

## Nauczanie etykiety a jej uzasadnienie.

Mamy dziś do dyspozycji rozległą i fachową literaturę dotyczącą etykiety, która zawiera rady dotyczące tego, jak należy się zachowywać w określonych sytuacjach. Mają one zwykle postać przykazań zaczynających się od „nigdy”, „zawsze”, „pod żadnym pozorem nie wolno” itp. Te ogólne kwantyfikatory podkreślają ważność omawianych zasad i motywują do nauki, ale bywają mylące, gdyż reguły etykiety zmieniają się w zależności od środowiska i kultury. Mają też wyjątki w specyficznych sytuacjach. Nauka etykiety powinna to uwzględniać, jeśli jej celem ma być umiejętność zachowania w różnych sytuacjach. Szkolenie może zaczynać się „ogólnikami”, ale potem powinno wprowadzać w nietypowe sytuacje i uczyć sposobów twórczego znajdowania rozwiązań.

Wyjątki od ogólnych reguł stają się zrozumiałe w kontekście zasad, które decydują o tym, że te reguły obowiązują. Dlatego ucząc etykiety należy uwzględnić jej uzasadnienie. W innym razie przekazuje się naiwną wiedzę i schematyczne umiejętności, które prowadzić mogą do poważnych błędów w nietypowych sytuacjach, a zwłaszcza w kontaktach międzykulturowych.

Nauka etykiety w racjonalnym modelu postępowania (o którym będzie mowa w części 5) różni się od indoktrynacji i tresury głównie tym, że ukazuje ona racje obowiązywania norm, co pozwala zrozumieć wyjątki od nich i ich kulturową różnorodność. Niniejszy artykuł ma częściowo wypełnić to zadanie podejmując zagadnienie uzasadnienia etykiety. Przy tej okazji omawia on niektóre aspekty różnic kulturowych, uwarunkowań sytuacyjnych i ewolucji etykiety.

str. 170

### 1. Etykieta. Definicja regulująca

Etykieta, nazywana także *regułami dobrego wychowania*, określana francuskim określeniem *savoir vivre*, system norm i wzorców (stereotypów, prototypów, paradygmatów) zachowania, mówienia, ubierania się itp. uznanych przyjętych przez daną społeczność za właściwe. Stanowią one kryterium ocen etykietalnych: To, co zgodne z etykietą uważane jest za taktowne, eleganckie i grzeczne, etc. To, co nie jest zgodne z etykietą, traktuje się jak oznakę braku dobrego wychowania, elegancji i taktu.<sup>1</sup>

W niektórych kodach językowych zakres pojęcia etykiety ma część wspólną z zakresem moralności lub prawa. W pracy niniejszej odróżnia się etykietę od moralności i prawa w aspekcie ich uzasadnienia. W przyjętym tu sensie etykieta nie ma ani moralnego ani prawnego uzasadnienia; także inne są społeczne konsekwencje łamania zasad etykiety, prawa i moralności – postępowanie niezgodne z etykietą nie niesie ani moralnej ani prawnej sankcji. Jest to definicja regulująca, która nie przesądza tego, jaka konwencja językowa jest słuszna.

---

<sup>1</sup> Por. Leary M. (1999) *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Przekł. A. Kacmąjor i M. Kacmąjor. Gdańsk: GWP; Perenal, E. (2000) *Taktownie, profesjonalnie, elegancko, czyli etykieta w biznesie*. Gdańsk: Ośrodek Doradztwa. Wolf I. (1994) *Dżinsy czy smoking czyli vademekum dobrego wychowania*. Warszawa: Wyd. Penta.

