

Perspektywa praktyki życia gospodarczego

KAZIMIERZ SOSENKO

*Katedra Filozofii
Uniwersytet Ekonomiczny
w Krakowie*

Kłamstwo w działalności gospodarczej

Pojęcie kłamstwa

Kłamstwo od dawna stanowiło przedmiot zainteresowania filozofów i dosyć wcześnie doczekało się wnikliwego traktatu napisanego przez św. Augustyna¹. Filozofowie zwracają uwagę na różne aspekty kłamstwa, przy czym, w przeciwieństwie do świadomości potocznej, charakterystyczne jest zrozumienie konieczności odróżnienia kłamstwa od fałszu oraz powiązanie kłamstwa z komunikowaniem, a nie z poznawaniem. Powszechnie i słusznie uważa się iż kłamstwo będąc szczególnym aktem komunikowania podlega ocenie moralnej, podczas gdy fałsz podlega ocenie epistemicznej, ponieważ jest kategorią charakteryzującą poznanie. Fałsz jest kwalifikacją sądów, a kłamstwo jest kwalifikacją aktu dokonywanego przez człowieka; sądy nie podlegają ocenie moralnej, natomiast działanie ludzkie nie podlega ocenie epistemicznej.

¹ Zob. St. Augustin, *On Lying (De mendacio)*, <http://www.newadvent.org/fathers/1312.htm>

Przyjmijmy wstępnie, w celu poddania analizie, szerokie rozumienie kłamstwa: **jest to świadoma i celowa deformacja komunikacji, w której kłamca dąży do realizacji innej wartości niż prawda, poprzez wywołanie fałszywych przekonań u odbiorcy**. Jak pisze w przywołanym tekście Św. Augustyn, kłamie ten, kto jedną rzecz ma na myśli, a wyraża inną słowami lub jakimikolwiek znakami². Zauważmy, że kłamstwo nie musi być wypowiedzią językową, chociaż najczęściej przyjmuje taką właśnie postać. Można kłamać gestem, mimiką a nawet przemilczeniem. Odgrywają one taką samą rolę, jak celowo wypowiedziane zdanie fałszywe: wprowadzają adresata w błąd, co do myśli komunikującego. Analizując czynną i bierną strategię kłamania, J. Antos stwierdza, że obojętne jest czy coś mówimy czy nie, jeżeli robimy coś, co ma zmylić odbiorcę co do wartości informacyjnej³. Właśnie zamiar wprowadzenia innego człowieka w błąd (odrębną kwestią jest, czy można świadomie wprowadzić w błąd samego siebie?) wydaje się być sednem kłamstwa. W świetle rozpatrywanego określenia nie jest ważne jaką postać przybiera komunikat, czy jest to sąd asertywny o wyrażnie wypowiedzianej treści, czy komunikat zawierający pewne niedopowiedzenia, sugestie, tak zwane półprawdy. Nawet przemilczenie jakiejś wiadomości albo zasłonięcie się niewiedzą także jest kłamstwem, ponieważ w celu zmylenia odbiorcy przekazują co innego, niż wiem.

Gdy kłamca fałsz podaje jako prawdę, to kłamie, ale jeśli jest w błędzie i prawdę podaje jako fałsz, to też kłamie. Zauważmy przy okazji, że wprowadzanie w błąd nie ogranicza się do dezinformacji w sensie ścisłym, ponieważ nie wszystkie komunikaty dotyczą faktów. Kłamstwa obejmują zarówno wiedzę zdroworozsądkową, jak i teoretyczną, naukową i filozoficzną, sądy opisowe i sądy wartościujące. Np. kłamie, lecz nie dezinformuje ktoś opowiadający, że istnieje dobry bóg, jeśli sam w to nie wierzy. Nie kłamie, chociaż możemy uważać, że to co mówi nie jest prawdą, człowiek z przekonaniem głoszący, że sprawiedliwość jest mniej ważna aniżeli korzyści materialne. W nauce kryterium prawdziwości odnoszone jest do sądów opisowych ale nie do sądów wartościujących, jednak te są również kwalifikowane jako kłamstwo lub prawdomówność.

Wbrew powierzchownym, potocznym opiniom to, czy się komunikuje prawdę czy fałsz, nie ma rozstrzygającego znaczenia dla kłamstwa. Prawda

² Tamże, s. 3.

³ J. Antas, *O kłamstwie i kłamaniu*, Universitas, Kraków 2008, s. 188.

jest o tyle ważna, że stanowi kryterium oceny subiektywnych przekonań, bez którego nie ma sensu pojęcie wprowadzenia w błąd. Zdemaskowanie kłamstwa polega na wykazaniu, że prawdziwe poglądy kłamcy są inne. Jednak kłamstwo i prawdomówność nie są bezpośrednio związane z obiektywną prawdziwością przekazywanej wiedzy, lecz z subiektywnym przekonaniem o prawdziwości. Z tego powodu, także wypowiadając sądy wartościujące, kłamiemy albo mówimy prawdę. Na przykład sąd: „wolność jest najwyższą wartością”, jest powiedzeniem subiektywnej prawdy, jeśli takie właśnie jest moje przekonanie. Jeśli maskuję moją orientację aksjologiczną z intencją osiągnięcia czegoś innego niż przekazanie prawdy o moich poglądach (może to być jakiś interes osiągany poprzez ukrycie tego, co myślę), to kłamię. Wbrew twierdzeniu W. Chudego nie musimy znać prawdy, żeby zarzucić komuś kłamstwo⁴. Ściśle biorąc wystarczy jedynie wiedzieć, że mówi co innego niż myśli. Prawda w znaczeniu obiektywnym mogłaby nie istnieć, a mimo to możliwe jest kłamstwo, jeśli tylko istnieje prawda subiektywna, to znaczy przekonanie, że jest tak a tak, a ja wypowiadam się przeciwnie.

