

Łukasz Fidos*  <https://orcid.org/0000-0003-2661-3916>

Jakość inna niż dobry towar – namysł filozoficzny

Pojęcie jakości w teorii zarządzania kojarzone jest z najczęściej z produktem wprowadzanym przez firmę. Menedżerowie rzadziej myślą o jakości rozumianej szerzej, np. jako obowiązującej w organizacji filozofii działania zgodnego z zasadami etycznymi. Namysł filozoficzny nie jest metodą powszechną w naukach empirycznych czy analizach statystycznych. Stanowi specyficzną metodę w filozofii, w której należy zadawać pytania i szukać odpowiedzi w swoich obserwacjach, wiedzy, własnych analizach, ale przede wszystkim – w pracach innych filozofów. Autor dzieli się swoimi refleksjami inspirowanymi ekspertyzami prawno-finansowymi, dotyczącymi przestępstw przeciwko wiarygodności dokumentacji księgowej. Uważa, że dokumentacja księgowa jest tekstem ujętym w języku naturalnym, który należy analizować w świetle pragmatyki językowej. Oznacza to, że dokument księgowy może być rozumiany dosłownie lub zgodnie z doświadczeniem życiowym, zawodowym, intuicją odbiorcy.

Słowa kluczowe: blefowanie, implikatura konwersacyjna, kłamstwo, oszustwo, relewancja

Wstęp

Menedżerowie starają się wykorzystywać wszelkie możliwości maksymalizacji efektów swoich zarządczych działań. Przyjrzyjmy się arsenałowi tych możliwości, który może być dla takich celów wykorzystywany. Nie będzie to zamknięty katalog sposobów dążenia do celu ani nawet swego rodzaju przegląd możliwości, lecz namysł filozoficzny nad dającymi się zaobserwować negatywnymi zjawiskami i praktykami, będącymi przestępstwami, np. przeciwko wiarygodności dokumentów

* Dr Łukasz Fidos – dr nauk humanistycznych w dziedzinie filozofii. Autor rozprawy doktorskiej *Kłamstwo jako element współczesnej rzeczywistości kultury Zachodu*, obronionej 28 listopada 2017 r. na Wydziale Filozofii i Socjologii UMCS w Lublinie.

księgowych – w świetle etyki, a także filozofii języka. Artykuł nie odwołuje się do badań statystycznych nad tym zjawiskiem, lecz ujmuje je z punktu widzenia filozofii. Wcześniej zaś użyte sformułowanie: „dające się zaobserwować negatywne zjawiska” w rozumieniu autora nie stanowi istoty praktyki zarządczej. Są to jednakże zjawiska nieetyczne, nierzadko naśladowane, a nawet podziwiane w niektórych kręgach menedżerskich. W Polsce szczególnie po przemianach polityczno-gospodarczo-społecznych w latach 90. ubiegłego stulecia można było spotkać się – z uzasadnionymi bądź bezzasadnymi – opiniami, że obserwowane wówczas kariery finansowe, to efekt przebiegłości osób wykorzystujących tzw. koneksje polityczne, luki prawne oraz pozostałe niedociągnięcia nowej, rodzącej się rzeczywistości prawnej, społecznej i gospodarczej.

Kłamstwa czy gra zwana biznesem...?

Założenie, że działania biznesowe są grą, w której obowiązują określone reguły, pozwoliło stworzyć model usprawiedliwiający działania niezgodne z prawdą w działalności gospodarczej. Taki model przedstawił w 1968 r. Albert Carr w artykule *Is Business Bluffing Ethical?* (Carr, 1999). Zauważył on, że uczestnik działań biznesowych musi podejmować taką grę, która przyniesie mu sukces finansowy. Do gry przystępują wszyscy ci, którzy ten sukces chcą odnieść. A. Carr twierdził (1999: 116), że większość przypadków blefowania w biznesie można traktować jako zwykłą strategię w grze – tak samo jak blefowanie w pokerze, które nie ma nic wspólnego z moralnością gracza. Autor pisał, że nikt nie oczekuje, że w pokera grać się będzie według zasad moralnych głoszonych w kościołach. W pokerze nie ma nic niesłusznego i nieprzyzwoitego, gdy dzięki blefowaniu pozbawia się przyjaciela wygranej, która by mu się należała na mocy kart, jakie ma w ręku (Carr, 1999: 118).

Stwierdzał także, że większość osób na kierowniczych stanowiskach jest od czasu do czasu wręcz zmuszana, w interesie firm lub własnym, do praktykowania jakichś form oszustwa podczas pertraktacji. Świadomie podając fałszywe informacje, zatajając istotne fakty czy przesadzając – w skrócie: blefując – starają się przekonać innych, aby się z nimi zgodzili (Carr, 1999: 117). Carr tłumaczy postępowanie biznesmena krętacza konstatacją, że w biznesie każdy stara się uczynić innym to, czego, jak ma nadzieję, inni mu nie uczynią. Zdaniem autora, nikt nie powinien myśleć źle o grze zwanej biznesem tylko dlatego, że jej standardy dobra i zła różnią się od norm moralnych tradycyjnie dominujących w naszym społeczeństwie (Carr, 1999: 118–119). Carr cytuje także wypowiedź anonimowego dyrektora korporacji, dla którego nie ma nic nieetycznego w działaniach biznesowych, dopóki mieszczą się one w granicach obowiązującego w kraju prawa. Jeżeli to prawo daje możliwości zbicia fortuny, to byłby głupcem, gdyby z nich nie skorzystał. Gra prowadzona w biznesie ma według A. Carra bezosobowy charakter, co umożliwia graczom zachowanie w życiu prywatnym nawet najwyższych standardów etycznych (Carr, 1999: 119).