Powyższe rozstrzygnięcie znaczeniowe nie przeczy też temu, że ta sama norma w zależności od tego jak ją uzasadnimy może należeć jednocześnie do etykiety, moralności lub prawa. Na przykład, zakaz palenia uzasadniony zwyczajowo – to norma etykietalna, gdy jest on oparty na panującym prawie – ma charakter prawny, a gdy ktoś odwołuje się do szkodliwości palenia – przypisuje temu zakazowi charakter moralny. Kontekst sytuacyjny często decyduje o tym, które z uzasadnień wchodzi w grę, a więc też o tym czy dana reguła ma moralny, prawny, czy czysto etykietalny charakter. Kontekst sytuacyjny może zmieniać swój charakter w miarę upływu czasu. Dlatego może się zdarzyć, że niektóre normy na mają wprawdzie moralny lub prawny charakter, a potem, gdy zmienia się kontekst społeczny, stają się regułami etykiety. Może też być odwrotnie - niektóre normy etykiety w nowych społecznych okolicznościach tracą swój czysto etykietalny charakter i stają się elementem moralności lub prawa.<sup>2</sup>

## 2. Problem uzasadnienia etykiety

Pośrednie uzasadnianie norm postępowania ma podobną strukturę logiczną jak pośrednie uzasadnianie prawdziwości twierdzeń – w obu przypadkach chodzi o pokazanie związków wynikania zachodzących między racjami i ich następstwami.<sup>3</sup> Inne są jednak przesłanki i cel

str. 171

tych rozumowań: Przesłankami uzasadniania twierdzeń są inne twierdzenia (uznane już za pewne). Jak pokazał m.in. David Hume w jego krytyce etycznego naturalizmu, normy uzasadnia się innymi normami, tj. uzasadniając daną normę nie odwołujemy się tylko do twierdzenia, ale też do norm (uznanych za obowiązujące). Zwykle uzasadnienie norm opiera się na normie głównej (naczelnej), która nie ma pośredniego uzasadnienia (może mieć uzasadnienie bezpośrednie).

Inne też są cele uzasadniania twierdzeń i norm: Uzasadnianie twierdzeń ma pokazać, że dane (uzasadniane) twierdzenie jest prawdziwe. Natomiast uzasadnianie norm ma pokazać, że norma obowiązuje. Dlatego normy nie są „prawdziwe” ani „fałszywe” w dosłownym sensie tego słowa. Mogą być natomiast „trafne/nietrafne”, „słuszne/niesłuszne” lub „dobre/złe” itp. ze względu na normę główną.<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Podobny „przeptyw” norm ma czasem miejsce między prawem i moralnością.

<sup>3</sup> Chodzi tu o uzasadnianie w sensie logicznym, które odróżnić należy od motywowania (uzasadniania w sensie psychologicznym). Uzasadnienie w sensie logicznym, to doprowadzenie — na podstawie przyjętych w danej nauce zasad — do uznania jakiegoś zdania (twierdzenia). Polega ono na wykazaniu, że jakieś twierdzenie spełnia warunki pozwalające ją uznać za prawdziwe lub słuszne (uzasadnianie całkowite) lub, co najmniej prawdopodobne lub prawdopodobnie słuszne (uzasadnianie częściowe). Uzasadnienie jest bezpośrednie, jeśli uznanie danego twierdzenia następuje na podstawie bezpośredniego doświadczenia lub wynika z samej struktury tego twierdzenia; uzasadnianie jest pośrednie, jeśli do uznania danego twierdzenia dochodzi się przez wywnioskowanie go z innych twierdzeń, przyjętych uprzednio za uzasadnione (prawdziwe lub wystarczająco prawdopodobne ze względu na określony cel). Wnioskowanie jest rozumowaniem, które opiera się na wynikaniu.

Wynikanie to związek zachodzący między zdaniami, z których jedno jest racją następstwa a drugie następstwem racji. Związek jest określony przez następujące postulaty: ilekroć racja jest prawdziwa, tylekroć prawdziwe jest następstwo; racje zdania fałszywego są zawsze fałszywe; racje zdania prawdziwego oraz następstwa zdania fałszywego mogą być prawdziwe lub fałszywe.

O różnych typach wnioskowania, por.: Ajdukiewicz K. (2006) *Język i poznanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN T. I i II; Kotarbiński T. (1986) *Elementy teorii poznania, logiki formalnej i metodologii nauk*. Warszawa: PWN; Poletyło M. (1988) *Uzasadnianie*. W: red. W. Marciszewski, *Mała encyklopedia logiki*. Wrocław (etc.): Zakł. Nar. Im. Ossolińskich: 212-4; Ziemiński Z. (1974) *Logika praktyczna*. Warszawa: PWN.

