennapi életben kevésbé találkozunk, ráhatásuk még kevesebb, élénken érdeklő őket. Persze, ez azért is jó házi dolgozatnak, mert az Internetről jó sok anyagot lehet találni hozzá, és nem személyes, a hiba okát jól rá lehet kenni az idősebbek társadalmára (aminthogy igaz is). Remélem azonban, hogy a korábban említetteknek megfelelően a személyes felelősségérzetük is fokozódik.

Népszerű téma az etikátlan reklámok, propagandaanyagok gyűjtése is. Sajnos ilyen bőven van, az Interneten talán még nagyobb is a szabadosság, mint egyéb médiában. Sokszor érzem a sorok között is a felháborodást, amikor kommentálják, különösen a hölgyhallgatók, az indokolatlan szexuálist megjelenítő hirdetéseket.

Vajon, amikor a felháborodott hallgató pár év múlva marketing-kampányt indít, reklámszlogeneket gyárt, vagy bármilyen üzleti propagandát folytat, eszébe jut-e korábbi becsületesség?

Ambivalens feladat az írásos munkák értékelése. Az értékes dolgozatokat örömmel olvasni, tanulni az összeszedett anyagokból, de rendkívül fárasztó kiszűrni a

plágiumot. Nyilván idézni lehet, sőt – szabályosan – kell is, de a dolgozat nagy részét összelopni az Internetről az bukással jár. Már kialakult egy kis módszerem a gyanús írások lebuktatására.

Ugyebár a plágium is etikai vétség?!

Legutóbb megpróbálkoztam azzal is, hogy szóbeli kiselőadást is tarthatnak a hallgatók. Sajnos fel kell hívnom a figyelmet arra, hogy a hallgatók lényegesebben rosszabb szóbeli előadók, mint amilyen színvonalat az írásos munkáik képviselnek. Nem tartozik az üzleti etikához, de ez egy általános probléma, a gyökere már a középiskolai oktatásban no meg az internetes kommunikáció elterjedésében lehet.

4 Felelősségünk

A társadalom, a válságnak nevezett pillanatnyi helyzet, a diákok, és mi magunk is állandóan változunk. Ezért ez a tantárgy se lehet statikus. Sokkal többet kellene nekem is tanulnom, és jobban, többet kellene átadni a hallgatóknak.

Ezeken az oldalakon talán több megválaszolatlan kérdést is feltettem, mint ahány ténnyt rögzítettem. Nem véletlen, mivel nem lehet minden helyzetre felkészülni és felkészíteni másokat, inkább a kritikus gondolkodás kialakítása a célom, amihez elsősorban jó kérdéseket kell tudni feltenni. A tantárgy indulásakor még nem lehetett szóba hozni a zeneletöltés etikai vonzatát, mert akkor az még talán nem is létezett. Nem tudunk választ adni azokra a problémákra amelyeket a jövő állít hallgatóink elé. Fontos, hogy ne higgyenek, és mi se higgyünk kritikátlanul az uralkodó trendnek, propagandának, tudjunk túllátni a zsebünkön, a saját érdekeinken túl lássuk meg a másik ember érdekét, és ebben a kommunikációval és kereskedelemmel behálózott Földön nem túlzás ha az emberiség érdekét is szem előtt tartja az, aki értelmiséginek tartja magát.

Még a kisebb-nagyobb, mindennapi keserű tapasztalatok ellenére is hinni kell abban, ami mintegy mottója az üzleti etikának, miszerint a becsületes élet, a tisztességes üzleti magatartás, a jogszabályokat is meghaladó etikus gondolkodás hosszabb távon nagyobb magánéleti boldogságot jelent, mint a rövid távú, minden eszközzel történő gyors haszonszerzés.

Felelősségünk, hogy akik ezt felismerik, meg is éljék és tovább is adják.

A következő példázatot is el szoktam mondani a hallgatóknak:

Kihalt utcán, este, gyalogosként állunk a zebránál, piros a lámpa. Jobbra, balra, sehol egy autó, sehol egy rendőr, sehol egy járókelő. Átmegyünk-e a piroson? Ugyan kinek ártunk ezzel, még ha jogszabályt is sértünk?

Tegyük a kezünket a szívünkre...



NE menjünk át! Nem tudhatjuk, melyik ablak mögött néz egy kisgyerek, akit szülei nevelnek a helyes közlekedésre. „A bácsi átmehet a pirosra?”-kérdézi magában, és talán itt vetjük el a magját a későbbi gyorshajtónak vagy etikátlan menedzsernek.

5 Végszó és segítségkérés

Lehet, hogy elődeink, és mi sok hibát követtünk, követünk el, és rossz irányba visszük a világot. Tenni kell ez ügyben magánemberként, szülőként, szakemberként, tettel, példaadással és tanítással. Ez rám és az olvasókra egyaránt kötelességet ró.

A gazdaság, a termelés, a propaganda, a jog, mind csupán emberi alkotások, megváltoztathatók, javíthatók.

Hiszek abban, hogy az általános etikai elvek és normák, a szeretet igénye és parancsa magasabb eredetű.

Irodalomjegyzék

- [1] Legeza László: *Mérnöki etika* AKADÉMIAI KIADÓ ZRT. 2004
- [2] Elliot Aronson - Anthony R. Pratkanis : *A rábeszélőgép* AB OVO KIADÓI KFT. 2012
- [3] David C. Korten: *Tőkés társaságok világuralma* MAGYAR KAPU ALAPÍTVÁNY 1996
- [4] Worldwatch Institute: *A világ helyzete 2010* (évenkénti kiadvány) FÖLD NAPJA ALAPÍTVÁNY
- [5] *Üzleti Etika* SALDO 2006
- [6] Emberismeret és *Etika* SZENT ISTVÁN TÁRSULAT 2002
- [7] Gyürk István: *Mérnöki Etika* MEZŐGAZDA KIADÓ 1998

Képek forrása:

www.legalja.hu
www.szegyen.hu
democracyinactionblog.com
bioetikablog.hu
www.road-marking-machine.net