Koncepcja Carra doczekała się zarówno ostrej krytyki, jak i obrony. Fritz Althoff w artykule *Business Bluffing Reconsidered* (2005), próbując bronić koncepcję Carra, proponuje jej modyfikację przez wprowadzenie dodatkowych warunkowań dla usprawiedliwienia kłamstwa. Autor przede wszystkim zwraca uwagę na funkcję ról społecznych osób uczestniczących w akcie kłamstwa. Za niedopuszczalne uznaje np. okłamywanie współmałżonka. Dopuszcza natomiast kłamstwo negocjatora. Podkreśla rolę aprobaty przez wszystkie strony uczestniczące tak w grze, jak i w działaniach biznesowych przyjętych zasad, w tym zasady dopuszczalności blefowania. Na przykład osoby targujące cenę w trakcie zakupu godzą się niejako, że będą kłamały:

- sprzedawca, podkreślając szczególne walory towaru uzasadniające wysoką cenę;
- kupujący, ukrywając swoje prawdziwe preferencje cenowe za dany towar i krytycznie oceniając towar, który faktycznie mu się spodobał.

Blefować można, nie mówiąc całej prawdy, jeżeli rozmówca nie pyta o jej niektóre obszary, manipulując interlokutorem tak, aby koncentrował uwagę na tych aspektach informacji, które nie dotyczą istoty pertraktacji, czy wreszcie kłamiąc z założeniem, że rozmówca kłamstwa nie odkryje. Jarosław Kucharski w swojej pracy na temat kłamstwa, komentując analizy Althoffa, zauważa, że przeoczył on jeden istotny szczegół: wymóg wolności wchodzenia i wychodzenia z interakcji mogących zawierać kłamliwą aktywność. Żeby móc w sposób moralnie ważny zaaprobować czyjeś uprawnienie do kłamania, należy mieć alternatywne wyjście z danej sytuacji (Kucharski, 2014: 191). Są bowiem sytuacje, w których jedna ze stron działania biznesowego jest przymuszona zgodzić się na warunki strony drugiej, jak wówczas, gdy na rynku na określonym terenie jest tylko jeden kontrahent – dostawca poszukiwanego towaru.

Koncepcję Carra próbuje również zmodyfikować Thomas Carson (1993), dla którego kłamstwo w biznesie znajdowałoby usprawiedliwienie w wypadku samoobrony. Również w okolicznościach wskazujących na próbę naruszenia innych norm warunkowych przez którąś ze stron, strona zaatakowana miałaby prawo uciec się do kłamstwa. Kucharski tak podsumowuje stanowisko Carsona – kłamstwo byłoby dopuszczalne w działalności biznesowej nie na zasadzie milczącej umowy, lecz jako ostateczność, umożliwiająca uniknięcie złych konsekwencji, wyłącznie w sytuacjach, gdzie strony zgadzałyby się na jego użycie w samoobronie (Kucharski, 2014: 193). Autor ten nazywa model zezwalający na kłamstwo w biznesie z uwzględnieniem ograniczeń (warunków) modelem Carra-Althoffa-Carsona.

Jakość życia – jakość organizacji

Analiza kłamstwa – psychologiczna, filozoficzna i socjologiczna – wskazuje na różne, zamierzone pobudki kłamstwa, które przynoszą kłamcy korzyści: materialne: np. zysk, wpływy, psychospołeczne, dla których drogami będą: służalczość, ostroż-

ność, zawiść, zarozumiałość, osobiste: choćby zaspokojenie tendencji do mitomanii, wywołanie litości, źle pojmowana miłość (Chudy, 2003: 51). Niezależnie jednak od owych pobudek, sama intencja kłamstwa jako świadomego działania mającego na celu wywołanie fałszywych przekonań u drugiego (Chudy, 2003: 47), a w wypadku przestępstw przeciwko wiarygodności dokumentów – oszustwa gospodarczego, dokonanego z wykorzystaniem dokumentów zawierających kłamstwo, jest działaniem nieetycznym, nawet wówczas, gdy strony gry milcząco zgadzają się na blefowanie lub gdy organ kontrolujący (właściciele, rada nadzorcza, organ podatkowy, inny organ kontrolujący) uznają dokumentację jako wiarygodną. Czy można przyrównać blefowanie negocjatorów podczas rozmów biznesowych z przestępstwami przeciwko wiarygodności dokumentacji gospodarczej?

W świetle teorii moralności – etyki, blefowanie jak również fałszowanie dokumentacji biznesowej, jest złem jak każde kłamstwo. Blefowanie jednakże – jak już była powyżej mowa – w określonych okolicznościach jest akceptowane przez strony podjętej gry, czyli uznane jako moralnie (innymi słowy – w codziennej praktyce) dopuszczalne. Fałszowanie dokumentacji gospodarczej jest natomiast przestępstwem zagrożonym karą, toteż trudno tu mówić o akceptowalności. Blefowanie podczas negocjacji łączy z przestępstwami przeciwko wiarygodności dokumentacji tworzywo dokonującego się kłamstwa: język, system abstrakcyjnych znaków służących komunikacji¹.

Założenie, że dokumentacja gospodarcza, którą najczęściej jest dokumentacja księgową, to tekst, który może stanowić przejaw gry językowej, pozwala przyjrzeć się tej grze, a wskutek tego – przeanalizować przyjmowane strategie służące wygranej jako działania wynikające z natury języka. Dokument księgowy zawiera utrwalone w tworzywie językowym dane: standardowe, wymagane przez właściwe przepisy prawne, oraz adnotacje (tzw. dekrety) wymagane zarówno przez przepisy prawa bilansowego, jak też inne regulacje prawne bądź zgodne ze zwyczajem. Użytkownicy tych standardów powinni traktować je rzetelnie. Zdarza się jednak, że ryzykując narażenie się na sankcje, stosują je według własnego uznania. Wymóg zgodności treści dokumentu z rzeczywistością można spełnić w sposób zgodny z najwyższymi standardami zasad moralnych, dokumentując faktyczne zdarzenia w realnych (ale też zgodnych z rzeczywistością) wymiarach. Realne może być np. wchłonięcie przez organizację wszystkich na danym terenie kanałów dystrybucji towarów, jednakże w określonym czasie nie będzie to zgodne z rzeczywistością. Można jednak u odbiorcy takiego dokumentu, np. kontrolera skarbowego, uzyskiwać poczucie przekonania o takiej zgodności, jeżeli z formalnego punktu widzenia dokument będzie zawierał wszystko, co wymagane jest przez właściwe przepisy prawa.