<sup>4</sup> Powyższe uwagi dotyczą też norm moralnych i prawnych. Por. Broad, C. D. (1930) *Five Types of Ethical Theory*, New York: Harcourt, Brace and Co; Hume, D. (1978) *A Treatise of Human Nature*. Ed. L. A. Selby-Bigge, rev. P. H. Nidditch. Oxford: Clarendon Press; Moore G. E. (1903) *Principia Ethica*. Cambridge:

Ucząc etykiety należy odpowiedzieć na pytania o uzasadnienie propagowanych norm - „Dlaczego etykieta obowiązuje?” Odpowiadając na to pytanie rozważyć trzeba różne racje, które mogą stanowić uzasadnienie etykiety. Jak postaram się pokazać, może mieć ona 3 typy uzasadnień ze względu na normę naczelną: konwencjonalistyczne (normą naczelną jest konsens - konsensus społeczny), utylitarne (normą naczelną jest pożytek-dobro ludzi) lub pragmatyczne (normą naczelną jest wolność podmiotu podejmującego decyzję).

str. 172

### 3. Uzasadnienie konwencjonalistyczne

**Uzasadnienie konwencjonalne** etykiety opiera się na konsensusie (konsensie) społecznym.<sup>5</sup> Może mieć ono postać konformistyczną, tradycjonalistyczną lub elitarną. **Konformizm** uznaje fakt popularności stereotypów postępowania w danym środowisku za rację ich obowiązywania. Norma główna głosi tu, że trzeba postępować tak, jak społeczeństwo w swojej większości uważa za słuszne. **Tradycjoniści** naśladują zachowanie przodków, wychodząc z założenia, że skoro oni stosowali się do danej reguły postępowania, to jest ona wystarczająco uzasadniona. Tu normą główną jest wola i gust przodków. Natomiast w **elitaryzmie** zachowanie elit społecznych jest wzorem do naśladowania i uzasadnieniem obowiązywania tego wzoru – normę główną wyznaczają elity. Te trzy stanowiska nie wykluczają się wzajemnie. Mogą łączyć się z uzasadnieniem utylitarным i pragmatycznym, o których zaraz będzie mowa.

### 4. Uzasadnienie utylitarne

Uzasadnieniem utylitarным obowiązywania etykiety jest społeczny lub indywidualny pożytek wynikający ze stosowania się do niej. Na przykład, niektóre normy etykietałne mają uzasadnienie medyczne – służą zdrowiu (reguła jedzenia małymi kęsami, zasada prostych pleców przy stole itp), inne - mają minimalizować ryzyko konfliktów społecznych (grzecznościowe zasady interakcji, wyrażania negatywnych emocji, „poprawności politycznej” itp.) Gdy dana reguła etykieta przestaje być pożyteczna, wtedy traci utylitarne uzasadnienie.

Utylitarne kryterium ocen było przedmiotem wielu dyskusji w etyce dotyczących m.in. tego, jak należy rozumieć pożytek, jak można go zmierzyć, o czyj pożytek chodzi - jednostki, grupy czy ludzi w ogóle i jak rozstrzygać sytuacje konfliktu, w których jeden typ pożytku wyklucza się z innym lub, gdy pożytek jednej osoby lub grupy wiąże się z czyjąś szkodą. Podobne wątpliwości dotyczą uzasadniania norm etykiety. Praca nie będzie jednak wchodzić w kwestie metodologiczne, gdyż ma ona tylko pokazać rolę uzasadnienia norm.<sup>6</sup>

---

Cambridge University Press; Styczeń, T. (1972) *Problem możliwości etyki*. Lublin: Tow. Naukowe KUL; Ziemiński, Z. (1974) dz. cyt.: 108-12.

<sup>5</sup> O uzasadnianiu przez konsensus (konsens) pisałem w: J. F. Jacko (2006) *Języki demokracji: o uzasadnianiu przez konsensus w etyce biznesu i etyce polityki*. W: ed. T. Goban-Kłosa, *Komunikacja marketingowa – kształtowanie społeczeństwa konsumpcyjnego?* Radom: Wyższa Szkoła Handlowa w Radomiu: 173 – 91.