Jak wobec tego przedstawia się zależność pomiędzy prawdą a kłamstwem? Przynajmniej niekiedy myśl, którą kłamstwo maskuje nie musi być prawdą, lecz może być „wymysłem” podobnie jak samo kłamstwo. Jednakowoż niemożliwa byłaby komunikacja między ludźmi i współpraca, jeśli wszystkie nasze poglądy byłyby tylko subiektywnymi mniemaniami. Komunikacja jest możliwa, ponieważ zarówno nadawca, jak i odbiorca mają intencję mówienia w tym samym języku, wówczas obydwie strony rozumieją znaczenie komunikatu. A czy mogłaby zachodzić zgodność myślenia o realnym świecie, gdybyśmy unieważnili obiektywność prawdy? „Bez możliwości przekazywania prawdy nie byłoby sensu w ogóle do siebie mówić”⁵. Kłamstwo jest w prawdzie pośrednio zakotwiczone, bez niej nie istniałoby. Można powiedzieć, że chociaż konkretne kłamstwo, czy też prawdomówność nie muszą mieć za punkt odniesienia sądu obiektywnie prawdziwego (ponieważ ważne jest tylko, czy to, co mówię, zgadza się z tym, co myślę, niekoniecznie przecież prawdziwie), to jednak kwalifikacja komunikatu w kategoriach kłamstwo – prawdomówność nie byłaby możliwa bez ideału prawdy obiektywnej jako podstawy komunikacji o świecie realnym.

⁴ Por. W. Chudy, *Filozofia kłamstwa*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 2003, s. 17.

⁵ Tamże, s. 43.

Kłamstwo nie zawsze musi być zmyśleniem, może być nieświadomie wypowiedzianą prawdą. Prawdomówność nie zawsze jest zakomunikowaniem zdania prawdziwego. Jeśli jednakże w ogóle nie byłoby sądów adekwatnie odnoszących się do rzeczywistości, to znaczenie prawdomówności i kłamstwa byłoby ograniczone do sfery myśli człowieka, lecz nie miałyby żadnego znaczenia realnego, to jest dla świata, a trudno zaprzeczać, że ma. Kłamstwo kreuje pozorny, fałszywy świat. Oczywiście, że czasem popycha ludzi do działania, mobilizuje ich do współpracy (siłą perswazji, a nie prawdy), ale upowszechniając fikcję, w pewien sposób wprowadza destrukcję do świata realnego.

Kłamstwo jest naruszeniem naturalnej i rzetelnej komunikacji. Jest nadużyciem języka ufundowanym nie tyle na wygłaszaniu fałszu, co na nie-szczerości. Rzetelna komunikacja wymaga respektowania podanej przez Grice'a Zasady Kooperacji obejmującej cztery maksymy, wśród których jest prawdomówność. „Kłamca tym różni się od głupca czy wariata, że nie wierzy w to, co mówi, a więc po prostu z pełną świadomością łamie zasadę kooperacji”⁶.

Problematyczne jednak jest wskazanie istoty kłamstwa pozwalającej na odróżnienie go od innych nieprawdziwych komunikatów, jak np. fikcja literacka. Poprawne określenie kłamstwa musi uniknąć błędu nazbyt szerokiej interpretacji obejmującej fantazjowanie oraz zmylenie za pomocą prawdy. Sama realizacja w zachowaniu komunikacyjnym innej wartości niż prawda nie jest wystarczającym warunkiem, aby można mówić o kłamstwie. Widać to jasno, gdy weźmiemy pod uwagę fikcję literacką, będącą kreacją artystyczną ale nie kłamstwem. Z drugiej strony możliwe jest świadome i celowe zakłócanie komunikacji przy pomocy prawdy. Już św. Augustyn przeprowadził subtelną analizę komunikowania czegoś odbiorcy, który nam nie wierzy⁷. Łatwo wyobrazić sobie taką sytuację, w której pytający jest tak mocno przekonany o kłamliwości pytanego, że ten mówi prawdę z intencją wprowadzenia w błąd. Pomyślmy o bojowniku złapanym przez wroga i pytany, w którą stronę uciekli jego towarzysze. Jeśli mówi on prawdę w nadziei, że będzie potraktowana jak kłamstwo, to mamy do czynienia z prawdomównością a jednocześnie wprowadzaniem w błąd. Takie postępowanie nazwiemy przechytrzeniem, wprowadzeniem w pole, ale

⁶ J. Antas, *O kłamstwie i kłamaniu*, wyd. cyt., s. 173.