Czy dokument księgowy, np. faktura, jest tekstem, który może wprowadzać w błąd? Wątpliwości budzi performatywny charakter tego typu dokumentów. Faktura bowiem jest wezwaniem do zapłaty, a więc – wezwaniem do działania. Należy

¹ Ważne są również pozawerbalne środki komunikacji: gesty, intonacja wypowiedzi, mowa ciała itp., ale nie powinno się ich uwzględniać w analizie jako niepodlegających systematyzacji.

zgodzić się z tym stwierdzeniem z zastrzeżeniem, że nie jest to jedyna funkcja tego dokumentu. W wypadku bowiem, gdy – zgodnie z przepisami podatkowymi – faktura zostanie wystawiona w określonym terminie od otrzymania zapłaty (przedpłaty częściowej, płatności z góry), będzie ona wprawdzie również wezwaniem do działania, tj. realizacji dostawy lub świadczenia usługi, lecz – w okolicznościach wskazujących na przestępstwo przeciw wiarygodności dokumentu – będzie informowała o zdarzeniu, które faktycznie mogło zaistnieć tylko w zakresie dokonanej płatności, czyli potwierdzi nieprawdę o dostawie lub świadczeniu usługi. Analiza materiałów zgromadzonych w trakcie postępowań śledczych wskazuje, że zarówno realizację „wezwania do zapłaty”, jak i „wezwania do świadczenia usług lub dostaw” można w określonych warunkach upozorować. Niezależnie zatem, czy strony transakcji dopełniły obowiązku realizacji wzajemnych świadczeń, czy też – umawiając się uprzednio – upozorowały jedynie transakcję, aby wyprowadzić środki pieniężne z firmy zamawiającej dostawę towaru lub usługę albo odpowiednio – dokonać tych dostaw lub świadczeń bez zapłaty, faktura jest dokumentem pełniącym funkcje informacyjne. Jest zatem tekstem niebędącym obserwowaną rzeczywistością, lecz informacją o działaniach prawdziwych lub nieprawdziwych, czyli takich, które mogły się zdarzyć albo mogły być wyłącznie opisane jako rzekomo faktyczne.

W opracowaniu trzech amerykańskich instytucji (*Zarządzanie ryzykiem oszustwa...*, 2009) skupiających księgowych, audytorów i śledczych finansowych oszustwo gospodarcze definiuje się jako zamierzone działanie lub zaniechanie działania tak zaprojektowane, aby zmylić innych, w rezultacie czego występuje ofiara, która ponosi stratę oraz popełniający oszustwo, który osiąga korzyść. Badania przeprowadzone z inicjatywy tych organizacji wykazały, że oszuści nie traktują swego postępowania jako nagannego (*Zarządzanie ryzykiem oszustwa...*, 2009: 1). Z badań tych wynika również, że głównym motywem popełniania oszustw w tej sferze są:

- Chęć osiągnięcia celów za wszelką cenę: w szczególności dotyczyć to może członków zarządów spółek, zwłaszcza tzw. giełdowych, którzy w celu zaprezentowania kierowanej przez nich jednostki jako atrakcyjnej dla potencjalnych inwestorów w akcje spółek dopuszczają się oszustw sprawozdawczych, często opartych na dokumentach poświadczających nieprawdę.
- Szukanie osobistych korzyści: najczęstszymi w tym zakresie oszustwami są tzw. nieautoryzowane nabycia (np. w szarej strefie) aktywów – składników majątku, a więc towarów, materiałów, produktów, którymi następnie obraca się, sprzedając z wykorzystaniem oficjalnych kanałów dystrybucyjnych (własnych hurtowni, sieci sklepów), ponadto: niekontrolowana sprzedaż aktywów jednostki, czyli faktyczna kradzież aktywów, których później stwierdzany brak uzasadnia się stratami nadzwyczajnymi, naturalnymi ubytkami, zwykłymi zniszczeniami, a także wyprowadzanie z firm środków pieniężnych na podstawie dokumentów zakupu lub not obciążeniowych, poświadczających nieprawdziwe zdarzenia gospodarcze.

Na podstawie doświadczeń eksperckich autora można jako przykład podać praktyki zwiększania płynności finansowej bazujące na różnego typu przestępstwach podatkowych, dzięki którym obciążenia fiskalne były minimalizowane. Do niedawna, tj. do czasów, gdy w przepisach podatkowych pojawiły się regulacje umożliwiające ściślejszą niż uprzednio kontrolę działalności gospodarczej, co znalazło odbicie w praktyce organów podatkowych, tzw. mali przedsiębiorcy, prowadzący nierzadko biznes w formie zarówno indywidualnej działalności (niewymagającej prowadzenia ksiąg rachunkowych, w tym kont obrotu materiałowo-towarowego oraz kont rachunkowych dla operacji bankowych lub gotówkowych), jak i w formie spółki, najczęściej z ograniczoną odpowiedzialnością, dokonywali swego rodzaju „optymalizacji” obciążeń fiskalnych, będącej przejawem naruszenia prawa podatkowego przez jego ominięcie lub działania prawnie niedozwolone. Taka bowiem konstrukcja prowadzenia działalności umożliwiała np. spółce ujmowanie w księgach dokumentów wystawianych przez indywidualnego przedsiębiorcę, które nie były zgodne z rzeczywistością gospodarczą. Przy tym działalność obu podmiotów prowadzona była w taki sposób, aby na koniec okresu rozliczenia podatków zarówno podatek dochodowy, jak i od towarów i usług (VAT) były najmniejsze. Takie działania – z pewnymi ograniczeniami – były możliwe również pomiędzy przedsiębiorstwami średnimi.

W teorii gry językowej, stanowiącej przez niemal cały okres filozoficznych dociekań Ludwika Wittgensteina ich przedmiot, za prawdziwą stawkę uważa się jakość komunikacji, jak to ujmuje Marta Wołos (2002: 58) – jakość życia. Przegrywający nie traci dokładnie tyle, ile zyskuje wygrywający, bowiem gracze są raczej partnerami, nie zaś przeciwnikami. Jeżeli wygrywają, to wszyscy, a gdy któryś z nich pragnie przegranej innego – przegrywają wszyscy. Toteż suma wyników tej gry nie będzie równa „zero”. Przegrywają wszyscy, ponieważ przegrywają kultura społeczeństwa, mała społeczność i państwo.