<sup>6</sup> Uzasadnienie utylitarne niesie w sobie wieloznaczność związaną z kryterium pożyteczności, którą można wyrazić pytaniami: „Na czym polega pożytek?”, „Kto lub co decyduje o różnicy między tym, co pożyteczne a tym, co szkodliwe (jakie jest kryterium zysków i strat)?”, „O czyj pożytek chodzi?” Por. Brandt, R. (1979) *A Theory of the Good and the Right*. New York: Oxford University Press; Tegoż (1992) *Morality, Utilitarianism, and Rights*. Cambridge: Cambridge University Press; Frey, R. G., ed. (1984) *Utility and Rights*. Oxford: Basil Blackwell; Mill, J. S. (1998) *Utilitarianism*. New York: Oxford University Press. Oryginalnie publikowany w 1861; Moore, G. E. (1903) dz. cyt.; Tegoż (1912) *Ethics*. New York: Oxford University Press; Rawls, J. (1955) Two Concepts of Rules. *Philosophical Review*, 64: 3-32. Tegoż (1971) *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press.

## 5. Pragmatyczne uzasadnienie etykiety: efektywność i ekonomiczność działania

Racjonalne działanie polega na jego celowości, skuteczności, ekonomiczności i niekontrproduktywności. Innymi słowy racjonalne działanie, to takie, które

- ma wyznaczone cele (podmiot wybiera cele i jest świadomy tego wyboru),
- jest skuteczne, czyli rzeczywiście (nie tylko w przekonaniu podmiotu) prowadzi do wyznaczonych celów,
- robi to ekonomicznie, a więc przy najmniejszym nakładzie środków prowadzi do celu
- nie niwecząc przy tym innych wyznaczonych przez podmiotu celów (działanie nie jest kontr-produktywne). Człowiek zwykle ma wiele wyznaczonych celów. Gdy środki realizacji jednego z celów niweczą inny wybrany cel - są kontr-produktywne.<sup>7</sup>

Nie ma obowiązku racjonalnego działania. Jeśli jednak ktoś chce działać racjonalnie musi respektować związki zachodzące między środkami i celami działania, które decydują o tym, czy działania jest racjonalne, czy też nie jest. Kryterium pragmatyczne jest warunkiem racjonalności ludzkich działań.

W racjonalnym modelu działania etykieta nie jest *celem w sobie* (z wyjątkiem sytuacji, gdy jest ona elementem moralności, o czym będzie mowa w części 7). Pełni ona wtedy rolę środka, który jest uzasadniony (trafny, słuszny) o tyle o ile prowadzi do celów obranych przez podmiot. Gdy dana reguła etykieta do nich zbliża w sposób określony powyższymi postulatami – jest pragmatycznie uzasadniona. Gdy przestaje pełnić tę funkcję – traci swoje pragmatyczne uzasadnienie. Skuteczność i ekonomiczność w osiągnięciu zamierzonych celów

jest wtedy pragmatycznym uzasadnieniem niektórych norm etykiety. Uzasadnienie to może mieć wymiar indywidualny, gdy cele są zamierzone przez jednostkę. Może mieć ono też wymiar wspólnotowy, gdy są zamierzone przez grupę.

Kryterium pragmatyczne łączy się z utylitarnym, gdy podmiot działania dąży się do jakiegoś pożytku. Może się jednak zdarzyć sytuacja, w której, podmiot wyznacza sobie szkodliwe cele lub, gdy pożytek przyniesie mu lub innym ludziom coś, co przekreśla realizację obranych przez niego celów. Wtedy kryterium pragmatyczne i utylitarne wykluczają się wzajemnie.

Kryterium pragmatyczne uzasadnia etykiety w aspekcie indywidualnych działań, gdy pozwala ona ekonomicznie i skutecznie osiągać cele zamierzone przez człowieka. Niektóre reguły etykiety mieć też uzasadnienie w działaniach zbiorowych, gdy służą harmonizacji działań w grupie, sprawiając że zbiorowe działanie jest bardziej skuteczne. Mogą to robić bezpośrednio – ustalając reguły zachowania członków grupy w realizacji określonych celów lub pośrednio – wyznaczając role społeczne, hierarchię społeczną i przynależność do grupy.