⁷ St. Augustin, *On Lying*, wyd. cyt., s. 4.

nie kłamstwem. Nie jest kłamstwem przekazanie komunikatu zgodnego ze swoją wiedzą, z intencją, by został wzięty za fałszywy, bowiem mówię prawdę. Miał rację św. Augustyn, zauważając, że kłamstwo jest niezgodnością pomiędzy treścią myśli człowieka a tym, co mówi. Wskazany wcześniej fakt, że niekiedy możemy wprowadzać w błąd, celowo mówiąc prawdę, powoduje, że istota kłamstwa nie wyraża się tylko w samej intencji zmylenia odbiorcy. Istotą kłamstwa jest zdeformowanie naturalnej funkcji języka polegającej na przekazywaniu prawdy⁸. **Kłamca przekazuje komunikat niezgodny ze swoją wiedzą, z intencją, by został wzięty za prawdziwy.** Zazwyczaj dochodzi do tej deformacji, gdy wola człowieka skierowana jest na osiągnięcie dóbr (najczęściej ze sfery świata realnego), nieosiągalnych na drodze prawdomówności.

Sposoby kłamania i ich ocena etyczna

Ważnym, szczegółowym, ale bardzo kontrowersyjnym zagadnieniem jest usytuowanie tajemnicy względem kłamstwa i prawdomówności. Czy ukrywając jakąś wiadomość pozostaję prawdomówny, ponieważ nie „puszczam w obieg” żadnego fałszu; czy też kłamię, ponieważ nie wyjawiam tego, co wiem, manipulując w ten sposób drugim człowiekiem? Rozważając tę kwestię, należy pamiętać, że są rozmaite tajemnice i rozmaite powody ukrywania. Są tajemnice głębokie, w szczególności ukrywające odpowiedzi na pewne pytania religijne, np. tajemnice eschatologiczne chrześcijaństwa, ale są też tajemnice zwyczajne, ukrywające nasze czyny i wiedzę o faktach. Są tajemnice utrzymywane w trosce o dobro drugiego człowieka, który nie jest gotowy do udźwignięcia prawdy i są tajemnice utrzymywane po to, by drugiemu wyrządzić szkodę. Wydaje się, że z punktu widzenia etyki należy tajemnice oceniać różnie, w zależności od tego, o jakie tajemnice chodzi.

Nie wszyscy badacze zgadzają się co do tego, czy powstrzymanie się od przekazywania jakiejś wiadomości jest kłamstwem. W interesach wymigiwanie się od odpowiedzi, jak również przemilczenie jakiejś informacji, nawet ważnej, bywa nieuznawane za kłamstwo. Przemawia za tym pasywny charakter zatajenia oraz przyjęcie założenia, że szczerłość nie jest koniecznym warunkiem transakcji. W rezultacie często nie uznaje się za naruszenie

⁸ Tamże, s. 55.

standardów moralnych: zatajenia, odpowiedzi wymijających oraz udawania, że czegoś się nie pamięta.

Wielu autorów reprezentuje jednak przeciwny pogląd. Na przykład P. Ekman uważa, że ukrywanie wiadomości też jest kłamstwem, jeśli jest celowe, bez uprzedzenia, ewentualnie prośby o to⁹. Wymieniony autor zauważa, że kłamać można na dwa sposoby: a) powstrzymując się od przekazania jakiejś informacji, co jest ukrywaniem, b) przekazując informację błędną, tak jakby była prawdziwa, co jest fałszowaniem.

Etyczna ocena przemilczenia (ukrywania) wymaga jasnego uświadomienia sobie jego natury. Otóż przemilczanie może być realizowane na dwa sposoby. Pierwszy, to powstrzymanie się od wyjawienia prawdy istotnej, poprzez milczenie. Drugi sposób przemilczenia to maskujące mówienie. Mówimy wówczas prawdę, tyle że nie istotną, tym łatwiej odwracając uwagę odbiorcy od tego, co zatajamy. Mowa służy nam jako środek manipulacji¹⁰. W obydwu postaciach przemilczenie przeciwstawia się szczerości, zatajając przynajmniej część prawdy.

Istotny wkład do zrozumienia natury przemilczenia i jego oceny moralnej wnosi pragmatyczna teoria mowy. Zwraca ona uwagę na to, że język to nie tylko zdania wypowiedziane, ale również implikatury tych zdań. W związku z tym, „na mówiącego sływa nie tylko odpowiedzialność za to, co mówi, ale także za wnioski, które z jego mówienia wynikają”¹¹. Ponoszenie przez nadawcę odpowiedzialności za wnioski wyciągane z komunikatu przez odbiorcę jest okolicznością wyjaśniającą, jak subtelna różnica dzieli niekiedy kłamstwo od prawdomówności. W tym świetle półprawdy, przemilczenia, niedopowiedzenia itp. są kłamstwami, ponieważ nadawca rozmyślnie wprowadza odbiorcę w błąd, nawet wówczas, gdy mówi prawdę, z której wyprowadzany jest relewantny, chociaż w konkretnej sytuacji niewłaściwy wniosek. „Można zarzucić kłamstwo czy nierzetelność komuś, kto podał za mało informacji, lub w ogóle nic nie powiedział”¹².