Gra językowa jest zdarzeniem dotyczącym czasu i miejsca funkcjonowania graczy (Wołos, 2002: 72 i n.). Proces ten nie jest natomiast sytuacją konfliktu i kooperacji, jak ma to miejsce w grze, którą zajmuje się teoria gier. W tej bowiem z kolei do procesu gry dochodzi wówczas, gdy:

- można wskazać co najmniej dwóch graczy: ludzie, firmy, państwa, gatunek biologiczny;
- każdy z graczy ma pewną liczbę możliwych strategii gry;
- wynik gry jest determinowany przez kombinacje strategii graczy;
- każdemu wynikowi odpowiada zestaw wypłat, których wysokość wyrażona jest liczbowo (Straffin, 2004: 1).

Gracz tak wybiera strategię gry, aby jej wynik przyniósł mu najwyższą wypłatę. Jednakże na przebieg gry wpływ mają wybory innych uczestników, toteż rodzą się sytuacje konfliktowe, ale również – warunki do kooperacji. W wypadku konfliktu może zaistnieć sytuacja, w której jeden z uczestników wygrywa i wówczas drugi z uczestników gry tyle samo przegrywa, stąd suma wygranych i przegranych równa jest zero. Kooperacja natomiast umożliwia zjednoczenie dążeń jednej grupy uczest-

ników przeciwko drugiej grupie, która w skutek takiej sytuacji przegrywa. Takie zachowania obserwuje się w biznesie od przynajmniej połowy XIX w., choć z pewnością nawet w historii starożytnej znalazłby się niejeden przykład współpracy jakichś grup interesów przeciwko innym grupom, np. w trakcie wojen.

Nie wszystkie zatem, jak widać, podejmowane przez menedżerów działania zasługują na pochwałę, choć często w świetle praktyki prawnej – jako nieistotne lub niezauważalne – są akceptowane. Kłamstwa polegające na fałszowaniu dokumentacji księgowej z pewnością nie spełniają warunków tego modelu. Spotykane wśród niektórych menedżerów uzasadnienie takiego działania przekonaniem, że: skoro państwo odziera mnie w formie podatków, to ja będę odzierał państwo, oszukańczo zaniżając moje zobowiązania podatkowe, być może w opinii tych osób jest przejawem Carsonowskiej samoobrony, lecz podejmowanej w okolicznościach, które nie są bez wyjścia. Organy podatkowe z kolei również nie mają innego wyjścia, toteż nie mogą zaaprobować oszustw podatkowych. Brakuje zatem w tym wypadku zgody wszystkich uczestników takiej gry². Nawet jeśli przyjmiemy, że państwo w prawie finansowym zastosowało skrajny fiskalizm, a zatem naruszyło prawo aprobaty warunków działania przez biznesmenów, to z pewnością nie jest to postępowanie, o którym pisał Carr, że dopóki mieści się w przyjętym prawie, dopóty tylko głupiec nie wykorzystałby go.

Odwołując się do poglądów Wittgensteina na temat gry językowej jako sposobu osiągania odpowiedniej jakości życia, przeciwstawiam tę grę takiej, w której suma wygranych i przegranych równa jest zero. Analizowane przeze mnie podczas sporządzania ekspertyz przykłady oszustw, będących efektem pomysłowości przestępców w zakresie wykorzystania cech dokumentów jako tekstów odnoszących się do niedającej się skontrolować rzeczywistości, stanowią przykład tego drugiego rodzaju gry. Zerowy bilans tej gry nie jest jednakże jedynym jej skutkiem. W Wittgensteinowskiej grze językowej chodzi przecież o jakość komunikacji, jakość życia w ogóle.

Z drugiej strony Wittgenstein – jak stwierdza W. Chudy – podkreślał funkcję pragmatyczną języka, ponieważ uważał, że mówiąc, działamy. „Słowa coś robią oprócz przekazywania informacji, coś wytwarzają, osiągają jakiś cel. Ontologicznie można przedstawić ten mechanizm jako łańcuch, w którym słowa oddziałują już na umysł nadawcy, zmieniając go w pewien sposób; z kolei nadawca zmienia rzeczywistość odbiorcy. Jego [Wittgensteina] słynne *adagium* o granicach świata wyznaczonych przez granice języka z jednej strony odsłoniło wielkie pole manipulacji [nie mówić równa się unicestwić], z drugiej strony jednak odkryło sfery języka szczególnie wrażliwego na manipulację (Chudy, 2007: 120). A jak pisze Ludwig Wittgenstein: „to a to jest tak a tak”. Paradoks ów (mający przecież postać oczywistości) da się też wyrazić tak: można pomyśleć to, co nie jest faktem (Wittgenstein, 2008: 68). Czy

² Autor pomija tutaj głośne, choć rzadkie, wypadki działań urzędników państwowych, noszących cechy przestępstw i skutkujących likwidacją przedsiębiorstw konkurencyjnych wobec innych, faworyzowanych.

wobec tego jesteśmy w stanie zachować jakość życia, mówiąc coś, co nie jest faktem, ponieważ z istoty języka wynika, że to a to – jest takie a takie, bowiem tak mówimy, a zatem – tak też działamy...?

Gra zwana biznesem to nie całe życie menedżera, bowiem – jak podkreślał A. Carr (1999: 119) – zarządzający organizacją mogą przecież poza nią wieść życie według najlepszych standardów moralnych standardów moralnych. Kłamstwo czy nawet drobna manipulacja powodują jednakże, że życie tej organizacji nie jest jakością zasługującą na tak często stosowany w biznesie scenariusz: benchmarking.

Pragmatyka językowa jako metoda analizy działań prawnie niedozwolonych

Niemal do naszych czasów przetrwała koncepcja rozumienia komunikatu jako procesu opartego na kodowaniu językowym. Proces porozumiewania się werbalnego polegać miałyby w tym tradycyjnym ujęciu na procedurze kolejno po sobie następujących:

- kodowaniu dokonywanym przez nadawcę komunikatu (ujęcie informacji w sposób niejako linearny w konwencjonalnym systemie znaków, tj. języku);
- dekodowaniu odebranego komunikatu przez odbiorcę (zastosowanie linearnej analizy odebranego tekstu opartej na znajomości konwencjonalnego systemu znaków, tj. języka).