Reguły etykiety mogą być tak różne, jak różnorodne są ludzkie wybory. Zwykle pragmatycznym uzasadnieniem etykiety są jej funkcje techniczne, autoprezentacyjne, estetyczne i językowe, o których będzie mowa w dalszych częściach pracy.

### 5.1. Techniczne funkcje etykiety

<sup>7</sup> Na przykład, gdy ktoś pragnie sukcesu i chce być uczciwy, to osiągając sukces w nieuczciwy sposób niweczy jeden z wyznaczonych przez siebie celów w drodze do realizacji drugiego z nich. Może się też zdarzyć, że środki skutecznie prowadzące do danego celu na krótką metę, na długą metę go niweczą. Wtedy także są kontr-produktywne. Na przykład, ktoś po to by zdobyć miłość drugiej osoby tworzy grę pozorów, która okazuje się skuteczna na krótką metę, ale na dłuższą metę jest kontr-produktywna, gdyż w miarę upływu czasu pozory się „roziewają”, a odkryte kłamstwo nieodwołalnie oddala ludzi od siebie.

Techniczne funkcje etykiety opierają się na regułach, które mówią jak wykonać daną czynność, by w sposób łatwy i przyjemny osiągnąć zamierzony cel, nie niwecząc przy tym innych wyznaczonych celów. Na przykład wiele reguł dotyczące korzystania ze sztuczków ma takie właśnie uzasadnienie: określone sztuczki są przeznaczone do jedzenia określonych dania, dlatego że najlepiej się do tego nadają. Gdyby nie były one optymalnym środkiem do wyznaczonego celu, korzystanie z nich nie miałyby uzasadnienia pragmatycznego, choć mogłyby mieć uzasadnienie konwencjonalne.

## 5.2. Językowe funkcje etykiety

Etykieta dookreśla sens niektórych zachowań, dlatego może pełnić funkcje językowe, takie jak wyrażanie (ekspresja), referencja (oznaczanie i konotacja), komunikowanie i in. Sposób spełniania tych funkcji jest określony konwencjami społecznymi, które obowiązują podobnie jak reguły kodu językowego. Respektuje się je, by skutecznie i trafnie komunikować, wyrażać etc.

str. 175

Ze względu na funkcję językową reguły etykiety, które straciły swoje pierwotne pragmatyczne lub utylitarne uzasadnienie, mogą zachować językowo-pragmatyczne uzasadnienie, które płynie z konwencji. Wtedy stosujemy się do nich ze względów językowych, podobnie jak do reguł danego języka, na przykład po to, by nie wywołać mylnej interpretacji otoczenia, co zwykle łączy się z funkcjami autoprezentacyjnymi, o których będzie zaraz mowa.

## 5.3. Funkcja autoprezentacyjna - wizerunek

Językowe funkcje etykiety mogą służyć tworzeniu wizerunku osoby lub firmy. To jest funkcja autoprezentacyjna etykiety, która jest jej pragmatycznym uzasadnieniem, gdy postępowanie zgodne z nią wpływa na wizerunek, w sposób, który realizuje cele podmiotu.<sup>8</sup> Proszę jednak zauważyć, że ze względów pragmatycznych niekiedy też łamanie zasad etykiety też może się okazać pragmatycznie uzasadnione. Tak się stało w przypadku śp. Jacka Kuronia, który zyskiwał sympatię wyborców przez to, że ubierał się nieformalnie nawet przy oficjalnych wystąpieniach. Było to odbierane jako wyraz jego solidarności z biedniejszą częścią społeczeństwa. W kampanii prezydenckiej w 1995 zaczął nosić garnitur, ale prawdopodobnie nie wpłynęło to pozytywnie na jego wizerunek. Podobnie artyści czasem tworzą wizerunek buntownika, celowo łamiąc niektóre reguły etykiety.