Należy też podkreślić, że nie każde przemilczenie jest kłamstwem. Nie podpada pod tą kwalifikację pomijanie wiadomości nieistotnych, jak też zachowanie dyskrecji wynikające z umowy albo konwencji. Kłamstwem jest

⁹ P. Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie...* wyd. cyt., s. 28–30.

¹⁰ Tamże, s. 64.

¹¹ J. Antas, *O kłamstwie i kłamaniu*, wyd. cyt., s. 165.

¹² Tamże, s. 171.

zatajenie, to znaczy taki rodzaj przemilczenia, przy którym jego intencja jest ukryta. Pragmatycznym celem zatajenia jest manipulacja odbiorcą i dlatego jest ona pogwałceniem zasady rzetelnego konwersowania. Zarówno intencja, jak i skutki zatajenia są negatywne moralnie, zaś w przypadku przemilczeń innego rodzaju nie ma powodów do takiej oceny. Nie każda znana nam prawda domaga się ujawnienia, nie każde przemilczenie jest kłamstwem, zaś dla oceny etycznej decydująca jest intencja przemilczenia.

Stanowisko zwolenników objęcia zatajenia zakresem kłamstwa jest przekonujące, ponieważ zatajając wiadomość, mam intencję wprowadzenia w błąd drugiego człowieka zamykając mu dostęp do prawdy. Liczy się przede wszystkim intencja zwodzenia, a sposób, w jaki ją realizuję, ma znaczenie drugorzędne, choć z uwagi na perfidię maskujące mówienie trzeba ocenić bardziej negatywnie niż milczenie.

Zaliczając ukrywanie (właściwie należałoby powiedzieć zatajenie) w zakres kłamstwa, Ekman proponuje jednak łagodniejszą ocenę etyczną takiego postępowania. Ukrywanie „wydaje się mniej karygodne niż fałszowanie. Jest pasywne a nie aktywne”, a poza tym kłamca może myśleć, że ofiara nie chce spojrzeć prawdzie w oczy¹³. Argumenty Ekmana trudno uznać za całkowicie przekonujące. Można wskazywać, że kłamstwo pasywne może wyrządzić ludziom o wiele dotkliwsze szkody aniżeli kłamstwo aktywne, a ponadto mówiąc nieprawdę i manipulując drugim człowiekiem postępując źle, nawet jeśli on tego oczekuje.

W kwestii etycznej oceny zatajenia bardziej przekonująca jest argumentacja biorąca pod uwagę realizowane wartości, a nie tylko rodzaj postawy. Trudno jednoznacznie stwierdzić, czy większa jest moralna odpowiedzialność za podjęty czyn, niż za cichą zgodę na pewien stan rzeczy. Zachodzą takie sytuacje, gdy bierność oceniamy jako mniej złą niż aktywne działanie, np. gorzej jest zabijać niż powstrzymać się od udzielenia pomocy zabijanemu. W tym przypadku ocenie podlegają różne fakty moralne: zabójstwo i nie udzielenie pomocy. W rozważanej kwestii oceny zatajenia chodzi jednak o inną sprawę: czy bierność lub działanie, jako sposób realizacji tego samego celu należy oceniać odmiennie? Otóż, jeśli w przypadku zatajenia i fałszowania zarówno intencja, jak i skutek są identyczne, to i ocena etyczna powinna być taka sama. Dla etycznej oceny postępowania ważna jest nie tyle bierność lub sprawstwo, ile wartości o których realizację chodzi. Nie ma

¹³ P. Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie*, wyd. cyt., s. 30.

powodu, dla którego każdą pasywność należałoby oceniać łagodniej aniżeli aktywność.

Także drugi argument Ekmana na rzecz łagodniejszej oceny etycznej ukrywania, że okłamywany może nie chcieć spojrzeć prawdzie w oczy, wzbudza obiekcje. Dlaczego zatajenie wiadomości człowiekowi żyjącemu złudzeniami miałyby być lepsze aniżeli człowiekowi bezkompromisowemu? Można się domyślać, że autor ma na uwadze nie wyrządzanie krzywdy człowiekowi gorąco pragnącemu określonej wiadomości. W takiej sytuacji tym, co podlega ocenie jest intencja komunikującego, a ona jest moralnie dobra lub zła niezależnie od kwalifikacji odbiorcy. Sprawa, która tutaj przysparza kłopotu, to fakt, że inny sposób postępowania może wyrażać dbanie o dobro człowieka żyjącego złudzeniami, a inny dbanie o człowieka zdolnego wytrzymać każdą prawdę. Nie można jednak na tej podstawie formułować ogólnego sądu „ukrywanie jest mniej karygodne moralnie niż fałszowanie, jeśli odbiorca nie jest chce spojrzeć prawdzie w oczy”. W takiej sytuacji aktywność i pasywność kłamstwa nie ma wpływu na etyczną ocenę postępowania. Słuszny etycznie wybór zależy od tego, czy lepsza jest prawdomówność wyrządzająca cierpienie, czy kłamstwo zapobiegające cierpieniu. Przypuszczalnie może być i tak, i tak, w zależności od okoliczności i cech osobowych człowieka. Dokonując wyboru należy jednak uwzględnić, że mówiąc nieprawdę i manipulując drugim człowiekiem, postępuję źle, nawet jeśli on tego oczekuje. Uchybiam mu jako człowiekowi, bo bycie osobą ludzką jest nierozłącznie związane z samostanowieniem.