Innymi słowy, proces rozumienia komunikatu odbywałby się jako linearne rozszyfrowanie kryjących się za kolejnymi słowami znaczeń³. Skutkować mogłoby to przede wszystkim powstawaniem swego rodzaju anomalii komunikacyjnych w wypadku, gdyby porozumiewający się ze sobą nadawca i odbiorca pozbawieni byli – jak określiła to Joanna Szwabe (obecnie: Trzebińska) – kompetencji powielenia znaczeń używanych przez siebie kodów (Szwabe, 2006: 74). Czyli: jeżeli nadawca i odbiorca podczas konwersacji nie będą w taki sam sposób rozumieć zbioru słów stanowiących wypowiedź, nie będą w stanie porozumieć się. Teorią, która miała na celu rozwiązać wątpliwości wywołanych analizą wypowiedzi najczęściej obserwowanych w żywej mowie, jest koncepcja Herberta Paula Grice'a (1980: 91–114), którą kontynuowali i rozwinęli w sposób oryginalny Dan Sperber i Deidre Wilson (Sperber, Wilson, 1995: 43; Wilson, Sperber, 2004/2006: 607–633). Jednakże pierwszymi filozofami języka, którzy zajmowali się analizą *aktów mowy* w kontekście nie tylko językowego kodu, lecz również ich rozumienia, byli John L. Austin i jego uczeń John R. Searl.

Myśl Grice'a odwoływała się do pragmatyki językowej i jej ujęcia procesu odbioru. Prowadziła ona do stwierdzenia, że znaczenie komunikatu nie jest ściśle kodowane, a zaledwie szkicowane, funkcję dopełnienia tego szkicu pełnią zaś wniosko-

³ Odpowiadałoby to tradycyjnemu opisowi wypowiedzi w formie, np. zdania, które składa się według tego opisu z podmiotu, orzeczenia, dopełnień i okoliczników (ewentualnie przydawek), następujących po sobie w danym systemie językowym w określonej kolejności. W taki sam sposób odbiorca wypowiedzi rozszyfrowywałby przekazywaną informację.

wania konwersacyjne przeprowadzane na podstawie dostępnych przesądów oraz określonych założeń racjonalności działań komunikacyjnych (Szwabe, 2006: 74; Sedlaczek, 2012: 135). Rozmówcy przyjmują przy tym – według koncepcji Sperbera i Wilson – zasadę relewancji, istotności ze względu na funkcje komunikatywne wypowiedzi, zgodnie z którą procesy poznawcze człowieka osiągają maksymalne korzyści przy minimalnym wysiłku (Sperber, Wilson, 1995: 43). Przez sam akt przywołania uwagi słuchacza, jak rekapitułuje Szwabe (2006: 75), mówca niejako gwarantuje, że jego wypowiedź jest najbardziej relewantna, na jaką pozwala wiedza nadawcy i jego zdolności do formułowania jej stosowania, oraz przynajmniej wystarczająco relewantna, by być wartą uwagi słuchacza. Odbiorca działa zaś zgodnie ze strategią naiwnego optymizmu, czyli z założeniem, że mówca postępuje szczerze i kompetentnie. Postawa taka to przyjęcie linii najmniejszego oporu, wkładania jak najmniejszego wysiłku, aby zrozumieć komunikat.

Sperber i Wilson w swojej teorii przyjmują ostensywno-inferencyjny model komunikacji, czyli model, w którym nadawca manifestuje odbiorcom i samemu sobie intencje komunikacyjną i informacyjną, natomiast odbiorca wyciąga wnioski na podstawie zachowania nadawcy z wykorzystaniem czynników dostępnych w otoczeniu kognitywnym, czyli w zbiorze faktów dla niego dostępnych (Sperber, Wilson, 1995: 39; por. też Sedlaczek, 2012: 136). Tymi dostępnymi faktami są m.in. wiedza – zarówno encyklopedyczna, jak i operacyjna – a także hipotezy dedukowane z posiadanej wiedzy i obserwacji. Otoczenie kognitywne, poznawcze, może być podzielane przez wielu uczestników komunikacji, co z pewnością ułatwia relewancję. Łączne przetwarzanie informacji i kontekstu jako pojedynczego zbioru przesłanek prowadzi do wniosków opartych na informacji relewantnej. Inaczej mówiąc: w procesie kognitywnym i psychologicznym, przebiegającym paralelnie, odbiorca wzbogaca swoją wiedzę o świecie przy najmniejszym wysiłku, przy czym proces ten nie pomija takich czynności, jak dekodowanie komunikatu, badanie poprawności gramatycznej, analiza formy logicznej (Sedlaczek, 2012: 138).

Z kolei poglądy Stephena Levinsona przedstawione w pracy pt. *Presumptive Meanings: The Theory of Generalized Conversational Implicature* (Levinson, 2000; por. także Szwabe, 2006: 50) traktującej o konwersacyjnych implikaturach⁴, których znaczenie nie jest równoznaczne z tym, co powiedziane (znaczenie nie jest odkodowane), mogą być pomocne w rozumieniu komunikatów będących implikaturami uszczegółowionymi dzięki szczególnym, nietypowym założeniom kontekstowym, a które normalnie nie występują. Taka implikatura normalnie nie implikuje danego znaczenia. Jako przykład można zacytować wypowiedź będącą odpowiedzią jakiegось X na prośbę Y o pomoc w złożeniu komputera: *Wiesz, że lubię pomagać lu-*

⁴ Implikatura konwersacyjna („znaczenie implikowane,„) to termin wprowadzony przez Paula Grice’a. Odnosi się do sensu niedosłownego niektórych wypowiedzi. Grice zakładał, że w procesie konwersacji, w ramach „współpracy” rozmówców, dochodzi do rozszyfrowania intencji nadawcy i odbiorcy, zrozumienie swego rodzaju aluzyjnych komunikatów.