## 5.4. Funkcja estetyczna

---

<sup>8</sup> Wizerunek osoby, to żywione względem niej opinie, wrażenie i postawy wywołane jej zachowaniem, słowami, ubiorem i tym, co ją otacza. Jak pisze Jarosław Zieliński: „Wizerunek to wyobrażenie, jakie funkcjonuje w opinii publicznej (...) Nie jest to obraz rzeczywisty, dokładny czy szczegółowy, ale raczej mieszanka wielu szczegółów, odnoszących się zarówno do wypowiedzi, działań, zachowania, wyglądu, kontaktów z innymi uczestnikami życia politycznego.” J. Zieliński (1998) Wizerunek Polityka. *Winter. Wiadomości internetowe*. <http://www.winter.pl/internet/w0730.html>, wizyta 23.09.2006. Por. Sampson, E. (1994) *Jak tworzyć własny wizerunek?* Przekł. A. Białkowska. Warszawa: DW ABC. Wizerunek jest zwykle skutkiem autoprezentacji. Autoprezentacja, to sposób zachowania się i mówienia, który eksponuje określone cechy tak, by budzić w ludziach sympatię i przekonywać ich, że podmiot tego działania posiada określone właściwości (zdolności, umiejętności, kompetencje). Por. Leary, M. (1999) *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Przekł. A. Kacmajor i M. Kacmajor. Gdańsk: GWP.

Zwykle reguły etykiety mówią o tym, jak optymalizować pozytywne wrażenia estetyczne w dwóch aspektach (a) Etykieta może poprawiać estetykę wizerunku (np. reguły ładnego ubioru, wyglądu itp). W tym przypadku uzasadnieniem etykiety jest jej funkcja autoprezentacyjna (wizerunek), o której była już mowa w poprzednim punkcie.

str. 176

Etykieta mówi wtedy o tym jak optymalizować w otoczeniu estetyczne wrażenia dotyczące własnej osoby. (b) Etykieta może też określać sposoby zachowania, które służą przyjemnym doznaniom np. podczas spożywania posiłków.

## **6. Niektóre nieporozumienia związane z normatywnym sensem etykiety**

Normatywny charakter reguł etykiety stwarza niebezpieczeństwo pomylenia jej z moralnością i etyką, co jest źródłem typowych nieporozumień dotyczących moralności i etykiety.

### **6.1. Funkcja autoprezentacyjna a moralność „na pokaz”**

Utożsamienie etykiety z etyką może prowadzić do relatywizowania moralności względem opinii środowiska i traktowaniem ich tak jakby były czymś zmiennym i konwencjonalnym, podobnie jak reguły etykiety. Dlatego, że jednym z ważniejszych funkcji etykiety jest jej rola autoprezentacyjna - moralność staje się w takim ujęciu często „grą pozorów”. Postawa tytułowej bohaterki powieści „Moralność Pani Dulskiej” (Gabrieli Zapolskiej) jest dobrym przykładem zjawiska, o którym tu mowa. Gdy etykieta staje się substytutem moralności, moralność polega na robieniu dobrego wrażenia - funkcja autoprezentacyjna zachowania staje się ważniejsza od wartości ściśle moralnych.

### **6.2. Bezkrytyczny konformizm**

Utożsamienie etykiety z moralnością prowadzić może do bezkrytycznego konformizmu, który polega na traktowaniu opinii otoczenia tak, jakby ona była ostateczną miarą wartości postępowania. Jeśli bezkrytyczny konformizm przyjmie postać teoretyczną, wtedy podkreśla się uzasadnienie konwencjonalne etykiety (o którym była mowa w części 3.), a inne (użyteczne, pragmatyczne, etyczne) jej uzasadnienia i funkcje są ignorowane lub bagatelizowane. Podejście powyższe może prowadzić do legalizmu, który zmusza do stosowania się od reguł etykiety nawet tam, gdzie są one szkodliwe. Legalizm, o którym tu mowa był już przedmiotem gruntownej krytyki.<sup>9</sup>

str. 177

### **6.3. „Mit środka”**

Nieznajomość uzasadnienia etykiety może prowadzić do traktowania lokalnej etykiety tak jakby była powszechnie obowiązująca. Wiąże się to zwykle z przekonaniem o uprzywilejowanej pozycji własnej kultury względem innych kultur, a niekiedy nawet z szowinizmem.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Hildebrand D. von (1966) *Morality and Situation Ethics*, Chicago: Franciscan Herald Press.