Odrębną sprawą jest kwestia odpowiedzialności moralnej za przekazany komunikat i jego właściwe zrozumienie. Nie zawsze cała odpowiedzialność spoczywa na nadawcy, ponieważ może on być zmuszany do wyjawienia prawdy, do której odbiorca nie ma moralnego prawa. Niekiedy odbiorca stawia nadawcę w trudnym położeniu, w którym prawdomówność przekracza jego możliwości, a wówczas odpowiedzialność za kłamstwo wydaje się być podzielona. W szczególności odnosi się to także do gospodarki. Za jej kształt instytucjonalny w demokratycznym państwie współodpowiadają wszyscy obywatele, więc nie można całej winy za kłamstwa przypisywać tylko podmiotom gospodarczym. Jeśli gospodarka rynkowa jest tak zorganizowana, że bez pomocy kłamstwa podmiot gospodarczy nie może przetrwać, to nie wydaje się, aby tylko on był za to odpowiedzialny.

Etyka biznesu o uczciwej komunikacji

Problem kłamstwa i prawdomówności etycy biznesu rozpatrują najczęściej jako fragment kwestii uczciwości w interesach, co jest właściwie poprawnym ujęciem, dlatego że na jakość komunikacji wpływa bezpośrednio determinacja do osiągania partykularnych korzyści. W praktykach biznesowych kłamstwo jest wykorzystywane na tyle często, że niektórzy etycy biznesu dostrzegają potrzebę usprawiedliwienia przynajmniej wybranych jego postaci. Bezwzględny zakaz kłamstwa popada w tak rażącą sprzeczność z rzeczywistym postępowaniem, że jego głoszenie trąciłoby moralizmem. W tej sytuacji zachodzi jednak niebezpieczeństwo wykorzystywania erystycznej argumentacji do usprawiedliwiania niecnych praktyk. Rozważmy, z tego punktu widzenia, kilka przykładowych stanowisk.

Może najbardziej znaną i dyskutowaną wypowiedzią w tej sprawie jest artykuł A. Carr¹⁴, w którym dąży do wykazania, że kłamstwo w biznesie jest nie tylko zjawiskiem powszechnym, ale jest niezbędnym narzędziem strategii biznesowej. Swoje rozumowanie Carr opiera na bardzo dyskusyjnych zabiegach, a mianowicie na ujęciu biznesu przy pomocy kategorii gry oraz sprowadzeniu kłamstwa do blefu. Te zabiegi pozwalają autorowi twierdzić, że chociaż podstawą moralności w życiu prywatnym jest szacunek dla prawdy, to blefowanie w biznesie można traktować jako zwykłą strategię w grze, która nie ma nic wspólnego z moralnością gracza¹⁵. Tak interpretowany biznes ma bezosobowy charakter gry zmuszającej menedżerów do praktykowania jakichś form oszustwa, w interesie firm i własnym¹⁶. W konsekwencji, pod szyldem etyki biznesu Carr propaguje zasady postępowania sprzeczne ze złotą regułą, pisząc z aprobatą, że biznesmeni stara się innym uczynić to, czego – ma nadzieję – inni nie uczynią jemu. Jest to radykalne odrzucenie zasad moralnych, ale „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”¹⁷.

¹⁴ A. Carr, *Is Business Bluffing Ethical?*, “Harvard Business Review” 1968 nr 46, polski przedruk w: G. D. Chryssides, J. H. Kaler, *Wprowadzenie do etyki biznesu*, PWN, Warszawa 1999.

¹⁵ Tamże, s. 116.

¹⁶ Tamże, s. 117.

¹⁷ Tamże, s. 118, 119.

Zaskoczenie wzbudza nie tyle wskazanie na powszechność kłamstwa i innych oszustw w biznesie, ile zupełne niezrozumienie przez autora, czym jest moralność. Nieetyczne praktyki zawsze miały miejsce, ale reakcją na nie było potępienie i wskazanie kroków zaradczych, a nie dostosowywanie ideałów do tych praktyk. Nie sposób oprzeć się wrażeniu, że zaproponowanie przez Carra koncepcji dwu moralności: innej na użytek prywatny, a innej do gry w biznes jest erystycznym wybiegiem mającym usprawiedliwić żenujące praktyki menedżerów. Jeśli odrzucimy założenie, że biznes jest grą¹⁸ oraz, że kłamstwo w biznesie jest niewinnym blefem, to runie cała argumentacja Carra mająca zneutralizować niepokój moralny spowodowany oszukańczymi praktykami biznesu. Wszak zadanie etyki biznesu nie polega na poprawianiu samopoczucia menedżerom, lecz na krytycznej refleksji nad praktykami biznesowymi.