*dziom. Ostatnio cały weekend składałem komputery moim znajomym, i oznaczającą wobec takiego kontekstu odmowę pomocy (Szwabe, 2006: 54). Wydaje się, że ta wypowiedź jako przykład implikatury uszczegółowionej w kontekście czyjejs prośby o złożenie komputera nosi cechy jakiejś gry w rozumieniu Erica Berne'a (2004). Jak można byłoby ją nazwać? Z jednej strony przypomina to werbalną reakcję „tak, ale...” pojawiającą się w konwersacji, której jeden uczestnik prosi drugiego o jakiś wysiłek bądź zachęca go do tego. Może być to sugestia lekarza – skierowana do osoby otyłej – ograniczenia ilości pożywienia, aktywności fizycznej itp. Ten człowiek, broniąc się przed wysiłkiem i wyrzeczeniami, odpowiada np. tak: *Tak, ale jak nie zjem, to strasznie burczy mi w brzuchu, czuję się słabo, a poza tym nie mogę dużo chodzić, biegać – w ogóle, a po jeździe na rowerze boli mnie kręgosłup*. Zacytowaną wcześniej wypowiedź „komputerowca” można byłoby przekształcić zatem w następujący sposób: *Wiesz, że lubię pomagać ludziom, tak, to prawda, ale ostatnio cały weekend składałem komputery moim znajomym*.*

Z drugiej strony – przy założeniu zasady współpracy, o której była już mowa – implikatura tej wypowiedzi może oznaczać tyle, że osoba potrafiąca składać komputery nie chce odmawiać pomocy co do zasady, lecz czuje się zmęczona natłokiem pracy w ostatni weekend, dlatego też odmawia tylko w tym momencie i w pewnym sensie prosi o wyrozumiałość. Byłaby więc to prośba sformułowana zgodnie z zasadą współpracy: *nie mówię nie, ale proszę o wyrozumiałość*.

Implikatury – uszczegółowiona i uogólniona (której znaczenie nasuwa się w sposób niejako oczywisty) – są możliwe przy założeniu stosowania w konwersacji zasady współpracy. Oznacza to, że osoby uczestniczące w konwersacji działają w dobrej wierze z zamiarem dobrej komunikacji. Jeżeli odniesiemy się do zdarzeń będących przejawem przestępstwa przeciwko wiarygodności dokumentów księgowych, ich analiza w kontekście koncepcji implikatury konwersacyjnej nie będzie tak oczywista. Umieszczenie w treści faktury opisu przedmiotu usługi jako: *Opracowanie koncepcji pozyskiwania nowych kanałów dystrybucji produktów według założeń zlecającego* (odbiorca dokumentu wie, że takiej usługi nie wykonano, mimo to na odwrocie umieścił swą dekretną o treści: *Potwierdzam wykonanie usługi – jak w treści faktury*) mogło skutkować *odkodowaniem* zawartych na fakturze komunikatów zgodnie z ich niejako dosłownym językowym znaczeniem. Wówczas można założyć, że rozumienie komunikatu opierać się będzie na *eksplikaturze*⁵ albo implikatura będzie zgodna z jego dosłownym rozumieniem. Nawet jeżeli przedstawiciel organu kontrolnego zażąda okazania tego opracowania, lecz po otrzymaniu jakichś materiałów nie zapozna się z nimi i nie stwierdzi, że nie dotyczą one zamówionego opracowania, to implikatura uogólniona w tym wypadku sprowadzi się do takiego rozumienia komunikatów: *Wprawdzie dokumentacja dotycząca tego zdarzenia gospodarczego nie jest jednoznaczna, ale wobec kontekstu, to jest przedstawienia materiału, stanowiącego Opracowanie powstałe w wyniku umowy zawartej pomiędzy zamawiającym*

⁵ Czyli na tym, co dosłownie było powiedziane.

i wykonawcą, oraz – wystawionej faktury za wykonaną usługę o treści: Opracowanie koncepcji pozyskiwania nowych kanałów dystrybucji produktów według założeń zlecającego, oświadczenie potwierdzające wykonanie usługi powoduje, że treść faktury należy uznać za prawdziwą, czyli faktycznie wykonano zamówione Opracowanie, ponieważ w takim kontekście należy wyłącznie tak rozumieć ten komunikat.

Jeżeli natomiast przedstawiciel organu kontrolnego, wykorzystując otoczenie kognitywne: swoje doświadczenie zawodowe, wiedzę, ale również intuicję, stwierdzi, że komunikaty zawarte w tej fakturze nie są wystarczająco relewantne, że interpretacja eksplikatury nie jest jednoznaczna, zastosuje w tym wypadku implikaturę uszczegółowioną. Stwierdzi bowiem, że te komunikaty nasuwają podejrzenie o przestępstwo gospodarcze. Wówczas z pewnością zechce poddać załączone *Opracowanie* analizie eksperta.

Nasuwa się tu porównanie do teorii zawartej w pracy Hugh MacColla pt. *Symbolic Logic and Its Applications* oraz do krytycznych uwag, jakie umieścił Bertrand Russell w jej recenzji (Russell, 1906: 255–260, za: Ciecierski, 2011: 7). MacColl we wspomnianej pracy podzielił zdania oznajmujące języka naturalnego na pięć różnych klas, wśród których umieścił zdania zmienne. Przykładem zdania zmiennego według autora jest wypowiedź: *Pana Browna nie ma w domu*. Zdanie to może przyjmować różne wartości logiczne w zależności od różnych uwarunkowań, w tym wypadku – określonego czasu x . Może więc być zdaniem prawdziwym albo fałszywym. Dla Russella zdania zmienne to *z d a n i a w i e l o z n a c z n e*, które muszą być uzupełnione o dodatkowe informacje (Russell, 1906, za: Ciecierski, 2011: 7). Oświadczenie: *Potwierdzam wykonanie usługi – jak w treści faktury (rachunku)* nie jest taką dodatkową informacją, ponieważ jest *z d a n i e m p e r f o r m a t y w n y m* w rozumieniu, jakie nadał mu np. J.L. Austin (1993: 554–555); informuje, że jakiś X dokonał potwierdzenia wykonania *Opracowania*. Prawdziwość treści faktury: *Opracowanie koncepcji pozyskiwania nowych kanałów dystrybucji produktów...* nie zostaje zatem udowodniona. Uzupełnieniem mogłoby być załączenie tego opracowania w formie elektronicznej lub papierowej pod warunkiem zapewnienia szybkiego skontrolowania, czy odpowiada ono merytorycznie zamówieniu zlecającego. Byłby to dowód z oględzin rzeczy, jak zwykle się ten sposób badania sprawy określać w postępowaniu sądowym. Wobec tego w tym wypadku bardziej adekwatnym wydaje się nazwanie treści analizowanej faktury jako *z d a n i a (r ó w n o w a ż n i k a z d a n i a) z m i e n n e g o*. Jeżeli bowiem zaistnieją warunki potwierdzające prawdziwość tego stwierdzenia, treść faktury będzie prawdziwa. Jeżeli zaś potwierdzający wie, że *Opracowanie* nie zostało wykonane, natomiast składa oświadczenie o jego wykonaniu, aby wprowadzić w błąd, to potwierdzenie wykonania *Opracowania* jest kłamstwem.