<sup>10</sup> Określenie „mit środka” wiąże się z przekonaniem o centralnej (uprzywilejowanej) pozycji własnej kultury. Por. Burszta W. J. (1992) *Wymiary antropologiczne poznania kultury*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM. Przegląd kulturowych stereotypów wartościujących związanych z przekonaniem o uniwersalności lokalnych

## 7. Etyczne aspekty etykiety

Jak już pisałem, etykieta nie jest moralnością i nie należy ich mylić ze sobą. Nie zmienia to faktu, że niektóre reguły etykiety w swoistych sytuacjach mogą mieć uzasadnienie etyczne. Dzieje się tak wtedy, gdy chronią wartości moralnych wysokiej rangi, na przykład zdrowia lub życia ludzkiego. M.in. uzasadnienie użyteczne zbliża etykiety do moralności. Zwykle reguły, których łamanie charakteryzuje się małą szkodliwością społeczną należą do etykiety, ale kiedy szkodliwość ich łamania rośnie, wtedy zaczynają one należeć do moralności. Ta sprawa zależy od sytuacji. Na przykład, stosunkowo niedawno do etykiety europejskiej wszedł zakaz palenia w miejscach publicznych, a od niedawna zyskuje ona także oparcie w prawie niektórych krajów.<sup>11</sup> Moralne jej uzasadnienie zależy od sytuacji: Jeśli ktoś pali, ale dymu z jego papierosa nikt prócz palacza nie wdycha – zakaz palenia nie ma moralnego uzasadnienia (choć może mieć uzasadnienie prawne). Gdy jednak sytuacja się zmienia i inne osoby są zmuszane do wdychania dymu - zakaz nabiera charakteru moralnego, gdyż takie zachowanie naraża na szwank zdrowie innych osób. Tutaj etykieta i moralność spotykają się ze sobą, gdyż mają podobną zasadę główną, jaką jest poszanowanie dla zdrowia ludzi.

W tym kontekście rozważyć trzeba, czy w imię powyższej zasady moralnej nie należałoby uznać palenia niezależnie od sytuacji za coś niemoralnego. Systemy etyczne oparte na normie poszanowania wolności indywidualnej zwykle przyjmują zasadę, która głosi, że dozwolone moralnie jest małe ryzyko względem własnej osoby, o ile nie naraża się na szwank innych

str. 178

ludzi, którzy tego sobie nie życzą. Nazwijmy tę zasadę regułą liberalistyczną. W myśl tej zasady, wspinaczka górską i inne niebezpieczne sporty nie są niemoralne, mimo że w jakimś niewielkim stopniu zwiększają zagrożenie zdrowia i życia tego, kto je uprawia. Reguła liberalistyczna zwykle nie obowiązuje, gdy ryzyko jest nieproporcjonalnie duże i podejmowane bez ważnej racji oraz gdy wiąże się z narażaniem innych ludzi na jakiegokolwiek nie akceptowane przez nich ryzyko. W myśl wspomnianej wyżej zasady, wolno palić w miejscach do tego przeznaczonych, wprawdzie upewniwszy się, że ludzie, którzy się tam znajdują wiedzą o tym, że jest to miejsce dla palących.<sup>12</sup>

Niektóre reguły etykiety mogą mieć też symboliczny związek z wartościami etycznymi. Dzięki wskazanym wyżej językowym funkcjom etykiety, możemy przy jej pomocy wyrażać szacunek lub pogardę dla godności innych ludzi. Dlatego etykieta normuje sferę symboliczną, zakazując okazywania pogardy symbolom narodowym i religijnym itp.

---

stereotypów etykiety znaleźć można m.in. w: Pałubicki W. (1996) *Człowiek – Kultura – Obyczaje. Szkice antropologiczne*. Koszalin: Miscelanea.

<sup>11</sup> Zakaz palenia w miejscach publicznych lub przy niepalących stosunkowo późno wszedł do etykiety europejskiej, o czym łatwo się przekonać oglądając filmy sprzed kilkadziesiąt lat, na których pozytywy bohater, stanowiący wzór dobrych manier, pali w miejscu publicznym (np. w autobusie) lub w towarzystwie damy itp.