Także J. Jackson dopuszcza posługiwanie się kłamstwem w interesach, chociaż go silnie ogranicza nakazem stosowania się do bezwzględnych norm moralności. Oszustwo w dążeniu do osiągnięcia celu jest przekroczeniem tych norm¹⁹. Autorka rozważa względnie niekontrowersyjny etycznie przykład targowania ceny i dochodzi do wniosku, że wprowadzanie w błąd w tym przypadku jest dopuszczalnym wyjątkiem. Warunkiem tolerancji takiego postępowania jest niepowodowanie nadużycia zaufania będącego jedną z podstaw życia w zgodzie i pokoju. Zgodne życie „nie wymaga odrzucenia wszelkich rodzajów kłamstwa, niezależnie od sytuacji”²⁰. To spostrzeżenie autorki nie wzbudza sprzeciwu, należy się jednak krytycznie odnieść do czysto konsekwencjalistycznej argumentacji prowadzącej do błędnych wniosków. J. Jackson analizuje targowanie się jako rodzaj kłamstwa co do ceny, twierdząc, że uczciwy człowiek nie musi ujawniać od początku ostatecznej ceny, którą gotów jest zaakceptować. Uzasadniając moralną dopuszczalność zwodzenia co do ceny autorka odwołuje się do zasad obowiązujących w negocjacjach handlowych. Jeśli nie potępia się praktyk blefowania w sporcie, to dlaczego mielibyśmy potępiać je w negocjacjach? Autorka przywołuje argumentację A. Strudlera zmierzającą do wykazania, że konwencja blefowania negocjacyjnego jest „uczciwą i obustronnie korzystną praktyką”. W konkluzji stwierdza, że, jak się wydaje, ten rodzaj wprowadzania w błąd nie

¹⁸ Zob. J. Filek, *Wprowadzenie do etyki biznesu*, wyd. AE Kraków 2001, s. 26–27.

¹⁹ J. Jackson, *Biznes i moralność*, wyd. cyt., s. 47, 37.

²⁰ Tamże, s. 183.

pociąga za sobą nadużycia zaufania”²¹. Wątpliwe jednak jest, czy targowanie się jest dobrym przykładem kłamliwego wprowadzania w błąd. Przecież zarówno dla kupującego, jak i dla sprzedającego nie ma jednej akceptowalnej ceny, lecz raczej *continuum* cen, spośród których krańcowa jest najlepsza. Czy w tej sytuacji, godząc się na kolejną ofertę, robię co innego, niż myślę? Negocjowanie ceny nie spełnia kryteriów kłamstwa, chyba że posługujemy się przy tym dezinformacjami. Dezinformacje jednak podrywają zaufanie, co według J. Jackson czyni kłamstwo niedopuszczalnym etycznie.

Inną argumentację ograniczającą zakres prawdomówności przedstawia E. Sternberg, zauważając, że wiele wypowiedzi biznesowych nie zawiera informacji i dlatego nie są one ani prawdziwe, ani fałszywe, ani szczerze, ani nieszczerze. W szczególności, według autorki treść reklam jest fikcją i nie należy ich rozpatrywać z uwagi na prawdziwość²². Stanowisko to jest wygodne dla twórców reklam, ponieważ otwiera szerokie pole dla ich wyobraźni bez krępowania jej wiedzą o faktach, jednak jest to stanowisko błędne. Reklamy wypełniają jednocześnie dwie funkcje: informacyjną i perswazyjną, dlatego zatem nie należy ich rozpatrywać w kategoriach kłamstwa i prawdomówności? Z uwagi na funkcję informacyjną reklamy powinny unikać nie tylko kłamstw, ale nawet przesady, a jednak udawanie jest w nich podstawowym środkiem. Reklamy, pomimo niekiedy wysokiego poziomu artystycznego, nie są rodzajem sztuki, ich zadanie jest czysto utylitarne. Przekazywane komunikaty odnoszą się do rzeczywistości i roszczą pretensje do prawdy korespondencyjnej, nie ma zatem powodu, aby nie oceniać ich z uwagi na prawdomówność. W związku z tym wszelkie próby usprawiedliwiania kłamstw reklamowych jako fikcji, to erystyczne wybiegi fałszujące rzeczywisty stan rzeczy, mające na celu zdjęcie odpowiedzialności moralnej z ich twórców.

Osobny problem stanowi zatajanie informacji. E. Sternberg wyszczególnia dwie sytuacje, w których należy udostępnić pełne informacje: a) jeśli pytanie jest zadane wprost, b) jeśli zadaniem mówiącego jest udzielanie rzetelnych porad. Jednak w innych sytuacjach dobrowolne ujawnianie informacji uznaje za ponadobowiązkowe²³. W przypisie autorka wyjaśnia, że obowiązek zachowania tajemnicy (czytaj: zatajenia informacji) znaj-

²¹ Tamże, s. 187.

²² E. Sternberg, *Czysty biznes, etyka biznesu w działaniu*, PWN Warszawa 1998, s. 104.

²³ Tamże, s. 105.

duje uzasadnienie w trosce o długoterminową wartość dla właściciela²⁴. W ten sposób E. Sternberg sprowadza moralność do roli instrumentu pomnażania pieniędzy.