W powyższych rozważaniach nie chodzi o dosłowne zastosowanie zasad relewancji do analizowania zjawiska kłamstwa, lecz o próbę wskazania tych cech konwersacji, przekazywania sobie komunikatów, które w wypadku odrzucenia przez mówiącego dobrych intencji i działania w dobrej wierze służą wprowadzeniu odbiorcy informacji w błąd.

Rozważania te pozwalają spojrzeć na kłamstwo jako zjawisko, które wpisuje się niejako w proces komunikacji werbalnej i jest komunikatem tworzonym z wykorzystaniem jej immanentnych cech. Sposoby naszego porozumiewania zdają się wynikać z kultury przekazu komunikatu, która z biegiem czasu chłonie wszelkie modyfikacje służące Grice'owskiej zasadzie współpracy (Grice, 1980: 91–114).

Chcemy *złatwić* swoje sprawy szybko, nawet kosztem tego, że nasz interlokutor z czasem poczuje się oszukany. Niektóre z tych aktów komunikacji są wyłącznie nieporozumieniami, które w warunkach konwersacji zakładającej precyzję wypowiedzi i jej jednoznaczność nie miałyby miejsca.

Jeżeli przedstawiciel jakiegoś organu kontrolnego napotka w badanej dokumentacji analizowaną już fakturę o treści: *Opracowanie koncepcji pozyskiwania nowych kanałów dystrybucji produktów...* z performatywnym potwierdzeniem jej odbiorcy wykonania tego *Opracowania*, natomiast dokona odniesienia tych komunikatów wyłącznie do przedstawionego materiału w formie pisemnej, który faktycznie nie jest zamawianym materiałem, to z pewnością został skutecznie wprowadzony w błąd, oszukany. Jego ocena stanu faktycznego może być uznana za nieporozumienie w takim sensie, że działając szybko, nie szukał precyzyjnego poznania relewantnych założeń informacji. Informacja gospodarcza wymaga zatem zasad współpracy uzupełnionych pojęciami teorii relewancji. Dlatego też prezentowana w niniejszym opracowaniu teza: kłamstwa polegające na blefowaniu, kłamstwa będące przejawem przestępstwa wobec dokumentacji gospodarczej są możliwe, ponieważ ich tworzywem, środowiskiem, jest językowy charakter przekazywanych informacji, którego użytkownicy porzucają zasadę relewantnej, opartej na istotności przekazu współpracy w komunikacji.

Podsumowanie

Tytuł artykułu z założenia autora stanowi przekorne zaprzeczenie głównych koncepcji teorii zarządzania, których celem jest przede wszystkim wzrost organizacji, w ostatecznym efekcie – w obszarze finansowym. Służyć mu mają m.in. działania polegające na jak najobszerniejszej dystrybucji towaru (produktu) o najwyższych standardach jakościowych, optymalizacja kosztów działalności. Organizacja ma osiągać te cele poprzez doskonalenie wewnętrznej struktury, wypracowanie wewnętrznej kultury, swoistego niejako pozabilansowego *know-how*, procedur działania, szukania nowych metod kalkulacji kosztów, rozwiązań marketingowych itd. Jako wieloletni obserwator i uczestnik takich działań, autor zamierzał przedstawić analizę wybranych zjawisk obserwowanych w przestrzeni działania podmiotów gospodarczych, którego cechy budzą niepokój.

Dobry towar to nie tylko hasło reklamowe, ale i marzenie ambitnych i uczciwych menedżerów. Z czasem zdają sobie oni sprawę, że optymalna realizacja tego marzenia wymaga kompromisów. Wiele znanych firm wobec trudnej gospodarczo rzeczywistości zaczęło szukać rozwiązań w dywersyfikacji oferty i wypracowało rachunek kosz-

tów docelowych (*target costing*). Inne dążyły do kapitałowych aliansów, co kończyło się najczęściej zniknięciem marki z rynku. Koncepcja nazwana przez Kucharskiego modelem Carra-Althoffa-Carsona jest przykładem sposobów działania menedżerskiego, którego celem jest przede wszystkim skuteczność. W modelu tym zarządzający pod warunkiem działania w granicach prawa, w obronie swojej pozycji oraz z możliwością wycofania się z gry negocjacyjnej, może blefować, słowem: kłamać. Taki standard nie jest jednakże zachowany, gdy menedżer dla określonych korzyści dopuszcza się czynów prawem zakazanych, takich, które w prawie karnym określane są jako przestępstwa przeciwko wiarygodności dokumentacji gospodarczej.

Autor stoi na stanowisku, że omawiane tu zjawiska są możliwe dzięki m.in. abstrakcyjnemu charakterowi tworzywa przekazu informacji – językowi. Abstrakcyjność języka powoduje, że przekazywana informacja nie stanowi wprost obserwowanej rzeczywistości – opisywane w dokumentacji gospodarczej zdarzenia – jeżeli zgodne są z faktami – już się odbyły, nikt ich tu i teraz nie obserwuje. Toteż opis ten może odnosić się do działań fikcyjnych, upozorowanych, choć możliwych w rzeczywistości.