<sup>12</sup> Proszę zauważyć, że zakaz palenia we wszystkich miejscach publicznych niezależnie od okoliczności jest sprzeczne z zasadą liberalistyczną. Do pomyslenia jest przecież sytuacja, w której w niektórych sąsiadujących ze sobą miejscach tego samego typu zakaz obowiązuje, a w niektórych - obowiązuje, tak by nikt nie był zmuszany do przebywania z palącymi. Na przykład, jeśli jakaś kawiarnia ma u wejścia wyraźny znak mówiący, że jest to miejsce dla palących, osoba niepaląca nie musi tam wchodzić. Powinna jednak mieć możliwość udania się do znajdującej się w pobliżu kawiarni, w której obowiązuje zakaz palenia. W takiej sytuacji zakaz nie ma oparcia w zasadzie liberalistycznej.

Uzasadnienie etyczne etykiety wyznacza też granice tolerancji, poza którymi etykieta przestaje obowiązywać z powodów moralnych. Np. ze względów moralnych nie należy respektować etykiety, która zachęca do łamania podstawowych praw człowieka.

## 8. Rozwój etykiety

Zwykle reguły etykiety są tworzone z powodów praktycznych i w momencie powstania mają uzasadnienie użyteczne lub pragmatyczne. Pod wpływem przemian społecznych i cywilizacyjnych ich funkcje się zmieniają. Wtedy wchodzi w grę trzy możliwości: reguła etykiety traci uzasadnienie, reguła staje się szkodliwa, reguła zaczyna pełnić nowe funkcje, które są jej nowym uzasadnieniem. Zwykle wchodzi w grę ostatni przypadek. Na przykład, w dawnych czasach gest podania dłoni pełnił prawdopodobnie funkcje pragmatyczne związane z bezpieczeństwem – podanie przedramienia podczas wojennych negocjacji było zachętą, by rozmówca sprawdził, czy wojownik nie ma ukrytego oręża w rękawie. W miarę upływu czasu

str. 179

ten gest przyjmował postać coraz bardziej schematyczną. W końcu uprościł się do podania dłoni. W dzisiejszych czasach raczej nie podajemy ręki po to, by sprawdzić czy druga osoba nie ma noża w rękawie. Gest ten pełni zupełnie inną funkcję – funkcję językową. Uzasadnienie użyteczne związane z bezpieczeństwem znikło, ale pozostało inne uzasadnienie związane z językowymi funkcjami etykiety.

Etykieta ewoluuje i zwykle zanikają te reguły, które nie mają pragmatycznego lub użytecznego uzasadnienia. W etykietach współczesnych jest jednak trochę „skamielin” z przeszłości w postaci reguł etykiety, które dawno straciły swoje źródłowe uzasadnienie, nie zyskały nowego użytecznego lub pragmatycznego uzasadnienia, a mimo to obowiązują na mocy konwencji. Jeśli nie są szkodliwe, a inni je uznają za ważne - możemy je respektować, bo reguły te prawdopodobnie nadal pełnią językowe funkcje, o których była już mowa. Jeśli jednak są szkodliwe, uciążliwe, a zwłaszcza, gdy są niemoralne – należy je taktownie ignorować.

## 9. Praktyczne aplikacje wiedzy o funkcjach i o uzasadnieniu etykiety

W zależności od tego, jaką przyjmujemy ontologię wartości, powyższe można uznać za krytykę lub za obronę etykiety. Z jednej strony – bronią one etykiety, pokazując jak ważną rolę pełni w życiu jednostki i społeczeństwa. Z drugiej strony, niniejszy tekst ma zadanie „odczarować” etykiety – pokazując jej umowny charakter.

Wyżej zarysowana analiza funkcji i uzasadnień etykiety ma aplikacje praktyczne – może pomóc w racjonalnym korzystaniu z etykiety, zwłaszcza w sytuacjach jej konfliktu z innymi normami zachowania (związanymi z moralnością, prawem, ze skutecznością działania, z komunikacją etc). Wprowadzone rozróżnienia dają metodę rozstrzygania tego, do których reguł należy się zastosować w konkretnej sytuacji. Dlatego analizy powyższe mogą mieć szczególne zastosowanie w wychowywaniu młodzieży, dla której etykieta jest ważnym elementem kompetencji społecznych - swoistą „przepustką” do świata dorosłych, oraz w treningu osób, które potrzebują etykiety z racji zawodowych – nauczycieli, negocjatorów, osób zajmujących kierownicze stanowiska i in.