Według wielu etyków biznesu uczciwość w interesach nie wymaga otwartości. J. Jackson pisze: „człowiek może być dyskretny i uczciwy razem. Musi być taki, jeżeli ma być człowiekiem godnym zaufania”²⁵. Rzeczywiście, otwartość jest sprzeczna z dotrzymywaniem tajemnic. O ile zatem pewne informacje nie powinny wychodzić na światło dnia, to skrytość jest etyczna. W szczególności może się to odnosić do spraw prywatnych człowieka. Informowanie o nich może być zdradą zaufania, jednak otwartość i skrytość w biznesie rzadko dotyczy tego, co wiemy o drugim człowieku. Najczęściej dotyczy przedsiębiorstwa i jego relacji z innymi podmiotami gospodarczymi. Przedsiębiorstwa bardzo skąpo dozuują informacje o sobie, co budzi podejrzenia o ukrywanie nieetycznych praktyk podważających oficjalny wizerunek firmy. Praktyki te są na tyle częste, iż opinia publiczna domaga się większej transparentności, lecz przedsiębiorstwa zasłaniają się tajemnicą handlową. Zatajanie informacji tego rodzaju można uzasadniać odwołując się do powszechności takich praktyk i strat podmiotów przeciwstawiających się im, lecz nie są to argumenty poświadczające słuszność etyczną.

Przeciwno stanowisku dopuszczającemu pewne rodzaje kłamstwa w biznesie można wysunąć kilka obiekcji. Po pierwsze, kłamstwu w negocjacjach handlowych przyświeca nieetyczna intencja. Przypomnijmy: kłamca przekazuje komunikat niezgodny ze swoją wiedzą z intencją, by został wzięty za prawdziwy. Zwodzenie partnera przy pomocy fałszu po to, by osiągnąć własną korzyść, jest postawą przeciwstawną bezinteresowności cechującej moralność. Etyczne negocjacje nie wymagają dbałości o interes partnera, ale nie można mówić o etyczności negocjatora, gdy kłamie, by osiągnąć korzyść kosztem partnera. Minimum wymagane przez etykę, to takie negocjowanie, by samemu nie dać się oszukać, a zarazem nie oszukać partnera.

Po drugie, zachodzi wątpliwość co do przydatności w negocjacjach handlowych zasady blefowania. Co takiego osiągamy blefując, czego nie dało by się osiągnąć mówiąc prawdę? Konstruktynwe rozwiązywanie konfliktów wynikających ze sprzecznych interesów dokonuje się w procesie negocja-

²⁴ Tamże, s. 292.

²⁵ J. Jackson, *Biznes i moralność*, wyd. cyt., s. 185.

cji, o ile strony prezentują swoje stanowiska w sposób jasny i wyraźny²⁶. Etyka kwestionuje wartość doraźnej, partykularnej korzyści zrealizowanej kosztem kontrahenta, natomiast ekonomia uznaje prawdziwe i pełne informacje za jeden z warunków doskonałej konkurencji, dzięki której dochodzi do optymalnej alokacji zasobów. Zatem zarówno z punktu widzenia etyki, jak i ekonomii prawdomówność w negocjacjach jest stanem idealnym. Cóż złego stałoby się, gdyby informacje o cenach, jakości towarów, warunkach transakcji itd. były prawdziwe, pełne i łatwo dostępne wszystkim uczestnikom rynku? Zasady prowadzenia negocjacji handlowych są kwestią kulturową; mogą być takie lub inne. Współczesna kultura europejska dopuszcza praktyki oszukańcze, ale czy to jest wystarczający powód, aby takie praktyki usprawiedliwiała etyka?

J. Jackson wspomina o jeszcze jednym argumente za dopuszczeniem kłamstwa w negocjacjach. Chodzi o to, że ci, którzy sami kłamią nie mają prawa oczekiwać prawdomówności od innych²⁷. Ten argument jest całkowicie chybiony, nie tylko dlatego, że jeśli nie wiem, czy partner jest kłamcą, to nie mogę go traktować jak kłamcę. Przede wszystkim dlatego, że moja moralność nie jest uzależniona od moralności drugiego człowieka. Inni ludzie są etyczni lub nieetyczni, ten fakt stwarza jedynie warunki mojego działania. Jednak pytanie o realizację wartości moralnych dotyczy mnie samego: czy potrafię odpowiedzialnie korzystać z wolności i twórczo wykorzystać posiadane zdolności? Poziom moralny innych ludzi czyni moje wybory łatwiejszymi lub trudniejszymi, ale nie zdejmuje ze mnie odpowiedzialności moralnej.

Zakończenie

W relacjach zawodowych zdarzają się takie sytuacje, w których pojawia się kłamstwo obronne i można je uznać za etycznie uzasadnione, jako wybór mniejszego zła. Jeśli na przykład w przy naborze do pracy pada pytanie, które w ogóle nie powinno paść (np. o stosunek do religii, orientację seksualną, sympatie polityczne), to czy mam obowiązek powiedzieć praw-

²⁶ Zob. G. Krzymieniewska, *Etyczne uzasadnienie praktyki negocjacji*, w: *Elementy etyki gospodarki rynkowej*, pod red. B. Pogonowskiej, PWE, Warszawa 2000, s. 175–180.