Przywołana w ostatniej części artykułu metoda pragmatyki językowej pozwala zrozumieć mechanizm zarówno wprowadzania w błąd (kłamania), jak i ulegania informacjom będącym kłamstwami. Austin, Searl, Grice, Wilson, Sperber, Levinson wskazują, że komunikacja werbalna – a przecież dokumentacja gospodarcza ma cechy takiej komunikacji – powinna opierać się na zasadzie współpracy nadawcy i odbiorcy. W takich warunkach przekazu informacji nie powinno dojść do aktu wprowadzenia odbiorcy przez nadawcę w błąd. Jeżeli jednakże odbiorca informacji zostaje wprowadzony w błąd, ponieważ przyjął strategię naiwnego optymizmu, czyli założenie, że mówca jest uczciwy i kompetentny, ***a akt ten nie stanowi nieporozumienia, to doświadcza aktu kłamstwa.***

W ostatnich latach w Polsce coraz częściej instytucje finansujące różne przedsięwzięcia, szczególnie inwestycyjne, ze środków budżetowych, w tym unijnych lub innych funduszy wprowadzają obowiązek sporządzania dodatkowej dokumentacji fotograficznej, a nawet filmowej działań kolejnych etapów realizacji zadań. Z kolei organy podatkowe w wypadku przedstawiania dokumentacji potwierdzającej wykonanie usługi niematerialnej nierzadko zarządzają sporządzenie ekspertyzy przedstawionego przez podatnika materiału, stanowiącego przedmiot zamówionej usługi. Można zatem żywić nadzieję, że niezgodne z prawem praktyki, będące przedmiotem analizy niniejszego artykułu, zostaną ostatecznie zlikwidowane albo przynajmniej ograniczone do nieznacznego statystycznie minimum.

Bibliografia

- Althoff F. (2005), *Business Bluffing Reconsidered*, „Journal of Business Ethics”, no. 45.

- Austin J.L. (1993), *Jak działać słowami*, [w:] *Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne*, przeł. B. Chwedończuk, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Berne E. (2004), *W co grają ludzie. Psychologia stosunków międzyludzkich*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Carr A. (1999), *Czy blefowanie w biznesie jest etyczne?*, [w:] G.D. Chryssides, J.H. Kaler, *Wprowadzenie do etyki biznesu*, przeł. H. Simbierowicz, Z. Wiankowska-Ładyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Carson T.L. (1993), *Second Thoughts about Bluffing*, „Business Ethics Quarterly”, vol. 3, nr 4.
- Chudy W. (2003), *Filozofia kłamstwa. Kłamstwo jako fenomen zła w świecie osób i społeczeństw*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa.
- Chudy W. (2007), *Kłamstwo jako metoda. Esej o społeczeństwie i kłamstwie – 2*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Grice P. (1980), *Logic and Conversation*, przeł. B. Stanosz, [w:] *Język w świetle nauki*, Wydawnictwo Czytelnik, Warszawa.
- Kucharski J. (2014), *Usprawiedliwione kłamstwo we współczesnej etyce stosowanej*, Akademia Ignatianum, Wydawnictwo WAM, Kraków.
- Levinson S. (2000), *Presumptive Meanings: The Theory of Generalized Conversational Implicature*, The MIT Press, Cambridge MA.
- Russell B. (1906), *Recenzja z: MacColl Symbolic logic and its applications*, *Mind* XV, s. 255–260, za: T. Ciecierski (2011), *Zależność kontekstowa. Wprowadzenie do problematyki*, Ośrodek Badań Filozoficznych, Warszawa.
- Sedlaczek M. (2012), *Nieporozumienie a relewancja. Klasyfikacja i definicja nieporozumień w świetle teorii relewancji*, [w:] B. Sierocka (red.), *Via Communicandi. Prace z Antropologii Komunikacji i Epistemologii Społecznej*, Wydział Nauk Społecznych i Dziennikarstwa Dolnośląskiej Szkoły Wyższej, Oficyna Wydawnicza Atut, Wrocław.
- Sperber D., Wilson D. (1995), *Relevance: Communication and Cognition*, Blackwell Publishers, b.m.w.
- Straffin Ph. D. (2004), *Teoria gier*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa.
- Szwabe J. (2006), *O pewnej różnicy między odbiorcą a odbiornikiem*, [w:] W. Dziarnowska, A. Klawiter (red.), *Mózg i jego umysły (Studia z kognitywistyki i filozofii umysłu)*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań.
- Szwabe J. (2006), *Znaczenie, dane domyślne, wywnioskowane. Rozumienie komunikatów w ujęciu współczesnej pragmatyki języków naturalnych*, [w:] W. Dziarnowska, A. Klawiter (red.), *Mózg i jego umysły (Studia z kognitywistyki i filozofii umysłu, 2)*, Wydawnictwo Zysk i S-ka, Poznań.
- Wilson D., Sperber D. (2004/2006), *Relevance Theory*, [w:] *Handbook of Pragmatics*, Blackwell Publishing, Oxford.

- Wittgenstein L. (2002), *Dociekania filozoficzne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wołos M. (2002), *Koncepcja „gry językowej„ Wittgensteina w świetle badań współczesnego językoznawstwa*, UNIVERSITAS, Kraków.
- Zarządzanie ryzykiem oszustwa w toku działalności gospodarczej* (2009), „Rachunkowość. Pismo Stowarzyszenia Księgowych w Polsce”, nr 8, s. 1.

Summary

Quality other than good merchandise – philosophical reflection

The concept of quality in management theory is associated most often with a product introduced by the company. Managers rarely think about quality understood in a broader sense, for example as an ethical philosophy of acting in an organisation's philosophy. A philosophical reflection is not a universal method in empirical sciences or statistical analyses. It is a specific method in philosophy in which one should ask questions and seek answers in observations, knowledge, one's own analyses, but above all, in the works of other philosophers. The author shares his reflections inspired by legal and financial expertise regarding crimes against the credibility of accounting documentation. He believes that accounting documentation is a text in natural language, which should be analysed in the light of language pragmatics. This means that an accounting document can be understood literally or according to life experience, professional experience, intuition of the recipient.

Keywords: bluffing, conversational implicature, lying, deception, relevance