²⁷ J. Jackson, *Biznes i moralność*, wyd. cyt., s. 188.

dę? Najuczciwszym wyjściem było by odmówienie odpowiedzi na pytanie tego rodzaju, ale taka reakcja też może nas dyskwalifikować. W tej sytuacji ukrycie, odpowiedź wymijająca, półprawda lub blef wydają się być wyjściem etycznie dopuszczalnym. Być może dopuszczalne jest także „szczerze” kłamstwo, jeśli nikogo nie krzywdzi i nie wyrządza szkody. W uzasadnieniu odwołamy się do koncepcji „mniejszego zła”. Obronne kłamstwa nie krzywdzą, lecz przeciwnie, uniemożliwiają skrzywdzenie. W każdym razie nie wydaje się aby zachodził tutaj obowiązek mówienia prawdy. Ten pogląd należałoby rozciągnąć na wszelkie negocjacje.

Inaczej jest w przypadku kłamstw agresywnych, zarówno polegających na ukrywaniu jak i na fałszowaniu. Kłamstwa będące problemem dla funkcjonowania gospodarki to kłamstwa motywowane chciwością, wypowiediane w celu realizacji własnego interesu lub wyrządzenia szkody innym. Ten rodzaj kłamstw obejmuje kłamstwa egotystyczne (tj. podnoszące naszą ocenę), manipulacyjne (tj. pozwalające na zawłaszczenie czegoś) oraz destruktywne (tj. wyrządzające szkodę komuś). Ocena etyczna tych kłamstw jest wyraźnie negatywna, zarówno z uwagi na egoistyczną intencję, jak też z uwagi na preferowanie wartości rzeczowych nad wartości osobowe. Podmioty gospodarcze mają moralny obowiązek prawdomówności także z tego powodu, że umowa wiąże strony zależnościami moralnymi. Mogę umowy nie zawierać, ale jeśli to robię, to nie mogę kłamać, przekreślając już w punkcie wyjścia jej rzetelność. Jeśli przystaniemy na etyczną legitymizację umów nierzetelnie zawartych, to skąd wypływałby obowiązek sumiennego wywiązania się z umowy? Albo moralność obowiązuje już na etapie zawierania umowy, albo nie obowiązuje w ogóle.

Przyglądając się dokładniej hierarchii zła związanego z kłamstwem, jako większe zło trzeba wskazać zło służące agresji, a jako mniejsze zło kłamstwo służące obronie przed agresją zewnętrzną. To pierwsze jest gorsze, ponieważ większa odpowiedzialność moralna spoczywa na stronie sprawczej, powodującej wystąpienie zdarzenia. Dalej, kłamstwo może być aktywne lub bierne, to znaczy może polegać na wprowadzeniu do obiegu fałszywego komunikatu, albo na zatajeniu czegoś. Pierwsze wydaje się gorsze, ponieważ jest wprowadzeniem do świata komunikatu mającego kogoś wprowadzić w błąd (ma charakter aktywny), zaś drugie jest nie zaprzeczeniem i nie przeciwstawieniem się takiemu komunikatowi (ma charakter pasywny). Zło pierwszego polega na urzeczywistnieniu wartości negatywnej, podczas gdy zło

drugiego polega na tolerancji zła. W jeszcze innym ujęciu, kłamstwo może służyć osiągnięciu przyjemności albo obronie przed cierpieniem. Negatywność drugiego może być mniejsza, jeśli ograniczenie cierpienia (nawet przy pomocy zła) jest moralnie donioślejsze aniżeli pomnażanie przyjemności. Kłamstwo może służyć osiągnięciu dóbr materialnych, lub realizacji dóbr duchowych. Pierwsze jest moralnie gorsze, bo służy wartościom niskim, chociaż mocnym, podczas gdy na ocenę drugiego wpływa wysokość wartości duchowych.

Podsumowując: najgorsze moralnie kłamstwo jest egoistyczne, agresywne (tzn. przeciw komuś a nie za sobą), aktywne (tzn. rozpowszechniające fałsz), podejmowane z pobudek materialnych dla osiągnięcia przyjemności. Ta charakterystyka odpowiada kłamstwom zdarzającym się w sferze biznesu, jakkolwiek nie wszystkim, ponieważ mogą występować też kłamstwa obronne, bierne i chroniące przed cierpieniem, tym niemniej zawsze są one egoistyczne (w znaczeniu dążenia do korzyści partykularnych) i materialistyczne.

Kazimierz Sosenko

ON LYING IN BUSINESS ACTIVITY

S u m m a r y

The author analyses the notion of lying, and defines a lie as a statement in disagreement with the speaker's knowledge, spoken with the intent to be understood as the truth. The author considers various ways of lying and discusses lying in business, as well as a justification of its negative ethical evaluation due to a) self-seeking intent, and b) practical economic dysfunctionality. The evaluation is graduated with egoistic, aggressive, active, materialistic and hedonistic lies being morally the worst.

Key words: lie, moral evaluation, truthfulness, mislead, truth, falsity, fiction, ways of lying, hold back, honesty